



PROCEEDINGS



96

Dedicated to the 96<sup>th</sup> Anniversary of the National leader of Azerbaijan, Heydar Aliyev

IV International Scientific and Practical Conference

**TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY:  
PROBLEMS AND PROSPECTS**

**TURİZM VƏ REKREASIYA XXI ƏSRDƏ:  
PROBLEMLƏR VƏ PERSPEKTİVLƏR**



**PROCEEDINGS**

**3-4 May 2019  
Baku-Azerbaijan**



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI  
TƏHSİL NAZİRLİYİ



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ  
DÖVLƏT TURİZM AGENTLİYİ



**BMU**  
BAKI MÜHƏNDİSLİK UNIVERSİTETİ



*Dedicated to the 96<sup>th</sup> Anniversary of the National leader of Azerbaijan, Heydar Aliyev*

IV INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE OF  
**TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY:  
PROBLEMS AND PROSPECTS**  
3-4, May 2019, Baku, Azerbaijan

# Proceedings

**- BOOK -**

**3-4 MAY 2019  
Baku, Azerbaijan**



# CONFERENCE COMMITTEES

## CONFERENCE CHAIRS

### CHAIRS:

#### **Havar Məmmədov**

*tex.e.d., professor – Bakı Mühəndislik Universitetinin rektoru*

#### **İlham Mədatov**

*t.ü.f.d., dosent – Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin rektoru*

### DEPUTY CHAIRMANS:

#### **Hafiz Hüseynov**

*f.ü.f.d., dosent – "Turizm biznesi" kafedrasının müdiri (ATMU)*

#### **Fərid Cəbiyev**

*i.ü.f.d. – "İqtisadiyyat və İdarəetmə" fakültəsinin elmi işlər üzrə dekan müavini (BMU)*

### MEMBERS

**Hüseyn Həsənov** – Tədris işləri üzrə prorektor (ATMU)

**Elçin Süleymanov**, i.ü.f.d., dosent -Elmi işlər üzrə prorektor (BMU)

**Bahadır Bilalov**, t.ü.f.d., dosent – "Turizm və qonaqpərvərlik" fakültəsinin dekani (ATMU)

**Mayis Əzizov**, i.ü.f.d., dosent - "İqtisadiyyat və idarəetmə" fakültəsinin dekani (BMU)

**Anar Eminov**, i.ü.f.d., dosent – "Karyera və kommunikasiya" şöbəsinin müdiri (ATMU)

**Nəsir Nəsirli**, f/r.ü.f.d., dosent – "Doktorantura və əlavə təhsil" şöbəsinin müdiri (ATMU)

**Orxan Musa** – "Beynəlxalq əlaqələr" şöbəsinin müdiri (ATMU)

**Ədalət İbadov**, i.ü.f.d., dosent – "Dövlət və bələdiyyə idarəetməsi" kafedrasının müdiri (BMU)

**Firudin Sultanov**, i.ü.f.d., dosent – "Mühasibat uçotu və audit" kafedrasının müdiri (BMU)

**Samir Quliyev**, s.ü.f.d., dosent – "Beynəlxalq münasibətlər" kafedrasının müdiri (BMU)

**Nəsimi Kamalov**, i.ü.f.d., dosent – "Biznesin idarə edilməsi" kafedrasının müdiri (BMU)

**Şəhriyar Muxtarov**, i.ü.f.d. – "Dünya iqtisadiyyatı" kafedrasının müdiri (BMU)

**Novruz Quliyev**, p.ü.f.d. – "Mehmanxana və restoran biznesi" kafedrasının dosenti (ATMU)

**Çingiz Güllaliev**, a.ü.e.d. – "Turizm biznesi" kafedrasının dosenti (ATMU)

**Məmməd Sadıqov**, c.ü.f.d. – "Turizm biznesi" kafedrasının dosenti (ATMU)

**Həzi Eynalov**, i.ü.f.d. – "Dünya iqtisadiyyatı" kafedrasının dosenti (BMU)

**Murad İsgəndərov**, i.ü.f.d. – "Biznesin idarə edilməsi" kafedrasının dosenti (BMU)

**Rasim Abutalıbov**, i.ü.f.d. – "Biznesin idarə edilməsi" kafedrasının dosenti (BMU)

**Anar Rza**, i.ü.f.d.–Biznesin idarə edilməsi kafedrasının dosenti (BMU)

**Ağamir Əsgərov**, i.ü.f.d.–Mühasibat Uçotu və audit kafedrasının dosenti (BMU)

**Xanlar Heydərov**, "Dövlət və bələdiyyə idarəetməsi" kafedrasının dosenti (BMU)

**Həbibə Soltanova**, c.ü.f.d., dosent – Bakı Dövlət Universitetinin "Xarici ölkələrin iqtisadi-siyasi coğrafiyası və turizm" kafedrasının müdiri

Prof. Dr. **İrfan Arıkan** – İMC Krems Tətbiqi Elmlər Universiteti (Avstriya)

Prof. Dr. **Hasan Kiliç** – Doğu Akdeniz Universiteti (Türkiyə)

**Vladimir Şalayev**, fə.l.e.d., prof. – Volqa Dövlət Texnologiya Universiteti (Rusiya)

**Larisa Korqanaşvili**, i.e.d., prof. – Tbilisi Dövlət Universiteti (Gürcüstan)

**Lidiya Bekenova**, i.ü.f.d. – Almatı İqtisadiyyat və Statistika Akademiyası (Qazaxıstan)

**Mariya Danilenko**, i.ü.f.d. – Kiyev Milli Ticarət və İqtisadiyyat Universiteti (Ukrayna)

### SECRETARIAT

**Şəmsiyyə Tahərbəyova** – "Turizm biznesi" kafedrasının baş müəllimi (ATMU)

**İlknur Tanrıverdi** – "Dünya iqtisadiyyatı" kafedrasının laborantı (BMU)

### DESIGN

**İlham ALIYEV**

# TABLE OF CONTENTS

<b>PLENARY MEETING</b> .....	<b>1</b>
<b>PLENAR İCLAS</b> .....	<b>3</b>
<b>ВОПРОСЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В СФЕРЕ СЕРВИСА И ТУРИЗМА ДЛЯ УЧАСТИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ И ОБСЛУЖИВАНИИ ГОСТЕЙ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ</b> <i>Зухра АБДРАХМАНОВА</i> .....	<b>3</b>
<b>TURİZM SƏNAYESİNDƏ RİSKLƏR VƏ ONUN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİNİN ELMİ ƏSASLARI</b> <i>Rza MAHMUDOV</i> .....	<b>5</b>
<b>AZƏRBAYCANIN TURİZM SEKTORUNDA MİKRO VƏ KİÇİK SAHİBKARLIĞIN KLASTERIAL İNKİŞAFININ MİKROMALİYYƏLƏŞMƏ MƏSƏLƏLƏRİ</b> <i>İlqar SEYFULLAYEV, Suqra HÜMBƏTOVA, Kəmalə NƏCƏFOVA, Samirə ŞAMXALOVA</i> .....	<b>9</b>
<b>PART I</b> .....	<b>17</b>
<b>BÖLMƏ 1. TURİZM VƏ REKREASIYA EHTİYATLARININ TƏDQIQININ NƏZƏRİ VƏ PRAKTİKİ ƏHƏMİYYƏTİ</b> .....	<b>18</b>
<b>ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ ЧАСТИ КАСПИЙСКОГО ПОБЕРЕЖЬЯ</b> <i>ЗУЛЬФУГАРОВА С.М., АХМЕДОВА И.И., ЧАНДИРЛИ Н.У.</i> .....	<b>18</b>
<b>AZƏRBAYCANDA BALNELOJİ TURİZMİN İNKİŞAFININ ƏHƏMİYYƏTİ VƏ PROBLEMLƏRİ</b> <i>HACIYEVA Afaq Zakir, CƏFƏROVA Firuzə Mübariz</i> .....	<b>20</b>
<b>AZƏRBAYCANDA TURİZM TARİXİ VƏ BÖYÜK QAFQAZIN CƏNUB YAMACI LANDŞAFT KOMPLEKSLƏRİNDƏ TURİZM-REKREASIYA ZONALARI</b> <i>HÜSEYNOVA Gülçöhrə Ağahüseyn qızı, FƏRƏCOVA Nazilə Mirzə qızı</i> .....	<b>22</b>
<b>TURİZM VƏ AZƏRBAYCANDA ONUN MÜASİR VƏZİYYƏTİ</b> <i>Nərgiz Əmiraslan qızı ƏLİYEVƏ</i> .....	<b>25</b>
<b>ÇİN XALQ RESPUBLİKASINDA TURİZMİN TƏŞKİLİ VƏ ONUN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ</b> <i>UMUDOVA R.İ., CƏFƏROVA G.C.</i> .....	<b>29</b>
<b>AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ TURİZM POTENSİALININ İSTİFADƏSİNİN PERSPEKTİV İSTİQAMƏTLƏRİ</b> <i>QURBANOVƏ Fəridə Əhməd qızı</i> .....	<b>32</b>
<b>AZƏRBAYCANDA DİNİ TURİZMİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ</b> <i>ƏSƏDOVA Minirə Fəxri qızı</i> .....	<b>35</b>
<b>DAĞLIQ ŞİRVAN İQTİSADI RAYONUNUN REKREASIYA EHTİYATLARI</b> <i>Ayşən HÜSEYNOVA Mehman qızı, Bahadur Ənvər oğlu BİLALOV</i> .....	<b>39</b>
<b>PART II</b> .....	<b>45</b>
<b>BÖLMƏ 2. TURİZM BAZARI: MÜASİR VƏZİYYƏTİ, PROBLEMLƏRİ VƏ İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ</b> .....	<b>46</b>

<b>AZƏRBAYCANDA TURİZM BAZARARININ FORMALAŞMASI AMİLLƏRİ VƏ PERSPEKTİVİ</b>	
<i>ƏLİRZAYEV Əli Qənbərali oğlu</i> .....	46
<b>ЭКОНОМИКА ВПЕЧАТЛЕНИЙ: ИННОВАЦИОННЫЕ ФОРМЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ЭКСКУРСИОННЫХ УСЛУГ</b>	
<i>Динара ЗАРИПОВА</i> .....	50
<b>AZƏRBAYCAN VƏ TÜRKİYƏ RESPUBLİKALARI ARASINDA TURİZM ƏLAQƏLƏRİNİN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ</b>	
<i>Hafiz HÜSEYNOV</i> .....	53
<b>AZƏRBAYCANDA TURİZMİN XİDMƏT İXRACINDA ROLUNUN ARTIRILMASI İSTİQAMƏTLƏRİ</b>	
<i>Arzu HÜSEYN Alim qızı</i> .....	56
<b>AZƏRBAYCANIN TURİZM BAZARININ DİNAMİKASI</b>	
<i>Nuriyev E.B., HÜSEYNZADƏ F.M., VƏLİYEVƏ G.V.</i> .....	63
<b>KƏND TƏSƏRRÜFATI AQROTURİZMİN İNKİŞAFINI ŞƏRTLƏNDİRƏN AMİL KİMİ</b>	
<i>Çingiz GÜLALIYEV</i> .....	66
<b>REGIONLARIN TURİZM POTENSİAL, MÖVCUD PROBLEMLƏR VƏ İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ</b>	
<i>ABAYEV Yusif Qaşəm oğlu, HƏMZƏYEV Güləddin Əmri oğlu</i> .....	70
<b>NAXÇIVAN MUXTAR RESPUBLİKASINDA TURİZMİN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ</b>	
<i>Flora Bəhlul qızı KƏRİMOVA</i> .....	73
<b>ABŞERON TURİZM BÖLGƏSİNDƏ KURORT-MÜALİCƏ TURİZMİNİN MÜASİR VƏZİYYƏTİ VƏ PERSPEKTİVLƏR</b>	
<i>SULTANOVA Gülşən Abdul qızı, VƏLİYEVƏ Günel Vahid qızı</i> .....	77
<b>AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI ÜÇÜN AQROTURİZMİN İQTİSADI VƏ SİYASİ MAHIYYƏTİ</b>	
<i>Ceyhun MUSAYEV</i> .....	83
<b>ALTIAĞAC MİLLİ PARKINDA EKOTURİZMİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ</b>	
<i>Gülnar HACIYEVƏ</i> .....	86
<b>HEYDƏR ƏLİYEV VƏ AZƏRBAYCAN TURİZMİ</b>	
<i>Ülkər HƏSƏNZADƏ</i> .....	90
<b>AZƏRBAYCANDA TURİZMİN DAYANIQLI İNKİŞAFININ SOSIAL-İQTİSADI ROLU VƏ QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ</b>	
<i>KÖÇƏRLİ Yalçın Ənvər oğlu, KÖÇƏRLİ Leyla Rais qızı</i> .....	94
<b>AZƏRBAYCANIN İQTİSADİYYATINDA TURİZMİN ROLU</b>	
<i>Əliyeva Roza ƏLİGULOVNƏ</i> .....	96
<b>GƏLMƏ TURİZMİN PROBLEMLƏRİ VƏ ONUN HƏLLİ YOLLARI</b>	
<i>NƏHMƏTOVA Zərəxanım Çingiz qızı, Bahadur Ənvər oğlu BİLALOV</i> .....	98
<b>AZƏRBAYCAN VƏ UKRAYNADA TURİZM İŞİNİN TƏŞKİLİNDƏ OXŞAR VƏ FƏRQLİ TENDENSİYALAR VƏ ONLARIN QARŞILIQLI TƏTBİQİ PERSPEKTİVLƏRİ</b>	
<i>Eldar MƏMMƏDBƏYOV</i> .....	104
<b>AZƏRBAYCANDA AKTİV TURİZM NÖVLƏRİNİN İNKİŞAFINDA PROBLEMLƏR</b>	
<i>Münəvvər MƏMMƏDLİ, Samirə ƏZİZOVA</i> .....	107
<b>AZƏRBAYCAN TUROPERATORLARININ XARAKTERİSTİKASI</b>	
<i>RƏHİMLİ Jalə Mahir qızı</i> .....	109

<b>ÇEXİYANIN TURİZM BAZARININ ANALİZİ</b>	
<i>Ləman Afət qızı FƏRMANLI, Rəfiqə Kərim qızı AĞASIYEVA</i>	113
<b>AZƏRBAYCANDA TURİZMİN MÜASİR PROBLEMLƏRİ (ABŞERON TİMSALINDA)</b>	
<i>Ülkər NƏSİRLİ, Əlixan MÜRƏTÖV</i>	116
<b>PAYTAXT BAKIDA YERLƏŞƏN QƏDİM VƏ MÜASİR MEMARLIQ ABİDƏLƏRİNİN TURİZM BAXIMINDAN PERSPEKTİVİ</b>	
<i>MƏLİKOVƏ Nərmin Nəcəf qızı, Əlixan MÜRƏTÖV</i>	119
<b>BAKI-ASTARA TURİST MARŞRUTU İSTİQAMƏTİNDƏ YERLƏŞƏN BÖLGƏLƏRDƏ TURİZMİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ</b>	
<i>Nərmin BAXIŞLI Zakir qızı, Məmməd Oruc oğlu SADIQOV</i>	122
<b>AZƏRBAYCANDA SAĞLAMLIQ TURİZMİ SAHƏSİNİN MARKETİNQ PROBLEMLƏRİ</b>	
<i>Əfsanə ŞƏMDİNLİ Arzuman qızı, Qadir oğlu HƏSƏNOV</i>	124
<b>STRATEJİ YOL XƏRİTƏSİNƏ ƏSASƏN REGIONLARDA İNKİŞAF ETDİRİLMƏSİ PRIORITY HESAB EDİLƏN TURİZM NÖVLƏRİ</b>	
<i>Əminə MİKAYİLOVA Aruz qızı, Anar MİRZƏYEV Faiq oğlu</i>	127
<b>AZƏRBAYCAN İLƏ RUSİYA ARASINDA TURİZM ƏLAQƏLƏRİN DİNAMİKASI</b>	
<i>MƏMMƏDLİ Mehriban, Məmməd SADIQOV</i>	131
<b>ŞAHDAĞ VƏ TUFANDAĞ KOMPLEKSİNİN REGIONUN İNKİŞAFINDA TƏSİRİ</b>	
<i>Əli SƏMƏDOV, Samirə ƏZİZOVA</i>	134
<b>AZƏRBAYCANDA KONQRES TURİZMİNİN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ</b>	
<i>Aysel QULİYEVA, Şəmsiyyə TAHİRBƏYOVA</i>	139
<b>AZƏRBAYCANDA TURİZM BAZARININ İNKİŞAF ETDİRİLMƏSİNDƏ İSPANİYA TƏCRÜBƏSİNDƏN İSTİFADƏ YOLLARI</b>	
<i>Könül QULİYEVA, Məmməd SADIQOV</i>	142
<b>TURİZMİN ELMİ-KULTUROLOJİ MAHİYYƏTİ VƏ İNKİŞAFI</b>	
<i>Emin HƏSƏNLİ, B.QILINCOV</i>	147
<b>MÜASİR İPƏK YOLUNUN TURİZM İMKANLARI</b>	
<i>Könül HƏŞİMOVA, Məmməd SADIQOV</i>	150
<b>AZƏRBAYCANDA KURORT-REKREASIYA TURİZMİ ÜZRƏ SAHİBKARLIQ FƏALİYYƏTİNİN STİMULLAŞDIRILMASI İSTİQAMƏTLƏRİ</b>	
<i>BAĞİROV Cəlil Arif oğlu</i>	154
<b>AVROPALI TURİSTLƏR ÜÇÜN MƏDƏNİ TUR İMKANLARI</b>	
<i>YAQUBZADƏ Nərmin</i>	157
<b>KRUİZ TURİZMİNİN TARİXÇƏSİ VƏ İNKİŞAFI</b>	
<i>Mətin RƏHİMOV</i>	162
<b>К ВОПРОСУ О БЕЗОПАСНОСТИ ТУРИЗМА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ</b>	
<i>Ибрагим МУСТАФАЕВ, Гюнешь АГАКИШИЕВА</i>	167
<b>ASTARA RAYONUNDA KƏND TURİZMİNİN İNKİŞAF PROBLEMLƏRİ</b>	
<i>Şahin MAHMUDOV</i>	169
<b>AZƏRBAYCANDA TURİZM VƏ REGIONAL İNKİŞAF</b>	
<i>İBADOVA Aytac Məmmədəğa qızı</i>	172
<b>TURİZM BAZARININ FORMALAŞMASINDA KRUİZ XİDMƏTLƏRİNİN ROLU</b>	
<i>ABUŞOV Tural</i>	177

<b>PART III</b> .....	<b>181</b>
<b>BÖLMƏ 3. TURİZM SAHƏSİ ÜÇÜN KADR HAZIRLIĞI</b> .....	<b>182</b>
<b>ВОПРОСЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ</b>	
<i>HEЙМАТОВА Лала</i> .....	182
<b>К ПРОБЛЕМЕ МОТИВАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА В АУТМ</b>	
<i>Ülviyyə BAХŞƏLİYEVƏ, Vəfə LAİŞOVA</i> .....	185
<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ ЭКСКУРСИОННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ</b>	
<i>Сергей НЕЗДОЙМИНОВ</i> .....	187
<b>KADR HAZIRLIĞI MƏSƏLƏRİNİN TURİZM SAHƏSİNİN RƏQBƏTQABİLİYYƏTLİLİYİNİN FORMALAŞDIRILMASI BAXIMINDAN ƏHƏMİYYƏTİ</b>	
<i>MİRZƏYEV Anar Faiq oğlu, ƏLİYEVƏ İlahə Şahin qızı</i> .....	191
<b>INCREASEMENT THE ROLE OF EFFICIENT USAGE OF TOURISM POTENSTIAL IN REGIONAL DEVELOPMENT</b>	
<i>Sabina CUMAZADA</i> .....	194
<b>AZƏRBAYCAN ALİ TƏHSİL MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ TƏDRİSDƏ KEYFİYYƏTİN TƏMİN OLUNMASI VƏ İDARƏETMƏ</b>	
<i>Aliyə XƏLİLBƏYLİ</i> .....	201
<b>PART IV</b> .....	<b>203</b>
<b>BÖLMƏ 4. TURİZMDƏ İNFORMASIYA TEXNOLOGİYALARININ TƏTBİQİ</b> .....	<b>204</b>
<b>ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИЗМЕ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ</b>	
<i>Максименко Екатерина АНДРЕЕВНА</i> .....	204
<b>TURİZM SƏNAYESİNDƏ İNFORMASIYA KOMMUNİKASIYA SİSTEMLƏRİNİN MƏNFİ VƏ MÜSBƏT TƏRƏFLƏRİ</b>	
<i>MƏMMƏDZADƏ Ceyran</i> .....	206
<b>PART V</b> .....	<b>211</b>
<b>BÖLMƏ 5. TURİZM VƏ HOTEL TƏSƏRRÜFATI</b> .....	<b>212</b>
<b>INTERCULTURAL COMMUNICATION, PR AND ADVERTISING IN TOURISM</b>	
<i>Tihomir LICHEV, Katya LICHEVA</i> .....	212
<b>OTEL XİDMƏTLƏRİNİN KEYFİYYƏTİNİN YÜKSƏLDİLMƏSİ YOLLARI</b>	
<i>MƏMMƏDOV E.Q.</i> .....	216
<b>MEHMANXANA BİZNESİ MÜƏSSİSƏLƏRİNİN DİAQNOSTİKASININ XÜSUSİYYƏTLƏRİ VƏ SPESİFİKASI</b>	
<i>QƏHRƏMANOV İlkin İldirim oğlu</i> .....	221
<b>AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA TURİZM SƏNAYESİNİN VƏ OTEL TƏSƏRRÜFATININ İNKİŞAFI VƏ MÜASİR VƏZİYYƏTİ</b>	
<i>MUSTAFAYEV Anar Nurayət oğlu, Bahadur Ənvər oğlu BİLALOV</i> .....	224



<b>QUBA-XAÇMAZ BÖLGƏSİNDƏ GECƏLƏMƏ MÜƏSSİSƏLƏRİ VƏ ONLARIN MÜASİR VƏZİYYƏTİ</b>	
<i>GÜLMƏMMƏDOVA Nigar Çingiz qızı</i> .....	227
<b>PART VI</b> .....	<b>231</b>
<b>BÖLMƏ 6. TURİZM BİZNESİNİN TƏŞKİLİ VƏ İDARƏ EDİLMƏSİ</b> .....	<b>232</b>
<b>TURİZMDƏ MARKETİNQ MÜNASİBƏTLƏRİ</b>	
<i>Kənan SƏBZƏLİYEV</i> .....	232
<b>TURİZM SƏNAYESİNDƏ SAHİBKARLIĞIN ROLU</b>	
<i>Yusif RƏSULZADƏ</i> .....	236
<b>PART VII</b> .....	<b>241</b>
<b>BÖLMƏ 7. TURİZM MƏDƏNİYYƏTLƏRARASI DİALOQ VASİTƏSİ KİMİ</b> .....	<b>242</b>
<b>AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA TURİZM SİYASƏTİNİN MİQRASIYA PROSESLƏRİNƏ VƏ MƏDƏNİYYƏTLƏRARASI DİALOQUN İNKİŞAFINA TƏSİRİ</b>	
<i>Aqil ƏHMƏDOV</i> .....	242
<b>AZƏRBAYCANIN MACHU PICCHUSU ADLANDIRILAN ƏLİNCƏQALAYA SƏYAHƏT EDƏN ƏCNƏBİ TURİSTLƏR ÜÇÜN CAZİBƏ ELEMENTLƏRİ</b>	
<i>Əli CABBAROV, Günel İSAYEVA</i> .....	246
<b>BİRLƏŞMİŞ MİLLƏTLƏR TƏŞKİLATI VƏ TURİZM SAHƏSİNDƏ BEYNƏLXALQ ƏMƏKDAŞLIQ – TURİZM MƏDƏNİYYƏTLƏRARASI DİALOQ VASİTƏSİ KİMİ</b>	
<i>AXUNDOVA Nigar</i> .....	250
<b>INNOVATIVE APPROACH TO THE RESEARCH OF MULTICULTURAL VALUES OF GANJA BASED ON LOCAL TOURISM MONUMENTS</b>	
<i>HASANOV Elnur Latif</i> .....	252
<b>ANA DİLİMİZ MİLLİ SƏRVƏTİMİZDİR</b>	
<i>Seyidəli Həsən oğlu MƏMMƏDLİ</i> .....	255
<b>AZƏRBAYCANDA TƏHLÜKƏ ALTINDA OLAN TARİXİ-MƏDƏNİ ABİDƏLƏR</b>	
<i>Turanə Mehman qızı MƏMMƏDOVA</i> .....	257
<b>PART VIII</b> .....	<b>261</b>
<b>BÖLMƏ 8. TURİZMİN İNKİŞAFINDA DÖVLƏT VƏ YERLİ ÖZÜNÜ İDARƏETMƏ ORQANLARININ ROLU</b> .....	<b>262</b>
<b>MÜASİR İPƏK YOLUNUN TURİZM İMKANLARI</b>	
<i>Məmməd SADIQOV, Könül HƏŞİMOVA</i> .....	262
<b>AZƏRBAYCANDA TURİZMİN DAYANIQLI İNKİŞAFININ SOSIAL-İQTİSADI ROLU VƏ QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ</b>	
<i>KÖÇƏRLİ Yalçın Ənvər oğlu, KÖÇƏRLİ Leyla Rais qızı</i> .....	266
<b>ABŞERON TURİZM BÖLGƏSİNDƏ KURORT-MÜALİCƏ TURİZMİNİN MÜASİR VƏZİYYƏTİ VƏ PERSPEKTİVLƏR</b>	
<i>SULTANOVA Gülşən Abdul qızı, VƏLİYEVA Günel Vahid qızı</i> .....	269

<b>AQRÖTURİZMİN İNKİŞAFI MƏSƏLƏLƏRİ</b>	
<i>HƏSƏNOVA Mətanət Samik qızı</i> .....	274
<b>AZƏRBAYCAN İQTİSADİYYATINDA TURİZMİN ROLU</b>	
<i>ƏLİYEVƏ Roza Əliqulovna</i> .....	278
<b>TURİZM XİDMƏTLƏRİ İXRACININ ARTIRILMASINDA DÖVLƏTİN STİMULLAŞDIRICI ROLU</b>	
<i>QASIMOV Əliağa Əliasgər oğlu, ƏZİZOVƏ Günay Saleh qızı</i> .....	280
<b>PART IX</b> .....	<b>285</b>
<b>BÖLMƏ 9.TURİZM SEKTORUNUN MALİYYƏ ASPEKTLƏRİ</b> .....	<b>286</b>
<b>AZƏRBAYCANDA QEYRİ NEFT İQTİSADİYYATI FORMALAŞDIRILMASINDA TURİZM SEKTORUNUN YERİ</b>	
<i>Elçin SÜLEYMANOV, Yeganə HÜSEYNOVA, Gülbuta MUSTAFAYEVA</i> .....	286





AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI  
TƏHSİL NAZİRLİYİ



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ  
DÖVLƏT TURİZM AGENTLİYİ



*Dedicated to the 96<sup>th</sup> Anniversary of the National leader of Azerbaijan, Heydar Aliyev*

IV INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE OF  
**TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY:  
PROBLEMS AND PROSPECTS**  
3-4, May 2019, Baku, Azerbaijan

# PROCEEDINGS

**- PLENARY MEETING -**

**PLENAR İCLAS****ВОПРОСЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В СФЕРЕ СЕРВИСА И  
ТУРИЗМА ДЛЯ УЧАСТИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ И ОБСЛУЖИВАНИИ  
ГОСТЕЙ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ**

**старший преподаватель Зухра АБДРАХМАНОВА**  
*Уфимский Государственный Нефтяной Технический Университет*

***Abstract:** The article discusses the main issues of tourism and hospitality industry specialists training for the organizing of international events. The problems of this sphere are discussed in the article.*

***Keywords:** tourism, international events, personnel, hospitality industry, university.*

В 2015 г. в г. Уфе были организованы и успешно проведены саммиты ШОС и БРИКС. В подготовке к проведению саммитов приняли активное участие преподаватели и студенты кафедры «Туризм, гостиничный и ресторанный сервис» Института экономики и сервиса. Подобного рода международные мероприятия в большинстве случаев оказывают огромное значение на развитие туризма в регионе проведения. И в данном случае саммиты сыграли на формирование положительного имиджа г. Уфы и Республики Башкортостан в целом. По тому, как Уфа организовала и провела саммиты, можно судить о развитии туристской индустрии в республике [1, с.133].

В-первую очередь, предприятия сервиса и туризма г. Уфы на тот момент столкнулись с большой нехваткой высококвалифицированных специалистов, способных оказывать сервисные услуги на достойном уровне. Не просто требовалось большое количество трудовых ресурсов, а именно нужны были работники, которые владеют самыми передовыми сервисными технологиями. Существенно стала актуальной проблема подготовки кадров, которые были способны оказывать различные туристские услуги, в том числе рекреационные и спортивные на достаточно высоком социально-культурном уровне, также необходимо было учитывать и значительный экономический эффект. Актуальной проблемой, особенно в провинции, является дефицит экскурсоводов с языковой подготовкой [2, с.170].

В современном мире отрасль туризма и сервиса нуждается не только к коммуникабельных и отлично образованных сотрудниках, в том числе и прошедших профессиональную подготовку, но и появилось новое требование обладать высокотехнологичными навыками работы.

Рынок индустрии сервиса и туризма самый быстро развивающийся и очень перспективный. Особое внимание уделяется развитию внутреннего и въездного туризма. Еще несколько лет назад прогнозировали бурный рост туристской индустрии не только в крупных городах, таких как Москва и Санкт-Петербург, но в регионах Российской Федерации. Пример организации и проведения крупных международных мероприятий (Олимпиада-2014 г. Сочи и Чемпионат мира по футболу в 2018 г.) подтверждают реалистичность данных прогнозов. На сегодняшний день можно наблюдать положительную динамику в данном направлении и с уверенностью утверждать, что специалисты в области туристического, гостиничного и ресторанного бизнеса остаются самыми востребованными профессиями не только в крупных городах России в целом, а особенно в регионах.

Но, к сожалению, данная позитивная динамика повышения популярности и привлекательности туризма еще более остро подняла вопрос о подготовке кадров индустрии туризма и гостеприимства.

Серьезный большой вклад в процесс подготовки кадров вносят высшие образовательные учреждения, но на сегодняшний день у работодателей остается еще мнение, что уровень профессионального образования работников туристского рынка не полностью учитывает

## **TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS**

интересы бизнес-предприятий. Немалая часть организаций продолжают вкладывать достаточно средства в подготовку и обучение собственных кадров, что скорее является функцией учреждений профессионального образования. Но в этом случае учитывают по-большей части только свои организационно-процессные интересы. Образовательное учреждение, стремящееся как к собственному развитию, так и заинтересованное в продвижении города и республики на международном туристском рынке, должно задаваться вопросами подготовки специалистов, способных обеспечить высокое качество обслуживания гостей.

Одной из основных проблем подготовки и переподготовки кадров для сферы туризма и гостеприимства была обозначена высокая степень академичности профильного высшего образования, что вследствие приводило к очевидному недостатку практических навыков и знаний, также остро встала проблема нехватки средних специальных учебных заведений, готовящих работников индустрии туризма и гостеприимства. Существует не только проблема в отношении качественной подготовки кадров, но определена и количественная сторона вопроса. Потребности туристской индустрии выше количества выпускников ежегодно заканчивающих профильные образовательные учреждения [3, с. 822].

Существовала и еще существует проблема отсутствия практикоориентированного подхода при разработке и утверждении учебных программ, что не всегда отвечало реальным нуждам предприятий секторов туризма. В равной степени это касалось учебников и учебных пособий, составляемых преподавателями, не имеющими практического опыта работы в индустрии. При огромной нехватке квалифицированных кадров для туристской индустрии выпускники профильных высших учебных заведений часто оставались невостребованными из-за отсутствия навыков и знаний по конкретным специализациям. Но на сегодняшний день данные проблемы учитываются и учебные программы как подготовки, так и переподготовки разрабатываются, прислушиваясь к мнению бизнеса, и в образовательный процесс вносятся необходимые корректировки. Одним из этапов решения указанных проблем является совместная работа высшего учебного профильного образовательного учреждения с предприятиями туристской сферы не только по проработке учебных планов и программ, но и профессиональной ориентации школьников и студентов в тех регионах, где существует острая нехватка кадров [4, с. 5].

Существующая проблема качественного сервиса недостаточно эффективно решается не только в рамках подготовки работников гостиничного и туристского бизнеса, но и специалистов смежных отраслей, обслуживающих туристов.

На сегодняшний день существует большое количество курсов переподготовки и повышения квалификации специалистов в основном при учебных заведениях, однако эти курсы в большинстве своем не дают практических профессиональных знаний и навыков и носят формальный характер. Отсутствует система привлечения к преподаванию работников индустрии туризма. Кафедра «Туризм, гостиничный и ресторанный сервис» имеет положительный опыт в решении данного вопроса. При заключении договора на образовательные услуги с предприятиями сферы туризма и гостеприимства кафедра проводит переговоры с руководителями организации и определяет приоритетные задачи обучения персонала. С учетом результатов обсуждения разрабатывается новая или корректируется существующая программа подготовки или переподготовки сотрудников предприятия и приглашаются профильные специалисты для участия в обучении персонала.

Исходя из этого можно утверждать, что ситуация, сложившаяся в настоящее время на рынке образовательных услуг для сферы туризма, требующая принятия безотлагательных мер по ее качественному изменению имеет тенденцию к изменению в решении данного вопроса.

Как уже неоднократно отмечалась высокая актуальность взаимодействия предприятий индустрии гостеприимства и профильных учебных заведений, но тем не менее, взаимовыгодное сотрудничество бизнеса и учебных учреждений, которое уже должно стать привычным делом, пока не получает широкого распространения в нашей деятельности.

В настоящее время в большинстве случаев сотрудничество предприятий индустрии гостеприимства (турфирмы, отели, рестораны, кафе) и учебных заведений, осуществляющих подготовку кадров для ресторано-гостиничной отрасли и туризма, сводится в лучшем случае к прохождению студентами учебной, производственной и преддипломной практик на базе турфирм, гостиниц и средств размещения, предприятий общественного питания.

## **TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS**

Ряд исследователей в данной области выражают мнение, что существует ряд объективных и актуальных причин, которые создают преграды к более эффективному и результативному сотрудничеству представителей бизнеса и представителей учебных заведений, реализующих программы подготовки кадров для отрасли гостеприимства.

Специалисты в области управления персоналом отмечают невысокую, в некоторых случаях даже слабую практическую подготовку дипломированных специалистов. Выпускники профильных вузов обладают хорошей теоретической базой, но не ориентируются совершенно в специфике работы действующего предприятия, не имеют иногда даже общего представления о внутренних организационных бизнес-процессах, существующих на предприятии. Сотрудники службы персонала, а также руководители структурных подразделений предприятия берут на себя дальнейшую подготовку молодых специалистов. Немаленькие цифры в статьях бюджетов на образовательные услуги могут себе позволить гостиницы, входящие в международные гостиничные цепи, или другие крупные предприятия индустрии туризма, но недоступны небольшим предприятиям, вследствие этого чаще всего молодых сотрудников обучают не отрываясь от производственных процессов, тем самым приводит к дополнительным сложностям и отвлечением от основной работы персонала организаций. Но временные и стоимостные затраты на обучение новых сотрудников-молодых специалистов не несут гарантии, что получив возможность дополнительного образования и опыта работы на предприятии, сотрудник проработав около 10-12 месяцев, а не уволиться с работы для перехода на более оплачиваемую должность на другом предприятии или даже в иной сфере бизнеса.

Есть еще одна слабая сторона вопроса – это несоответствующая требованиям бизнеса языковая подготовка кадров, которых выпускает профильный ВУЗ, тем самым заставляя предприятия выбирать выпускников лингвистических учебных заведений.

В сравнении с уровнем подготовки работников в области туристского бизнеса, включая отельный и ресторанный сегмент, зарубежных и отечественных вузов, будет очевидным более низкая конкурентоспособность российских образовательных учреждений. Одной из возможных причин может быть и недостаточный опыт у российского высшего образования в подготовке кадров для сферы сервиса и туризма и, в сравнении с многолетней сложившейся культурой и технологией работы в подготовке кадров высокой квалификации в признанных зарубежных учебных заведениях.

Если посмотреть более тщательно на проблемы, стоит учитывать и мнение руководство профильных учебных заведений и профессорско-преподавательского состава, отвечающих за соответствующее качество результатов учебного процесса, которые замечают небольшой интерес представителей бизнеса в отрасли в совместной работе над разработками стандартов и программ в области подготовки квалифицированных специалистов, требующихся отрасли. Предприятия в большинстве своем схожи в требованиях и предпочтениях при подборе и трудоустройстве к более подготовленным специалистам, а не заинтересованы в их совместной подготовке. Исходя из этого становится очевидным, что система подготовки кадров, сложившаяся на сегодняшний день имеет ряд существенных недостатков, но они могут быть устранены лишь в одном случае, в случае обоюдной заинтересованности предприятий бизнеса и образовательных учреждений.

В рамках выделенных проблем и решения вопросов подготовки кадров для участия в организации и обслуживании международных мероприятий необходимо следует решить следующие задачи:

- Разработать и реализовать программы повышения квалификации и возможной переподготовки преподавателей учебных заведений по профилю с последующей адаптации их учебных курсов под задачи современного бизнеса.
- Организовывать российские и зарубежные стажировки для студентов и преподавателей профильных вузов для обмена опытом между отечественными и зарубежными специалистами.
- Организовывать больше профориентационных мероприятий для абитуриентов совместно с предприятиями рынка туристической индустрии [5, с. 67].
- Организовывать практики студентов на базе действующих предприятий города и региона в целом с возможностью их последующего трудоустройства.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Матвеева Л. Д., Борнеман Е. П. Жизнь после саммитов: краткий анализ состояния гостиничного бизнеса города Уфы // Стратегия Республики Башкортостан 2030: приоритеты экономического роста: сб. науч. статей Всерос. науч.-практ. конф. – Уфа: УГНТУ, 2017. – С. 133–136.
2. Зарипова Д.Ф. Некоторые аспекты организации туристско-экскурсионного обслуживания иностранных гостей в Республике Башкортостан // Д.Ф. Зарипова/ Актуальные вопросы современной науки. Сборник научных статей Студенческой международной научно-практической заочной конференции. – 2016. – С.170-171.
3. Мусина А.М., Ишбулатов Р.Ф., Хисаева А.И. Опорный университет как центр подготовки кадров и трансфера инновационных технологий для системы инфраструктурного и сервисного обеспечения потребительского комплекса Республики Башкортостан // Экономика и предпринимательство. 2017. № 4-2 (81). С. 821-824.
4. Ахтямова А.Ф., Фёдорова А.Б., Хисамутдинова А.Ф. Опыт реализации проектного обучения Уфимского государственного нефтяного технического университета для совершенствования системы подготовки кадров в Республике Башкортостан // СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ: Материалы XV Международной научно-практической конференции. Минобрнауки России, ОмГТУ; Упр. по развитию туризма М-ва культуры Ом. обл.; под общ. ред. Е.В. Кулагиной. 2018. С. 4-8.
5. Зарипова Д.Ф. Туристско-краеведческое объединение «Школа юного туриста» / Д.Ф. Зарипова // Молодежь – науке. Актуальные проблемы туризма, спорта и бизнеса: материалы 6-й региональной межвузовской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2015. – С.65-67.

## TURİZM SƏNAYESİNDƏ RİSKLƏR VƏ ONUN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİNİN ELMİ ƏSASLARI

**c.e.d., professor Rza MAHMUDOV**

*ETSN Hidrometeorologiya Elmi Tədqiqat İnstitutu  
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *In the article there have been analyzed risks in the tourism industry, reasons of their formation, their types and their influence to the development of tourism companies. At the same time in the article there have been studied the assessment and the management of risks, their forecasting and the reduction of damages for these risks. Also there have been considered damages for separate characteristic risks in the tourism business, and there have been analyzed scientifically based models to prevent them.*

**Key words:** *risk, assessment, types of risks, management, forecasting of risks*

Son dövrlərdə bütün dünyada turizmin inkişafı daha böyük qlobal xarakter daşıyır. Ümümdünya turizm bazarı güclü transmilli proseslərlə müşayiət olunduğundan burada şəxsi kapitallar beynəlxalq əlaqələrdə ölkələrarası müxtəlif monopoliyaların güclənməsi turizm sferasında transmilli şirkətlərin inkişafına səbəb olur. Bu işə turizmdə beynəlxalq iqtisadi, siyasi əlaqələrin inkişafında beynəlxalq standartların işlənilməsini, təkmilləşdirilməsini tələb edir. Bütün bunlar turizmin effektiv inkişafı ilə yanaşı turizmdə idarə olunma riskinidə artırır.

Turizmin inkişafı iqtisadi, sosial-siyasi, ekoloji və s. növ risklərin artmasına səbəb olur ki, bu turizm bazarının iştirakçılara təsir etməklə turizm fəallığında özünü göstərir. Məsələnin həllində informasiya mənbəyi və onun dəqiqliyi, marketinq araşdırmaları, xarici və daxili təhlillər xüsusi əhəmiyyət kəsb edir ki, bu da mümkün risklərin azaldılmasını təmin edə bilər. Bunlarla yanaşı qlobal risklərə daxil olan təbii fəlakətlər, böhranlar, beynəlxalq terrorizm, dünyada iqtisadi böhranlar həmişə diqqət mərkəzində olmalı, mümkün proqramlardan istifadə edilməlidir. Buna görə turizm sferasında risklərin lokal və qlobal növləri nəzərə alınmalı və bunlar ümumiləşdirilərək risklərin kompleks idarə olunması prinsipləri işlənilməlidir [1, 2].

Turizm sənayesində risk anlayışı turist müəssisələrinin öz ehtiyatlarının və gəlirinin bir hissəsinin itirmə ehtimalının göstəricisidir ki, bu gözlənilməz və ya nəzərə alınmayan təbii, siyasi, ekoloji böhranların nəticəsində baş verir. İstənilən baş verən gözlənilməz hadisə turizm sənayesində risk qrupuna daxil edilir və turizm müəssisəsinin maliyyə fəaliyyətinə mənfi təsir göstərir. Bu baxımdan turizm sektorunda fəaliyyətə başlamazdan əvvəl mümkün risklərin baş verməsinin nəzərə alınması



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

müəssisələrin maliyyə fəaliyyətinə minimum təsir göstərə bilər. Əks halda bu turizm şirkətlərinin hətta güclü inflyasiyasına səbəb olur.

Turizm şirkətlərinin fəaliyyətində aşağıdakı riskləri ayırmaq olar [2]:

- Qiymətləndirmədə risk – bu turizm məhsullarının və xidmətlərinin həyata keçirilməsi ilə bağlıdır. Qiymətləndirmə riski turizmdə daima mümkündür və burada 1% səhv qiymətləndirmə 5-10% gəlir itkisinə səbəb ola bilər. Qiymətləndirmə riski inflyasiya artdıqca artır;
- Turizm məhsullarına aid müqavilələrin bağlanması zamanı yaranan risklər;
- Həyata keçirilən turist məhsulları zamanı alınmayan və ya vaxtında alınmayan pul vəsaitləri zamanı yaranan risklər;
- Qiymətli kağızların, investisiyaların, kreditlərin alınmasına dair müqavilələrin pozulmasından yaranan risklər;
- Turist şirkətləri ilə müqavilə bağlayan tərəflərlə və ya firmaların özündə yaranan böhranlardan yaranan risklər;
- Qiymətli kağızlardan gəlirlərin aşağı düşməsindən və yeniliklərdən yaranan risklər. Burada üç risk qrupu bir – birindən fərqlənir: texniki yeniliklərlə bağlı risk, turizm müəssisələrinin iqtisadi və təşkilatı fəaliyyəti ilə bağlı risklər, şirkətin təcrübəsindən yaranan risklər.

Bunlardan başqa vergi riskləri də mövcud olur – yəni vergidən əldə olunan gəlirlərin azalması. Bu o zaman baş verir ki, bu və ya digər məhsulların alışı, turizm fəaliyyəti öz rentabellikini itirir və vergi müqavilələri pozulur.

Bəzi risklər daha qlobal xarakter daşıyır ki, bura təbii fəlakətlərdən, yanğınlardan, millətlərarası böhranlardan turizm müəssisələrinin idarə olunmasını tənzimləyən qanunvericilik aktlarının dəyişməsindən yaranan risklər daxildir. Hətta bəzi texniki təminat, o cümlədən kompüter sistemində baş verən böhranlar da belə risklər qrupuna daxildir. Bəzi hallarda rəqabət bazarında digər turizm sahələri haqqında məlumatların məhdudluğu, reklamların zəif olması turizmdə itkilərin çoxalmasına, gəlirlərin azalmasına səbəb olur. Bu baxımdan belə riskləri qısamüddətli və daimi risklərə ayırmaq olar.

Qısamüddətli risklərə müəyyən zaman müddətində rast gəlinir və bu valyuta riskləri, siyasi qeyri stabillik, münaqişələr, mitinqlər, hərbi fəaliyyət, terrorizm zamanı özünü biruzə verir.

Daimi risklər hər hansı coğrafi məkanda baş verən təbii fəlakətlər vulkan püskürmələri, zəlzələ, sunami, qar uçunları zamanı yaranır.

Risklərin kompleks öyrənilməsi, risklərin turizm şirkətlərinə ümumi təsirinin qiymətləndirilməsinə şərait yaradır. Risklərin ümumi yığılmasının kompleks təqdim risk portfelini və onun sənədli qeydiyyatı – risk pasportu adlanır. Risk portfelinin öyrənilməsi ümumilikdə risk şəraitində qeyri müəyyənliklərin mənbəyi ilə risklər arasındakı qarşılıqlı əlaqə dərəcəsinin nəzərə alınması deməkdir. Əksər hallarda risklərarası əlaqələr haqqında məlumat çatışmazlığı olur, çünki, risklərin özü müxtəlif təbiətli olurlar. Buna görə böyük turizm obyektlərində risklərin kompleks idarə olunması çətinləşir və belə hallarda risklərin qiymətləndirilməsində hər sahə üzrə mütəxəssislər cəlb edilməlidir.

Risklərin idarə olunmasının alternativ metodlarında elə instrumental forma və metodlardan istifadə nəzərdə tutulur ki, hansı ki, bu metodlar turizm biznesində risklərin neqativ təsirinin azaldılmasında effektiv ola bilər. Bunlara misal aşağıdakılar hesab edilir:

- risklərin azaldılması üçün qabaqlayıcı tədbirlərin görülməsi;
- risklərdən dəyən ziyanların ödənilməsinə təyin edilən mənbələrin aşkarlanması;
- iqtisadi ziyanların azaldılmasında praktik tədbirlərin görülməsi;
- turizm şirkətinin özü risklərə məruz qala biləcək şirkətlərlə bağlanacaq müqavilələrin dayandırılması.

Turizm sənayesində risklərin idarə olunma sistemi özünəməxsus xüsusiyyəti ilə fərqlənir ki, bu ilk öncə nəzərə alınan risk sahələrindən, idarəetmə metodundan, məqsəddən asılıdır. Burada turizm firmasının strategiyası, onun funksional fəaliyyəti, uzunmüddətli inkişaf proqnozu və s. nəzərə alınmalıdır. Əgər şirkət turizm bazarında özünün rəqabət gücünü saxlamaq istəyirsə o risk komponentlərini nəzərə almalıdır, onların model qiymətləndirilməsini təmin etməlidir. Belə model qiymətləndirilmədə əsas variant kimi turizm şirkəti üçün – ehtiyatlılıq, tədbir görmə, risklilik nəzərə alınır. Müvafiq variantların strategiyası turizm şirkətinin strateji fəaliyyəti ilə bağlı seçilir. Yəni əgər turizm şirkəti bazar rəqabətini seçirsə, o tədbir və risk variantına üstünlük verir, yox əgər şirkət mümkün vəziyyəti saxlamaq, özünün maliyyə sabitliyini qorumaq istəyirsə - onda o ehtiyatlı və ya tədbirli variantı seçir. Ehtiyatlı variant turizm şirkəti rəhbərliyi tərəfindən o halda seçilir ki, rəhbərlik riskdən dəyən zərəri minimallaşdırmaq, gələn gəliri və əlavə xərcləri azaltmağı nəzərə alır.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Risklərin idarə olunma sistemi mürəkkəb struktura malikdir. Bu strukturda nəinki çoxsaylı müxtəlif mənşəli, müxtəlif təbiətli risklərin təhlilinə eyni vaxtda baxılır, eyni zamanda həmin risklər, onları yaradan səbəblər qarşılıqlı təhlil olunaraq bu risklər arasında əlaqələrə baxılır. Belə tədqiqatlarda, təhlillərdə risklərin idarə olunma sistemində aşağıdakı aspektlərə xüsusi diqqət verilir:

- risklərin çoxfunksiyalılığı və universallığı – burada müxtəlif mənşəli, təbiətli risklərlə mübarizə aparmaq və onlardan dəyən ziyanları minimuma endirmək zəruri hesab olunur;
- risk modulu – burada risklərin idarə olunmasında, müxtəlif proseslərin qarşılıqlı əlaqəsi, konkret vəziyyətin xüsusiyyəti nəzərə alınır ki, burada istifadəçinin tələbatları öz həllini tapır;
- riskin idarə olunmasının yüksək nəticəsi.

Bu xüsusiyyət özü də dəqiqlik, optimalıq, adaptasiya kimi keyfiyyəti özündə birləşdirir. Burada başverən gözlənilməz hadisələrə tez reaksiya vermək, optimal qərarlar çıxartmaq, praktik tədbirlər görmək vacib şərtlərdən hesab olunur. Bu isə, turizm şirkətini mümkün potensial ziyanlardan qoruya bilir. Bu tipli risklərin universal həlli turizm şirkətinin imicini artırmaqla onun etibarlığını və təbii ki, gəlirlərini də artırır. Risklərin belə idarə olunma sistemi turist firmalarının strukturuna daxil olunmalı, onların prioritet strateji istiqamətini müəyyən etməlidir. Bu isə, turizm bazarında şirkətin reytingini artıran əsas prinsiplərdən biridir. Yəni risklərin uğurlu həlli turist şirkətlərinin qeyri-müəyyənlik şəraitində funksional fəaliyyətinin göstəricisidir.

Riskləri kəmiyyətlə qiymətləndirəndə statistik metoddan, ekspert qiymətləndirməsindən, analitik metoddan, oxşarlıq metodundan istifadə edilir [ 3 ].

Statistik metodda mümkün baş verən hadisələrin sayı (N) ilə, bu hadisələrdən baş verən neqativ proseslərin (n) nisbətindən istifadə edilir:

$$R = \frac{n}{N} (1)$$

Risklərin ekspert qiymətləndirilmə metodunda mütəxəssis ekspertlərin apardığı sorğulardan, tədqiqatlardan, onların analiz və qiymətləndirilmələrindən istifadə edilir. Bu metod daha səmərəli, effektiv olmaqla bəzi risklərdən dəyən zərərlərin qiymətləndirilməsində daha çox istifadə edilir.

Analitik metodda risklərin kəmiyyətlə qiymətləndirilməsi aparılır və burada iqtisadi-siyasi modellərdən istifadə edilir. Oxşarlıq metodunda risklərin qiymətləndirilməsində faktiki məlumatlardan və əvvəllər buna bənzər hadisələrdən baş verən məlumatların müqayisəli, oxşarlıq təhlillərindən istifadə edilir.

Turizm sahəsində risklərin nəzərə alınması və ondan dəyən zərərlərin azaldılması qərar qəbul edən şəxslərin peşəkarlığından və münasibətindən çox asılıdır. Risk üzrə menecerlər mümkün risklərin başvermə ehtimalının düzgün proqnozunu verməli, burada böhran və qəza risklərini xüsusən qiymətləndirməlidir. Eyni zamanda risklərin idarə olunmasında texnoloji, iqtisadi, ekoloji təşkilatı, psixoloji aspektləri nəzərə almaqla risklərin proqnozuna kompleks yanaşmalıdır. Menecer fəaliyyətinin əsasını risklə bağlı informasiyaların toplanması və onların düzgün analizi təşkil edir. Risk üzrə menecer digər istehsalat sahəsində çalışanlarla risklərin düzgün qiymətləndirilməsində qarşılıqlı əlaqədə işləyir. Belə informasiyalarda menecer əsas informasiya mənbələrinin dəqiqliyini yoxlamalıdır.

Burada menecerin maliyyə, marketing, istehsalat, təchizat innovativ sahələrdəki səhvi risklərin dərəcəsinin artmasına səbəb olur. Risk menecementin proqnozu, risk vəziyyətinin formalaşmasına səbəb olan turobyektin fəaliyyət tendensiyasını, risk amillərinin nəzərə alınmasına əsaslanır. Belə risk proqnozları turmüəssisənin fəaliyyət proqnozu ilə uyğun gəlməlidir. Proqnozun vacib hissəsi nəqliyyat sferası ilə bağlı olmalıdır. Turmüəssisənin effekti, fəaliyyəti risklərin düzgün proqnoz edilməsindən və risklərə qarşı görülən tədbirlərdən asılıdır. Risklərin azaldılması əsaslandırılmış pasional istiqamətlərin seçilməsinə eyni zamanda təhlükəsizliyin təmin edilməsinə olan fasiləsiz nəzarət əsaslanır. Burada bütün risk yarada biləcək amillərin nəzərə alınması və onların erqonomik idarə olunmasıdır. Risklərdən turmüəssisələrə dəyə biləcək zərərlərin sığortasında risk menecerlərin fəaliyyətinə daxil edilməlidir.

Turizmdə risklərin qiymətləndirilməsi və proqnozu turizm şirkətlərinin fəaliyyətinin tərkib hissəsi hesab edilir. Risklərin ədədi qiymətləndirilməsi iki amilin nəzərə alınmasına əsaslanır [ 4 ].

1. Hər hansı hadisənin mümkün nəticələri
2. Həmin hadisənin başvermə ehtimalı

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Birinci halda hər hansı hadisədən baş verən mümkün nəticələri bütün mümkün variantların orta asılı kəmiyyəti kimi aşağıdakı düsturla təyin etmək olar:

$$E(x) = p_1 \chi_1 + p_2 \chi_2 \quad (2)$$

Burada,  $E(x)$ - gözlənilən nəticə,

$p_1, p_2$  nəticənin başvermə ehtimalı,

$\chi_1, \chi_2$  – mümkün nəticələrin ədədi qiyməti.

İstənilən iqtisadi xarakteristika qiymət paylanmasına malikdir. Buna görə sonrakı hesablamalarda dispersiyamı ortakvadratik meylectmə və ya standart meylectməni təyin etmək lazımdır.

$$\tau^2 = p_1 [x_1 - E(x)]^2 + p_2 [x_2 - E(x)]^2 \quad (3)$$

Burada gözlənilən kəmiyyətdən  $E(x)$  mümkün meylectmə riskin proqnoz edilən ehtimalından olan fərq diapozonunu göstərir. Məsəl üçün turizm firmasında gəlirlə, turun günlə uzunluğu arasında olan  $\pm$  fərq.

Bəzi hallarda belə ehtimal olunan fərqləri variasiya əmsalı kəmiyyəti ilə  $v = \tau/x \cdot 100$  xarakteriləz etmək olar. Variasiya əmsalı 0 ilə 100% arasında dəyişir və bu kəmiyyət nə qədər kiçik olarsa, nisbi risk ölçüsü bir o qədər az olar. 10%-ə qədər zəif tərəddüd, 10-25% yüksək tərəddüd hesab edilir.

Turizm risklərinin keyfiyyətli analiz metodu biznesdə risk sferasını və ya risk zonalarını müəyyən etməkdən ibarətdir. Turist şirkətləri hansısa fəaliyyət nəticəsində risk itkilərini planlaşdırarkən əsas 4 zona ayrılır:

1. Risksiz zona;
2. Risk icazə verilən zona;
3. Böhran risk zonası;
4. Hədsiz risk zonası.

Risksiz zonada demək olar ki, heç bir hadisədən itki gözlənilmir, əksinə bəzən mənfəət artır. İcazə verilən risk zonası turizm şirkəti tərəfindən əvvəlcədən nəzərə alınır və burada dəyər biləcək itki, gəlirdən çox az təşkil edir. Böhran risk zonasında itki bəzən gəlirdən çox olur. Hədsiz risk zonasında itkilər bəzən elə çox ola bilər ki, o turizm şirkətinin bütün əmlakına hətta fəaliyyətinə təsir göstərir. Bu baxımdan əksər turizm şirkətləri birinci və ikinci risk zonalarını öz lahiyələrində iş proqramlarında əsas kimi qəbul edirlər və fəaliyyətlərini bu risklərə uyğunlaşdırırlar.

Turizmdə əgər hər hansı müəssisədaxili qərar bir qrup idarəedən şəxslər tərəfindən qəbul edilərsə, risklərdən dəyər ziyanların qiymətləndirilməsi təcrübəli mütəxəssislərdən təşkil olunmuş ekspertlər tərəfindən həyata keçirilir.

Turizmdə risklərin hesablanması analitik üsulu nəzəri prinsiplərə əsaslanır və bu üsul turizmdə çox az istifadə edilir. Çünki hal – hazırda turizm sahəsində istehsal, kommersiya maliyyə risklərinin hesablanması üçün tətbiqi riyazi proqramlar yoxdur. Bununla turizm xidmətlərində belə proqramların işlənməsində onun tətbiqinin effektivliyi nəzərə alınır. Risklərin idarə olunmasında baş verə bilən hadisələrdən yaranan risklərin və ya risk qruplarının proqnozlaşdırılması və bu risklərdən dəyər ziyanların azaldılması əsas şərtidir. Risklərin idarə olunmasında elm və tətbiqi hərəkət bir vahid sistem, vəhdət təşkil etməlidir. Bu xüsusiyyət bütün mümkün risklər yığımına və onun nəticələrinə kompleks baxmağa imkan verir. Belə hal risklərin idarə olunmasında bütövlülük, komplekslik, sistemin inteqrasiyası kimi aspektləri əhatə edir. Bütövlükdə risklərin çoxluğunun ümumi qiymətləndirilməsinə və risklər arası əlaqə nəzərə alınmaqla neqativ nəticələrə qarşı mübarizə aparmağa istiqamətlənir. Komplekslikdə obyektin mürəkkəbliyi risklərə əlaqə nəzərə alınmaqla burada bir riskdən digər başverə biləcək risklərdə nəzərə alınır. Sistemin inteqrasiyasında bütün sahələrin baş verəcək risklərə və ona dəyər biləcək zərərlərin qarşısını almağa olan tez reaksiyası nəzərdə tutulur.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Рекунова С.А. Управление рисками в сфере туристских услуг. М., 2011. 275 с
2. Косолапов А.Б. Управление рисками в туристическом бизнесе. М., 2009. 288с.
3. Грачева М.В. Анализ проектных рисков. Учеб. пособие. М., 1999. 206 с.
4. Герасимов Н.Г. Структура научного исследования. М., 1985. 164 с.

## **TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS**

### **AZƏRBAYCANIN TURİZM SEKTORUNDA MİKRO VƏ KİÇİK SAHİBKARLIĞIN KLASTERIAL İNKİŞAFININ MİKROMALİYYƏLƏŞMƏ MƏSƏLƏLƏRİ**

**i.e.n., dos. İlqar SEYFULLAYEV**

*ilgar.seyfullayev@unec.edu.az*

**i.ü.f.d., b/m Suqra HÜMBƏTOVA**

*sugra\_humbatova@unec.edu.az*

**i.ü.f.d., b/m Kəmalə NƏCƏFOVA**

*nadjafova\_kamala@mail.ru*

**i.ü.f.d., b/m Samirə ŞAMXALOVA**

*samira\_shamkhalova@mail.ru*

*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)  
Beynəlxalq Magistratura və Doktorantura Mərkəzi  
"İqtisadiyyat və idarəetmə" kafedrası*

#### **ABSTRACT**

The article is devoted to the discussion of the problems of tourism development in developing countries through the operation and regulation of microfinance sectors. Nowadays many developing countries estimate the development of tourism as strategic direction to achieve economic growth. Tourism sector is accepted as a created demand field of seasonal and local features for micro and small enterprises. Therefore, financial markets do not accept micro and small enterprises as significant clients and as usual government regulation is directed to investment attractiveness of local tourism investments. The modernization of the financial sector is implemented through the Microfinance Organizations. The article analyzed current tourism situation in Azerbaijan and studied international experience of developing countries in the field of microfinance. Using the maintains of MO commercial banks can create new tourism sectors by applying financial innovations in tourism market.

**Key words:** Microfinance, tourism, financial markets, developing countries, micro and small enterprises

#### **Giriş**

Hazırda bir çox inkişaf etməkdə olan dövlətlər turizmin inkişafını iqtisadi artıma nail olmanın strateji xətlərindən biri kimi qiymətləndirir. Turizm sektoru xüsusiyyətlərinə görə mikro və kiçik müəssisələr üçün mövsümi və lokal xarakterli tələbat yaradan sahə kimi qəbul olunur. Mikro və kiçik müəssisələrinin bu şəraitdən yararlanma qabiliyyətləri əksər hallarda onların kreditləşmə və digər maliyyələşmə mənbələrinə çıxışı imkanları ilə məhdudlaşır. Mikro və kiçik müəssisələrin maliyyələşmə imkanlarının məhdudluğu yerli turizmin inkişafı ilə yaranan sinerji imkanların istifadəsiz qalmasına və bu sektorun ümumi rəqabət qabiliyyətinin azalmasına gətirir. Maliyyə bazarları mikro və kiçik müəssisələri əhəmiyyətli müştəri kimi qəbul etmir, dövlət tənzimlənməsi isə adətən yerli turizmin investisiya cəlb ediciliyinin yüksəlməsinə istiqmətlənir.

Son illərdə bəzi inkişaf etməkdə olan ölkələrdə Mikromaliyyələşdirmə Təşkilatlarının (MT) köməyi ilə maliyyə sektorunun müasirləşdirilməsi həyata keçirilir. Bu qurumlar mikro və kiçik müəssisələri maliyyə xidmətlərindən istifadə etmə imkanını ilə təmin edərək əhalinin məşğulluq səviyyəsinin və rifahının yüksəlməsinə müsbət təsir göstərir.

Bu baxımdan turizm sektorunda mikro və kiçik müəssisələrin tələblərinə cavab verən maliyyə alətlərinin işlənilməsi, investisiya subsidiyaları, vergi güzəştləri, uzunmüddətli kreditlər, lizinq və sığorta məhsulları bazarında təklifin təkmilləşdirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Kommersiya bankları turizm bazarında maliyyə innovasiyaları tətbiq etməklə maliyyə bazarında yeni seqmentlər yarada və Mikromaliyyələşdirmə Təşkilatlarının iş təcrübəsindən istifadə edə bilərlər.

Müasir dövrdə turizm sektorunun inkişafının ölkə iqtisadiyyatına təsirini aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

- yüksək ixtisas səviyyəsini tələb etməyən işçi qüvvəsinə tələbatı artırmaqla işsizlik probleminin həllinə və rifahın yüksəlməsinə müsbət təsir göstərir;
- yerli qida, sənətkarlıq və əyləncə məhsulları üçün lokal xarakterli əlavə tələb yaratmaqla bu sahədə fəaliyyət göstərən mikro və kiçik müəssisələrin inkişafını dəstəkləyir;

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

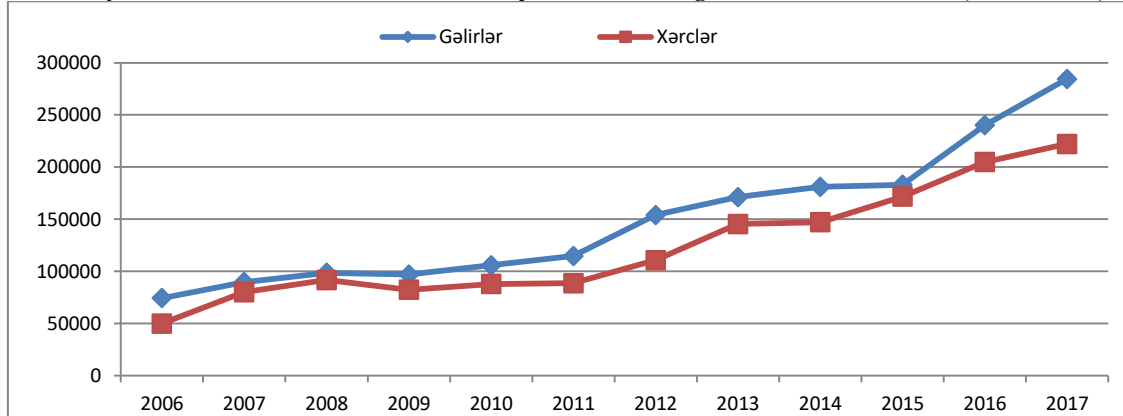
- ölkəyə dönərli valyuta axını gücləndirməklə ixracın şaxələndirilməsinə müsbət təsir göstərir;
- istirahət və əyləncə tələbatlarını daha yaxşı ödəməklə yerli əhalinin xarici turizmə meylini azaldır və bununla da ölkədən vayuta axını məhdudlaşdırır.

Ölbəttə, turizmin inkişafı ilə ölkənin yüksək iqtisadi artım templərinə nail olacağını iddia etmək o qədər də yaxşı ideya deyil. Hər bir ölkənin iqtisadi inkişafı liberallaşma və qanunların aliliyi ilə xarakterizə olunan mühitdə və daha çox elm, əmək və kapital tutumlu sahələr hesabına yaranır.

### Azərbaycanda turizm sektorunun klasterial inkişaf potensialının təhlili

Azərbaycanda turizm sektorunun inkişafı dövlətin iqtisadi siyasətinin əsas prioritetlərindən biridir. Ölkədə nəqliyyat infrastrukturunun beynəlxalq standartlar səviyyəsində yenidən qurulması, müxtəlif bölgələrdə hava və dəniz limanlarının tikintisi, yeni magistral avtomobil yollarının salınması, dəmir yollarının təkmilləşdirilməsi kimi irimiqyaslı tədbirlərlə yanaşı turistlər üçün maraqlı oyada biləcək tarixi abidələrin bərpası və tanıtılması istiqamətində də dövlət investisiyaları öz səmərəsini verməkdədir. Son illərdə Azərbaycanda təşkil olunan beynəlxalq incəsənət tədbirləri və idman yarışları da ölkəmizin turizm baxımından cəlbediciliyinin yüksəlməsinə və yerli turizm bazarının inkişafında mühüm rol oynamışdır. Əgər mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin iqtisadi göstəricilərinin dinamikasını turizmin inkişaf barometri kimi qəbul etsək, onda görürük ki, 2006-2017-ci illərdə mehmanxana biznesinin gəlirlərinin həcmi təxminən 4 dəfə artmış və 2017-ci ildə 284 milyon manat səviyyəsinə çatmışdır.

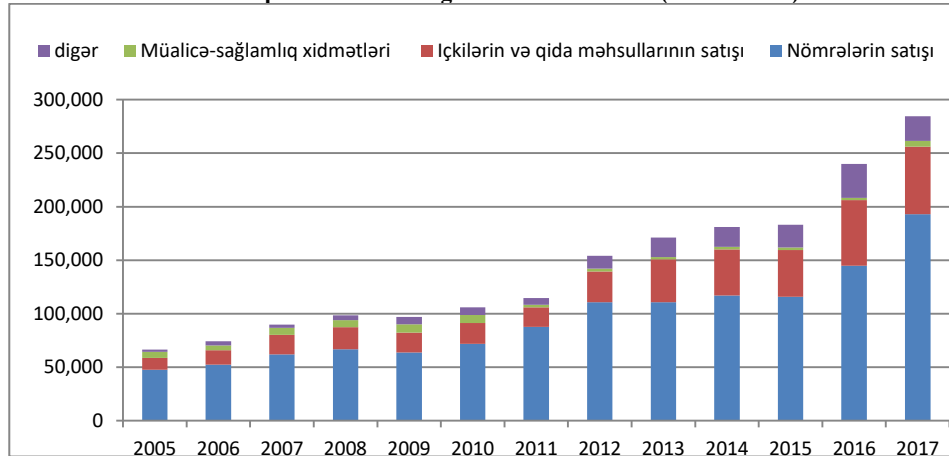
Azərbaycanda mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin gəlir və xərclərinin həcmi (min manatla)



Mənbə: www.stat.gov.az

Mehmanxanaların gəlirlərinin strukturuna diqqət yetirdikdə görünür ki, bu gəlirlərin 65-70%-nəmrələrin satışından, 22-25%-i qida və içkilərin satışından, 2-3%-i müalicə-sağlamlıq xidmətlərindən daxil olmuşdur. Qrafikdən görünür ki, Azərbaycanda müalicə-sağlamlıq xidmətlərindən turizm gəlirlərinin səviyyəsi demək olar ki, dəyişməz qalır.

Mehmanxana tipli müəssisələrin gəlirlərinin strukturunu (min manata)

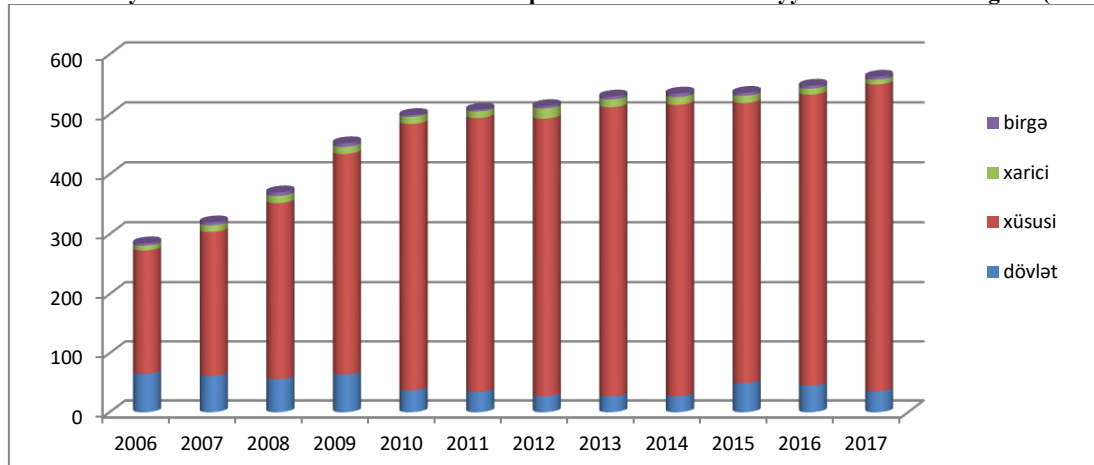


Mənbə: www.stat.gov.az

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Dövlətin turizm sektorunda yaratdığı əlverişli iqtisadi mühit özəl sektorun bu sahədə sürətli inkişafına gətirmişdir. Belə ki, mehmanxaların sayı 2006-cı ildəki 285 ədəddən 2017-ci ildəki 563 ədədək artmışdır. Fərdi sahibkarlara məxsus olan mehmanxanaların sayının sürətlə artması isə bu sahənin özəl kapital üçün cəlbediciliyinin artmasından xəbər verir.

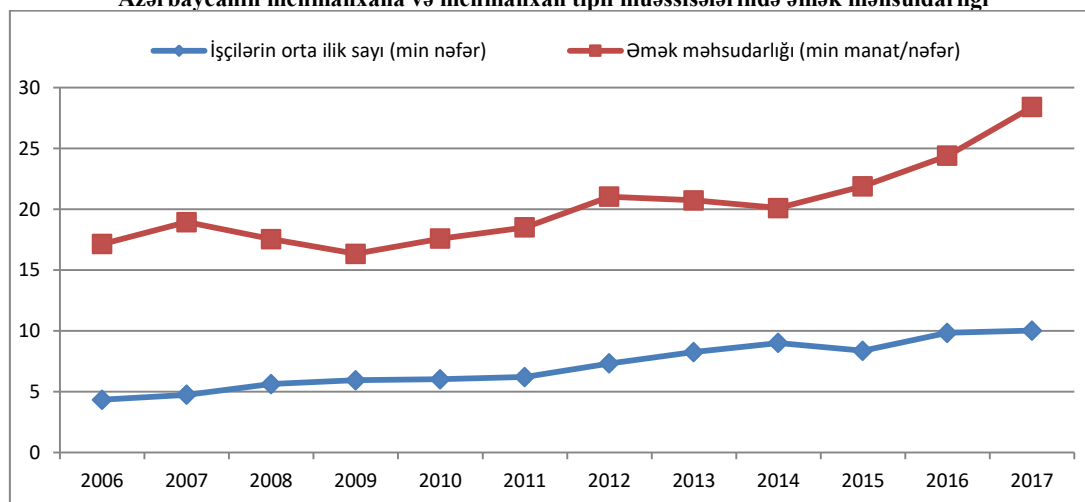
Azərbaycanda mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrinin mülkiyyət növləri üzrə bölgüsü (vahid)



Mənbə: www.stat.gov.az

Eyni zamanda, istirahət, asudə vaxtın keçirilməsi, əyləncə və sağlamlıq turizmi kimi sektorlarda sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi üçün dövlət tərəfindən yaradılmış əlverişli iqtisadi mühit bu sahədə yerli şirkətlərin yaranması və inkişafına, onların rəqabət qabiliyyətinin yüksəlməsinə böyük impuls vermişdir. Azərbaycanın mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrində müasir idarəetmə metodlarının tətbiqi nəticəsində bu müəssisələrdə illik əmək məhsuldarlığı təxminən 17 min ABŞ dollarınadək yüksəlmişdir. Bu göstərici ölkə üzrə məşğul əhəlinin müvafiq göstəricisindən təxminən iki dəfə böyükdür. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, mehmanxana biznesinin inkişafının ölkədə məşğulluğun təmin edilməsində birbaşa əhəmiyyəti o qədər də böyük deyil. Bu sahədə çalışanların sayı yalnız 2016-2017-ci illərdə 10 min nəfəri keçmişdir. Lakin turist axınının əsas cəlbedicilərindən olan mehmanxana xidmətlərinin kəmiyyət və keyfiyyət göstəriciləri qida sənayesi, restoran və kafelər, milli suvenirləri hazırlayan kiçik emalatxanalar, nəqliyyat və səyahət xidmətləri təkif edən mikro və kiçik sahibkarlıq subyektlərinin inkişafını dəstəkləyə və klasterial inkişafı sürətləndirə bilər.

Azərbaycanın mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrində əmək məhsuldarlığı



Mənbə: www.stat.gov.az

Azərbaycanda turizm sənayesinin inkişaf templərini qiymətləndirmək üçün bu sahədə istifadə olunan əsas fondların dəyərinin dinamikasından istifadə edə bilərik. Belə ki, Azərbaycan

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

iqtisadiyyatında əsas fondların dəyəri 2016-cı ildə 169,1 milyard manat olmuşdur ki, bu da 2005-ci ilin müvafiq göstəricisindən 5 dəfə çoxdur. Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai işə müəssisələrinin əsas fondlarının dəyəri isə 2016-cı ildə 0,75 milyard manat (ölkə üzrə ümumi göstəricidə payı 0.45%) olmaqla 2005-ci ilin müvafiq göstəricisindən 6,3 dəfə çox olmuşdur. Bu sahənin əsas fondlarının artım tempinin ölkə üzrə artım tempindən çox olması sahənin investorlar üçün cəlbediciliyinin yüksəlməsi barədə mülahizə söyləməyə əsas verə bilər.

Eyni zamanda, turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai işə müəssisələrində yaradılan ÜDM-in cari qiymətlərlə həcmnin 2005-ci ildəki 70 milyon manatdan 2017-ci ildə 1,64 milyard manatadək 23 dəfəlik artımı sahədə məhsudarlığın və gəlirliliyinin artmasını göstərir. Bu sektorun ÜDM-də payının 2005-ci ildəki 0,56% -dən 2017-ci ildəki 2,3%-dək artması (5 dəfəlik artım) turizmin Azərbaycan iqtisadiyyatında əhəmiyyətinin sürətlə artmasını da göstərir.

Azərbaycan kimi inkişaf etməkdə olan ölkələrdə turizmin inkişafı mikro və kiçik müəssisələrin daha səmərəli olduğu lokal və mövsümi xarakteri tələbatların sürətlə artmasına gətirir. Turizm sektorunun klasterial inkişafının təmin edilməsi və bu sektorun ölkədə həyat səviyyəsinin yüksəlməsində rolunun artması mikro və kiçik müəssisələrin bu imkanlardan yararlanma qabiliyyətlərinin və imkanlarının mövcudluğu ilə birbaşa bağlıdır.

Bölgələrdə yüksək ixtisasa malik olmayan insanların özünəməşğulluğunun və ümumiyyətlə məşğulluğun təmin olunması üçün maliyyə resurslarının əlçatanlığı mühüm əhəmiyyət kəsb edir. İqtisadiyyatın liberallaşdırılması adətən daxili maliyyə bazarlarının modernləşdirilməsindən başlayır. Tədqiqatlar göstərir ki, açıq və müasir tələblərə cavab verən maliyyə bazarları ilə əhalinin rifahı arasında müsbət əlaqələr var.

Mikromaliyyələşmənin əsas istehlakçılara aşağıdakıları aid etmək olar:

- kiçik əkinçilik, heyvandarlıq və balıqçılıqla məşğul olan fərdi sahibkarların becərmə, gübrələr, dərman preparatları, zəruri texniki vasitələrin alınması və digər xərclərinin maliyyələşdirilməsi üçün;
- aqrar sektor məhsullarının emalı və saxlanması üçün əsas vəsaitlərin və texnologiyaların alınması üçün və s;
- sənətkarlıq, ticarət, nəqliyyat, mehmanxana, turistlərin yerləşdirilməsi, fitnes, restoran və digər sahələrdə fəaliyyət göstərən sahibkarlar;
- bu sahələrdə idarəetmə və marketing xidmətlərinin ödənilməsi üçün.

Mikromaliyyə biznesi bir çox kənd və şəhərlərdə uğur qazanmışdır. İqtisad elmində turizmin sənayesinin inkişafı ilə yoxsulluğun azaldılması və yoxsulların maliyyə bazarlarına çıxışı praktiki olaraq birlikdə təhlil edilməmişdir. Turizmin çox olduğu yerlərdə maliyyə axınları digər yerlərdə axınlardan fərqlənirmi? Yoxsulların bu axınlara çıxışlarını təmin etmək olarmı? Maliyyə və turizm sektoru yoxsulluğun azaldılması üçün daha çox iş yeri təklif edə bilərmi?

İnkişaf etməkdə olan ölkələrin son 30 ildəki liberallaşma təcrübəsi göstərdi ki, bu ölkələrin müəssisələri azad rəqabətdə inkişaf etmiş ölkələrin müəssisələrinə uduzur və nəticədə liberallaşma gəlirlərinin daha çox qeyri-bərabər bölgüsünə, eləcə də yoxsulluğun artmasına gətirib çıxarır. İnkişaf etməkdə olan ölkələrin hökumətlərinin turizmə xarici sərmayələrin təşviq edilməsi istiqamətində səyləri ödəniş balansını yaxşılaşdırmağa bilər. Bununla belə, bu, özü-özlüyündə iqtisadiyyatın inkişafına və ya gəlirlərin daha yaxşı bölgüsünə gətirib çıxara bilməz.

### **Mikromaliyyələşmə sahəsində beynəlxalq təcrübə**

Maliyyə sektorunun yüksək inkişaf səviyyəsi ölkə iqtisadiyyatının uzunmüddətli dövrdə dayağı kimi çıxış edir. Maliyyə xidmətləri iqtisadiyyatda iqtisadi inkişafın təmin edilməsində mühüm rol oynayır. Bu kapital yığıcı və texnoloji proqres tempinə müsbət təsir göstərə bilər. İqtisadi artımı stimullaşdırmaq və dəstəkləmək məqsədilə kommertiya bankları, yığıcı və kredit təşkilatları kimi vasitəçi banklar aşağıda qeyd edilən effektləri nəzərə almalıdır (DFID, 2004):

- yığıcının mobilləşdirilməsi
- iqtisadi artımı stimullaşdırmaq və yardım məqsədilə kreditlərin verilməsi
- risklərin idarə olunması
- investisiya imkanları barədə məlumatların təqdim olunması
- borc alanların monitorinqi
- əmtəə və xidmətlərin mübadiləsinə yardım etmək.

Yaxşı fəaliyyət göstərən maliyyə sektoru iqtisadi artımın səviyyəsinə müsbət təsir göstərir. Eyni zamanda müəyyən olunmuşdur ki, bu sektor gəlirlərin daha yaxşı bölgüsünə imkan yaradır (Beck et

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

al., 2004). Bu o zaman baş verir ki, əhalinin aşağı gəlirə malik təbəqəsi bank kreditləri və digər əmanət xidmətlərindən istifadə etmiş olsunlar. Onlar potensial kapital yığımında öz paylarına sahib olmaq imkanı qazanırlar.

Qeyd olunanlar nisbətən az inkişaf etmiş ölkələrə şamil edilmir, burada banklar əhalinin aşağı gəlirli təbəqəsinin maliyyə tələblərinə az maraq göstərir. Banklar müştəriləri xidmətlərlə təmin etmək məqsədilə fərz edilən risk və kreditqabiliyyətliliklə bağlı məlumata əsaslanan kredit qərarlarını qəbul edirlər. Yoxsul əhali adətən leqallaşmayan müəssisə və bazarlarda qeyri formal işlədikləri üçün kreditqabiliyyətlilikləri haqqında informasiyanı itirmiş olurlar. Bu halda borc alanlar və yüksək tranzaksiya xərcləri haqqında asimetriya da yaranır (Phillips et al., 2005) və bu maliyyə bazarlarının qeyri-təkmilliyinə və nisbətən az inkişaf etmiş ölkələrdə kreditləşmə normasının səmərəliliyinin aşağı düşməsinə gətirib çıxarır. Nəticə etibarilə, banklar da zənn edirlər ki, kiçik həcmli kreditlərin, depozit xidmətlərinin təqdim olunması mənfəətli deyil və bununla da yoxsul əhali maliyyə bazarına çıxış imkanlarından məhrum olunurlar.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə kommersiya bankının yoxsul müştərilərə və kiçik biznesə kredit xidmətləri göstərilməməsinin səbəbləri vardır. Belə müştəri siyasəti, mərkəzi bankların rezervləşmə və kreditləşmə siyasətinə uyğun nəzarət ilə kamil biznes qərarı hesab olunur. Maliyyə xidmətlərinə, xüsusən kreditlərə təklif və tələb arasındakı uyumsuzluq əhalinin aşağı gəlirli seqmentinə, həmçinin biznesin inkişafına mənfi təsir kimi qiymətləndirilir..

“Mikromaliyyə inqilabı”nın müasir uğuru inkişaf etməkdə olan ölkələrin bu yanaşmasının səhv olduğunu sübut etdi. Mikromaliyyə Təşkilatları bank olmasalar da, gəlirləri aşağı olan əhali qrupuna maliyyə dəstəyi göstərməkdə ixtisaslaşmışlar. Bu qurumlar göstərdilər ki, düzgün seçilmiş maliyyə xidmətləri təklif etməklə maliyyə vasitəçiləri üçün stabil mənfəətli müştəri bazası yaratmaq olar: aşağı gəlirli əhali qrupu kredit borclarını vaxtlı-vaxtında geri qaytarırlar və onların qənaəti bacarmama fikirləri mifə çevrildi (Robinson, 2001). Mikromaliyyə Təşkilatlarının yaratdığı imkanlardan istifadə etməklə qənaətin təmin edilməsi müştərilərə vəsaitlərin yığılımı və gələcəkdə iri investsiya və xərcləri dəyərləndirmək bacarığı verir. Yığılım və digər maliyyə xidmətlərinin əlçatanlığı əhalinin aşağı gəlirli təbəqəsinin həssaslığını aşağı endirir və ailənin gəlirlərinə və rifahına uzunmüddətli təsir göstərir. Mikromaliyyə Təşkilatları çox kasıb əhali qrupuna maliyyə xidmətləri göstərməklə yanaşı investorları daimi ödəmələrlə təmin edirlər (Robinson, 2001). Onlar maliyyə sektorunda Korporativ Sosial Məsuliyyət konsepsiyasına müraciət edir, maliyyə sektorunun real artımına və yoxsulluq miqyasının azalmasına da təsir göstərməyə çalışırlar. Nəticə etibarilə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə maliyyə sektorunun modernləşməsi baş verir.

Nisbətən az inkişaf etmiş ölkələrdə daha peşəkar və iri Mikromaliyyələşdirmə Təşkilatların fəaliyyətləri dəstəklənir. Bu yolla az gəlirli müştərilərə müxtəlif maliyyə xidmətləri təklif etməklə ölkədə fəaliyyət göstərən digər maliyyə müəssisələrinə sanki nümunə göstərməyə çalışırlar. Məşhur nümunə kimi Nobel mükafatı laureatı Məhəmməd Yunisin təşəbbüsü ilə yaradılan “Grameen Bank”ı misal göstərmək olar. Grameen Bank müştəri bazasına (3,7 milyon müştəri) 4,5 milyard dollar həcmində vəsait verilmişdir.

Nəticə olaraq bütün dünya üzrə 70 milyona qədər aşağı gəlirli müştəri kreditlər, yığılım və mikrosığorta kimi maliyyə xidmətlərindən yararlanmağa başlamışdır (Robinson, 2001). Göstəricinin təsirli olmasına baxmayaraq bu bütün dünyada potensial tələbin çox az payını təşkil edir. Bu səbəbdən mikromaliyyələşdirmə xidmətlərinin nisbi təklifi yoxsulluğun azalmasına məhdud təsir göstərmişdir və yoxsul təbəqənin iqtisadi vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasında əhəmiyyətli olmamışdır. Lakin bununla belə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə Mikromaliyyələşdirmə Təşkilatları yenə də bankçılığa nisbətən az fəaliyyət göstərir.

### **Turizm və mikro və kiçik müəssisələr: xüsusiyyətləri və məhdudiyətlər**

Lokal səyahət xidmətlərinin əksəriyyəti mikro və kiçik biznes vasitəsilə təmin edilir. Hesablamalara görə, yalnız yataqxanada yataqların 80%-i kiçik, ümumiyyətlə ailə müəssisələrindədir. Kiçik müəssisələr turizm zəncirinin müxtəlif komponentləri arasında yerli nəqliyyat, ərzaq və içkilər, kiçik otellər, mağazalar və alış-veriş xidmətləri mühüm bir əlaqə yaradır. Biznes əlaqələrinin və maliyyə axınının mürəkkəbliyini təhlil etmək üçün aşağıdakı konseptual çərçivəni tətbiq etmək və onu turizm sektoruna tətbiq etmək uyğun görülür.

Turizmdə özünü məşğul edən aşağı gəlirli əhali təbəqəsinə nümunə olaraq küçə satıcıları, baqaj daşıyıcıları, təmizlik xidmətləri göstərənləi misal göstərmək olar. Yoxsul insanlar əsasən turizm



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

mövsümündə (potensial turistlərin və satışların sayından asılı olaraq), bu xidmətəri göstərir, digər vaxtarda isə əsasən titkinti və kənd təsərrüfatı sahələrində fəaliyyət göstərilir.

Cədvəl 1. Müəssisələrin növləri

Tipi	İşçi sayı	Xarakteristikalar	Yığılı üçün aktivlər
Fərdi sahibkarlıq	Özünə-məşğulluq	Əsas fəaliyyət növünə əlavə olaraq, mövsümi və lokal tələbatları ödəməklə ailə büdcəsini əlavə gəlir gətirir.	Maliyyə xidmətlərinə tələbatları mövsümi, qeyri-müntəzəm xarakter daşıyır və kiçik həcmli olur. Adətən likvidli aktivlərə malik olmurlar.
Mikro müəssisələr	1 – 9 nəfər	Məhdud həcmli istehsal obyektlərinin işlədilməsi, böyümə imkanlarının məhdudluğu. Turizmlə bağlı gəlirlərin ailə büdcəsində payının qeyri-müntəzəmliyi	Az miqdarda likvidli aktivlərin mövcudluğu. Dəqiq biznes strategiyası olmur, Əsas məqsəd gəlirin sabitləşməsi
Kiçik biznes	10 - 49	Təşkilatlanmış olurlar, ixtisaslaşmış turizm fəaliyyəti ilə məşğul olurlar	Biznes strategiyasına və kiçik həcmli aktivlərə malik olurlar, ödəmə qabiliyyətləri qismən yüksəkdir

Özünü məşğul edən aşağı gəlirli əhali qrupu əsas vəsaitlərdən istifadə və ya sərmayə yığmaq imkanını çətinliklə nail olurlar. Onlar biznesə strategiya kimi deyil, yaşamaq imkanı kimi baxır, sahibkarlıq (marketing və texniki) bacarıqları və xidmət keyfiyyəti adətən eynilik təşkil edir. Belə fəaliyyətlə məşğul olan qrup üçün nağd vəsaitlərin çatışmazlığının aradan qaldırılması və kiçik sərmayə ilə təmin edilməsi əsas maliyyə xidmətləri kimi çıxış edir.

Müasir mərhələdə mikro müəssisələr aşağı gəlirli sahibkarlardan fərqli olaraq, müəyyən biznes strategiyası ilə işləyirlər. Mikro turist müəssisələrinə nümunə olaraq taksi sürücüsü, kiçik restoran, qida və içki satıcıları, pərakəndə mağazaları misal göstərmək olar. Dolayı xidmətlər apteklər, foto studiyaları, bərbərxanalar, sfitnes zalları, dükanlar və s. vasitəsilə həyata keçirilir. Fəaliyyətə yeni başlayan mikro müəssisələr dövrüyyə kapitalına və bəzən əsas vəsaitlərə sərmayə yatırmaq üçün maliyyələşdirilməyə ehtiyac duyurlar. Bəzən ilkin maliyyə vəsaiti ailələr və dostlar vasitəsilə əldə edilə bilər, lakin bu vəsait heç də yeni işə başlamağa kifayət etmir. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə bu müştərilər Mikromaliyyə Təşkilatlarına yönəldilir.

Digər müəssisələrdən fərqli olaraq, ixtisaslaşdırılmış mikro-turizm müəssisələri məsələn ixtisaslaşdırılmış çörək və qənnadı məmulatları, qəhvə evi, suvenir ticarəti və sənətkarlıq mağazaları, səyahət agentlikləri, kiçik tur operatorları, kiçik kirayəlik evlər kimi turizm sektoru ilə işləyir. Gəlirlərinin mövsümi və qeyri-müntəzəm satışlardan asılı olması bu müəssisələrin əsas xüsusiyyətlərindən biri sayılır. Eyni zamanda, mikro-müəssisələr öz fəaliyyətinin başlanğıcından etibarən sabit aktivlərdən istifadə etməlidirlər. İxtisaslaşmış mikro turizm sahibkarları mövsümi xarakterli biznes fəaliyyətində kapitaldan istifadə etməklə yanaşı xammal və ya hazır məhsulların minimum səviyyəsinin alınması və saxlanması, müntəzəm təmir xərcləri (elektrik, su, yanacaq, nəqliyyat, əmək haqqı və s.) üzrə ödənişləri, malların və xidmətlərin bazara təqdim edilməsi, təchizatçılara ödənişləri, icarəyə haqlarının ödənilməsi kimi cari xərclərin maliyyələşməsinə ehtiyac duyurlar.

Satışdan gəlirlərin qeyri-müntəzəmliyi, cari xərclərin isə daimiliyi (investisiya ehtiyacları da mühüm rol oynayır) onların maliyyə həssaslığını artırır və nəticədə bu müəssisələr maliyyə xidmətlərini əldə etməkdə çətinlik çəkirlər. Maliyyə resurslarının çatışmazlığı bu müəssisələrin rəqabətliyini məhdudlaşdırır və onların maliyyə bazarının müştəri kimi cəlb edilişini azaldır.

Belə halın yaranması səbəblərinə aşağıdakıları aid etmək olar:

- müştərinin aktivəri və ödəməqabiliyyəti barədə informasiya asimetriyasının mövcudluğu;
- kreditləşmə siyasətinin dövlət tənzimlənməsi ilə yaranan məhdudlaşdırıcı təsirlər;
- mikromüəssisələrin biznes planlama və marketing qabiliyyətlərinin zəifliyi;
- maliyyə savadsızlığı (vergi ödəmələri, uçot, maliyyə bazarlarına çıxış və s. üzrə).

### **Kiçik ixtisaslaşdırılmış turizm müəssisələri**

Böyük turist sayı və sabit tələbatla xarakterizə olunan sektorlarda turizm məhsulları və xidmətlərinin əksər hissəsi məhz kiçik turizm müəssisələrinin vasitəsilə təchiz edilir. Nümunə olaraq dalgıç-məktəblər, dil məktəbləri, kənd təsərrüfatı məhsullarının emal edən istehsal müəssisələri, zavodlar, kirayə evlər, mini-hotellər, böyük restoranlar, istirahət bazaları, avtobus şirkətləri, səyahət agentliklərini göstərmək olar. Belə müəssisələr adətən turizm xidmətləri, turizm məhsulları və ya

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

turizm bazarlarının konkret hədəf seqmentləri üzrə ixtisaslaşırırlar. Uğur qazandıqları halda kiçik müəssisələr fəaliyyəti genişləndirir, öz bizneslərini qeydiyyatı alır, torpaq və binalara investisiya yatırırırlar.

Gəlir və maliyyələşdirilmə strategiyalarına gəldikdə isə bu müəssisələrə əsasən mikromaliyyələşdirmə institutları deyil məhz adi kommersiya bankları tərəfindən xidmət göstərilir. Lakin, kiçik mehmanxana seqmentinə baxsaq görürük ki, onların əsas vəsaitlərin ümumi həcmində aktivlərinin payı çox aşağı olaraq qalır. Görünür, onlar daha çox öz fəaliyyətlərində nağd pul vəsaitləri və cari aktivlərdən asılıdır nəinki mikromüəssisələr.

Kiçik müəssisələrin bu kateqoriyası iqtisadi inkişaf üçün vacibdir, amma kifayət qədər dövlət dəstəyini qazana bilmirlər. Bu kateqoriyanın maliyyə ehtiyaclarının qiymətləndirilməsi üçün bir çox tədqiqatlar həyata keçirilmişdir. Afrika ölkələrinin müqayisəli təhlili KOM-lərin maliyyələşdirilmə əlaqələrini aşağıdakı məhdudiyyətlərlə ümumiləşdirir (Beyene, 2002):

- yüksək faiz dərəcələri (30-40% illik)
- uzunmüddətli kreditlərin olmaması
- girov və zəmanət sxemləri üzrə məhdudiyyətlər
- bürokratik bank prosedurları
- mövcud olan maliyyələşdirilmə mənbələri haqqında informasiyanın olmaması (maliyyə bazarlarında şəffaflıq məhdudiyyətləri)
- maliyyələşdirilmə şəhər yerlərində konsentrasiyası
- şaxələndirilmiş maliyyə məhsullarının azlığı (sığorta, pay maliyyələşdirilməsi, xarici valyuta əməliyyatları).

Ticarət və İnkişaf üzrə Birləşmiş Millətlər Təşkilatı Konfransı (TİBMTK) kimi bəzi təşkilatlar bu biznes seqmentini "*boşluq*" kimi adlandırırlar. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə isə bu sıraya daxil olan firmaların sayı çox məhduddur və onların uzunmüddətli iqtisadi artım və kapital yığılmasında əhəmiyyəti güclüdür: Şərqi Asiya ölkələrində ÜDM-in artımının bir qisminin kiçik və orta müəssisələrə (KOM) aid olmasına baxmayaraq, bu ölkələrdə mikromüəssisələrin rolu azalıb (Bannock, 2005). İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə hökumət bir qayda olaraq, öz iqtisadiyyatlarının ilk iki seqmentləri barədə unudurlar. Onlar 9-250 əməkdaşdan ibarət müəssisələri xüsusilə qiymətləndirirlər. Əsas arqumentləri ondan ibarətdir ki, bu müəssisələr orta hesabla layiqli səviyyədə performans çatırırlar və bu zaman nisbətən böyük həcmdə iş yeri yaradırlar.

Beləliklə, kiçik müəssisələr məhsuldarlıq qabiliyyətinə (performansa) görə özünü məşğul edən mikromüəssisələrdən, iş yerlərini yaratma qabiliyyətinə görə isə iri müəssisələrdən daha effektiv görünür. Hökumətin bu seqmentə diqqətinin artırılması üçün bu əsaslandırma kifayət qədər qənaətbəxşdir. Lakin bir çox ölkələrdə kiçik müəssisələrin məşğulluğun artmasında, gəlirlərin bərabərsizliyinin və yoxsulluğun azaldılmasında rolu lazımi səviyyədə qiymətləndirilmir (Bannock, 2005).

### Nəticə

Azərbaycanın turizm sektorunun hazırki inkişaf səviyyəsi və gələcək potensialı bu sahədə klasterial inkişaf üçün böyük imkanlar yaradır. Turizm sektorunun yaratdığı lokal və mövsümi xarakterli tələbatlar belə tələbatların ödənilməsində daha səmərəli və çevik olan mikro və kiçik müəssisələrin inkişafı üçün böyük imkanlar açır. Eyni zamanda, həmin tələbatların ödənmə səviyyəsinin yüksəkliyi ölkənin turizm sektorunun ümumi rəqabət qabiliyyətini də yüksəldir. Bu baxımdan, Azərbaycanda turizm sektorunun klasterial inkişafı üçün çox yaxşı iqtisadi imkanların mövcudluğunu fakt kimi qəbul etmək olar.

Turizm sektoru ilə əlaqəli olan mikro və kiçik müəssisələrin inkişafı əhalinin rifahının yüksəlməsi, əhalinin özünüməşğulluq səviyyəsinin artması, ölkədə gəlirlərin bərabərsizliyinin azaldılması kimi məsələlərin həlinə müsbət təsir göstərir.

Mikro və kiçik müəssisələrin maliyyə bazarlarına çıxış imkanlarının artırılması, mikromaliyyə məhsulları bazarında tələb və təklif arasında uyğunsuzluqların yaranmasına gətirən institusional məhdudiyyətlərin aradan qaldırılması və onların bu xidmətlərdən istifadə qabiliyyətlərinin yüksəldilməsi turizmin klasterial inkişafının yaratdığı sinergetik imkanlardan daha da səmərəli istifadə edilməsi üçün əsas istiqmətlər kimi qəbul oluna bilər.

## **TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS**

### **ƏDƏBİYYAT**

1. Jos van der Sterren, (2008) Financial Markets, Microfinance and Tourism in Developing Countries.
2. DFID (2004): The importance of financial sector development for Growth and Poverty Reduction. Policy Division Working Paper. (Report nr. PD 030 page 16).
3. Denman R. and Denman, J. (2004) Tourism and poverty alleviation recommendations for action. Madrid: World Tourism Organisation (Report nr. ISBN: 92-844-0701-X pages 2-5)
4. Phillips, R., Bernasek A., Ross M. (2005): Globalization and the changing relationship between economic development and capital markets: innovations in funding for Microfinance. In: Capital Markets, Globalization and Economics Development. Series innovation in Financial Markets and Institutions, nr. 15, Kluwer, ISBN 0-387- 24564-2.
5. Robinson, M. (2001): The Microfinance Revolution. Worldbank, ISBN 0-8213-4524-9.
6. Beyene A. (2002): Enhancing the competitiveness and productivity of small and medium scale enterprises in Africa, In: Africa Development, vol. XXVII, no. 3, 2002, pp.130-156.
7. Bannock G. (2005): The economics and management of small business, an international Perspective: Routledge Taylor and Francis Group, ISBN 0-415-33666-X
8. C.A.Məmmədov, H.B.Soltanova, S.H.Rəhimov "Beynəlxalq turizmin coğrafiyası" Dərslik 2002.
9. [www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az)
10. <https://grameenfoundation.org/muhammad-yunus>



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI  
TƏHSİL NAZİRLİYİ



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ  
DÖVLƏT TURİZM AGENTLİYİ



*Dedicated to the 96<sup>th</sup> Anniversary of the National leader of Azerbaijan, Heydar Aliyev*

IV INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE OF  
**TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY:  
PROBLEMS AND PROSPECTS**  
3-4, May 2019, Baku, Azerbaijan

# PROCEEDINGS

**- PART I -**

## **BÖLMƏ 1. TURİZM VƏ REKREASIYA EHTİYATLARININ TƏDQIQININ NƏZƏRİ VƏ PRAKTİKİ ƏNƏMİYYƏTİ**

### **ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ ЧАСТИ КАСПИЙСКОГО ПОБЕРЕЖЬЯ**

**к.г.н. ЗУЛЬФУГАРОВА С.М.**

**к.г.н., доц. АХМЕДОВА И.И.**

**магистрант ЧАНДИРЛИ Н.У.**

Бакинский Государственный Университет

***Abstract:** the article, there is considered a role of Azerbaijani beaches in the Azerbaijani sector and probability of changing the level of the Caspian Sea with the follow up effect on a placement the beach household. Revealing on the meaning of H.A. Aliyev's decree about the usage of the coastal part on a distance of 130 meters and also unacceptable decision enacted by the Parliament of Azerbaijan about the decrease coastal part that is being used up to 25 – 50 meters. There are reasonable recommendations and suggestions presented at the end of the article.*

***Keywords:** resort, beach, flooding, fluctuation, forecast.*

Развитие пляжного туризма в туристском хозяйстве можно увидеть на примере таких приморских стран как Турция, Кипр, Болгария, Испания, Египет, Израиль и т.д. Азербайджанский сектор Каспийского моря простирается от российской границы до иранской на расстоянии 825 км. Благодаря этому Азербайджан обладает огромным потенциалом для развития пляжного туризма. В настоящее время в Азербайджане 70-80% прибрежной зоны на расстоянии 100-130 метров являются пригодными для развития пляжных зон. Если учесть, что это равно 80,0 млн. км<sup>2</sup>, и по международным стандартам для отдыхающих на 1 человека приходится 10 м<sup>2</sup> площади. Значит в пляжный сезон на Каспийском побережье может отдыхать 80 млн. человек. При этом возникает вопрос о том, как же используются эти возможности? В 2005-2008 гг. на пляжах Каспийского моря отдохнуло более 1,5 млн. человек, что является очень низким показателем (15-20%).

Хотелось бы отметить следующие причины такого ограниченного и не эффективного использования пляжей Каспийского моря. В каспийском море в течении одного века 4 раза происходили критические колебания. Уровень Каспийского моря за период с 1900-1930-гг. поднялся, а в последующие 46 лет наблюдалось резкое падение уровня воды. В 1978-1995 гг. вновь ощущается резкое поднятие воды. В настоящее время уровень Каспийского моря стабилизируется. В результате многолетних поднятий и опусканий площадь Каспийского моря в 370 тыс. км<sup>2</sup> увеличивается или уменьшается на 30-50 км<sup>2</sup>. При каждом резком поднятии уровня воды затопляются сооружения и оборудования, пригодные песчаные территории остаются под морем, пляжи загрязняясь становятся полностью непригодными к использованию. В результате последнего поднятия уровня Каспийского моря в 1978-1995 гг. в Азербайджане было затоплено 50 населенных пунктов, 250 промышленных предприятий, 60 км. автомобильных дорог, 40 тыс.га. пастбищ. Под водой осталось 131 тыс. га. территории часть из которых заросло камышами и стало заболоченной. Сейчас эти территории не пригодны для использования. Эти случаи наблюдаются в городе Баку, в его административных районах и в других 9 административных районах республики. Затопления наблюдались в основном в Баку, Лянкаранском, Нефтчалинском, Масаллинском районах [1].

При резком падении уровня Каспийского моря территория пригодных песчаных пляжей отдалается на 100 метров. На этой площади наблюдается сильное загрязнение. После каждого такого колебания уровня воды пляжные сооружения и постройки сносятся и строятся заново в местах близких к пляжам. Такого рода явления наблюдаются на пляжах Набрани, Апшерона и

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

др. Принимая во внимание выше сказанное всякого рода сооружения и постройки должны производиться с учетом колебаний уровня Каспийского моря. На основании подписанного Г.Алиевым указа о «равномерном использовании побережья Каспийского моря Азербайджанской Республики» все работы связанные со строительством, сооружением и освоением должны проводиться на расстоянии 130 метров от моря. С сожалением нужно отметить, что на территории Апшерона, северо-западной зоны Лянкаранского экономического района не следуют полностью этому указу. Иногда для «захвата» 130 метрового расстояния территории некоторых пляжей заполняют камнями, песком и т.д. Это способствует искусственному созданию 130 метровой зоны между морем и пляжем. Примером могут служить некоторые пляжи Апшеронского полуострова. Наряду с этим 4 декабря 2008 года в Милли Меджлисе Азербайджана в результате поправок в Кодексе административных правонарушений 130 метровая полоса была заменена на 25-50 метровую. По нашему мнению не допустим факт замены указа об освоении прибрежной полосы изданного Г. Алиевым. Так как указ был издан с учетом долгосрочного прогноза колебаний уровня Каспийского моря.

В течении ближайших 10-15 лет ожидается резкое повышение уровня Каспийского моря. При этом сокращение береговой зоны до 20-25 метров может способствовать затоплению пляжей водами Каспийского моря. В таком случае хорошо было бы задуматься об изменениях этого указа [4].

Ни в одной стране мира, расположенной на берегу моря, пляжи на столько не приватизированы и не ограждены высокими каменными заборами. На некоторых пляжах доступ на Каспийское побережье Азербайджана запрещен. Такой подход к проблеме создаёт трудности в использовании пляжей населением республики. Не смотря на то, что пляжи на берегу моря являются национальным достоянием азербайджанского народа, нельзя народ лишать пользоваться этим богатством [1].

По нашему мнению территория пляжа на берегу Каспийского моря должна принадлежать государству и вопрос об использовании в каких-либо целях должно быть под жестким контролем правительства и только в целях пляжного хозяйства на длительное время может сдаваться в аренду. В период увеличения финансовых возможностей Азербайджана пляжи Каспийского моря должны быть на уровне европейских стандартов. Для этого в первую очередь должен вестись учет пляжных площадей, во-вторых уточнены вопросы использования и все эти работы должны проводится на государственном уровне руководством Государственное агентство по туризму Азербайджана. Современные пляжи должны иметь высокую инфраструктуру, обладать идеальной чистотой, службой спасения, медицинскими пунктами, пунктами аренды различного рода пляжного оборудования и т.д.

Песчаные пляжи побережий европейских, азиатских стран ежедневно очищаются от различных выбросов и мусора. К сожалению, на побережье Азербайджана таким опытом не пользуются. На некоторых пляжах особенно в Набране, Шихово, Мардакяне и др. в летнее время резкое загрязнение Каспийского моря, антисанитарное состояние и др. явления способствуют развитию различных инфекционных заболеваний. Такое явление должно быть пресечено. В приморских странах несколько раз в течении дня дается информация о температуре воздуха, морской воды, уровне волн, солёности, загрязнения. Но, к сожалению, на пляжах Каспийского моря такой информации не дается. Следует отметить, что такие жилые массивы как Патамдар и Бибиёйбат расширяются, не имея пока централизованной канализационной системы. В результате эти грязные воды выливаются в пляжи Шихова, что способствует загрязнению Каспийского моря. Было бы целесообразным строительство централизованной канализационной системы. Такое состояние наблюдается и на пляжах Набрани [2].

Текущие здесь подземные воды смывают песчаные площади пляжа и находящиеся вдоль автомобильные дороги приводят в непригодность. Каждый пляжный сезон из других территорий на пляжи сотни грузовиков доставляют песок и создают сезонные песчаные пляжи.

Для устранения подобной ситуации требуется строительство современной мощной коллекторной системы для сливания подземных вод между автомобильной дорогой и пляжем. Ученые, занимающиеся вопросами Каспийского моря объясняют происходящие здесь уровневые колебания количеством поступающей и убывающей воды, атмосферных осадков и

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

испарения, тектоническими явлениями, оседанием морского дна, солнечной активностью, антропогенными факторами и т.д. Несмотря на то, что проблемами колебания уровня Каспийского моря занимались многие ученые мира, в том числе и азербайджанские ученые, пока еще точный ответа на этот вопрос не найден. Наряду с этим зная общие причины колебаний в ближайшие 50-100 лет невозможно будет полностью остановить этот процесс. И при каждом колебании экономике Прикаспийских стран наносится ущерб в 10 млрд. долл. США, а Азербайджану 1-2 млрд. долл. США. Поэтому освоение Прикаспийских территорий было бы целесообразным осуществить не на расстоянии 25-30 метров, а 130-150 метров.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Алиев А.С. Подъем уровня Каспийского моря и затопление прибрежной зоны Азербайджанской Республики. Баку, 2001.
2. Бабаханов Н.А. Можно ли покорить стихийные бедствия? Баку, 2006
3. Даргяхов В.С. Рекреационно-туристские ресурсы Каспийских берегов Азербайджана. Баку, 2003.
4. Исмаилов Ч.Н. Природные ресурсы Каспийского моря. Баку, 2007.
5. Солтанова Г.Б. Актуальные проблемы развития туризма в регионах Азербайджанской Республики. Баку, 2005.

## AZƏRBAYCANDA BALNELOJİ TURİZMİN İNKİŞAFININ ƏHƏMİYYƏTİ VƏ PROBLEMLƏRİ

c.ü.f.d. HACIYEVA Afaq Zakir  
c.ü.f.d. CƏFƏROVA Firuzə Mübariz  
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)

**Abstract.** *One of the important fields in prosperity of tourism in Azerbaijan is the balneological tourism. Natural objects with healing significance have always been the most investigated and used means.*

*Currently, the most chosen balneological center by tourists in Caucasus territory is Northern Caucasus region. However, unique Naftalan petroleum, Duzdagh in Nakhcivan Autonomous Republic, hot water sources, natural mud baths, different mineral containing springs and other natural objects that are being curatively highly assessed have a substantial share on attracting tourists to our country.*

*In this article, the balneological tourism objects in our Republic have been learned and their current problems have been investigated.*

**Key words.** *Balneology tourism, mineral spring, mud bath, coastal areas, rest.*

Təbii şəraitin və relyefin fərqli xüsusiyyətləri ölkəmizdə mövcud unikal imkanlardan biri olan sağlamlıq turizminin inkişafına şərait yaradır. Lakin rekreasiya zonalarında istirahət müəsisələrinin funksiyalarına daxil olan əsas komponentlər onun fəaliyyət istiqamətlərindən asılı olur. Hal-hazırda Respublikamızda fəaliyyət göstərən kurort-sanatoriya müəsisələri əsas etibarilə iki istiqamətlidir. Bunlardan birincisi tərkibində sanatoriya, sağlamlıq bərpa mərkəzləri olan turizm kompleksləri, ikincisi isə müalicəvi təbiət komponentlərinin yaxınlığında yerləşən, azprofilli xidmətlər göstərən turizm obyektləridir.

Hazırda bu tip kurort müəsisələrinin əksəriyyətində müxtəlif xəstəliklər üzrə təbii üsulla müalicə xidmətləri təklif olunur. Bu tip müəsisələrdən Naxçıvanda Duzdağı, Naftalan neftini, Masallı İstisunu, Şıx mineral suyu, Bədo mineral suyu, Mollakənd İstisunu, Abşeron yarımadasında yerləşən sanatoriyaları və s.misal çəkkə bilərik.

Respublikamızda ənənəvi müalicə kurortu ilə yanaşı, həm də müasir müalicə şəraiti və imkanları mövcuddur. Azərbaycanda minlərlə isti və mineral bulaqlar mövcuddur. Bunların arasında ən məşhurları Badamlı, Turşsu, İstisu, Qalaaltı, Şıxburnu isti və müalicəvi su mənbələridir. Böyrək daşı, qaraciyər, öd, mədə-bağırsaq və s. kimi xəstəliklərin müalicəsi üçün Naxçıvan ərazisindəki təbii bulaqlardan istifadə edilə bilər. Respublikamız həm də müalicəvi əhəmiyyətli

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

mineral su ehtiyatları ilə zəngindir. Bu zənginliyə görə Respublikamızın ərazisini "mineral sular muzeyi" adlandırırlar. Dünyada məşhur olan "Karlovi Vari" suları qədər keyfiyyətli mineral və isti bulaqlar- Kəlbəcər rayonu ərazisində yerləşən İstisu, Naxçıvanda Badamlı, Vayxır, Sirab mineral bulaqları respublikamızla yanaşı digər ölkələrdə də məşhurdur.

Abşeron yarımadasında Şıx və Suraxanı, Dəvəçi rayonu ərazisində Qalaaltı, Culfa rayonunda Turşsu müalicəvi əhəmiyyəti nəzərdə tutulan mineral sulardan bəziləridir. Böyük Qafqazın şimal-şərq və cənub-şərq yamaclarında Taliş dağlarında isə termal bulaqlar üstünlük təşkil edir.

Aran iqtisadi rayonunda mineral su mənbələrindən yerli əhali istifadə edir. Kürdəmir, Salyan, Neftçala və digər rayonlarda temperaturu yüksək olan yeraltı suların bəziləri yerli əhali tərəfindən oynaq və revmatizm, dəri-zöhrəvi xəstəliklərin müalicəsi üçün istifadə olunur.

Ölkəmizdə yararlı kurort amillərindən biri də çoxlu miqdarda palçıq yataqlarının olmasıdır. Azərbaycan Respublikasının ərazisində 250-dən çox palçıq yataqları mövcuddur. Uzun müddətdir ki, təbii palçıqlardan hərəkət-dayaq aparatı, əsəb sistemi xəstəliklərinin müalicəsi üçün xüsusi istifadə olunur. Bunların arasında, Salyan rayonu yaxınlığında yerləşən Babazənən palçıq vulkanından çıxan müalicəvi əhəmiyyətli palçıq olduqca əhəmiyyətlidir [4]. Hazırda Qobustan ərazisində fəaliyyət göstərən palçıq vulkanlarının kütləsindən kosmetologiyada geniş istifadə olunur.

Azərbaycanın günəşli ölkə adlandırılması da təsadüfi deyil. İl boyunca günəşli günlərin miqdarına və sayına görə Respublikamız İspaniya, İtaliya və Yunanıstan kimi ölkələrlə müqayisə edilir. Respublikamızın şərq ərazisi boyunca 825 km uzunluğunda yer tutan Xəzər dənizinin sahillərinin istirahət zonası kimi istifadə olunması üçün bir çox şərait mövcuddur. Xəzər dənizinin sahili iqlim zonası təbii şəraitinə və balneoloji imkanlarının müxtəlifliyinə görə regionda ən zəngin turizm sahəsidir [5]. Xudat-Yalama sahili az duzluluğuna görə həssas dəri tipi olanlar üçün, Abşeron yarımadasının qumlu sahilləri isə hərəkət-dayaq sisteminin müalicəsində "qum vannaları" kimi olduqca əlverişlidir.

Naftalan nefti ölkəmizin çox böyük kurort resurslarından biridir. Naftalan kurortu 1933-cü ildən fəaliyyət göstərir. Kurort daxilində Naftalan eksperimental laboratoriyası və Elmi-tədqiqat laboratoriyası fəaliyyət göstərir. Hazırda Naftalan şəhəri ərazisində kifayət qədər sanatoriya və otellər fəaliyyət göstərir. Son illərdə burada beş ulduzlu otellərin istifadəyə verilməsi, əraziyə xarici turistlərin marağının artmasına səbəb olmuşdur. Bu neftin köməyi ilə hərəkət orqanları və damar xəstəlikləri, həmçinin yel xəstəlikləri də uğurla müalicə edilə bilər. Eyni zamanda, maddələr mübadiləsinin pozulması, genekoloji xəstəliklərin müalicəsində də bu neft olduqca böyük əhəmiyyətə malikdir.

Dünya Səhiyyə Təşkilatının məlumatına görə, planetimizin əhalisinin təqribən 10%-i allergik xəstəlikdən əziyyət çəkir ki, bunun da 1,5-2%-i bronxial astmanın payına düşür. Bir çox xəstəliklərin, həmçinin bronxial astmanın müalicəsində duz saxtasının əhəmiyyəti olduqca böyükdür. Belə ki, dəniz səviyyəsindən 1173 m hündürlükdə yerləşən Duzdağ sanatoriyası 1979 cu ildən fəaliyyət göstərir [6]. Burada yerli və xarici ziyarətçilərin Spleoterapiya alması üçün bütün şərait yaradılmışdır. Duzdağ müalicə kurortuna müraciət edənlərin böyük əksəriyyəti yerli turistlərlə yanaşı, Rusiya, Türkiyə, İran və MDB ölkələri vətəndaşlarıdır.

Hal-hazırda ölkəmizdə tibbi turizm növünün başlıca problemi sanatoriya-kurort müəssisələrində məskunlaşmış qaçqın və məcburi köçkünlərin köçürülməsidir. Belə ki, 6 fevral 2009-cu il tarixində təsdiq edilmiş Azərbaycan Respublikasında kurortların 2009-2018-ci illərdə inkişafı üçün Dövlət Proqramının həyata keçirilməsi, sağlamlıq turizmi sahəsində yeniliklərə səbəb olmuşdur [2]. Təəssüf ki, bir neçə sanatoriyadan, o cümlədən Bilgəh, Pırşağı və Şıx qəsəbələrindəki sanatoriyalarından məcburi köçkün ailələri hələ də köçürülməmişdir.

Qarşıya qoyulan məsələlərdən biri də, ölkə əhalisinin yerli kurortlardan istifadəsinin genişləndirilməsi, xarici ölkə vətəndaşlarının müalicə və istirahət məqsədi ilə Azərbaycan Respublikasına gəlməsinin təmini və sanatoriya-kurort sahəsinin rentabelliyyətinin artırılması olmalıdır [3].

Görülən işlər arasında ən yaxşı təşəbbüslərdən də biri, Naftalan və Duzdağın alternativli olan kiçik müalicəvi sanatoriya Bakı şəhəri yaxınlığında fəaliyyət göstərməsidir. Çünki bir çox hallarda istər yerli əhali, istərsə də xarici turistlərin bir hissəsi uzaq məsafəyə görə müalicə üçün bu məkanlara gedə bilmirlər.

Təəssüflə qeyd etmək istərdim ki, müqayisədə Şimali Qafqazdan geri qalmayan və yüksək debitə malik bir çox mineral bulaqların suyu istifadə olunmadan sadəcə axıb çay sularına qarışır. Halbuki, hər il minlərlə Azərbaycan vətəndaşı Şimali Qafqaza müalicə almaq məqsədi ilə turist kimi müraciət edirlər. Bu eyni zamanda da ölkə daxilində qazanılan pulun kənarında xərclənməsi deməkdir.



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Xüsusilə olaraq qeyd edim ki, ölkəmizin mövcud potensialına görə müalicə turizmi də prioritet turizm növlərindən biridir. Eyni zamanda yerli turizm şirkətlərimizin də mövcud potensialı daha çox reklam vasitəsi ilə tanıtması olduqca vacibdir.

Təklif edərdim ki, Respublika ərazisində kifayət qədər müxtəlif mineral tərkibli bulaqların laborator müayinəsi aparılaraq, məqsəduyğun sahədə məhz mədə-bağırsağ xəstəliklərinin müalicəsi məqsədilə sanatoriya tipli turizm-kurort kompleksi yaradılsın.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. "Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşdırılmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi". "Azərbaycan" qəzeti. Bakı, 17 dekabr 2016-cı il.
2. Azərbaycan Respublikasında kurortların 2009-2018-ci illərdə inkişafı üzrə Dövlət proqramı. Azərbaycan Respublikasının Qanunvericiliyi toplusu. II cild, Bakı: "Avrasiya press", 2011.
3. Dərgahov V.S., Talıbov S.Ə. Azərbaycanda rekreasiya zonalarında kurort-sanatoriya xidmətlərinin təşkili perspektivləri. Strateji yol xəritələri və coğrafi tədqiqatlar mövzusunda elmi-praktiki konfrans materialları. Bakı-2018. Səh.239-245.
4. Soltanova H.B. Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı. Bakı-2015. Səh.475
5. Hacıyeva A.Z. Təbii landsaftların rekreasiya-turizm transformasiyası, təhlükə və risklərin öyrənilməsi (Böyük Qafqazın cənub-şərq hissəsi təmsalında). Turizm və rekreasiya XXI əsrdə: problemlər və perspektivlər. Bakı-2017. Səh. 34-42.
6. [https://azertag.az.Naxchivanin\\_Duzdagi](https://azertag.az/Naxchivanin_Duzdagi)

## AZƏRBAYCANDA TURİZM TARİXİ VƏ BÖYÜK QAFQAZIN CƏNUB YAMACI LANDŞAFT KOMPLEKSLƏRİNDƏ TURİZM-REKREASIYA ZONALARI

b.e.f.d., dosent HÜSEYNOVA Gülçöhrə Ağahüseyn qızı<sup>1</sup>

p.e.f.d. FƏRƏCOVA Nazilə Mirzə qızı<sup>2</sup>

AMEA –nın Torpaqşünaslıq və Aqrokimya İnstitutu<sup>1</sup>

Health Voyage – turizm şirkəti<sup>2</sup>

**Abstract:** After azerbaijan got independence, a special attention was paid to the tourism area as formation of the new development and relations began in all the fields of the economy. Before the XX century tourism was founded in Azerbaijan. For the purpose of the tourism development a tourism burean was founded in Azerbaijan in 1928 and beginning from 1929 the tourist routes were organized to the Caucasus. The international Tourism exhibition was organized by the participation of the tourism companies from foreign countries in Baku in 2002, and since the same year up to now Azerbaijan international Tourism Exhibition has been held in Baku every year. A law "About Tourism" (1999) was adopted because of importance of the tourism area. This render a great influence on tourism development in our country/ the tourism development rises day by day, that's why 2011 year is announced as "Tourism Year".

**Keywords:** Qreat Caucasus, forest, soils, relief, landscape, climate.

Azərbaycan müstəqillik əldə etdikdən sonra iqtisadiyyatın bütün sahələrində yeni inkişaf və münasibətlər formalaşmağa başladığı kimi, eləcə də turizm sahəsinə də xüsusi diqqət ayrılmışdır. Hələ XX əsrin əvvəllərində Azərbaycanda turizm yaranmışdır. Turizmi inkişaf etdirmək məqsədi ilə 1928 – ci ildə Azərbaycanda Turizm bürosu yaradılmışdı və 1929 –cu ildən başlayaraq Qafqaza turist marşrutları təşkil edilmişdir. 1936 – cı ildə isə Bakı Turist Bazası yaradılmışdır. 1950 – Cİ İLDƏ Bakı Ekskursiya Bazası tərkibində, Göy-göl turist düşərgəsi, 1960-62 ci illərdə Göy-göl və Hacıkənd turist bazaları yaradılmışdır.

Bakı Turist Bazasının Yalamada 1962 – ci ildə "Sputnik" turist düşərgəsi, 1967 – ci ildə Gəncə, Sumqayıt, Abşeron, Naftalan, 1972 – ci ildə MİNGƏÇEVİR, 1978 – ci ildə Naxçıvan, 1980 – ci ildə Lənkəran, 1982 –ci ildə Şamaxı, Quba, Şirvan, 1984 –cü ildə Ordubad, Şuşa, Zaqatala, Qobustan ekskursiya büroları və Azərbaycan SSR Baş Turizm idarəsi yaradılmışdı. Ölkəmizə 1984 –cü ildə müxtəlif respublikalardan 290 min turist gəlmişdir. 1987-1990 illər ərzində Azərbaycanda 17 turizm

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

və ekskursiya bürosu, 8 baza və turist mehmanxanası fəaliyyət göstərirdi.

Azərbaycanda ilk dəfə olaraq 2002-ci ildə Bakı şəhərində xarici ölkələrin turizm şirkətlərinin iştirakı ilə Beynəlxalq Turizm Sərgisi təşkil olundu və həmin ildən indiyə kimi hər il Bakıda Azərbaycan beynəlxalq Turizm Sərgisi keçirilir. Turizm sahəsi əhəmiyyətli sahə olduğu üçün ölkəmizdə “Turizm haqqında” Qanun (1999) qəbul edilmişdir. Bu əlbətdəki Ölkəmizdə turizmin inkişafına çox böyük təsir göstərdi. Günümüzə qədər turizmin inkişafı artır, ona görə də 2011 – ci il “Turizm ili” elan edilmişdir.

Dünya Turizm təşkilatının açıqlamalarına görə 100 milyondan çox insanı əhatə etməklə, dünyada ən çox işçinin çalışdığı sektor turizm sahəsidir. Turizm sadəcə səyahət və yaxud da istirahət kimi qəbul edilmir, Turizm geniş mənə kəsb edən bir sahədir.

“Health Voyage” turizm şirkəti olaraq biz Azərbaycanda tarixi yerlərə turlar, Qastronomik turlar, Tematik ekskursiyalar, toy səyahətləri, Gənclər üçün əyləncəli turlar, Avropaya turlar, Məcarə turları, Eko-turlar, Dəniz kruizləri və s. edirik. Məqsədimiz ölkəmizi tanıtmaq, əlaqələr yaratmaqdır.

Hal-hazırda dünyanın bir çox ölkələri davamlı turizmin inkişaf proqramının həyata keçirilməsini bu və ya digər dərəcədə təmin edir və bu sahədə ekoloji, elmi və mədəni turizmə daha artıq dərəcədə önəmlidir.

Dünyanın bir çox ölkələrində davamlı ekoturizm proqramları həyata keçirilir. Ekoturizm – yerli insanların həyat səviyyəsinin və ətraf mühitin yaxşılaşdırılmasına yönəlmiş məhsuliyətli turizm növüdür. Böyük Qafqazın Cənub yamacı Qəbələ, Oğuz və Şəki rayonlarında ekoturizmin inkişaf etdirilməsi vacib olan turizm növüdür. Davamlı turizmin idarə olunması üçün Qəbələ, Oğuz və Şəki rayonlarında gözəl şərait mövcuddur və belə proqram hazırlamaq olar.

- Ekoturistlər üçün qaydaların göstərildiyi bələdçi kitabçalarının hazırlanması.
- Ekskursiyalar və biznes planın hazırlanması
- Yaz və payız fəsillərində “təbiətdə bir nişanən olsun” devizi altında xüsusi yerlərdə ağac tinglərinin əkilməsi.

Böyük Qafqazın Cənub yamacı Landşaft kompleksində turizmin müxtəlif növlərinin inkişaf etdirilməsi üçün əlverişli şərait var. Turizmin aşağıdakı kateqoriyalara bölmək olar.

Elmi və ya Konqres turizm – bu adından məlum olduğu kimi müxtəlif növ konqreslər, yığıncaqlar, elmi və praktiki təlimlər, sərgilər keçirilməsi bu çür turizm növünə aiddir.

Məcarə turizmi – Fiziki cəhətdən ağır, hətta həyat üçün təhlükəli sayılan turizm növü sayılır. Böyük Qafqazın Cənub yamacı landşaft kompleksində belə məcarə turizmi inkişaf etdirmək olar.

Kənd turizmi – ən sürətlə inkişaf edən sosial və iqtisadi yönümlü turizmdir. Turizm sahəsində təbii mühit, landşaft kompleksləri, sosial və iqtisadi inkişaf, tarixi-mədəni əlaqələr və s. kimi komponentlər insanların zövqünü oxşayır, rahatlıq verərək təbiəti sevməyi öyrədir. Kənd turizm dedikdə aşağıdakı fikirləri şamil etmək olar:

- Şəhər əhalisinin kənd yerlərinə müfəqqəti səfəridir;
- Turistlər kəndlərdə gedərkən yerli həyat tərzini tanımaq olurlar;
- Yaşayış müddəti bir neçə gündən tam mövsümü əhatə edə bilər

Landşaft komplekslərinin ekoturizm qiymətləndirilməsi baxımından elmi-praktiki əhəmiyyət kəsb edir. Ekoturizm bitki və heyvanat aləminə ziyan vurulmadan inkişaf etdirilə bilər. Əgər düşünülmüş və planlaşdırılmış qaydalar üzrə hərəkət edilərsə əminliklə demək olar ki, ekoturizmin ətraf mühitlə bağlı davamlılıq prinsipinin qorunduğu ən etibarlı növüdür.

Biz tərəfdən Qəbələ rayonunun ərazisinin müxtəlif hissələrində torpaq kəsim nümunələri götürülmüş, ağacların biometrik göstəriciləri öyrənilmiş, onların strukturu və kimyəvi xüsusiyyətləri təhlil edərək məlumatlar əldə edilir. Cöl tədqiqatın müşahidəsi nəticəsində Böyük Qafqazın Cənub yamacının Qəbələ rayonunun ərazisində landşaft dəyişiklikləri cüzi də olsa nəzərə cəpirdi. Bu ərazilərdə turistlər ekoloji təmiz su qaynaqlarından istifadə edə bilərlər.

Meşə ekosistem xidmətlərindən istifadə turistlər üçün faydalı ola bilər. Amma ətraf mühitə minimal təsir etməklə. Belə ki, Azərbaycanın milli sərvətləri içərisində meşə örtüyünün xüsusi əhəmiyyəti vardır. Respublika ərazisinin meşə ilə örtülmə dərəcəsinin 10%-dən aşağı olmasına baxmayaraq, meşə ekosistemlərinin ölkənin təbii şəraitinin, mezo və mikroiklimin, torpaq və su ehtiyatlarının formalaşmasında olduqca böyükdür. Uzun illər meşə sərvətlərimizin mühafizəsi, bərpası və artırılması sahəsində dövlət sahəsində çox ciddi problemlərin görülməsinə, o cümlədən əhəmiyyətli qanunların qəbul olunmasına baxmayaraq bu sahədə görüləsi işlər hələ də çoxdur. 20-25 il əvvəl

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

ölkədə yaranmış ağır iqtisadi vəziyyətlə əlaqədar düzən və dağətəyi ərazilərdə meşələrin əhali tərəfindən qanunsuz qırılması xüsusi narahatçılıq doğurmuşdur. Meşə örtüyünün məhv edilməsi respublikanın hər yerində eroziya proseslərini gücləndirmiş, aritləşməni artırmış, su ehtiyatlarının azalması, mezo və mikroiklim şəraitinin pisləşməsi üçün zəmin yaratmışdır.

Meşə örtüyünün qorunması, bərpası və artırılması ilə bağlı problemlər Böyük Qafqazın Cənub yamacında yerləşmiş inzibati rayonlar üçün də səciyyəvidir.

Ümumiyyətlə, Böyük Qafqazın Cənub yamaclarında landsaft komplekslərində yaz-yay yağıntılarının leysan şəklində düşməsi, relyefin çox meyilli və torpaq-süxur qatının sel proseslərinə həssaslığı, bu ərazilərdə meşə mühafizə və meşə bərpa işlərini daha çox aktuallaşdırır. Meşənin təbii mühitinin qorunub saxlanması turistlərin təbii ətraf mühitdən zövq alması deməkdir [2.3].

Qəbələ rayonunun ərazisində turistlər üçün gözəl şərait vardır. Belə ki, istirahət üçün Qəmərvar meşə təsərrüfatına aid olan Qəmərvar isti su sanatoriyasının əhatəsində yüksək dağlıq ərazidə meşə ekosistemi qorunur. Qəmərvar meşə təsərrüfatına aid olan Qəmərvar isti su sanatoriyasının əhatəsində yüksək dağlıq ərazi Turistlər üçün çox əlverişli mühütdür. Qəmərvar (Çömçə bulaq) mineral bulağı – Qəmərvar kəndindən 5 km Şimalda , Bum çayının dərəsində, 1388 metr hündürlükdə səthə çıxan termal-mineral sudur. Təbii temperatur 39.2 dərəcədir. Kükürlü və dəmirli birləşmələrlə zəngindir. Ərazidə bitki örtüyü çox zəngindir, belə ki meşələrdə qarışıq halda göyrüş, qaraçöhrə, ağcaqayın, soyüd, qoz, alma, armud kimi ağaclar, dəmirqara, əzgil, yemişan, böyürtkən, itburnu, zirinc kimi kol bitkiləri yayılmışdır.

Bum kəndində meşənin əhatəsində Atıcılıq istirahət zonası yerləşir. Həməzəli çayının sahilindən dağa doğru ərazidə turistlər ekoturizmidən, məcarə turizmindən istifadə edə bilirlər. Qəbələ rayonunun Bum kəndinin şimal-qərb hissəsində , dəniz səviyyəsindən 1333 m yüksəklikdən meşə, çay ekosistem xidmətlərindən turist istifadə edə bilər. Mıxlıqovaq kəndi dağ ətəyi meşə təsərrüfatı, Bunut meşə təsərrüfatı, Vəndam meşə təsərrüfatı ərazilərində hərtərəfli tədqiqat işləri aparılmış və müəyyən edilmişdir ki, eko turizm potensialı üçün əlverişlidir [3.4].

Meşələrə ziyanı turistlərdən çox (ağaclar, kollar və otlar korlanır) və maşınlar vurur. Mexaniki təsirlər torpağın bərkidilməsinə və davamsız otların məhv olmasına səbəb olur. Torpağın bərkiməsi nəticəsində torpağın bir hissəsi quru qalır, digər hissəsi isə rütubətli olur ki, bu da ağacların qidalanmasını pisləşdirir. Qidalanmanın zəifləməsi ağacların böyüməsinin və inkişafının qarşısını alır. Bu özünü xüsusilə iynəyarpaqlı meşələrdə göstərir. Torpağın bərkiməsi onun strukturunu pozur, məsaməliliyi azaldır, torpaq mikroorqanizmlərinin həyat fəaliyyəti şəraitini pisləşdirir.

Böyük Qafqazın Cənub yamacının landsaft komplekslərinin ayrı-ayrı təsirlərə və rekreasion yüklənmələrə qarşı müxtəlif cür reaksiyalar verir. Ona görə də bir təbii kompleks üçün təhlükəsiz yüklənmələr digərləri üçün kritik ola bilər. Meşələrdən rekreasion istifadə cəmiyyətin resurs potensialının artırılması üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir. Təbiddə istirahət iş gərginliyini aradan qaldırır, insanların iş qabiliyyətinə müsbət təsir göstərir. Ancaq şəhər ətrafında istirahət ekologiyaya əhəmiyyətli dərəcədə ziyan vurur. Meşə ərazilərində rekreasion yüklənmələr artır ki, nəticədə də meşələrin keyfiyyəti pisləşir və ya tam deqradasiyası baş verir. Bu zaman meşələrin sanitar-gigiyenik, suyu qoruma və torpağı qoruma funksiyaları zəifləyir, onların estetikliyi azalır.

Böyük Qafqazın Cənub yamacının meşə landsaft komplekslərində yaradılan vəziyyətlə əlaqədar olaraq meşələr üçün *yol* verilən rekreasion yüklənmə sərhəddi müəyyən edilmişdir. Rekreasion yüklənmələr təhlükəsiz, təhlükəli, kritik və katastrofik yüklənmələrə bölünür.

1. Təhlükəsiz yüklənmələr elə yüklənmədir ki, bu zaman təbii kompleksdə dönməyən dəyişmələr baş vermir. Yol verilən rekreasion yüklənmə sərhəddi təbii kompleksin davamlılıq hüdudunu müəyyən edilməsi [4.5].

2. Təbii komplekslərin davamlılıq sərhəddini keçirsə belə yüklənmələr təhlükəli hesab olunur. Təhlükəli yüklənmənin aşkarlanması işi aparılır.

3. Landsaft komplekslərində bitkilərin kəskin məhv olduğu yüklənmələr kritik yüklənmələr adlanır. Kritik yüklənmələrin hesablanması dəqiqləşdirilir.

4. Katastrofik yüklənmələr təbii komplekslər arasında və onların tərkib hissələri arasında əlaqələrin pozulmasına səbəb olur. Bu səbəbi yaradan təbii və antropogen faktorların müəyyən edilməsi tərəfimizdən aparılmışdır.

Landsaft komplekslərinin ekoturizm qiymətləndirilməsi baxımından elmi-praktiki əhəmiyyət kəsb edir. Ekoturizm bitki və heyvanat aləminə ziyan vurulmadan inkişaf etdirilə bilər. Əgər düşünülmüş və planlaşdırılmış qaydalar üzrə hərəkət edilərsə əminliklə demək olar ki, ekoturizmin ətraf mühitlə bağlı davamlılıq prinsipinin qorunduğu ən etibarlı növüdür.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Məmmədov Q.Ş. Azərbaycan torpaqlarının ekoloji qiymətləndirilməsi. Bakı, Elm, 1998, 281 səh.
2. Məmmədov Q.Ş., Xəlilov M.Y. Azərbaycan meşələri. Bakı, Elm, 2002, 472 səh.
3. Babayev F.Ə. Bitkilər aləminin mühafizəsi. Bakı – 2005. 214 səh.
4. Hüseynova G.A. Böyük Qafqazın Cənub yamacının meşə torpaqlarının ekoloji qiymətləndirilməsi. biol.elml.namiz.alimlik dərəcəsi almaq üçün dis-nin avtoreferatı, Bakı, 2007, 19 s.
5. Nuriyev E.R. Göygöl milli parkı torpaq örtüyünün strukturları, onların ekoloji qiymətləndirilməsi və ekoturizm potensialı. biol.elml.namiz.alimlik dərəcəsi almaq üçün dis-nin avtoreferatı, Bakı, 2013, 19 s.

## TURİZM VƏ AZƏRBAYCANDA ONUN MÜASİR VƏZİYYƏTİ

**müəllim Nərgiz Əmiraslan qızı ƏLİYEVƏ**

*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)*

**Abstract:** *The article compares the positive and negative results of tourism development, which is considered as a driving factor of the economy in many countries of the world and is formed as an economic sector. Many developing countries are trying to increase the gross domestic product by developing a tourism-oriented economy. Despite the fact that the development of tourism is observed in the economy, negative economic results should also be noted. If so, the demand for imports of products increases when tourists come to the country, which leads to an influx of revenues from the economy. Development directions of tourism and mutual relations with economic growth is analyzed, the major provisions of Strategic Road Map are given. The article also reflected the approaches to the evaluation of positive and negative results.*

**Key words:** *tourism development, economic impacts, employment, models, Strategic Road Map.*

### Giriş

Turizm həyat üçün birinci dərəcəli tələbat olmayıb, insanın yaşayış səviyyəsinə uyğun olaraq inkişaf edir. Müasir dövrdə turizm dünyada geniş yayılmışdır, milyonlarla insan dincəlmək, yeni təcrübə toplamaq və yeni təəssüratlar məqsədilə il boyu müxtəli ölkələrə səyahət edir. Son dövrlərdə turizm ölkə iqtisadiyyatına mənəfət gətirən kifayət qədər gəlirli biznes olmuşdur [21,22,16]. Turizmin inkişafı ölkəyə həm iqtisadi cəhətdən, həm də sosial cəhətdən müsbət təsir göstərir. İqtisadi cəhətdən müsbət təsiri onun gəlirli sahə olması və ölkəyə əlavə gəlirin cəlb olunmasında böyük rol oynamasıdır [3]. Sosial cəhətdən isə yeni iş yerlərinin açılmasına təkan verərək işsizliyi azaldır, yeni təşkilatların yaranmasına gətirib çıxarır, sahibkarlığın inkişafına imkan yaradır, turizm regionlarındakı ev təsərrüfatlarının və əhəlinin ehtiyaclarına uyğun xidmət sferasının yaranmasını təmin edir. Səyahət və turizm sektoru fərdi şəxslərə, yerli hakimiyyət, şirkətlər, könüllü təşkilatlar və dövlətə milyonlarla gəlir gətirir. Beynəlxalq səviyyədə turistlərin ölkə ərazisində xərclədiyi pullar onun tədiyyə balansını yaxşılaşdırır [17]. Turizmin inkişafından əldə olunan gəlirlər regionun iqtisadi rifahı və multiplikativ effektin yüksəldilməsi üçün vacib əhəmiyyət kəsb edir. Tədqiqatlar göstərir ki, regionu səyahət edən turistlər tərəfindən xərclənən pullar, təkrarən yerli iqtisadiyyatda sərf olunur.

### Nəzəri müddəalar

Turistlərin səyahət etdikləri məkan əsasən 3 olmaqla iqtisadi, ekoloji və sosial-mədəni xüsusiyyətlərlə şərtlənir [14]. Bununla yanaşı turizm cəlbediciliyi kimi kütləvi informasiya vasitələri, reklam, yeni sənaye inkişafı, müasir kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatının rolu da vurğulanır. Turizmin müsbət iqtisadi səmərəsi ölkə üçün büdcə gəlirlərinin artımı, istehsalın genişləndirilməsi, investisiyanın stimullaşdırılması və əhəlinin rifah halının yaxşılaşdırılması, mənfi nəticələri kimi inflyasiya, maliyyə axınları, infrastruktur xərcləri və iqtisadi asılılığı göstərilir. Əksər hallarda turizmin müsbət nəticələri dövlət, şirkət və sahibkarları bu sahənin inkişafına dəstək olmağa inandırır [19]. Hotel, hostel, düşərgə, qonaq evləri və gəzməli yerlərdən əldə olunan gəlirlər tərəfləri maraqlandırır. Stynes [23] və Jagoya [18] istinadən qeyd edilir ki, turizm sektorunun inkişafı bir çox müsbət iqtisadi təsirlər yaradır ki, bunlardan əsasən aşağıdakılar qeyd edilir:

- milli gəlirin və xarici valyutadan əldə olunan mənəfətin artımı;
- iqtisadi multiplikativ səmərə;

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

- məşğulluğun artımı;
- infrastrukturun yaxşılaşdırılması.

Dövlətin turizmin inkişafını stimullaşdırmasının əsas səbəblərindən biri iş yerlərinin yaranmasıdır: hotel, nəqliyyat operatorları, turist agentlikləri, bələdçi, turoperatorlar kimi sahələrdə birbaşa məşğulluq yaranır. Turizmin inkişafı turizmlər birbaşa bağlı olmayan tikinti, bankçılıq, nəqliyyat sahələrində də məşğulluq yaradır. Mathieson and Wall [20] və Kumar and Hussain [19] fikrincə turizmin inkişafı gəlirlərin və iş yerlərinin artımı ilə yanaşı regionda avtomobil, dəmir yolları infrastrukturunun, hava limanlarının yaxşılaşdırılması, telekommunikasiya və su, elektrik enerjisi kimi kommunal xidmətlərin təkmilləşdirilməsinə şərait yaradır.

Turizmin inkişafının müsbət təsirləri ilə yanaşı bir sıra pul axınları, mövsümi işsizlik, yaşayış xərclərinin artımı kimi çatışmamazlıqları da vardır. Turizm obyektləri kimi fəaliyyət göstərən bəzi hotellərin mərkəzləri xarici ölkələrdə yerləşdiyi üçün bu istiqamətdə gəlirlərin bir hissəsinin həmin ölkələrə axını baş verir. Kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı, dağ-mədən sənayesi, balıqçılıqla məşğul olan işçi qüvvəsinin bu sahənin inkişafı ilə əlaqədar istiqamətinin dəyişməsi işçilərin öz ənənəvi iş yerlərindən ayrılmasına səbəb olur. İnkişaf etməkdə olan ölkələr turistlərin cəlb olunmasında analoji problemlərlə üzləşirlər, ilboyu turist axını olmayan sahələrdə mövsümi işsizlik yaranır. Həmçinin turist axınlarının aktiv olduğu pik dövrdə tələb yüksəlir, əmtəə və xidmətlərə qiymətlərin (tariflərin) artımı müşahidə olunur [14] ki, bu da yerli əhalinin ərzaq məhsulları, içkilər, nəqliyyat, əyləncə üçün əlavə vəsaitlər xərcləməsinə səbəb olur.

Turizmin inkişafının iqtisadi nəticələrini ölçmək məqsədilə bir sıra metodlardan istifadə olunur. Hər bir metodun tətbiq olunduğu region, məqsəd və obyektinə görə üstün və çatışmayan cəhətləri vardır. Müsbət iqtisadi nəticələrin ölçülməsinin 3 müxtəlif metodu vardır:

1. Sorğu metodu – məlumatların yığılması üçün ən məşhur üsuldür. Sorğuda turistlər, təşkilatçılar, turoperatorları və turizm istiqamətli sahibkarlar iştirak edirlər. Əgər sorğu yalnız turoperator və təşkilatçıların cəlb edilməsi ilə aparılırsa, bu o qədər də səmərəli hesablamaya olmayacaqdır. Çünki, bu zaman turistlərin xərclərinin dəqiq göstəricilərini müəyyənləşdirmək çətin olur [15]. Sorğu metodu ilə səyahət tezliyi, nəqliyyatdan istifadə, regionda qalma müddəti, turistlərin demoqrafiyası və s. məlumatları toplamaq olar. Sorğular üz-üzə, telefon və ya poçt vasitəsilə aparıla bilər. Üz-üzə aparılan sorğular daha müsbət səmərə verir, belə ki bu zaman cavabdan yayınma halları az olur [25].

2. Qiymətləndirmə metodu – turistlərin xərclərinin qiymətləndirilməsi texnikasına əsaslanır. Bu zaman nəqliyyat, pərakəndə alış-veriş xərcləri, ərzaq məhsullarına çəkilən xərclər nəzərə alınır.

3. Modelləşdirmə metodu – sorğu metodu ilə əldə edilmiş məlumatların (səyahət zamanı turistlərin davranışları, xərclər və demoqrafiyası) iqtisadi mənfəətini hesablamaya üçün modelləşdirməni ifadə edir. İqtisadi mənfəətin qiymətləndirilməsi üçün iki tip modelləşdirmə tətbiq olunur. Birinci yanaşma şəhər, region üzrə qiymətləndirməni və ölkə üzrə aqrəqatlaşmanı, digər yanaşma isə ölkə üzrə qiymətləndirməni daha sonra isə şəhər və region üzrə detallaşmanı əks etdirir.

Turizm daimi turist axını olan hər bir dövlət və region üçün əhəmiyyətli dərəcədə iqtisadi əlverişli nəticələrlə əlaqələndirilir. Turistlər xarici valyuta mənbəyi kimi qiymətləndirilir.

### **Azərbaycanda turizmin inkişafı**

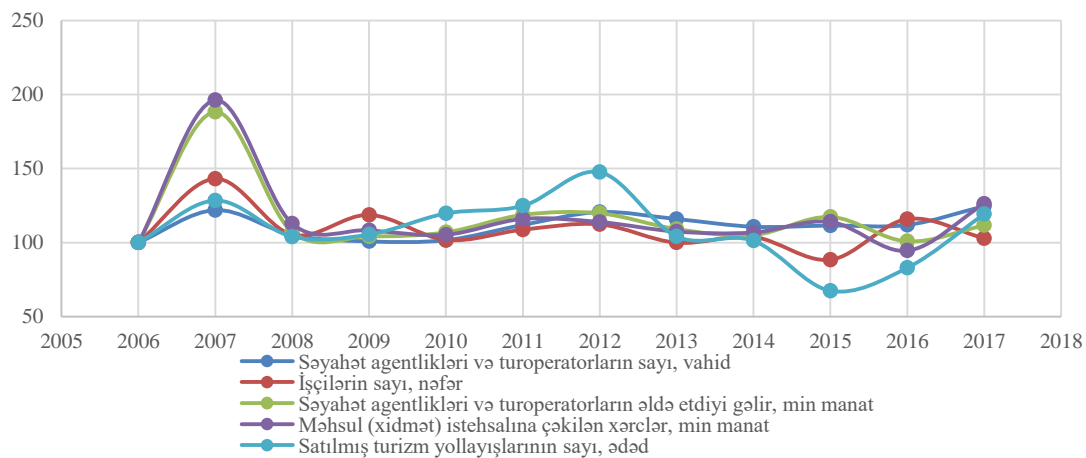
Azərbaycanda turizmin inkişafı iqtisadiyyatın inkişafı ilə birbaşa əlaqəlidir. Turizm muhiti iqtisadi inkişafıla birlikdə formalaşır və böyüyür. Azərbaycanın malik olduğu zəngin tarixi, mədəni və təbii resursların zənginliyi turistləri ölkəyə cəlb edir. Malik olduğu təbii zənginliklər (mineral sular, müalicəvi neft, müalicəvi duz, 11 iqlim qurşağından 9-da yerləşmə və.s), zəngin milli mətbəx, mədəniyyət nümunələri və.s ölkədə turizmin bir çox növünün inkişafı üçün şərait yaradır: idman, işgüzar, gastronomik, çimərlik, müalicəvi, mədəni və.s.

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

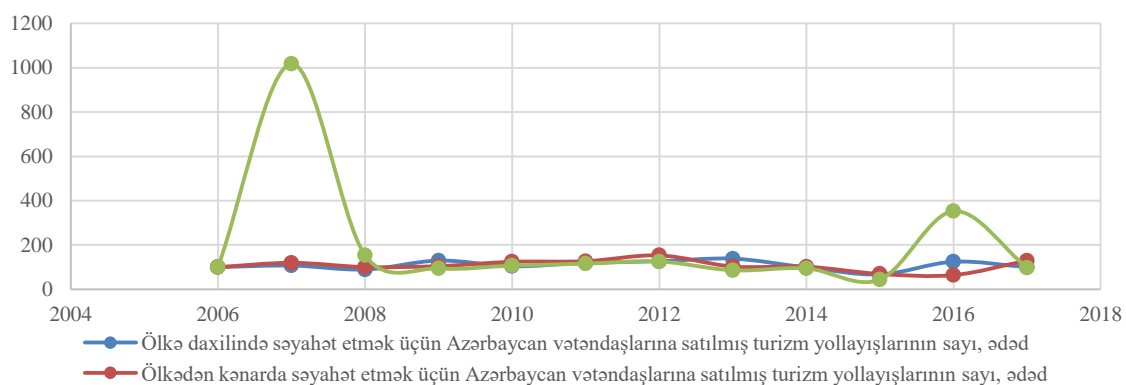
## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Ölkə iqtisadiyyatının sürətli inkişafı ölkəyə xaricilər tərəfindən marağın artmasına səbəb olmuş, ölkəyə müxtəlif məqsədlərlə gələnlərin sayı ildən-ilə artmışdır. Bütün bunlar turizm fəaliyyətinin genişlənməsinə şərait yaratmışdır. Ölkəyə artan marağın nəticəsində 2011-ci il ölkədə “Turizm ili” elan olunmuşdur [10]. Turizm sahəsində geniş imkanlara sahib Azərbaycan zəngin landşaft, təbiət abidələri, zəngin mədəni-tarixi irslərinin düzgün tanınması ilə ölkəyə cəlb olunan turistlərin sayını artırma bilər.

2017-ci ildə Səyahət agentlikləri və turoperatorların sayı 339 olmuş və 2006-cı illə müqayisədə 3,53 dəfə, 2010-cu illə müqayisədə 2,69 dəfə və 2015-ci illə müqayisədə 1,4-dəfə artmışdır. Bu sahədə işləyən işçilərin sayı 2017-ci ildə 1891 nəfərə çataraq 2006-cı illə müqayisədə 2,43 dəfə, 2010-cu illə müqayisədə 1,33 dəfə və 2015-ci illə müqayisədə 1,19 dəfə artıq olmuşdur. Səyahət agentlikləri və turoperatorları tərəfindən satılmış turizm yollayışlarının sayı 2017-ci ildə 44 066-ə çatmışdır. Bu göstərici 2006-cı illə müqayisədə 2,18 dəfə, 2010-cu illə müqayisədə 1,29 dəfə çox olsa da və 2015-ci illə müqayisədə 0,01% az olmuşdur. 2017-ci ildə ölkə daxilində səyahət edən Azərbaycan vətəndaşlarının sayı 5850-ə çatmış və 2006-cı illə müqayisədə 2,22 dəfə, 2010-cu illə müqayisədə 1,73 dəfə və 2015-ci illə müqayisədə 1,25 dəfə çox olmuşdur. Bundan başqa 2017-ci ildə ölkədən kənar 31612 nəfər Azərbaycan vətəndaşları səyahət etmişlər. Bu səyahətçilərin sayı 2006-cı illə müqayisədə 1,82 dəfə, 2010-cu illə müqayisədə 17% çox olmuş, lakin 2015-ci illə müqayisədə isə 17% azalmışdır. Bu tədqiqat aparılan dövrdə Azərbaycan ərazisinə səyahət edən əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin sayı xeyli artmışdır. Belə ki, 2017-ci ildə Azərbaycan ərazisinə səyahət edən əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin sayı 6604-ə çataraq 2006-cı illə müqayisədə 27,86 dəfə, 2010-cu illə müqayisədə 1,78 dəfə və 2015-ci illə müqayisədə 3,44 dəfə artıq olmuşdur. Bu illər ərzində qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayında xeyli dəyişikliklər olmuşdur. 2017-ci ildə Qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayı 63423 nəfər olmuşdur. Bunların sayı 2006-cı illə müqayisədə 39 % çox olmuş, 2010-cu illə müqayisədə 9 % azalmış və 2015-ci illə müqayisədə isə 2 % artmışdır [9].

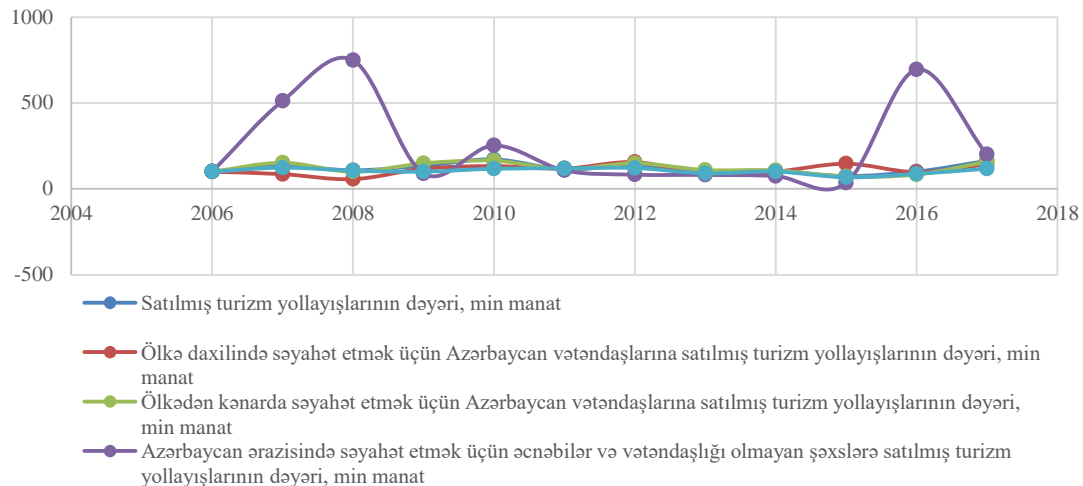


a.



b.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS



c.

Qrafik 1. Səyahət agentlikləri və turoperatorların əsas göstəriciləri

Respublikada səyahət agentlikləri və turoperatorların maliyyə-iqtisadi göstəricilərinə nəzər yetirərək onu söyləmək olar ki, 2017-ci ildə Səyahət agentlikləri və turoperatorların əldə etdiyi gəlir 41034,2 min manat olmuş və 2006-cı illə müqayisədə 4,84 dəfə, 2010-cu illə müqayisədə 2,1 dəfə və 2015-ci illə müqayisədə isə 12 % artıq olmuşdur. Məhsul (xidmət) istehsalına çəkilən xərclərin məbləği isə 2017-ci ildə 36734,6 min manat olmuş, və bu göstərici 2006-cı illə müqayisədə 5,21 dəfə, 2010-cu illə müqayisədə 2,06 dəfə və 2015-ci illə müqayisədə isə 19 % çox olmuşdur.

Yekunda Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsinə nəzər yetirərək aşağıdakıları söyləmək olar. Milli iqtisadiyyatın inkişaf strategiyasında prioritet istiqamətlərdən biri kimi ixtisaslaşmış turizmin müəyyənləşdirilməsi turizmin inkişafı istiqamətində görülən işlərin davamlılığına xidmət etməklə yanaşı, Azərbaycan Respublikasının cəlbedici turizm məkanı kimi qabaqcıl mövqə tutmasına imkan yaradacaq, eyni zamanda, qarşılıqlı əlaqələrdən və mövcud turizm potensialından səmərəli istifadə edilməklə turizm sektorunun iştirakçıları arasında əməkdaşlığın inkişafına və Azərbaycanda turizm xidmətləri üzrə keyfiyyətin yüksəldilməsinə gətirib çıxaracaqdır.

Strateji Yol Xəritəsi nəzərdə tutulmuş müddətlər ərzində turizm sektorunun inkişafının dəstəklənməsi, beynəlxalq və yerli bazarlarda yüksəkkeyfiyyətli və rəqabətə davamlı turizm xidmətlərinin təmin edilməsi, milli dəyərlərə uyğun turizm təcrübəsinin formalaşdırılması, müasir ideya və innovasiyalara əsaslanan yeni investisiya layihələrinin cəlb edilməsi və turizmin inkişafı ilə əlaqədar aidiyyəti orqanların qarşılıqlı koordinasiya kimi tədbirləri özündə ehtiva edir. Son illərin statistik göstəricilərinə görə, turizm Azərbaycanda daim inkişaf edən sektorlardan biri olmuşdur. Belə ki, son 5 ildə Azərbaycanda turizm sektorunda xidmət göstərən sahibkarlıq subyektlərinin və turizm məqsədilə gələn xarici ölkə vətəndaşlarının sayında müvafiq olaraq 4,5 və 8,5 % ortaillik sabit artım müşahidə edilmişdir. Hazırda turizm sənayesinin ölkə üzrə ÜDM-də və məşğulluqda birbaşa payı müvafiq olaraq 4,5 və 3,3 % təşkil edir. Bakı şəhəri beynəlxalq miqyasda tanınan turizm məkanları ilə biznes və istirahəti üstün tutan turistləri cəlb etmək baxımından daim turizm sektorunun inkişafının əsas təkanverici qüvvəsi olmuşdur. Çoxsaylı turizm altsektorlarının inkişafı isə, əlavə olaraq, regional turizmin inkişafına da təkan vermişdir.

Təhlillər göstərir ki, qonşu ölkələrdən daha çox turist cəlb etməklə, həmçinin qlobal miqyasda daha çox tələbatın olduğu ölkələr üçün ixtisaslaşmış turizm məkanına çevrilməklə Azərbaycanın hər iki sahə üzrə üstünlüyü daha da artırıla bilər. Mövcud imkan və potensialdan səmərəli istifadə etməklə Azərbaycan 2025-ci ilədək həm regionda, həm də digər dünya ölkələri arasında cəlbedici turizm məkanlarından birinə çevriləcəkdir. 2025-ci ildən sonrakı dövr üzrə perspektiv isə Azərbaycanı dünyada turistlərin ən çox üstünlük verdikləri 20 turizm məkanından birinə çevirmək, mövcud turizm ehtiyatlarından səmərəli istifadə göstəricilərinin maksimuma çatdırılmasını təmin etməkdir. Qeyd olunan məqsədlərə nail olmaq üçün hava əlaqəsinin və əlçatanlığın artırılması, çoxsaylı turizm növləri üzrə fiziki və sosial infrastrukturun və s. təkmilləşdirilməsi, yerli dəyərlərin beynəlxalq aləmdə uğurlu təbliği mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Turizm haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanun.
2. Beynəlxalq Turizm Bazarı – Rüşət Kasumov, Bakı 2012
3. Turizmin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi – Ə.Q. Əlirzayev, Bakı 2011
4. Country's tourism revenue rise – Azernews, No 28, April 17 – 21, 2015
5. Azərbaycan Respublikasında 2010 – 2014 – ci illərdə turizmin inkişafına dair dövlət proqramı/
6. Investment opportunities of tourism Industry in Azerbaijan and its regions – Vugar Dargahov, Rovshan Karimov – European International Journal of Science and Technology, September 2014
7. Promoting Foreign Investment in Tourism – United Nations, New York and Geneva 2010
8. The Importance of Transportation in Tourism Sector – Rufat Mammadov, 7<sup>th</sup> Silk Road International Conference “Challenges and Opportunities of Sustainable Economic Development in Eurasian Countries”
9. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistik Komitəsi – www.stat.gov.az
10. Turizm və Mədəniyyət Nazirliyi – www.mct.gov.az
11. Azərbaycanın turizm potensialı – www.Azerbaijanis.com
12. Azərbaycanın daxili turizm potensialı – www.anl.az
13. Regionların sosial – iqtisadi inkişafında turizmin rolu – www.azerbaycaninfo.az
14. Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. and Wanhill, S. (2008). Tourism Principles and Practice: (4th Edition). Harlow: Financial Times Prentice Hall.
15. California Division of Tourism. (1974). Tourism Employment Study. Sacramento: California: California Department of Commerce.
16. Dwyer, L. and Mistilis, N. (1999). Tourism Gateways and Regional Economies: The Distributional Impacts of MICE. International Journal of Tourism Research, 1(6), 441-457.
17. Gee C. Y., Makens J. C. and Choy D. J. L. (1989). The Travel Industry. Van Nostrand Reinhold, New York.
18. Jago, L. (2012). The Value of Business Events. Available at www.businesseventssydney.com.au
19. Kumar. J. and Hussain, K. (2014a). Evaluating Tourism's Economic Effects: Comparison of Different Approaches. Procedia – Social and Behavioral Sciences, 144, 360-365. DOI: 10.1016/j.sbspro.2014.07.305.
20. Mathieson, A. and Wall, G. (1982). Tourism: Economic, Physical and Social Impacts. Longman, Harlow, UK.
21. Rogers, T. (2008). Conferences and Conventions: A global industry (2nd Edition). Burlington, MA: Elsevier Ltd.
22. Rogers, T. (2003). Conferences and Conventions – A Global Industry. Oxford: Butterworth Heinemann.
23. Stynes, D. J. (1997). Economic Impacts of Tourism: A Handbook for Tourism Professionals, Illinois Bureau of Tourism, Illinois Department of Commerce and Community Affairs, Prepared by the Tourism Research Laboratory at the University of Illinois at Urbana-Champaign.
24. U.S. Travel Data Center (1989). Survey of State Travel Offices.
25. Washington, D.C. -UNWTO. (2006). Measuring the Economic Importance of the Meeting Industry: Developing a Tourism Satellite Account Extension. Madrid: United Nation World Tourism Organization.

## ÇİN XALQ RESPUBLİKASINDA TURİZMİN TƏŞKİLİ VƏ ONUN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ

**c.ü.f.d., dos. UMUDOVA R.İ.**  
**c.ü.f.d., dos. CƏFƏROVA G.C.**

*Bakı Dövlət Universiteti*

**Abstract:** *The extensiveness, a variety of a landscape, ancient history of the People's Republic of China became the reason of development of different types of tourism in the country. Being a cradle of an ancient civilization, in regions of China very valuable historical monuments remained. The 5000-year history of the People's Republic of China gave a powerful impulse to development of cultural tourism in the country. So, the country is rich with both natural and cultural tourist resources.*

*The picturesque beaches of the Litsian and the Quylin Rivers, the beauty of five "sacred" mountains, the tectonic valleys on river banks of the Yanszhi River, the magnificent Xoan Goshu waterfalls, calcareous caves, "the mountain wood", etc., natural resources which lead to a flow of tourists.*

**Keywords:** *recreational potential, territorial organization, sphere of tourism, tourist routes, resort resources, historical architectural monuments, territorial organization.*

Çin Xalq Respublikası əhalisinin sayına görə dünyada birinci yerdə olub, geniş ərazirə malikdir. Ərazisinin geniş olması ekzotik və müxtəlif landşaftının olmasına səbəb olmuşdur. Ölkədə müxtəlif relyef formaları- yüksək dağ sistemləri, yaylalar, dərin dərələr, geniş düzənliklər və çay vadiləri vardır.



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Qədim sivilizasiyanın beşiyi kimi Çinin bölgələrində çox qiymətli tarixi abidələr qorunub saxlanılır. ÇXR-nın 5000 illik tarixə malik olması ölkədə mədəni turizmin inkişafına güclü təkan vermişdir. Belə ki, ölkə həm təbii, həm də mədəni turizm ehtiyatları ilə zəngindir. Təbii rekreasiya ehtiyatı kimi Litsizyan və Quylin çaylarının mənzərəli sahilləri, beş “müqəddəs” dağın gözəllikləri, Yantsı çayı sahilində tektonik dərələr, möhtəşəm Xoan Qoşu şlaləsi, əhəngdaşı mağaraları, “dağ meşə” və s. turist axımına səbəb olan təbii sərvətlərdir [5].

Çində turizmin inkişafı 50-ci illərin əvvəllərinə təsadüf edilir. 1954-cü ildə 14 filialı ilə beynəlxalq səyahət bürosu Pekində, Şanxayda, Quancjou və digər şəhərlərdə fəaliyyətə başladı. 1964-cü ildə Pekində ÇXR-nın turizm üzrə Dövlət idarəçiliyi yarandı. 1978-ci ildə Çində aparılan iqtisadi islahatlar və “açıq qapı” siyasəti turizmin inkişafına böyük təkan verdi. İqtisadi islahat Çinin sosial bazar iqtisadiyyatına istiqamətləndirilirdi.

“Açıq qapı” siyasəti ÇXR-nın müasir iqtisadi inteqrasiyasının yaranmasına və ölkələr arasında beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin qurulmasına, dünya bazarına yol açmasına və xarici ticarətin geniş miqyasda inkişafında böyük miqdarda investisiyanın cəlb olunmasına şərait yaratdı. İslahatın təsiri ÇXR-nın inkişafına o qədər təsir etmişdir ki, dünya artıq Çinin iqtisadiyyatını “möcüzə” adlandırır. İqtisadiyyatın inkişafı dövründə orta inkişaf artıq 10 faizə qədər artmışdır. 20 ildən artıq müddətdə isə Çində xarici ticarətin həcmi 20 dəfə artmışdır. Artıq 1998-ci ildə turizmdən gələn gəlir 12,6 mlrd.dollar təşkil etmişdi.

Çin tarixi və mədəniyyəti dünyaya bir çox zəngin töhfələr, ixtiralar, icadlar vermişdir. Qədim tarix Pekinə çoxlu sayda abidələr və zəngin mədəni irs nümunələri bəxş etmişdir. Ölkəyə gələn turistlər Böyük Çin səddini, Yasaq şəhəri (Sızszinçen), İxeyuan parkını, Beyxay parkını, Syanşan dağına qalxır, Neba məbədinə və digər abidələri ziyarət edirlər. Füsunkar təbiət və maraqlı memarlıq abidələri, Çin qədim mədəniyyəti ilə tanışlıq, muzeyləri gəzmək turistlərə xüsusi zövq verir.

Çin modeli-dünyanın iqtisadi elmində yeni, unikal hadisədir. Bu model qərb nümunələrini əks etdirmir. O bununla nikaldır ki, bütövlükdə və tam olaraq milli maraqlara uyğundur. Bununla yanaşı ölkənin tarixi, spesifik və milli xüsusiyyətlərini nəzərə alan Çin islahatları radikalıqdan uzaqdır. Dəyişikliklərin hər bir mərhələsi dərinlən təhlil edilir. İri elm mərkəzləri isə bütün nəticələri çox dəqiqliklə hesablayır və proqnoz verir.

Çin mədəniyyəti tarixin bütün mərhələlərində inkişaf etmiş, minilliklər ərzində dil, yazı, milli xüsusiyyətlər, ənənələr qorunub saxlanılmış və hazırda mövcud olan müasirliklə qədimliyin vəhdəti yaranmışdı. Çin tarixi və mədəniyyəti dünyaya bir çox zəngin töhfələr, ixtiralar, icadlar vermişdir. Çin çoxmillətli ölkə olub, mədəniyyətini formalaşması tarixən məskunlaşan xalqların mədəniyyətlərinin qarışması şəraitində inkişaf etmişdir.

İki min il əvvəl Xan sülaləsi dövründə Çinin Sian şəhərindən başlanan və Şərqdən qərəbə doğru salınan İpək yolu həm böyük ticarət yolu, həm də Şərq və Qərb mədəniyyətinin mübadiləsinə şərait yaradan bir körpü idi [5].

İpək Yolu bizim eramın birinci minilliyindən başlayaraq ikinci minilliyin ortalarına qədər Avropa və Asiyadan çarpaz şəkildə keçən marşrutlar şəbəkəsini əks etdirir. İpək Yolunun əsas hissəsi öz başlanğıcını Çinin paytaxtı Çanqandan (Xian) götürür və sonra Orta Asiyada Təkləməkən səhrasından keçən şimal və cənub marşrutlarına ayrılır, sonra isə yenidən birləşərək İrannın yaylalarını kəsib keçir və Antiox və Tire şəhərlərində qurtarır. Eramızdan əvvəl dördüncü əsrdə Makedoniyalı İskəndər Mərkəzi Asiya istiqamətində Hind çayını keçəndə, artıq Çin ipəyinin Aralıq dənizinə çıxışı var idi

Azərbaycan da Qafqazın və Mərkəzi Asiyanın digər yeni müstəqil dövlətləri ilə birlikdə bu proqama qoşuldu və Böyük İpək yolunun bərpasının təşəbbüsçülərindən biri oldu. Qədim dövrlərdə Çindən Şimali Afrikaya və İspaniyaya qədər çoxlu dövlətləri birləşdirən İpək yolunun əsas xətlərindən biri də Xəzər dənizinin qərb sahilləri boyunca cənubdan şimala doğru Azərbaycanın ərazisindən keçirdi.

Hazırda Çin dünyanın ən sürətlə inkişaf etməkdə olan dövlətlərindən biri, beynəlxalq aləmdə mühüm əhəmiyyət kəsb edən bir ölkədir. Ölkədə 70-ci illədən başlayaraq ardıcıl, mütəmadi aparılan islahatlardan sonra qısa müddət ərzində Çin sürətli iqtisadi inkişaf yolu keçib və artıq XX əsrin sonunda möcüzəvi nailiyyətlər əldə etdi. Belə ki, müasir dövrdə Çin bir çox iqtisadi göstəricilərə görə dünya təsərrüfatının aparıcı dövlətlərindən birinə çevrilməyə nail olmuşdur. Ölkənin elm və texnika, sənaye, səhiyyə, mədəniyyət və bir çox başqa sahələri ilə yanaşı turizm-rekreasiya sahəsi də sürətlə inkişaf etmişdir.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Çində turizm-rekrasiya sahəsinin inkişafına imkan yaradan, təkan verən amilləri səciyyələndir-mək, qiymətləndirmək və bu işdə onların mahiyyətini şərh etmək məqsəduyğundur.

Turizm əhalinin həyat, bilik və dünyagörüşü səviyyəsinin inkişafına müsbət təsir göstərən amillərdən biridir. Turizm təsərrüfatının əsas göstəriciləri təbii-iqlim, landşaft kompleksləri, iqtisadi inkişaf şəraiti, tarixi-arxeoloji abidələr və s. kimi insanların zövqünə oxşayan komponentlərdir. Turizm müxtəlif maraqları əhatə edərək, səyahətə çıxan, istirahət, işgüzar və yaxud başqa məqsədlərlə adi mühitdən uzaqlaşan insanları birləşdirir. Hazırda turizm iyirminci əsrin kütləvi fenomeni olub, müasir dövrün ən parlaq təzahürüdür. Turizm insanların həyatının bütün sahələrinə real şəkildə daxil olaraq, ətraf mühiti və landşaftı dəyişdirən hadisə kimi qəbul edilir. Turizm sadəcə səyahət və yaxud istirahət kimi qəbul edilmir, o həmçinin iqtisadiyyatın mühüm amillərindən biri kimi qiymətləndirilir [2, s.14].

Son 20 ildə ÇXR-da turizm infrastrukturunu sürətlə inkişaf etmişdir. Ölkədə 980 daxili hava xətti, 130 beynəlxalq xətt və 24 regional hava xətləri fəaliyyət göstərir. Belə ki, inkişaf etmiş infrastruktur- ərazinin iqtisadi fəallığını, turizmin inkişaf potensialından xəbər verir.

Çində turizmin inkişafı üçün bütün potensial imkanlar vardır. Ölkənin paytaxtı Pekin şəhəri memarlıq abidələri ilə zəngindir. Pekində Min sülaləsinin 13 imperatorunun qəbri, Səma məbədi, İxeyuan parkı, Böyük Çin Səddi, Beyxay parkı, milli parkı, Çin elmi-texniki tədqiqat İnstitutu, Pekin zooparkı, Pekin botanika bağı və s. görməli yerlər turistləri daha da cəlb edir.

Pekinin şimal-qərbində dağlıq ərazidən Böyük Çin Səddinin bir hissəsi keçir. Pekinin cənub-şərqində mənzərəli məşhur Tayşan dağı və Konfussu məbədi yerləşir. Taydxu Xuanşan dağında gəzinti xoş təəssürat yaradır. Şəhərin çoxsaylı parkları arasında, daxili şəhərdəki “Üç dəniz” parkı, Cueyuan, Şisanlin adlar xüsusilə seçilir [1, s.294].

Şanxay Çinin və dünyanın ən iri şəhərlərindən biridir. ÇXR-nın gözəl və müxtəlif məzmunlu kolleksiyalarından birinin toplandığı İncəsənət və tarix muzeyi, XV əsrdə salınmış Mandarin Yunun bağı, Al qırmızı Payız Buludları bağı, Çexuanmyao məbədi və qiymətli daş-qaşla bəzədilmiş Buddanın möhtəşəm abidəsi saxlanılan Yuyfesa məbədi Şanxayda yerləşir.

Lxas şəhəri lamanizmin mərkəzi olub, Budda məbədləri ilə məşhurdur. Burada –Lamanın iqamətgahı olan Potala saray- monastırı qorunub saxlanılır.

Çində çimərlik turizmi də sürətlə inkişaf etmişdir. Son illər Xaynan adası çimərlik turizmi üzrə məşhurlaşmışdır. Burada həmçinin dayvinq üçün də şərait yaradılmışdır.

Haynan tropik və ekoloji cəhətdən təmiz olan iqlimi ilə dünyada məşhur turizm bölgəsinə çevrilmişdir. Burada təmiz hava, təmiz dəniz və zəngin yaşıllıqlarla zəngindir. Bu baxımdan adada uzun ömürlü əhali üstünlük təşkil edir. Burada həmçinin ənənəvi Çin tibbi mərkəzləri də fəaliyyət göstərir.

Sanya kurortu 40 adadan ibarətdir. Sanyanın əsas kurort zonaları Yalunvan, Dadunhay və Sanyavan körfəzlirində yerləşmişdir. Adalar qumlu, təmiz və şəffaf çimərliklər ilə məşhurdur.

Sinxundao kurortu ölkənin qədim kurortu olaraq Xebey əyalətində Boxayvan körfəzi sahilində yerləşmişdir. Kurortun Beydayhe, Nandayhe və Çanlı çimərlikləri əsas rayonları hesab edilir.

Ölkədə həmçinin dağ-turizmi də sürətlə inkişaf etmişdir. Hazırda Çində on dağ-xizək turizm zonası fəaliyyət göstərir. Ölkənin ən iri dağ-xizək kurortu Mancuriyada Yabulidir. Bu kurort bütün ilboyu fəaliyyət göstərir. Ərazisi 200 ha olub, dağ-xizək yolunun uzunluğu 30 km təşkil edir.

Çinin milli parklar, qoruq və təbiəti mühafizə olunan əraziləri çoxdur. Ölkədə 19 mln.ha-dan çox ərazisi olan 1658 meşə parklar və 150 mln.ha olan 1757 meşə qoruqları vardır. Altı meşə parkları və qoruqları YUNESCO-nun milli irs siyasinə daxildir. Sintzyan-Uyğur Muxtar Rayonu ekoloji ehtiyatlarla zəngindir. Burada Urumçi-Nanşan peyzaj rayonu, Tyançi rayonu, Şərqi Cunqariyada Daş meşə, Altay peyzaj rayonu, İli rayonunu qeyd etmək olar.

Beləliklə, Çində turizmin bütün növlərinin inkişafı üçün perspektivli ölkədir. Çində böyük turizm bazarı vardır ki, onu da həcmi 1,52 dollar təşkil edir [5].

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Məmmədov C.A., Soltanova H.B., Rəhimov S.H. Beynəlxalq turizmin coğrafiyası. Dərs vəsaiti. Bakı-2002.
2. Cəfərova G.C., Abbasov C.R. Azərbaycanda dövlət proqramlarına əsasən turizmin ərazi təşkili və inkişafının potensial imkanları. Azərbaycanda turizmin inkişafı və regional problemlər. Bakı, 2011.
3. Александрова А.Ю. Международный туризм / А.Ю. Александрова. – М.: КНОРУС, 2013. – 460 с.
4. Дмитриевский Ю.Д. Туристские районы мира: Учебное пособие - Смоленск: СГУ, 2000. – 224 с.
5. <https://glonasstravel.com/destination/strany-i-goroda/kitaj/>
6. <https://www.advantour.com/rus/china/tourism.htm>

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ TURİZM POTENSİALININ  
İSTİFADƏSİNİN PERSPEKTİV İSTİQAMƏTLƏRİ**

**dosent QURBANOVA Fəridə Əhməd qızı**

*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti*

**Abstract:** *Development trends, social and economic importance of tourism sector are measured by the effectiveness of the formation and use of tourism potential. Tourism potential means financial resources, infrastructure, labor, organizational and management practices that can be used in accordance with tourism requirements. For exploring country potential in every area, the factors of the field should be evaluated and predicted and the main direction of development should be determined.*

**Key words:** *tourism industry, tourism potential, recreation tourism, tourism resources, tourism industry, infrastructure of tourism.*

Turizm potensialı resurs potensialını müəyyənləşdirir. Turizm sektorunun resurslarının hərəkəti onun sahələrarası maddi-maliyyə mübadiləsi və turizm məhsulunun dəyəri, bölgüsü əlamətlərlə fərqlənir.[1.110]

Turizm haqqında ədəbiyyatlarda turizm ehtiyatları və turizm potensialı anlayışları eyniləşdirilir. Turizm ehtiyatları, səyahət ediləcək məkanın tarixi, arxitektura abidələri, sağlamlıq, mədəni və s. obyektləridir.

Turizmin ehtiyatlarına formalaşmış potensial da demək olar. Turizm potensialı dedikdə, yenidən inkişaf edən, ən çox məhsuldar və perspektivə malik olan sahələr başa düşülür. Turizm potensialının dəyişməsi və formalaşmasına təsir edən amillərə aşağıdakılar aid edilir:

- mülkiyyət münasibətləri
- təbii- iqtisadi amillər
- sosial – mədəni amillər
- nəqliyyat sektorunun vəziyyəti
- turizm təklifi
- turizmin infrastrukturunun vəziyyəti
- turizmin inkişaf meyilləri
- bank sistemi
- turizmin beynəlxalq-iqtisadi əlaqələri
- turizm sənayesi
- beynəlxalq-ticari əlaqələr
- mehmanxana sistemi və b.

Turizm potensialında insan resursları mühüm rol oynayır. Kadr potensialının peşəkarlığı, sayı turizmin inkişafına bilavasitə təsir göstərir. Turizmin kadr potensialı, beynəlxalq təhsilə yiyələnən, müasir standartlara uyğun ixtisaslı kadrların hazırlanması və onların bu sahədə təsərrüfatçılığa cəlb edilməsidir.

Azərbaycan turizm sektorunun inkişafı üçün böyük potensiala malikdir. Qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsiində turizm dövlət tərəfindən əsas prioritet sahələrdən biri kimi fərqlənir. Xüsusən də ölkənin regionlarında turizm fəaliyyətinin və bu sahədə məşğul sahibkarların inkişafı üçün mühit yaradır və xüsusi diqqət nəticəsində ölkə bu sahədən böyük gəlir əldə edə bilər. Azərbaycanda turizm sektorunun potensial göstəricisi əhalinin sayı, turizmin maddi-texniki bazası, turizm sektoruna ayrılacaq kapital qoyuluşunun həcmi ilə müəyyən edilir.

Azərbaycanın zəngin təbiəti və iqlimi bəzi turizm növünün inkişafı üçün əlverişlidir. Qış fəslində dağlarda və dağətəyi rayonlarda qış turizmi, müalicəvi əhəmiyyətli resursların mövcudluğu, meşənin özünəməxsusluğu, qoruqlar, nadir ağac və vəhşi heyvan növləri turizmin inkişafı üçün bütün imkanları özündə əks etdirir.

Abşeron ətrafı ərazidə Şıx, Şabranda Qalaaltı, Culfa rayonunda Türşu müalicəvi əhəmiyyətli suları, Culfada Duzdağ, Talış dağlarında, Böyük Qafqazın cənub və şimal-şərq ətəklərində termal bulaqlar, palçıq vulkanları, Naftalanın müalicəvi nefti və s. Azərbaycanda rekreasiya turizminin inkişafı

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

üçün mühit yaradır. Bu müalicəvi əhəmiyyətli mərkəzlər yerli turistlər tərəfindən bəyənilir. Palçıqdan sinir sistemi, duz mağaralarında nəfəs yolu və digər xəstəliklərin müalicə etdirilməsində insanlar istifadə edirlər.

Bu sahələrin dünyada tanınması ölkəyə müalicə olmaq məqsədilə üz tutan turistlərin sayını artıracaqdır. Azərbaycanda 6000-dən çox tarixi abidə mövcuddur. [3]. Bunlardan dini baxımdan islam dövrünə, xristianlığa, atəşpərəstliyə, qədim dinlərə aid ziyarət yerləri də mövcuddur ki, bunların rekonstruksiyası və məşhurlaşması turistlərin çoxalmasına səbəb ola bilər. Qobustan mağaralarında qayaların üstündəki şəkillər turistlər tərəfindən bəyənilir və bu ölkənin qədimliyindən xəbər verir. Onu da qeyd etmək ki, hələ qədim zamanlarda Böyük İpək Yolunun Azərbaycandan keçən hissəsi, Gürcüstan və Türkiyə ərazilərindən keçməklə Avropa və Asiyaya çıxarılmasını təmin etməklə yanaşı, region ölkələrin tranzit potensialının artmasına, Avropaya inteqrasiya proseslərinin sürətlənməsinə, Avropa Qonşuluq siyasəti çərçivəsində əməkdaşlığın daha da inkişafına, Azərbaycanın dövlət müstəqilliyi və suverenliyinin möhkəmlənməsinə, habelə ölkəmizin xarici iqtisadi əlaqələrinin genişlənməsinə xidmət edir. [4]

Böyük İpək yolu üzərində qədim karvansaraylar, hamamlar, qalalar, ibadətgahlar, qəsrlər hələ də qalır. Lakin bu abidələrin çoxu diqqətdən kənar qaldığı üçün yaxşı vəziyyətdə deyillər. Təəssüf ki, bəzi tarixi abidələrimiz Rusiya işğalı dövründə və erməni terroru nəticəsində məhv olmuşdur.

Tarixi abidələrin restorasiyası və məşhurluğu tarixlə maraqlı olan turistlərin cəlb olunmasında mühüm rol oynayacaqdır. Ölkənin tarixi abidələrindən “İçərişəhər”, Qız Qalası, Şəki Xan Sarayı, Məminə Xatun Məqbərəsi UNESCO tərəfindən qorunub saxlanılır. Bu abidələrin dünyada tanınmasında mühüm bir addımdır. Azərbaycanın əlverişli coğrafi mövqedə yerləşməsi faktorunu nəzərə aldıqda, “İpək Yolu” kimi qədim tarixə malik bir yolun ölkəmizin ərazisindən keçməsi ölkənin qərb-şərq, şimal-cənub turizm marşutlarında iştirakı mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Bu gün ölkədə mehmanxana biznesinin dünya standartlarına cavab verən səviyyədə təşkili, ölkəyə səfər edənlərin, turistlərin qəbul edilməsi baxımından arası kəsilməyən tədbirlər həyata keçirilir. Buna misal olaraq «Qafqaz Baku Sport Hotel»-i qeyd etmək olar. Bu otelin «Bakı-2015» ilk Avropa Oyunları dövründə istehlakçıların istifadəsinə verilməsi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Belə bir otelin inşası ilk Avropa Oyunları ilə əlaqədar ölkəmizə gələn turistlərin istirahətinin təmin olunmasına və Bakının turizm potensialının nümayiş etdirilməsinə şərait yaradır.

Ölkəmizdə perspektivli və sürətlə inkişaf edən turizm sahəsinə «Şahdağ» qış-yay turizm kompleksində tikilmiş otellər bu istirahət zonasına marağı bir daha artırır. Turistlərin istirahətinin yüksək səviyyədə təminatı, bu otellərdə olan şərait təsdiqləyir ki, bu gün Azərbaycanda turizmin inkişafına dövlət dəstəyi var.

Prezident İlham Əliyevin rəhbərliyi ilə bütün ölkə üzrə turizm marşrutlarının müəyyənləşdirilməsi və bununla bağlı bölgələrdə genişmiqyaslı tədbirlərin həyata keçirilməsi diqqət mərkəzində saxlanılır.[5]

Son zamanlar beşulduzlu otellərin istifadəyə verilməsi ilə dünyanın tanınmış otel brendləri Azərbaycana gəlib. Regionlarda da yeni turizm və istirahət obyektlərinin, mehmanxana komplekslərinin istifadəyə verilməsi ölkəmizdə bu sektorun inkişafına göstərilən qayğının nümunələrindən birinə çevrilib.

«Şahdağ» qış-yay turizm kompleksində istifadəyə verilmiş otellərdə yaradılmış yüksək şərait ölkədə mehmanxana biznesinin inkişafını bir daha təsdiqləyir və qeyri-neft sektorunda turizmin xüsusi çəkisinin getdikcə yüksəldiyini göstərir. «Şahdağ» qış-yay kompleksi ölkəmizdə birinci dağ-xizək kurortudur. «Park Chalet» oteli yeni yaradılan «Absheron Hotel Group» şirkətinin ikinci otelidir. İlk otel olan «Pik Palace Şahdağ»-ın açılışı 2013-cü ilin dekabrında Prezident İlham Əliyev tərəfindən həyata keçirilib [5].

«Park Chalet» otelinin dizaynı Avropa dizaynından istifadə edilmiş, ABŞ-da Aspen xizək tipli otellərin üslubunu da özündə əks etdirir. «Park Chalet» oteli «Marriot» brendinin eksklüziv və lüks otel, həm də kurortların məcmu «Autograph Kollektion»-un daimi üzvüdür. «Park Chalet»-in bu qrupa daxil olması, orada fəaliyyət göstərəcək otellər beynəlxalq standartlara uyğun, məkan orijinallığı və s. xüsusiyyətlərilə fərqlənən otellərdir. Bunlar da sübut edir ki, paytaxtla yanaşı, regionlarda müasir tələblərə cavab verən turizm və istirahət mərkəzlərinin, mehmanxana komplekslərinin inşası və istifadəyə verilməsi ölkədə bu sahənin inkişafına göstərilən dəstəyin nəticəsidir. Bu baxımdan «Park Chalet» otelindəki normal şərait Azərbaycanda otel biznesinin inkişaf istiqamətlərini və qeyri-neft sektorunda onun payının getdikcə yüksəldiyini bir daha aşkar edir.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Birinci otel - «Şahdağ» oteli, sonra «Qaya», «Zirvə», «Pik Palas» və «Park Chalet», deməli, az müddətdə, təxminən 3-4 ildə Azərbaycanda dünya standartlarına uyğun beynəlxalq turizm mərkəzi yaradılmışdır. Azərbaycanda turizm zonalarının yaradılması bu cür inkişaf edir: dövlət infrastrukturun inkişafına, yolların salınmasına, bütün kommunikasiyalarla təmin olunmasına, özəl bölmədə işə kapital qoyuluşunu təşkil edir. Bu sektor özünün inkişaf dövrünü yaşayır. Bu otellərdə «Şahdağ» kurort mərkəzində işləyənlərin 80%-i yerli əhəlidir. Bu baxımdan əhalinin turizm sektorunda işlə təmin olunması işsialiyin azalması, məşğulluğun yüksəlməsinə səbəb olur ki, bə da əhalinin həyat səviyyəsinin, onların rifah halının yüksəlməsinə səbəb olur.

Səyahət agentlikləri və turoperator fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrdə işçilərin sayı da öz növbəsində turizm fəaliyyətilə məşğul olanların sayının çoxluq təşkil ediyini əks etdirir:

**Cədvəl 1. Səyahət agentlikləri və turoperator fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrdə işçilərin sayı (min nəfər)**

	2013	2014	2015	2016	2017
<b>İşçilərin sayı (kənar əvəzçilər də daxil edilməklə)</b>	<b>1729</b>	<b>1 794</b>	<b>1 586</b>	<b>1838</b>	<b>1891</b>
işçilərin ümumi sayından:					
dövlət müəssisələrində	24	14	16	16	29
qeyri-dövlət müəssisələrində	1705	1 780	1 570	1822	1862
o cümlədən:					
xüsusi	1592	1 675	1 443	1642	1689
xarici	33	28	27	78	57
birgə	80	77	100	102	116

Mənbə: [www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az) - 2018

Turizm fəaliyyəti ilə məşğul olanların həcmində qeyri-dövlət müəssisələrində işləyənlərin sayı çoxluq təşkil edir. Belə ki, 2017-ci ildə işçilərin sayı (kənar əvəzçilər də daxil edilməklə) 1891 min nəfər təşkil etmişdir.

Hazırda yuxarıda qeyd etdiyim zonalara gələn turistlərin xeyli hissəsi Azərbaycan vətəndaşlarıdır. Bu da müsbət haldır ki, azərbaycanlıların bu gün turist kimi xaricə getmələrinə ehtiyac yoxdur. Öz ölkəmizin dilbər guşələrində istirahət edə bilirlər. Mən gələcəkdə xarici turistlərin də sayının artmasına əminəm. Yəni, burada Qusarda inkişaf daha da sürətlənəcək. Qusar rayonunun inkişaf etdirilməsi həmişə diqqət mərkəzində olub. Həm abadlaşma işləri aparılmış, infrastruktur bərpa edilmiş, gözəl xəstəxana tikilmişdir. Bu baxımdan da deyək ki, Qusar rayonu Azərbaycanda ən böyük turizm mərkəzlərindən biridir və dövlət tərəfindən turizm infrastrukturuna küllü miqdarda maliyyə vəsaiti yatırılmışdır. Xarici turistlər bu məkanı çox yaxşı tanıyırlar. İnternet saytları da insanlara bu mərkəzlə tanışlığa geniş imkanlar yaradır.

Hələ Azərbaycanda keçiriləcək İslam Oyunlarına da xarici qonaqlar gələcəklər. Məlumdur ki, bu oyunlar yay mövsümündə keçiriləcəkdir və bu mərkəzin yay mövsümündə də uğurla fəaliyyət göstərməsi turistlərdə bir daha bu istirahət zonasında dincəlmək həvəsi oyadacaqdır. İndi buraya şənbə-bazar günlərində daha çox qonaqlar gəlir. Lakin, gələcəkdə həftə boyu qonaqların sayı artacaq və yay mövsümündə də bu mərkəz kifayət qədər effektiv fəaliyyət göstərəcəkdir. Ölkəmizdə turizm geniş inkişaf edir. Çoxlu sayda perspektivli turizm mərkəzləri açılmışdır. Qeyd etdiyim kimi, onlarda biri Şahdağdır, Qalaaltı və Naftalan turizm mərkəzləri də fəaliyyət göstərir. Cənub bölgəsində Lənkəran-Astarada, Lerikdə turizmin inkişafı üçün potensial imkanlar mövcuddur. Artıq Qəbələdə turizm mərkəzinə çevrilmişdir. Orada da beşulduzlu otellər də tikilib istifadəyə verilmişdir. Gəncə və onun ətraf rayonları da turizm üçün faydalı yerlərdir.

Azərbaycan özünün təbii turizm potensialı ilə zəngindir. Burada gözəl səfalı məkanlar, dağlar, meşələr, çaylar çoxdur. Bu da təbiət tərəfindən bizə bəxş edilən ən böyük sərvətimizdir. Bu sərvətdən effektiv şəkildə istifadə etməliyik.

Belə gözəl, müasir otellərin tikilib, istifadəyə verilməsi bir daha sübut edir ki, Azərbaycanın turizm potensialından istifadənin perspektiv istiqamətlərini daha da gücləndiriləcəkdir. Ölkəyə turizm axını artacaqdır. Elə bu gün də ölkəyə qəbul edilmiş və ya göndərilmiş turistlərin sayı az deyildir. Bunu aşağıdakı cədvəldən bir daha aydın görmək olar:

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Cədvəl 2. Qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlər

	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayı, nəfər</b>	<b>91 961</b>	<b>92 305</b>	<b>61 965</b>	53999	<b>63423</b>
o cümlədən:					
qəbul edilmiş	10 605	10 657	2 009	8949	13455
göndərilmiş	81 356	81 648	59 956	45050	49968
<b>Qəbul edilmiş və göndərilmiş tur-günlərin sayı, adam-gün</b>	<b>670 367</b>	<b>614 009</b>	<b>428 557</b>	<b>349496</b>	<b>399392</b>
o cümlədən:					
qəbul edilmiş	58 173	57 931	8 102	33054	65804
göndərilmiş	612 194	556 078	420 455	316442	333588

Mənbə: www.stat.gov.az.-2018

Cədvəldən göründüyü kimi, rəqəmlər müxtəlifdir yəni əvvəlki illərdə istər göndərilən instərsə də qəbul edilən turistlərin sayı 2015-ci ildən yüksəkdir.

Zənnimcə, bu 2015-ci ildə 2 dəfə baş vermiş devalivasiya ilə əlaqədardır. Düşünürəm ki, bu problemlər öz həlli istiqamətlərini tapacaqdır və ölkəmizin turizm potensialından istifadəsinin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri daha da inkişaf edəcəkdir.

Məlumdur ki, Azərbaycanın ən böyük turizm mərkəzi Bakıdır. Bakıda indi dünyanın ən aparıcı, məşhur otelləri fəaliyyət göstərir. Son zamanlar Bakıda beşulduzlu otellər tikilmişdir. Bu çox böyük göstəricidir. Beş- altı il ərzində burada çoxlu sayda beşulduzlu beynəlxalq otel tikilib istifadəyə verilmişdir. Bakıya gələn turistlər, iş adamları şəhərimizə heyran qalırlar. Ona görə ki, Bakı dünyanın ən gözəl şəhərlərindən biridir.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI :

1. Ə.Q Əlirzayev "Turizmin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi" Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, 2010
2. B.Ə.Bilalov, Ç.G.Gülaliyev "Turizmin əsasları", Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, 2015
3. <http://www.anl.az/down/meqale>
4. <http://www.traceca-org.org/>
5. <http://news.milli.az//>
6. www.stat.gov.az.-2018

## AZƏRBAYCANDA DİNİ TURİZMİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ

magistrant ƏSƏDOVA Minirə Fəxri qızı

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

**Abstract:** *Tourism development began especially receiving more attention in recent years. Our country is an Islamic state, but main fact is in our Republic three major religions – Islam, Christianity and Judaism coexist peacefully for many years. The article deal with potential for the development of religious tourism in Azerbaijan Republic. The main purpose of this article to develop religious tourism and to give information about religious monuments – mosques, churches, sanctuaries, temples, complex of religious and cultural monuments. The development of religious tourism have revealed opportunities for expansion of intercultural and interreligious dialogues. In this article also described ideas of humanism and traditions of tolerance belonging to the Azerbaojani people.*

**Key words:** *Religious tourism, religious monuments, tolerance traditions, mosque, sanctuary.*

### Giriş

Azərbaycan Respublikası qədim tarixə, əsrarəngiz təbiətə, əlverişli iqlim şəraitinə, zəngin-mədəni irsə malik olan bir ölkədir. Bütün bunlar turizmin inkişaf etməsinə şərait yaradan ən mühüm faktorlardandır. Tarixi-mədəni abidələr və dini abidələr turistləri ölkəmizə cəlb edən ən başlıca səbəblərdəndir. Çünki, hansısa bir ölkəyə səyahət edən turist həmin ölkənin adət-ənənələrini, mədəniyyətini, dinini, incəsənətini, tarixini, yaşayış tərzini əks etdirən tarixi-mədəni abidələrə xüsusi maraq göstərir. Bu da turistlərin səyahət etdikləri ölkənin dini abidələrinin, tarixinin tanınmasına şərait yaradır.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Azərbaycan Respublikası ərazisində çoxlu sayda tarixi abidələr mövcuddur. Bunların içərisində dini abidələr xüsusi yeri tutur. Müxtəlif yerlərdən gələn inanlı insanlar belə dini abidələri ziyarət edir, bu obyektlər haqqında geniş məlumatlar əldə etməyə çalışırlar. Çox vaxt ölkəmizə gələn turistlər dini yerlərə ekskursiyaya gedirlər. Belə ki, turizm şirkətləri öz qədim qayaüstü rəsmləri ilə diqqəti cəlb edən Qobustana gələn turistlər üçün ekskursiya təşkil edəndə bu tarixi abidəyə aparın yolun üzərində yerləşən Bibiheybət məscidini də tura daxil edilərək, məscidə ekskursiya edilir və turistlərə məscidin tarixi haqqında məlumat verilir. Eyni zamanda Mirmöhşün ağanın məqbərəsi haqqında ətraflı məlumat Mərdəkan qalalarına edilən ekskursiya zamanı verilir. Belə ekskursiyaların təşkili zamanı bir önəmli fakt ondan ibarətdir ki, bura səyahət edən turistlər həm tarixi abidə, həm də dini abidə haqqında məlumat əldə edə bilər.

### Əsas hissə

Ölkəmizin ərazisində yerləşən ziyarətgahlar hər zaman həm turistlərin, həm də yerli əhalinin diqqət mərkəzində olmuşdur. Belə ziyarətgahlardan Bakı şəhərində yerləşən Nardaran piri, Bibiheybət məscidi, Mir Möhsün ağanın məqbərəsi, Gəncə şəhəri yaxınlığında yerləşən İmamzadə piri daha məşhurdur.

Naxçıvan Muxtar Respublikası ərazisində də dini abidələr çoxluq təşkil edir. Bunlardan biri də Əshabi-Kəhf dini tarixi memarlıq abidəsidir. Dünyanın müxtəlif yerlərindən gələn turistlər buranı ziyarət edirlər.

Qədim və məşhur dini abidələrdən biri Bibiheybət məscididir. Bu dini ziyarətgah Bakı şəhərinin cənubunda, dəniz sahilindən yarım km aralıda yerləşir. Bibiheybət məscidi VII imam Museyi Kazımın qızının türbəsinin yerində inşa edilmişdir. VII imam Museyi Kazım Əməvi xəlifəsi Harun ər-Rəşid tərəfindən 800-cü ildə Bağdadda öldürülmüşdür. Atası öldürüldükdən sonra təqiblərə məruz qalan Həzrət Həkimə imamın üç nəvəsi ilə birlikdə əvvəlcə İrana gəlir. Baba Sücəddin Həkimə xanım və uşaqları dostu imkanlı tacir olan Hacı Bədirə tapşırır. Tacir imam nəslinin nümayəndələri üçün təhlükəsiz yer kimi bu ərazidə yerləşən öz evinə gətirir. Həzrət Həkiməni evinə gətirən Hacı Bədir onları ömrünün axırına qədər qoruyaraq burada saxlayır.

Bibiheybət məscidi Şirvanşah II Fərruxzad tərəfindən tikdirilmişdir. Məscidin memarı Mahmud ibn Səd olmuşdur. Məscidin üzərindəki daş kitabədəki yazıya əsasən binanın miladi təqviminə 1281-1282-ci illərdə tikildiyi məlum olur. Kitabədə yazılmışdır: “Bu məscidin tikməyi əzəmətli məlik, böyük sultan, dövlətin və dinin qoruyucusu, möminlər əmrinin köməkçisi, Əbü-İ-Fəth Fərruxzad ibn Axsitan özünə rəva görmüşdür. Allah onun hakimiyyətini ucaltsın.” [5, s.16].

Təzəpir məscidi Bakının Yasamal rayonu ərazisində yerləşir. Məscid 1905-ci ildə Bakıda yaşayan Nabat xanım Xocabəy qızı Aşurbəylinin vəsaiti hesabına inşa edilmişdir. Nabat xanım məscidi tikilməsində Azərbaycanlı memarın olmasına xüsusi fikir vermişdir. Ona görə də əslən Şamaxılı, ilk ali təhsilli memar Zivər bəy Əhmədbəyov dəvət olunur. Memar ali təhsilini Peterburqda almışdır. Məscidin tikintisi 1914-cü ildə başa çatmışdır.

Müstəqillik illərində prezidentimiz İlham Əliyev cənablarının göstərişi ilə 2005-ci ildə məsciddə bərpa işləri aparılmış, 2007-2009-cu illərdə isə təmir olunmuşdur. 2009-cu ildə Prezident İlham Əliyevin iştirakı ilə məscidin açılış mərasimi baş tutur və məscid dindarların istifadəsinə verilir. Məsciddə eyni vaxtda 1000 nəfər ibadət edə bilər.

Respublikamızın ikinci böyük şəhəri olan Gəncə şəhərində qədim tarixə malikdir. Gəncə tarixi keçmişimizi, füsunkar iqlimi, əsrarəngiz təbiəti, əlverişli coğrafi-strateji mövqeyi, münbit torpaqları, təbii yeraltı və yerüstü sərvətləri ilə daima diqqət mərkəzində olmuşdur. Ona görə də dəfələrlə yadelli işğalçıların hücumlarına məruz qalmışdır. Belə hücumlar zamanı bəzi mədəniyyət nümunələri dağıdılmışdır. Lakin hər zaman yağı düşmənlə mərdliklə mübarizə aparmışdır.

Gəncə şəhərində bir çox mədəni-tarixi və dini abidələr vardır. Bu abidələr içərisində İmamzadə abidəsi daha çox diqqət cəlb edir. Respublikada dəyərli dini abidələrdən biri olan İmamzadə türbəsinin böyük tarixi əhəmiyyəti vardır. Gəncə İmamzadə türbəsi bizim eramın VIII əsrində inşa edilmişdir. Bu türbə Şərqi ən müqəddəs ziyarətgahlarından biri hesab olunur.

İmamzadə dedikdə “İmamın oğlu” başa düşülür. Yəni burada imamın oğlu dəfn olunmuşdur anlamına gəlir. Gəncə şəhərində yerləşən İmamzadə türbəsi dini memarlıq kompleks şəklindədir. Kompleksin daxilində karvansara tipli evlər, xalq arasında “Göy günbəzli məscid” kimi tanınan türbə, kiçik məscidlər, alaqaçı, təkyələr və köməkçi tikililər vardır. Araşdırmalar nəticəsində məlum olmuşdur ki, türbədə İmamzadə İbrahim dəfn olunmuşdur. İmamzadə İbrahim V imam Məhəmməd

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Baqirin nəvəsidir. Türbənin hündürlüyü 12 m-dir. Günbəzin üzərinə mavi kaşidan üzlük çəkildiyi üçün “Göy günbəzli məscid” adlandırılır. İmamzadə türbəsi nəinki yerli əhalinin, eyni zamanda müxtəlif ölkədən gələn turistlərin də həmişə maraq dairəsində olmuşdur.

Odlar yurdumuz Azərbaycanın bütün bölgələrində bir gizli xəzinə vardır. Bu söz Naxçıvan torpaqlarına daha çox yaxındır. Alimlərin fikrincə, Naxçıvanın hər qayasının, hər dağının, hər daşının altında bir tarix vardır. İlk insan övladı yarandığı gündən başlanıb bu tarix. Yəni bu tarixin başlanğıcı ibtidai insanların yarandığı dövrə təsadüf edir. Belə qədim insan məskənlərindən Daşqala, Əshabi-Kəhf, Kilid, Qazma kimi mağaraların adlarını çəkmək olar. Yurdumuzun əylməzini, xalqımızın mərdliyini göstərən Naxçıvan ərazisində bir sıra qalalar mövcuddur. Govurqala, Çalxanqala, Oğlanqala kimi yaradılan qala-şəhərlər belə qalalardandır. Bu qalalar eramızdan əvvəl IV minilliyin axırı, II minilliyin əvvəllərində yaradılıb. Bu torpaqlarda bizim əcdadlarımız olan qədim türk tayfaları yaşamışlar. Ta qədimdən Naxçıvan ərazisində yayılan əfsanələr yurdumuzun qədim köklərə malik olduğunu göstərir. Bu əfsanələrdən birində Nuh peyğəmbər haqqında olan rəvayətdir. Bu rəvayətə görə 7500 il bundan öncə güclü tufan baş vermişdir. Bu tufan zamanı Nuh peyğəmbər və onun tərəfdarları mindiyi gəmi Naxçıvanda quruya çıxmış, bu torpaqlarda məskunlaşmışdılar və yaranan yeni nəsil bu torpaqlarda çoxalaraq müxtəlif yerlərə yayılmışdılar. Araşdırmalardan alınan məlumatlara görə Nuh peyğəmbər ilə bağlı olan bu rəvayətin ilk yazılı məlumatı e.ə II minilliyin ortalarında olan Şumer əfsanəsi ilə bir bağlılığı vardır.

Aparılan elmi araşdırmalar, arxeoloji qazıntılar və tarixi tədqiqatlar alimlərin Naxçıvanın dünyanın ən qədim şəhəri olduğunu söyləməyə imkan verir. Bütün bunlara əsasən alimlər belə güman edirlər ki, Naxçıvanın 3500-4000 ildən artıq yaşı var.

Nuh peyğəmbərlə bağlı əfsanədə gəminin ilk dayandığı yer Kəmkir dağı olduğu güman olunur. Buradan Ağrıdağ istiqamətində yola çıxan Nuh peyğəmbər Naxçıvan torpağına gəlib. Culfa rayonu ərazisində yerləşən Haçadağın da yaranması bu əfsanə ilə bağlıdır. Belə ki, gəmi İlandağa toxunduqda dağın zirvəsi nəhəng gəminin təsirindən iki yerə ayrılıb, yəni haçalanıb. Ona görə Haçadağ adlandırılıb. Yerli əhali arasında yayılan inama görə Nuhun qəbri Naxçıvan şəhərinin cənubunda, bacısının qəbri isə şəhərin şimal-qərbində yerləşir. Bu bir daha sübut edir ki, Nuh peyğəmbər, ailəsi və ona iman gətirənlər bu torpaqlarda uzun müddət yaşayıblar.

Qədim, maraqlı tarixə malik olan və insanlar tərəfindən müqəddəs ocaq və ziyarətqah kimi qəbul olunan “Əshabi-Kəhf ” dini memarlıq abidəsi Naxçıvan Muxtar Respublikasının Naxçıvan şəhərinin Qahab kəndi yaxınlığında, dağlıq ərazidə yerləşir. Bu ziyarətqah Naxçıvanın ən müqəddəs yerlərindən sayılır. Bu ziyarətqaha gələnlər əvvəllər uzun müddət təqib olunmuşlar, ona görə bura gələn zəvvarlar gizli yollarla və gecələr gəlmiş və ziyarətlərini etmişlər. “Əshabi-Kəhf” sözü ərəbcədən tərcümədə “Mağara sahibləri” mənasını verir. Xalq arasında bu yer “Asəfkəf” kimi də tələffüz olunur. Bu ocağa inam həddindən çox güclüdür. Ona görə bura hər il on minlərlə insan gəlir və ziyarətlərini həyata keçirir. Neçə yüzillərdir ki, müqəddəs sayılan bu dini ziyarətqah Sovet hakimiyyəti illərində buranı ziyarət etmək qadağan olunsada insanları bu yoldan, bu inamdan qadağalar çəkəndirə bilməmişdir.

Xalq arasında yayılan deyimlərə görə, “Əshabi-Kəhf”i 7 il bir-birinin ardınca ziyarət etmək Kərbalanı görməyə, Həcc ziyarətini etməyə bərabərdir. Bu da o deməkdir ki, Həcc ziyarətinə və Kərbalaya gedə bilməyən şəxslər 7 il “Əshabi-Kəhf”i ziyarət etsələr eyni savabı əldə edə bilirlər. Bu ziyarətə gəlmək üçün xüsusi yaş həddi qoyulmur, əsasən ailəvi gedilməsi daha məqsədəuyğundur. İlin müxtəlif vaxtlarında, istənilən fəslində bu ziyarətqaha getmək olar.

“Əshabi-Kəhf”ə çatmamış çoxlu qəbirlər görünür. Yolun kənarında yerləşən bu qəbirlərin kimlərə məxsus olması barədə heç bir məlumat yoxdur. Bura gələn zəvvarlar birinci növbədə bu qəbirləri ziyarət etməlidir. Ona görə də buranı ziyarət etmək üçün piyada getmək savab sayılır. Bu savabı burada qurban kəsmək daha da artırır. Ziyarətqaha gedən yolun kənarındakı ağac və kollara əl yaylıqları, parça bağlanır ki, bu da “niyyət” adlanır. Yəni hər bir kəs niyyət, arzu diləyərək ağaca yaylıq bağlaya bilər.

“Əshabi-Kəhf”in diqqət cəlb edən sahələrindən biri də aşağısında yerləşən və 15 dəqiqədən bir köpüklənərək qaynayan bulağıdır. Bu bulağın suyu da insanlar arasında müqəddəs sayılır. Bulağın suyunun ən təsirli vaxtı köpüklənmənin gur olduğu zaman hesab olunur və müxtəlif xəstəliklərin sağlmasına səbəb olur. Bulaq ilin bütün fəsillərində qaynayıb köpüklənir. El arasındakı inanca görə bulağın suyu həm xəstəlikləri sağaldır, həm də insanları pak və təmiz edir. Ona görə də bulağın suyundan xəstələrlə yanaşı ziyarətə gələnlər də yuyunur. Bulağın suyunda yuyunmaq artıq ziyarətin tam olduğunu göstərir.

Azərbaycanın multikultural bir ölkədir. Burada yaşayan əzsaylı xalqlar özlərinə aid olan milli dəyərləri, adət-ənənələri qorumaqla bərabər öz dini bayramlarını və dini ayinlərini rahat və sərbəst



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

olaraq həyata keçirirlər. Odlar yurdu Azərbaycanda tolerantlıq mühitinin yaranmasında İslam dininin böyük təsiri olmuşdur. Çünki, islam dinində dözümlülük mənəvi dəyər və mədəniyyət kimi qeyd olunur. Tarixin bütün dövrlərində İslam dininin tərəfdarı olan müsəlmanlar digər dinlərə səmimi yanaşmış və bu dinlərə etiqad edən insanlara qayğı göstərmişdir. Belə ki, digər dinə mənsub olan şəxslər üçün ibadət ocaqlarının tikilməsində, dini ayinlərinin azad şəkildə həyata keçirilməsində onlara yardımçı olmuşlar. Ona görə də ölkəmizdə başqa dinlərə etiqad edən müxtəlif azsaylı xalqlara təsadüf olunur. Azərbaycan ərazisində yeni eranın başlanğıcında xristianlıq dini yayılmışdır. İlk xristianlıq kilsəsi də Şəki rayonunun Kiş kəndində tikilmişdir. 313-cü ildə isə xristianlıq dövlət dini kimi elan edilmişdir. Bu dövr Roma imperatorunun xristianlığa etiqada olan qadağanın götürülməsi ilə eyni dövrə təsadüf edir. Alban hökmdarı olan Urnayr bu qadağa götürüldükdən sonra xristianlığı dövlət dini kimi elan etmişdir. Xristianlıq elə bu dövrdən başlayaraq Azərbaycanda yayılmışdır.

XIX əsrin 40-cı illərində Bakı şəhərində tikilmiş “Mixail-Arxangel” pravoslav kilsəsi qədim kilsələrdən biridir. Bu kilsə Rusiya Könüllü Donanmasının və Polkunun şefinin şərəfinə tikilmişdir. Ona görə də bu kilsəyə əvvəllər “Donanma kilsəsi” də deyilirdi. Pskov memarlıq üslubu ilə inşa olunan kilsədə müxtəlif dini ikonalar vardır. Bu ikonalar içərisində iki ikona daha çox diqqəti cəlb edir. Bunlardan Yaşaran İlahi Ana ikonası və Müqəddəs Mitropolit Moskovskiy Aleksi daha məşhurdur və buraya gələn turistlərin diqqətini daha çox cəlb edir. Kilsə 1936-cı ildə yataqxana kimi istifadə olunmuşdur və bu dövrlərdə burada ibadət olunmurdu. 1946-cı ildə yenidən kilsə Rus Pravoslav kilsəsi nəzdində fəaliyyət göstərməyə başladı.

1887-ci ildə Gəncə şəhərində “Aleksandr Nevski” pravoslav kilsəsi tikilmişdir. Bizans memarlıq üslubunda kərpicdən tikilən bu kilsənin inşası yerli müsəlman və pravoslavların ianələri hesabına olmuşdur. Sovet hakimiyyəti illərində kilsə bağlanır. Bağlanmazdan əvvəl isə Baş Kilsə statusunu almışdır. Bu kilsə də 1946-cı ildə yenidən din xadimlərinin ixtiyarına verilir. Kilsədə bir çox ikonalar vardır. Bunların içərisində Aleksandr Nevski və müqəddəs Mariya Maqdalena ikonaları xüsusilə seçilir. Kilsədə əsas ibadət günləri şənbə və bazar günləridir. Bundan başqa bu kilsədə pravoslav bayramlarında da ibadət edilir.

### Nəticə

Belə nəticəyə gəlmək olar ki, Azərbaycan Respublikasında dini turizmin inkişafı üçün hər cür şərait vardır. Həm İslam dininə, həm də digər dinlərə məxsus olan abidələr turizm üçün olduqca əhəmiyyətlidir. Hələ qədim zamanlarda Azərbaycan ərazisi müxtəlif xalqların, etnik və dini qrupların rahat şəkildə yaşadıkları bir məskən olmuşdur. Bunun səbəbi torpaqlarımızın təkə əlverişli mövqedə olması deyil, eyni zamanda burada mövcud humanizm ənənələri ilə sıx bağlıdır.

Bu günkü günümüzdə əsas Ümumilli liderimiz Heydər Əliyev tərəfindən qoyulan siyasətin Respublikamızın prezidenti İlham Əliyev cənabları tərəfindən davam etdirilməsi burada yaşayan milli azlıqların və azsaylı xalqların rahat, sərbəst yaşamasına və dini tarixi abidələrə xüsusi qayğının göstərilməsinə səbəb olmuşdur. Dini abidələrə göstərilən qayğını burada aparılan təmir və bərpa işləri bir daha sübut edir.

Dini turizmin Azərbaycanda daha da yaxşı inkişaf etdirilməsi üçün turizm şirkətləri və turoperatorlar ekskursiya proqramlarına dini obyektləri daha çox daxil etməlidirlər. Əhalinin maariflənməsi, abidələrin tanınması məqsədilə KİV-də, internet portallarında, turizm saytlarında daha çox məlumatlar verilməli, abidələr broşurlar, metodik vəsaitlər, turist kitabçaları çap edilməlidir. Əcnəbi turistlərin bu məlumatları əldə edə bilməsi üçün həmin materiallar müxtəlif dillərə tərcümə olunmalıdır.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Anar İskəndərov – Təzə Pir Məscidi. Bakı, “Qismət” nəşriyyatı, 2009. Səh 15
2. Aydın Xan Əbilov – Bir xalqın ilmələri. Bakı, MBM Nəşriyyatı, 2008 Səh 12.
3. Elnur Həsənov – Gəncə İmamzadə Türbəsi. Bakı, “Elm” nəşriyyatı, 2012. Səh.63
4. Hacı Qədir Qədirzadə – Əshabi-Kəhf: Müqəddəslik, tarixilik və inancların genezisi. Bakı, “Elm” nəşriyyatı, 2002. Səh. 7
5. Həşim Həsənoğlu – Azərbaycan dini tarixi abidələri, ziyarətgahları, seyidləri, övliyaları. I hissə. Bakı, Nasir Nəşriyyatı, 2005. Səh. 16
6. Hidayət Orucov – Azərbaycanın dini abidələri – Bibiheybət ziyarətgahı Səh 130.
7. <http://anl.az/down/meqale/525/2013/dekabr/340840.htm>
8. <http://medeniyyet.az/page/news/6180/Dini-abideler-turizmin-inkisafina-musbet-tesir-gosterir.html>
9. <http://modern.az/az/news/437#gsc.tab=0>
10. <http://www.dqdk.gov.az/az/view/objects/18>
11. <http://www.dqdk.gov.az/az/view/objects/19>
12. <http://www.dqdk.gov.az/az/view/objects/31>

## **DAĞLIQ ŞİRVAN İQTİSADI RAYONUNUN REKREASIYA EHTİYATLARI**

**magistrant Ayşən HÜSEYNOVA Mehman qızı  
t.ü.f.d., dosent Bahadır Ənvər oğlu BİLALOV**

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *The article deals the research of natural and historic and cultural recreational resources of Daghlig Shirvan economic region. There are myriad perspectives for the development of recreational, health, cognitive, winter tourism in economic region with numerous recreational resources. As a result of research I came to this conclusion that Ismayilli and Shamakhi are the main tourist destinations hosting plenty of tourists every year. There are dozens of tourism recreational resources providing tourists with the detailed information about given regions. One of the main issues is to create infrastructures for utilizing those resources.*

**Key words:** *recreational resources, economic region, historic and cultural resources, tourism destinations, natural resources.*

### **Giriş**

Ölkəmizin təbii və tarixi-mədəni rekreasiya ehtiyatları ilə zəngin olan səfalı bölgələrindən biri də Dağlıq Şirvan turizm bölgəsidir. Böyük Qafqaz vilayətinin Şamaxı və Qobustan-Abşeron rayonları ərazisində yerləşən bölgə Böyük Qafqazın cənub yamacı Girdimançay dərəsindən şərqə doğru xeyli genişləniş Şamaxı-Qobustan sahəsini əmələ gətirir. Sahəsi 6,06 min km<sup>2</sup> olmaqla Respublika ərazisinin 7%-ni təşkil edir. Əhalisi isə ümumi ölkə əhalisinin 3.2%-ni təşkil etməklə 310 mindən artıqdır. Buraya Qobustan, Şamaxı, İsmayilli və Ağsu rayonları daxildir [1, s.6].

### **Əsas hissə**

Bölgəyə daxil olan rayonlardan biri Böyük Qafqaz dağlarının şərq və cənub-şərq ətəklərində, Respublikamızın şərq hissəsində, Bakıdan 101 km məsafədə yerləşən Qobustan rayonu. Qobustan sözü “qobu” (türk mənşəli söz olub, qurumuş geniş çay vadisi deməkdir) və “stan” (yer) sözlərinin birləşməsindən yaranmış və qobuluq və ya qobular olan yer deməkdir. İnzibati rayonunun ərazisi dağlıq sahə olmaqla mürəkkəb relyefə malikdir. Ərazisi orografik quruluşuna görə dağlıq yayla, təpəli öndağ və düzənlik olmaqla 3 yerə bölünür. Rayonunun çox hissəsi düzənliklərlə əhatə olunduğundan günəşli günlərin də miqdarı çox olur. Rayonda yayı quraq keçən mülayim isti iqlim səciyyəvidir. Rayon ərazisində 50-dən artıq quru çay və çay dərələri (qol) vardır. Qobustan rayonundakı çayların minerallaşma dərəcəsi 1000 mq-dır. Sumqayıt (155km), Ceyrankeçməz (100 km) çayları rayonun əsas çaylarıdır. Cəngi kəndindən şərqdə hələ də izləri olan və mənbəyini 2400 m yüksəklikdən götürən Pirsaat çayının suyundan bir neçə yaşayış məntəqəsi, o cümlədən Süptü kəndində suvarma və məişətdə istifadə olunur.

İnzibati rayonunun şimal və şimal-qərbi həməçinin mineral bulaqları ilə da zəngindir. Xilmilli, Nabur, Cəyirli, Sündü, Çalov, Çuxalı, Təklə və s. kəndlərində müalicə məqsədilə istifadə olunan mineral bulaqlara rast gəlmək mümkündür.

Qobustan rayonu dedikdə, ilk ağılımıza gələn palçıq vulkanları olur. Rayonun relyefində palçıq vulkanları xüsusi xarakterə malikdir. Ərazidə Ərəbqədim, Nabur, Şeyxzərli, Kolanı, Hilmilli (Xilmilli), Qoduqqıran, Cəyirli, Şorsulu kimi təbii halda mövcud olan palçıq vulkanları vardır. Hər il minlərlə turist bu vulkanları görmək və müalicəvi məqsədlərlə istifadə etmək üçün buraya gəlir.

Rayonunun tarixi ticarət yollarının üzərində yerləşməsi onun təbii rekreasiya ehtiyatları ilə yanaşı tarixi-mədəni abidələrlə də zəngin olmasına gətirib çıxarmışdır. Rayonun tarixi-mədəni abidələri sırasında Nabur kəndi ərazisində yerləşən Növr qala, Cəyirli kəndi ərazisində Govurqala, Şıxlar kəndi ərazisindəki Cavanşir qalası, Bədəlli kəndi ərazisində yerləşən Qalacıq, Kolanı kəndi ərazisində Qalacıq, Poladlı kəndi ərazisindəki Kūhül qaya evlər, Nabur kəndi ərazisində yerləşən Pir Abdulkərim türbəsi, XIV əsr aid olan Sofu Həmid türbəsi, XVI əsr abidəsi «Qaraçı» karvansarası, XVII əsr yaradılmış Şeyx Əyyub türbəsi, VIII- IX əsr aid olan Şeyxbərgü abidələri, Şıx düzü kurqanları, 1961-ci ildə aşkar edilmiş, Dağ Kolanı kəndində yerləşən və b.e.ə. VIII-I əsrlərə aid qədim insan məskənlərinin qalıqları, Şah Abbas karvansarayının qalıqları və s. qeyd etmək olar[4].

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Qobustan rayonunda turistlərin marağına səbəb olan ən maraqlı tarixi abidələrdən biri də XV əsrə aid olan Diri Baba məqbərəsidir. Şəhərin ətrafında yerləşən ikimərtəbəli məqbərə 1402-ci ildə qayada oyulmuş mağarada tikilmiş və tikintisində əhəng daşından istifadə olunmuşdur. Cənuba baxan bir fasadı olan abidənin digər tərəfləri qayanın içindədir. İkimərtəbəli türbənin birinci mərtəbəsində səkkizguşəli, günbəzli kiçik dəhliz və çatma tağtavanlı otaq, ikinci mərtəbəsində üzəri naxışlarla bəzənmiş dayaqlı günbəzi olan kvadrat formalı böyük salon yerləşir. Günbəzli salonun məharətlə işlənmiş trompları öz gözəlliyi ilə göz oxşayır. Hətta bu tromplardan birinin üzərində türbənin Ustad Hacınnın oğlu tərəfindən tikildiyi qeyd olunmuş yazı həkk edilmişdir.

Birinci mərtəbənin dəhlizində qayanın daxilində balaca mağara ilə birləşən salona qalxan ensiz daş pilləkən var. Abidənin bu iki mərtəbəsini bir-birindən ayıran dekorativ yazı lövhəsində onun tarixi hicri təqvimini ilə 805-ci il (miladi təqvimlə 1402-ci il) göstərilmişdir. Deyilənlərə görə, məqbərədə Şirvanşah I İbrahimnin sarayının azançısı olaraq xidmət göstərmiş Diri Baba adlı bir müqəddəs insan dəfn olunmuşdur və cəsədin çürüməyib, bütöv şəkildə qaldığı da söylənilir. Hazırda həm də xatirə məscidi kimi tanınan “Diri Baba” türbəsi Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2 avqust 2001-ci ildə qəbul etdiyi qərara əsasən ölkə əhəmiyyətli tarixi-mədəni abidə kimi qorunur.

Bölgəyə daxil olan rayonlardan biri də Şirvan düzündə, Böyük Qafqaz dağlarının ətəklərində yerləşən Ağsu rayonudur. Rayon İsmayılı, Şamaxı, Küdəmir və Hacıqabul rayonları ilə həmsərhəddir. Ərazi özünəməxsus relyefə malik olub, cənub hissələrini maili düzənliklər, düzənərazilər istisna olmaqla qalan ərazilərini isə dağətəyi və orta dağlıq qurşaq əhatə edir. Ağsu rayonu Böyük Qafqaz dağlarının cənub ətəklərində yerləşdiyinə görə ərazidə 4 iqlim tipinin olduğu müəyyənləşdirilmişdir: qışı quraq keçən mülayim isti, yayı quraq keçən mülayim isti, yarımsəhra və quru bozqır iqlim tipləri. Rayonda havanın orta illik temperaturu 13-14°C təşkil edir. Rayonun cənub ərazilərində günəşli günlərin sayı daha çox olur.

Ağsu rayonunun təbii rekreasiya ehtiyatları sırasında Girdiman, Ağsu çayları və onları qolları olan Nazırçay və Ağdar çaylarını göstərmək olar. Girdiman çay başlanğıcını Babadağ zirvəsinin ətəkləri, 3000 metr yüksəklikdən, suyu Kürə çatmayan Ağsu çayı isə başlanğıcını Lahıc dağ sistemi 1750 metr yüksəklikdən götürür. Bununla yanaşı rayonun qərbində Kükəş qobusu (Kür sellər oylağı) və Cavanşir gölü, cənubunda isə Yuxarı Şirvan kanalı və onun qolu olan Ağsu qolu yerləşir [2, s.274].

Bölgəyə daxil olan digər rayonlar kimi Ağsu rayonu da ölkə və yerli əhəmiyyətli tarixi-mədəni abidələrlə zəngindir. Burada arxeoloji cəhətdən xalkolit (eneolit) dövründən başlayaraq orta əsrlərin sonuna qədər böyük bir tarixi dövrü əhatə edən 11 ölkə əhəmiyyətli və 13 yerli əhəmiyyətli tarixi-mədəniyyət abidəsi qorunub saxlanılır.

Ağsu rayonunun Nüydi kəndində e.ə. III-I əsrlərə aid olan antik dövr yaşayış yeri və nekropolu, Nuran kəndi yaxınlığında e.ə. I minilliyə aid olan Qaraçibulaq, Sanqalan kəndində e.ə. III-I əsrlərə aid olan Uzunboylar və Bəyimli kəndi ərazisində bir çox antik dövr abidələri aşkar olunmuşdur. Rayon ərazisində 7 min il bundan əvvəl yaşayışın başladığının sübutu olan Qırlartəpə abidəsinin qalıqları xalkolit dövrünə aid olmuş və buradan həmin dövrə aid müxtəlif saxsı qablar, təsərrüfat küpləri, ocaq qurğuları, 1986-cı ildə isə üzərində Parfiya hakimi III Artabanın şəkli, yunan əlifbası ilə adı və bir çox yazıların həkk olunduğu eramızın I əsrinə aid gümüş sikkə və s. tapılmışdır.

Ağsu rayonunda türbə, məscid, qalalar kimi XIV-XX əsrlərdən qorunub saxlanılmış tarixi memarlıq abidələri də yerləşir. Turistlərin marağına səbəb olacaq tarixi-mədəni abidələrdən biri də şəhərdən 3 km məsafədə yerləşən Şeyx Dursun məqbərəsidir. Ağsu şəhərinin şimal-şərqində yerləşən Şeyx Dursun məqbərəsinin əsası 1382-ci ildə qoyulmuşdur. Lakin abidənin kitabəsinin bir hissəsi pozulduğuna görə onun tarixi ilə bağlı müxtəlif fikirlər irəli sürülmüşdür. Divarları əhəng daşından tikilmiş, səkkizüzlü prizma formasında olan binanın üst örtüyü konusvari, əl ilə kəsilmiş tağla bağlanmışdır.

İnşa tarixi ətrafındakı qəbirlərə əsasən təxmini olaraq müəyyənləşdirilmiş Pir Bəxtiyar türbəsi Cavanşir kəndində yerləşən maraqlı memarlıq abidələrindən hesab olunur. Üzərində həkk edilmiş yazıların olduğu qəbirlərə (1784, 1797, 1805) əsasən türbənin XVIII-XIX əsrlərə aid olduğunu söyləmək mümkündür [5].

Bölgədə turizmin inkişafına görə ön sıralarda yer alan rayonlardan biri Şamaxıdır. İlk dəfə olaraq adı Ptolomeyin əsərində «Samaxeya» və «Kemaxeya» şəklində çəkilmişdir. Şamaxı sözünün mənası ilə bağlı müxtəlif fərziyyələr mövcuddur. Bu cür fərziyyələrdən biri də “şam” yəni Dəməşq şəhərinin ərəbcə adı və “axı” (əxi) yəni oxşarı, bənəzi sözlərinin birləşməsindən yaranmasıdır. Azərbaycanın

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

qədim tarixə malik olan tarixin uzunmüddətli və əzəmətli dövlətlərindən olan Şirvanşahlar dövlətinin paytaxtı olmuş, bir neçə dəfə zəlzələlər nəticəsində dağılmış və hər dəfəsində əzəmətliliyi daha da artmış Şamaxı şəhəri hazırda maraqlı tarixi-mədəni və təbii rekreasiya ehtiyatları ilə yerli və xarici turistlərin diqqətini cəlb edir.

Böyük Qafqazın cənub-şərq ətəyində və Bakıdan 118 km məsafədə yerləşən rayon şimal-qərb turizm marşrutuna daxildir. Relyefin müxtəlifliyi ilə seçilən rayonunun cənub hissələri düzənliklərlə örtülmüşdür, düzən olan hissələri istisna olmaqla qalan hissələri isə dağətəyi və orta dağlıq qurşağa daxildir. Rayonda əsas etibarilə mülayim isti, yay aylarında isə quru iqlim hakimdir.

Şamaxının əlverişli coğrafi mövqe, mülayim iqlim, münbit torpaqlar, müxtəlif növ flora və fauna nümunələri ilə zəngin olması təbii rekreasiya ehtiyatlarının inkişafına təkan verir. Rayonunun ən əsas təbii rekreasiya ehtiyatlarından biri mineral su mənbələridir. Bölgədəki kurort yerlərinin ən çox hissəsi - 32 kurort yeri məhz Şamaxı rayonunda yerləşir. Qalayibuğurt, Əngəxaran, Dədəgünəş, Avakıl, Çuxuryurd, Sis, Zaratxeybəri, Çobanı, Namazgah, Kəndoba kimi mineral su mənbələri və bulaqları mövcuddur. Rayonunun əsas çayları Pirsaatçay, Qozluçay, Acıçay və Cigil çay, Zoğalavay çaylarıdır [2, s.275].

Şahdağ Milli parkı ərazisində daxil olan 3 dövlət qoruğundan biri olan Pirqulu Dövlət Təbiət qoruğu Şamaxı rayonu ərazisində yerləşir. Pirqulu DTQ 1968-ci il 25 dekabr tarixində Böyük Qafqazın şərq qurtaracağıda yaradılmışdır. Qoruğun yaradılmasında əsas məqsəd Böyük Qafqazın cənub-şərq hissəsində geniş yayılmış dağ-meşə landsaftları, Şamaxı rayonu ərazisində bitən çiçəkli və dərman bitkilərini, digər flora və fauna növlərini qorumaqdır. Yaradıldığı ilk dövrlərdə qoruğun ərazisi 1521 ha təşkil etmişdir. 2003-cü il 11 aprel tarixində qoruğun ərazisi genişləndirilərək 4274 hektara çatdırılmış və nəticədə mühafizə olunan ərazi 2,8 dəfə genişləndirilmişdir [3, s.234].

Geoloji təbiət abidələri ilə zəngin olan Şamaxı rayonunda nadir və əsrarəngiz geoloji abidələrdən biri Dəmirçi kəndi yaxınlığında yerləşən "Dəmirçi" palçıq vulkanıdır. Yay və yaz aylarında bu vulkan estetik və valehedici görünüş alır. Unikal landsaftı, əsrarəngizliyi və gözəlliyi ilə seçilən vulkanlar sırasına Məlikçoban, Çarhan, Quşçu vulkanlarını daxil etmək lazımdır.

Qədim zamanlardan məscid, qala, türbə, məqbərələrlə zəngin olan Şamaxı rayonu ərazisində bir neçə əsrlik, tarixi-memarlıq abidələrinə rast gəlmək mümkündür. VIII-X əsrlərə aid olan Cümə Məscidi, orta əsrlərdə Şamaxı şəhərini müdafiə etmək məqsədilə tikilmiş Şamaxı qalası, XIII-XIV əsr Pirmərdəkan türbəsi, Kələxana türbələri, XVII əsr nümunəsi olan Şahxəndan türbəsi, XVIII əsrə aid olan və 7 türbədən ibarət Yeddi Gumbəz Kompleksi, Qaleyi Buğurd qalasının qalıqları, Güllüstan qalası, 755-ci ildə inşa olunmuş Dəmirçi məscidi, Şamaxı Tarix-Diyarşünaslıq Muzeyi, Şamaxı Astrofizika Rəsədxanası, ən görkəmli şair və yazıçıların ev muzeyləri və s. rayon ərazisində ən maraqlı tarixi-mədəni abidələr hesab olunur [2, 277].

**Cümə Məscidi** - Azərbaycan Respublikasının ən qədim və ən böyük məscididir. 743-744-cü illərdə inşa olunmuş məscid Cənubi Qafqazda Dərbənd Cümə məscidindən (734-cü ildə tikilmişdir) sonra ən qədim məscid hesab olunur. Məsciddə eyni anda 3000 insan dini ibadətə məşğul ola bilər. Bəzi mənbələrin verdiyi məlumata əsasən Xəzər xaqanı islamı bu məsciddə qəbul etmişdir. XVII əsrdə Şamaxıya səyahət edən Övliya Çələbi həyatında mədrəsə olan böyük məscidin fəaliyyət göstərməsi haqqında məlumat vermişdir. Məscid orta əsrlərdə bir neçə dəfə bərpa olunmuşdur. Lakin 1856 və 1902-ci illərdə baş vermiş zəlzələ nəticəsində dağılmış və birinci dəfə memar Qasım bəy Hacıbababəyov, daha sonra isə memar İosif Ploşko tərəfindən bərpa olunmuşdur. Məscid 1918-ci ildə ermənilər tərəfindən yandırılmış, Dövlətimizin başçısı İlham Əliyevin sərəncamına əsasən 2010-2013-cü illərdə əvvəlki görkəmində bərpa edilmişdir.

**S.Ə.Şirvani adına Tarix-Diyarşünaslıq Muzeyi** - ölkəmizdə fəaliyyət göstərən regional muzeylər arasında ilk dəfə olaraq dünya muzey standartları (xronoloji ardıcılıq, işıq effektləri, Azərbaycan və ingilis dillərində informasiya, müasir elektron vasitələr və s.) əsasında qurulmuş muzey 1945-ci ildə Şamaxı Ölkəşünaslıq Muzeyi adı altında yaradılmışdır. Muzeyin ilk rəhbəri filoloq alim Bilal İbrahimov olmuşdur. Hazırda muzeydə 7000 - dən çox eksponat vardır ki, bunların əldə edilməsində Şamaxı ziyalılarının rolu əvəzənməzdir. Ta qədim dövrlərdən başlayaraq son zamanlaradək tarixi, arxeoloji tapıntılar, maddi-mədəniyyət abidələri, o cümlədən etnoqrafik, epiqrafik, numizmatik nümunələr muzeyin ekspozisiyasını bəzəyir.

Ölkəmizdə mövcud olan 9 iqlim tipindən 3-nə rast gəldiyimiz, Şirvan elinin ən gözəl və səfalı guşələrindən olan İsmayılı rayonu Böyük Qafqazın cənub ətəklərində, Azərbaycanın şimal

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

mərkəzində yerləşir. Rayon ərazisi tariximizdə mövcud olmuş ən uzun müddətli dövlətlərdən biri olan Albaniyanın (e.ə.IV-eramızın VIII əsrləri) tərkibində olmuşdur. Rayonun adı “su meyilli” yəni dağlar arasında yerləşməsi səbəbilə su yığılan yer deməkdir. Hətta yaşlı əhali İsmayillıni hələ də “su meyilli” adlandırır. Rayon kimi 1931-ci il 24 noyabr tarixində təşkil olunmuş İsmayillının inzibati mərkəzi ilk zamanlar Basqal kəndi daha sonra isə İsmayillı şəhəri olmuşdur. Bakıdan 185 km məsafədə yerləşən İsmayillı rayonu Bakı-Balakən, yəni şimal-qərb marşrutuna daxildir.

Relyefi əsasən dağlardan ibarət olan İsmayillı rayonunun çox hissəsini dağətəyi və orta dağlıq qurşağ, şimal hissələrini isə yüksək dağlıq qurşağ əhatə edir. Əsasən subtropik və qismən də mülayim iqlim qurşağında yerləşir.

Müaliyim iqlimə, əlverişli coğrafi şəraitə, füsunkar gözəlliyə sahib təbiəti olan İsmayillı şimal-qərb marşrutu üzərində olan və təbii rekreasiya ehtiyatları ilə zəngin olan bölgələrimizdən biridir. Rayonda olduqca gözəl mənzərəsi olan meşəli dağlar, qayalar, çaylar, göllər, şəlalələr, mineral su bulaqları mövcuddur. Rayon ərazisində axan və əhali tərəfindən suvarma işləri üçün geniş şəkildə istifadə olunan çaylara Göyçay, Girdiman, Ağsuçayı, Pirsaatçay, Axoxçay, Lahıççay, Müdürsəçay, Öyriçay kimi çaylar və saysız-hesabsız qolları adi edilir. Rayon ərazisində hündürlüyü 50 m olan və Şahdağ Milli Parkı ərazisində yerləşən Qalacıq, hündürlüyü 50 m olan Burovdal, hündürlüyü 25 m olan İstisu, hündürlüyü 30 m olan Çayqovuşan və hündürlüyü 25 m olan Müdrüsə, Pırənbövşə kimi eyni adlı kəndlər yaxınlığında yerləşən şəlalələr vardır. Heyrətamiz gözəlliyə sahib olan bu şəlalələr yay aylarında təbiət qoynunda dincəlməyi sevən yerli və xarici turistlərin istirahəti üçün ən mükəmməl məkanlardandır. Rayonunun təbii rekreasiya ehtiyatları incilərinə həm də Babadağ yaxınlığındakı dəniz səviyyəsindən 3500 m yüksəklikdə yerləşən üç yanaşı təbii göl, o cümlədən gözəl mənzərəli, suyu göz yaş kimi dupduru olan Qaranohur gölü, Kürdmaşı və Aşıqbayramlı kəndləri yaxınlığındakı 2 süni göl də daxildir. Gözəl mənzərəli bu göllər balıq tutmağı sevən balıq ovu həvəskarları üçün çox münasib yer hesab olunur [2, s.276].

Azərbaycanın, o cümlədən Dağlıq Şirvan bölgəsinin mineral sularla zəngin rayonlarından biri də məhz İsmayillı rayonudur. Rayon ərazisində müalicəvi əhəmiyyəti dünyə şöhrətli alimlər tərəfindən yüksək qiymətləndirilmiş, Diyallı, Gəndo, Bədo, Həftəsiyab, Namazgah, Qalacıq, Basqal, Lahıç, Zərgəran kəndlərində yerləşən, sulfatlı, kalsiumlu, maqneziumlu, hidrokarbonatlı və kükürlü suyu olan təbii mineral su bulaqları vardır. Mineral bulaqların suyundan bir çox xəstəliklərin müalicəsi üçün istifadə etmək olar.

İsmayillı Dövlət Təbiət Yasaqlığı 1981-ci il 1 iyun tarixində yaradılmış İsmayillı Dövlət Təbiət Qoruğu ərazisində fəaliyyət göstərir. Qorucu təbii meşə kompleksi, qiymətli meşə bitkiləri nümunələri, nəslə kəsilmək təhlükəsi altında olan flora və faunanın qorunması, çoxaldılması və öyrənilməsi, torpaq örtüyünü zənginləşdirmək, qorumaq, ekoloji tarazlığı təmin etmək məqsədilə Böyük Qafqazın cənub yamacının mərkəzi hissəsində, 600-2500 metr yüksəklikdə yaradılmışdır. Ölkə Prezidenti İlham Əliyevin 8 dekabr 2006-cı il tarixli Sərəncamı ilə İsmayillı DTQ Şahdağ MP-nin ərazisinə daxil edilmişdir. Milli Parkın 37146 ha sahəsi rayon ərazisində yerləşir [3, s.237].

İsmayillı rayonunun qədim tarixini özündə əks etdirən, turistlərə rayon haqqında, o cümlədən onun keçmişi barədə geniş təsəvvür yaradan çoxlu sayda arxeoloji və tarixi-memarlıq abidələri var. Rayonun Kürdüvan kəndi yaxınlığındakı naməlum şəhər xarabalığı maraqlı arxeoloji abidələrdəndir. Xarabalığın tarixi eramızın I əsrinə gedib çıxır. Burada aparılan çoxsaylı tədqiqat işləri nəticəsində şüşə qablar, kaşılar, saxsı məmulatları, qala divarları, bir çox qəbir abidələri, daş və bişmiş kərpicdən inşa olunmuş bina və s. aşkar edilmişdir.

Qalacıq kəndi ərazisində I-V əsrlərə aid yaşayış yeri və küp və təknə qəbirlər, Mollaisaqlı kəndindəki eramızdan əvvəl III-I əsrlərə aid edilən qədim yaşayış yeri və qəbiristanlıq, İsmayillı kəndi yaxınlığındakı VII-VIII əsrə aid Həzrə qəbiristanlığı və s. arxeoloji abidələr rayon ərazisində qədim zamanlardan bəri yaşayışın mövcud olduğunu sübut edir.

Rayon ərazisində 230-dan artıq tarixi-mədəni abidə qorunub saxlanılır. Talıstan kəndi yaxınlığında yerləşən VII əsrə aid edilən Cavanşir qalası, Xanəgah kəndindəki Qız qalası, Sulut kəndində yerləşən və adı ilə bağlı bir çox rəvayətlər olan Fitdağ qülləsi (XVIII əsr), həmin kənd ərazisindəki Haram qalası, Xankəndində yerləşən, XII-XIII əsrlərə aid olan Xan qalası, Qalacıq kəndindəki Qasımxan qalası, Pırəndəbil kəndindəki XIX əsrə aid Gümbəz, Basqal kəndi ərazisində XVII əsrə aid edilən məscid, Lahıç qəsəbəsindəki XVIII əsrə aid Bədöyün, 1791-ci ildə inşa olunmuş Zəvəro məscidi, Ağoli məscidi, Ərəgit kəndi yaxınlığında yerləşən və XIX əsrə aid olan Aşağı və

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Yuxarı Ərəgit məscidləri, İsmayilli, Diyallı, Topçu, Yeniyol, Mican, Tağlabiyan, Gilyan və Aşıqbayram kəndləri ərazisində yerləşən XIX-XX əsrlərə aid olan məscidlər rayonda dini və dərkətmə turizminin inkişafına təkan verən maraqlı tarixi-mədəni rekreasiya ehtiyatlarıdır.

Bildiyimiz kimi İsmayilli uzun müddət Qafqaz Albaniyasının tərkibində olmuşdur və bu səbəbdən rayonda həmin dövrə aid tarixi-memarlıq abidələrinə rast gəlmək mümkündür. Bu növ tarixi abidələrdən biri də Mehranilər sülaləsindən olan Albaniya hökmdarı Cavanşir tərəfindən inşa etdirilən Cavanşir qalasıdır. Talıstan kəndindən 4 km şimalda yerləşən, inzibati mərkəz və müdafiə istehkamu kimi istifadə olunmuş qala eramızın VII əsrində tikilmişdir. Sahəsi təqribən 2 ha olan qala cənub divarlarının qalınlığı 2 metr, hündürlüyü isə 10 metr olan əsas və “içqala” olmaqla iki hissədən ibarətdir. “İçqala” dağın ən hündür hissəsində yerləşir. Qalanın şimal ucunda silindirvari bürcə tamamlanmış eni 2 metr, uzunluğu isə 50 metr olan divar çıxıntısı vardır. Burada eyni zamanda diametri 8 metr olan 6 bürc də var. Həyətində çox nadir hallarda rast gəlinən gül və ağacların bitdiyi qaladan 7 km aralıda Xanəgah kəndində yerləşən Qız qalasına yeraltı yolun olması ilə bağlı fərziyyələr mövcuddur.

Yerli əhali tərəfindən Qırxotaq və Qırxqız da adlandırılan Haram qalası Sulut kəndi ərazisində, Haram çayının sağ sahilində, mənzərəli bir ərazidə yerləşir. Adından görüldüyü kimi qalada 40-dan çox otaq var. Rəvayətə görə, Şirvan xanları hər otaqda bir qız saxlamış və bura Hərəmxana kimi istifadə olunmuşdur. Qalanın adı da məhz bundan qaynaqlanır. Həmin kənd ərazisində XVIII əsrə aid edilən Fitdağ qülləsi də yerləşir. Deyilən rəvayətə görə, Makedoniyalı İsgəndər Midiyadan keçərkən Şirvanda düşərgə salmışdır. Müharibədən sonra istirahətə buraxılmış yorğun olan əsgərlər şərab içərək gəzmiş və təyin olunmuş vaxtda düşərgəyə gəlib çıxmamışdır. Bundan narahat olan İsgəndər dağda şeypurların çalınmasını əmr etmiş və güclü şeypur sədalarını eşidən əsgərlə geri qayıtmışdır. Yüksəklikdən ətrafa aramsız fit səsi yaydığına görə bura “Fit dağı” adlanmışdır [2, s.281]

### Nəticə

Nəticə etibarilə, Dağlıq Şirvan iqtisadi rayonu öz turizm potensialına digər iqtisadi rayonlardan heç də geri qalmır. İqtisadi rayona daxil olan ərazilər istirahət, müalicə-sağlamlıq, dərkətmə, qış turizminin inkişafı üçün perspektivli rayonlar hesab olunur və bu istiqamətdə kompleks tədbirlərin həyata keçirilməsi nəzərdə tutulmuşdur. Turizmin inkişafı üçün perspektivli hesab olunan iqtisadi rayon qədim tarixə malik arxeoloji və tarixi-memarlıq abidələri və təbii rekreasiya ehtiyatları ilə tanınan ən səfəli guşələrdən biridir. Rayonun tarixi-mədəni abidələrlə zəngin olmasına baxmayaraq bəzi qalalara getmək üçün insanlar atlardan istifadə etməli və ya piyada gedilməlidir. Bundan əlavə, qalalara gedən yolların bəziləri isə təhlükəli və tamamilə yararsız haldadır. Turizmi inkişaf etdirmək məqsədilə müasir infrastrukturun yaradılması və ən əsası da tarixi abidələrə gedən yolların bərpası ən əsas məsələlərdən biri olmalıdır.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi. Dağlıq Şirvan iqtisadi rayonunun pasportu. Bakı, 2015
2. Həbibə Soltanova, Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı. Bakı, 2015
3. Tofiq Bəhərçi, Validə Mehdiyeva, Azərbaycan Respublikası təbii şəraiti, təbii ehtiyatları, onların iqtisadi-ekoloji qiymətləndirilməsi. Bakı, 2012
4. <http://ismayilli.mctgov.az/az/view/363/9/Qobustan>
5. <http://agsu-ih.gov.az/page/16.html>

## **TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS**



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI  
TƏHSİL NAZİRLİYİ



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ  
DÖVLƏT TURİZM AGENTLİYİ



*Dedicated to the 96<sup>th</sup> Anniversary of the National leader of Azerbaijan, Heydar Aliyev*

IV INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE OF  
**TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY:  
PROBLEMS AND PROSPECTS**

3-4, May 2019, Baku, Azerbaijan

**PROCEEDINGS**

**- PART II -**



## **BÖLMƏ 2. TURİZM BAZARI: MÜASİR VƏZİYYƏTİ, PROBLEMLƏRİ VƏ İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ**

### **AZƏRBAYCANDA TURİZM BAZARARININ FORMALAŞMASI AMİLLƏRİ VƏ PERSPEKTİVİ**

**ƏLİRZAYEV Əli Qənbərli oğlu**

*i.e.d., prof., əməkdar elm xadimi,  
Avropa Təbiət Elmlər Akademiyasının akademiki  
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti*

***Abstract:** Factors of the formation of the tourism market and the main trends are analyzed. Demand and supply mechanisms in the tourism market are justified. The tourism market connection is opened to economic growth and structural reforms. Dynamics and improvement directions of tourism market are given in Azerbaijan.*

*The role and place of the tourism market in shaping the import and export potential of the country is determined, and recommendations for a perspective period are given.*

***Keywords:** Tourism potential, cross-sectoral communication, tourism and agriculture, regional tourism, state regulation of tourism, social consequences of tourism, tourism organization, household, ecological tourism.*

İqtisadi inkişafın ərazi problemləri qloballaşan şəraitdə həlli və təşkili istiqamətində turizmin təşkili və onun kompleks iqtisadi idarəetmə yolları mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Turizm müasir inteqrasiya şəraitində aml və fəaliyyət sferası olmaqla bir sıra kompleks problemlərin və idarəetmə mexanizmlərin məcmuu və qarşılıqlı əlaqəsi kimi formalaşır və dəyişir. Onun içtimai və iqtisadi rolu qlobal və sahə meyarları baxımından ölçülür. Təbii resursların iqtisadi dövriyyəyə və istehlak amilinə cəlb edilməsi, həmin resursların istifadəsi üçün infrastrukturaların reallaşması, son nəticə turizmin iqtisadi artım və sosial inkişafın tərkib elementinə çevrilməsi bir sıra nəzəri və metodoloji prinsiplər, metodlar və mexanizmlər əsasında baş verir.

Turizmin kompleks problemləri onun iqtisadi sosial mahiyyətini, inkişaf prosesində rolunu və həmçinin təşkilinin bazar tipli modelinin spesifik xüsusiyyətlərini yaradır. Turizmin kompleks və sistemli təsviri yanaşma metodologiyası baxımından bir sıra amillərin iqtisadi və sosial mexanizmlərin ərazi coğrafi, siyasi motivini formalaşdırır, onun təşkilatı iqtisadi idarəetmə obyektini kimi sistem və çevik idarəetmə obyektini kimi baxılmasına gətirib çıxarır.

Turizmin çox aspektliyi, onun çox saylı amillərdən asılı formalaşması turizmin tədqiqat obyektini kimi dərinliyini və miqyasını müəyyənləşdirir. Ona görə də turizmin tədqiqat obyektini kimi, coğrafi, təşkilatı iqtisadi və resurs təminatı olaraq müxtəlif prizmadan öyrənilməsi baş verir. Turizmin ərazi baxımından tədqiqi məhsuldar qüvvələr kimi yerli resursların xarici istehsalçılar və yaxud əhalinin xarici turizm xidmətindən istifadə istiqamətlərində öyrənilməsi yolu ilə baş verir. Turizmin iqtisadi əsasları, onun potensial imkanları və onlardan istifadə, həmçinin iqtisadi potensialın bu sahəyə yönəldilməsi və birlikdə istifadəsi istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Turizmin sosial-iqtisadi problemləri çoxşaxəli amillər, məqsədlər və nəticələr baxımından öyrənilməsi mümkün olduğu üçün biz onun əsas iqtisadi və region problemlərini və istiqamətlərini tətqiq etməklə, onun inkişafı yollarını müəyyən edirik.

Hər bir ölkənin iqtisadi durumu onun məhsuldar qüvvələrinin ərazi və sahə quruluşu, yerləşməsi, istifadə dərəcəsi son nəticədə bütün sosial sferanın və onun əsas göstəricisi olan rekreasiya tələbatını, turizm xidmətini müəyyənləşdirir. Azərbaycanda mövcud coğrafi-iqtisadi potensial, transformasiya sürəti və bütövlükdə iqtisadi və təbii əhali artımı turizmin inkişafı üçün bazar xüsusiyyətlərinə uyğun amillər və nəticələr formalaşdırır. Respublikada əhalinin kənd yerində yaşaması, sahibkarlığın kənd yerlərində inkişafı zəruriyyəti, turizm yolu ilə mümkünlüyü onun əsas obyektivliyini təmin edir. Regionların kompleks inkişafına turizmin təsiri qarşılıqlı əlaqədə həll edilir. Turizmin sahələrinin seçilməsi hər bir bölgə üçün, onun potensialına uyğunlaşdırılır. Hansı turizm növünün səmərəliliyi çox meyarlı fəaliyyət və proqnozlara görə müəyyənləşir. Belə proqnozlardan mühümü sosial meyarlardır.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Turizm Azərbaycan əhalisi üçün son illərdə məskünlaşma və təbii, coğrafi şəraitin intensiv istifadəsi daha aktual sahəyə çevrilmişdir. Məskünlaşmanın region prioritetliyi mövcud olan dövrlərdə kənd turizmin, yerli təbii-iqlim şəraitindən istifadə etmək daha geniş yer tutmuşdur. Əhalinin rifahının dəyişməsi onların bir sıra ənənəvi tələbatının ödənilməsi, yeni daha çox dünya dəyərlərinə uyğun tələbat növünün artmasına səbəb olur. Bu isə respublikada tarixi dövrlərdə müəyyən xüsusiyyətlərə özünü formalaşdırır. Mərkəzləşdirilmiş qaydada turizm inkişafına yanaşma vahid sistem halında hər bir ölkədə mövcud və layihələndirilən turizm bazaları, ümumi ehtiyacları üçün istifadə olunmaqla, onların maliyyələşdirilməsi və maddi-texniki bazanın yaradılması təmin olunur. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində turizmin inkişafının yeni tip modelləri və əsas əlamətləri yaranır. Və bu əlamətlər müxtəlif ölkələrdə eyni həll olunmur. Onun region xüsusiyyətləri, birbaşa sahibkarlıq, biznes, maliyyələşdirmə xüsusiyyətləri ilə əlaqəli dəyişir.

Turizm sferası insan zövqünə, insanın müəyyən ünvanlı ehtiyaclarını ödəmək üçün formalaşdığı və sahə, ərazi strukturuna malik olduğu üçün onun əməli və çevik dəyişdirilməsi ani halda baş verir.

Turizmin motivi respublikada əhalinin məşğulluğu, onun ailə daxili həyat tərzinin keçirilməsi ilə bağlıdır. Respublikada turizmin əsas motivi ticarət əlaqələri və işgüzar səfərlər təşkil edir. Bu gün Azərbaycan Respublikası xarici ticarət dövriyyəsi üçün məhsullara olan tələbatını ödəmək üçün idxaldan mühüm amil kimi istifadə edir. İdxal və ixracın baş verməsi mərkəzləşmiş formada yox, ayrı-ayrı şirkətlərin və fiziki şəxslərin fəaliyyəti, yükdaşıma və əhali daşıma fəaliyyəti ilə baş verir. Azərbaycanın idxalında əsas tərəflərin xüsusi çəkisi daxili bazarın formalaşmasında mülkiyyət formasından asılı olmayaraq, kommersiya mənfəəti məqsədilə müxtəlif əlaqələr ilə gətirilən məhsulların xüsusi çəkisi birbaşa olmasada dolayısı yolla turizmin yolunu açır.

İdxal və ixracın strukturu ölkə daxili iqtisadi potensialın və həmçinin istehsal həcmının artması ilə əhalinin həyat səviyyəsinə, onun istehlak potensialına təsir edir. Zəruri məhsullara tələbatını ödəməklə, turist məhsullarına o cümlədən, turist niyyəti ilə gedib, özünün ailəsi və xırda biznes üçün əmtəə alıb, sonradan onun daxili bazarında satılması ilə məşğulluğu artırır.

Respublikada yuxarıda göstərilən funksional vəzifələri reallaşdıran, sahibkarlıq fəaliyyətinin və mexanizmlərin respublikada və regionlarda özünə məxsus xüsusiyyətləri formalaşır. Belə ki, hüquqi və fiziki şəxslər kimi sahibkarlıq fəaliyyəti, qeyri-dövlət maliyyə imkanlarını genişləndirmək üçün turizm məqsədi ilə maliyyə resurslarını təmin etmək üçün kredit ittifaqları yaradır. Xarici şirkətlər birbaşa əlaqəyə girib, müştərək, yaxud uzun müddətli kredit qoyuluşu ilə təsərrüfat formaları yaradırlar. Yerli əhali üçün turizmin inkişafında fərdi kapitalın daha çox əhaliyə xidmət edən obyektlərin layihələşdirilməsinə və istifadə üçün şəraitin yaradılmasına yönəldilir. Hər bir fəaliyyət növü dairəsi və mexanizmləri menecment sahəsi kimi və qərar qəbullaşmasının səmərəli təşkili formasında baş verir. Turizmin informasiya bazarı onun fəaliyyəti haqqında məlumatların və reklamın səmərəli təşkili ilə baş verir.

Turizm kompleks fəaliyyət göstərən sahibkarlıq fəaliyyəti dairəsinin tərəfi ola bilər. Ona görə də sahibkarlığın özünün turizmi təmin edən digər sahələrin inkişafına kompleks yanaşması xərclərin azalmasına və ərazinin bütövlükdə sosial problemlərin həllinə şərait yaradır. Bu kompleksdə daha aparıcı növü rolunu nəqliyyat sferası oynayır. Turizm fəaliyyətinin əsas potensial təminatı, daşımalarda təhlükəsizliyi, onların komfortu və həmçinin nəqliyyat xidmətində çəkilən xərclər təşkil edir. Respublikada beynəlxalq turist daşımaları, turistlərin nəqliyyat növünün seçilməsində onların seçimini müəyyənləşdirir.

Sahibkarlığın regional strukturu və dövlətin büdcə vəsaiti ilə ayırdığı sahibkarlığa kömək fondu və müəssisə təşkilatların xüsusi vəsaitləri hesabına turizm sahəsində sahibkarlıq və yaxud sahibkarlığın daxilində turizm xidmətinin genişlənməsi formaları ilə ərazi iqtisadi potensialının turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsi prosesi genişlənir.

Turizmin respublikada inkişafı xüsusiyyətləri respublika əhalisinin məşğulluq strukturu və ailə tərkibində yaş quruluşuna uyğun əlverişli mühitə malikdir. Əhalinin 1,3 mln. nəfərinin pensiya yaşında olması, kənd yerlərində fərdi təsərrüfatın istehsal strukturunda aparıcı rol oynaması və bir sıra regionlarda turistlərin təminində formalaşmış ənənə sonrakı inkişaf üçün əsas yaradır.

Regionlara dövlət büdcəsi hesabına ayırmalar xüsusi vəsaitlərin, müəssisə və təşkilatların maliyyə resurs imkanlarının, həmçinin əhali vəsaitlərinin istifadəsində azad rəqabət mümkün olsada, vahid turizm strategiyası, onun proqramları və tənzimləmə siyasəti dövlət siyasətinin tərkib hissəsi kimi qəbul edilir.

Turizmin inkişafında, onun məhsulunun segmentləşməsi ilə istehsal bazarı arasında əlaqə sahələr və sahələrarası komplekslərlə baş verir. Turizm fəaliyyətinin sənaye, kənd təsərrüfatı və uyğun infrastruktur strukturaları ilə əmtəə-xidmət mübadiləsi və təsərrüfat əlaqələri mövcuddur. Bu əlaqələr tənzimləmə və idarəetmə obyektinə olaraq tarazlı inkişaf prizmasından formalaşdırılır və uyğun mexanizmlər

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

ilə idarə olunur. Belə ki, turizmin inkişafında aqrar sektor və təbii-coğrafi şərait dominant rolunu oynayır. Bu dominantlıq turizm bazarının tələb və təklifinə uyğun olaraq və turizmin motivi ilə ölçülür, təkmilləşir. Turizm motivi hər bir turistin tələbi və həmçinin turist obyektinin inkişaf dinamikası ilə səciyyələnir. Kənd təsərrüfatı Azərbaycan iqtisadiyyatının formalaşması dinamikası və əhalinin məskunlaşması sosial inkişafında istehsal, bölgü və istehlak xüsusiyyətlərinə görə xarakterik cəhət kəsb etdiyi üçün onun turistlər üçün motivizasiyası da dinamik inkişaf edir.

Turizm və kənd təsərrüfatı ərazilərin kompleks inkişafı və kəndin sosial-iqtisadi problemlərinin həlli və aralarındakı əlaqənin tənzimlənməsi hər iki sahədə qəbul edilən konseptual müddəalar və konkret mexanizmlər vasitəsi ilə baş verir. Kəndin sosial-iqtisadi inkişaf problemləri kənd təsərrüfatının, əhalinin məşğulluğunun və onun həyat səviyyəsinin formalaşmasına təsiri ilə nəticələnir. Kəndin təbii-coğrafi iqtisadi potensialı, sosial problemləri, kənd əhalisinin fəallığı, onun məhsuldarlığını və məskunlaşma problemlərini həll edir. Bu da kənd əhalisinin fərdi təsərrüfata bağlılığı, onun öz təsərrüfatını genişləndirmək üçün topladığı resurslar və istehsal təyinatlı məqsədlər üçün kredit və borclar almaqla özünün potensial imkanlarını artırır.

Turizmin kənd təsərrüfatı ilə əlaqəsində prioritetlər ümumi və konkret vəzifələrin bölgüsünü müəyyənləşdirir. Daha çox təbii vasitələr torpaq və coğrafi şəraitin turizm məqsədi ilə birbaşa və dolayısı yolla inkişaf yolları və uyğun mexanizmləri təşkil edir.

Kənd təsərrüfatı istehsalının ali məqsədi ölkənin ərzaq tələbatını ödəmək və həmçinin kənd təsərrüfatı potensialını səmərəli istifadə etmək prioritetləri durur. Ona görə də ərzaq və kənd təsərrüfatı emalı müəssisələrinə və uyğun infrastruktur ehtiyatlarına daha intensiv və struktur dəyişmələri uyğun məhsullara bazar tələbatı ilə ölçülür. Bazar tələbinə uyğun istehsal həcmi həmin bazarın ərzaq məhsulları üzrə seqmentləşməsinə əsaslanır.

Kənd təsərrüfatı məhsullarının bazarı birbaşa istehlak sosial tələbatı və ixrac olunan məhsullar üzrə müxtəlif səylər kəsb edir. Daha çox birbaşa istehlak kollektiv və fərdi istehlak üçün istifadə olunur. Kənd təsərrüfatı bazarı istehsalın daha da üstün artırılması və xammaldan istifadə dərinliyinin artırılması metodları ilə mümkün olur. Ona görə də kənd təsərrüfatı məhsullarının sahə strukturunu təkmilləşdirmək, emal və yaxud birbaşa istehlakın riskliyi və müntəzəmliyi ilə ölçülür. Belə ki, bazarda əmtəə xidmətinin ucuz kənd təsərrüfatı məhsulları ilə təmin olunması turizm məhsulunun dəyərini aşağı salır və turizm xidmətlərinin qiymətini azaldır. Turizm xidmətlərinin qiymətlərinin aşağı salınması onun maya dəyərinə daxil olan xərc strukturunu dəyişdirmək yolu ilə mümkün olur. Bu da inzibati yolla deyil, bazar tipli inkişaf modelləri şəraitində rəqabətə dözümlü və daimi istehlakçısı olan turizm kontingentləri olduğu halda mümkün olur. Ona görə də turizmin rentabelliği, onun digər sahələrə nisbətən kommersiya maraqları baxımından daha səmərəli olması ilə müəyyənləşir.

Sosial-demoqrafik tərkib turizmin inkişafı üçün əlverişli ehtiyat və resurs potensialı rolunu oynayır. Kənd əhalisinin məşğulluğu və uşaq əməyindən istifadə üçün həyatını sahələr və ev təsərrüfatının məhsuldarlığını artırmaq imkanları yuxarıdır. Tədqiqatlar göstərir ki, kənd əhalisinin fərdi gəlirləri, hər bir ailədə olan yeniyetmələrin sayı ilə xeyli bağlıdır. Əhalinin məşğulluğu, mülkiyyətin formaları qarışıq olduğu üçün onların turizm dövryyəsinə cəlb edilməsi bir sıra təşkilatı və stimullaşdırıcı mexanizmlərdən asılıdır. Daha çox ev təsərrüfatı və onun öz resurslarını icarəyə vermək imkanı daha çoxdur. Ona görə də kənd əhalisinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi problemləri, daha çox əhalinin fərdi gəlirlərinin artımı və onların yoxsulluğun azaldılması meylləri ilə müəyyənləşir. Yaşayış yerləri üzrə gəlirlər şəhər və kənd turizminin əhali imkanları ilə bağlılığını təhlil etməyə imkan verir.

Əhalinin həyat səviyyəsi onun tələbat sistemini formalaşdırır. Turizm tələbatına təsir edən əhali amili olaraq gəlirlərin səviyyəsi, onun xarakteri və həmçinin tələbatın ödənilməsi dərəcəsi və yolları təşkil edir. Əhalinin gəlir səviyyəsi, onun turizm xidmətinə tələbatını və turizm sahibkarlığı üçün investisiya mənbəyi rolunu oynayır. Digər tərəfdən turizm tələbatı şəhər əhalisinin maddi rifahı, onların gəlirləri və həmçinin istehlak strukturu ilə müəyyənləşir. Sosial – demoqrafik amil olaraq əhalinin tərkibi və onun turizm tələbatına motivi müəyyənləşdirilir. Belə motivləşmə hər bir ailənin sosial statusu, onun gəlirləri və ayrı-ayrı istehlak malları və xidmətlərə olan tələbatı ilə müəyyənləşir. Əhalinin daxilində gəlirlərin paylanma səviyyəsi maddi və mənəvi xərclərin xüsusi çəkisini müəyyənləşdirir. Əhalidə xüsusi təsərrüfat, bazara birbaşa çıxış imkanları onların istehlak davranışı qabiliyyətini formalaşdırır.

İstehlak davranışında pensiyaçıların, məktəbli uşaqların və kənd əhalisinin məşğulluq sahəsinə uyğun turizm ehtiyacları yaranırsa, onların motivi özünəməxsus xüsusiyyətlər kəsb edir. Sosial problemlərin həllində və məskunlaşma məqsədi ilə turizmin inkişafının, onun əsas istiqamətlərinin

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

məşğulluq və əmtəə-xidmət bazarının genişlənməsində istifadəsi problemləri meydana çıxır. Əhalinin mənzil təsərrüfatı, qoşqu heyvanları və həmçinin fərdi maşınlar turizm xidməti üçün istifadə olunur. Kənd əhalisinin tələbi artım tempi şəhər əhalisindən yüksək olur. Amma iş yerləri, təhsil və yaşayışın sosial təminatı şəhərlərdə yuxarı olduğu üçün miqrasiya problemləri baş verir. Kənd əhalisinin məşğulluğunu artırmaq üçün yeni iş yerlərinin açılması kəndlərdə və dağ regionlarında turizm komplekslərinin tikilməsi istiqamətləri üstünlük təşkil edir.

Regionlarda kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı həmin regionun təbii resursları, iş qüvvəsi və ərzağa olan maliyyə vəsaitinin istehsal dövrüyyəsinə imkanlarını artırır.

Əhalinin maliyyə imkanları, əmək gəlirləri, bank kreditləri və həmçinin satış üçün bazara çıxardıqları maddi-mənəvi nemətlərin məcmuu ilə müəyyənləşir. Bu resursların formalaşmasında dövlət gəlirlərinin kənd təsərrüfatına və kənd əhalisinə yardımları və transfer xərcləri təşkil edir. Əhalinin biznes və sahibkarlıq fəaliyyəti kimi turizm sahəsi ilə əlaqəsi, investor olaraq bu sahəyə kapital yatırmaq və bu sahənin fəaliyyətindən öz fərdi və ictimai gəlirlərini artırmaq məqsədi güdülür.

Turizmin gəlirləri kəndin yerli büdcələrini və əhalinin, həmçinin dövlətin gəlirlərinin formalaşması mənbəsi kimi çıxış edir. Daha çox turizm müəssisə olaraq mənfəət əldə etmək və mənfəətin kənd resurslarının təkrar istehsal və əhalinin istehlakı üçün zəruri olan əmək haqqı və digər xərcləri ödəməkdən ibarətdir.

Turizmin təbii və coğrafi əlverişli şəhər və kənd ətrafı infrastrukturla bağlı olduğu üçün onun məhsulunun regional differensiyası formalaşır. Regionların iqtisadi vəziyyəti, həmin regionlarda ucuz iş qüvvəsi və təbii sərvətlər turizm məhsulunun maya dəyərini azaldır. Bu da öz növbəsində bu rayonların turizm bazarında əlverişli mühitə görə əlavə gəlirlər əldə etməsinə səbəb olur. Bu sahəyə qoyulan hər kapital qoyuluşu vahidinə uyğun olaraq artımda digər regionlara nisbətən yuxarı olur. Ona görə də regional inkişafı və aqlomerasiya səmərəsi həmin regionların turizm fəaliyyəti üzrə ixtisaslaşması və təşəkkülünü təmin edir.

Turizmin kənd təsərrüfatının təbii-coğrafi mühitin fərqlərinə görə yerləşməsi əlavə dəyər yaradır ki, bu da yerli əhali, sahibkar və yaxud ölkə miqyasında "bonus" kimi mərkəzləşdirilir və ərazinin inkişafına sərf olunur.

Müasir dövrdə turizm bütöv sənaye və ərazi kompleksi kimi formalaşır. Bu sahə insanların istirahəti ilə bağlı olan sənaye, nəqliyyat və digər sahələrin qarşılıqlı əlaqəsi və turist xidmətinin təşkili və idarəçiliyi məqsədi ilə formalaşmış müəssisə, təşkilat və orqanlar daxildir. Turizm sənayesi və kompleksinə ərazinin əhatəsində və ona yaxın sahələrdə artıq formalaşmış mehmanxana kompleksləri, yeməcxanalar, ekskursiya şirkətləri, nəqliyyat müəssisələri və sosial-mədəni sahələr daxildir.

Turizmin ərazi inkişaf problemləri və bu sahəyə cəlb olunan maddi-maliyyə resurslarının cəlb edilməsi istehlak malları və xidmət sferasını, kənd təsərrüfatını və emal sənayesini genişləndirmək funksiyası durur. Müasir şəraitdə turizmin inkişafının əsas istiqamətləri strateji və islahatlar proqramının əsas istiqaməti kimi özünü zəruriləşdirir. Dövlət turizmin inkişafı ilə məşğul olana sahibkarlara, hüquqi və fiziki şəxslərə yardım və bir sıra iqtisadi-təşkilatı mexanizmlərlə təsir etməklə həmin regionun turizm dövrüyyəsinin artmasına səbəb olur. O cümlədən, bazarların kəşşməsi və ümumi əmtəə və xidmət tələb və təklifin formalaşmasında turizm dövrüyyəsinin rolu və xüsusi çəkisi qiymətləndirilir.

Turist bazarı turistlərin sayının və büdcə daxilində fəaliyyət mexanizmini açır. Turist dövrüyyəsinin ərazi üzrə yerləşməsi regionlar və regionlar üzrə ayrı-ayrı təsərrüfat fəaliyyətlərini müəyyənləşdirir. Azərbaycan özünün təbii sərvətləri mərkəzdən yerləşmə radiusu və dövlət sərhədlərinə yaxınlığı dövlət fəaliyyəti üçün əlverişli iqtisadi və inzibati zonalara daxildir. O cümlədən turist bazarının regionlar üzrə yerləşməsi, həmin regionlarda perspektiv baxımdan səmərəli ərazi strukturları həll edici amil olaraq qalır. Belə ki, Xəzər və Abşeron ətrafı yay turizminin əlverişliliyini Bakı-Abşeron tarixi abidələri, şəhər mühiti və resurslarla zənginliyi, həmin regionların əhalisinin xarici turizmə ehtiyaclarını və xarici turistlərin şəhər üçün əlverişli mühitə tələbatını müəyyənləşdirir.

Turizmin regionlar üzrə yerləşməsi, həmin regionların məhsuldar qüvvə və infrastruktur amilləri kimi dağların, çayların, mineral sular, tarixi abidələr və həmçinin yaşayış üçün ucuz istirahət obyektlərini əhatə edir. Turizmin regional xüsusiyyətləri daha çox aparıcı sənaye sahəsi olan emal sənayesini, şərab, üzüm və bir sıra konserv sənayesini artırmağı tələb edir. Digər tərəfdən turizm müəssisələrinin yerləşməsi, onun marketinq quruluşu və seqmentləşməsi planlaşma və idarəetmə məsələlərində iqtisadi əlverişli mühitə bağlıdır.

Turizm fəaliyyət sahəsi olmaqla, özünün nəzəri-metodoloji və praktiki əhəmiyyət kəsb edən təşkilatı-iqtisadi, sosial amilləri və məqsədləri ilə tədqiq olunur. Turizmin məqsədi və onun inkişafına zəruriyyət

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

real iqtisadiyyatın müəyyən xüsusiyyətləri, iqtisadi potensialın imkanları və perspektiv struktur dəyişmələri ilə uyğun olaraq formalaşır. Hər bir ölkənin iqtisadi inkişaf meylləri və dinamikası, resurslarının mövcud vəziyyəti və perspektivi turizmin inkişafına iqtisadi baza yaradır. Respublika iqtisadi potensialının iqtisadi dövrüyyəyə cəlb edilməsinin əlverişli və perspektiv sahəsi olaraq turizmin inkişafı qeyri-neft sektorunun inkişafı məqsədi ilə və neftdən gələn gəlirlərin səmərəli istifadəsi məqsədi ilə layihələşdirilir.

Turizm mahiyyətə səyahət olsa da, real iqtisadi potensial, inkişaf strategiyası və ölkə iqtisadiyyatının struktur islahatlarının ərazi və sahə istiqamətləridir. Regionun kompleks inkişafı və iqtisadi potensialın bazar iqtisadiyyatı şəraitində faydalı fəaliyyəti sahəsinə çevirmək üçün turizm sahəsində sosial və iqtisadi məqsədlər güdür.

## ЭКОНОМИКА ВПЕЧАТЛЕНИЙ: ИННОВАЦИОННЫЕ ФОРМЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ЭКСКУРСИОННЫХ УСЛУГ

Динара ЗАРИПОВА

Ассистент кафедры «Туризм, гостиничный и ресторанный сервис»  
Уфимский Государственный Нефтяной Технический Университет

**Abstract:** *The article discusses various innovative forms of providing excursion services for modern tourists. Innovative forms of excursion activities and new options of urban excursions are considered.*

**Keywords:** *excursions, innovation, city tours, experience economy, modern tourism*

В последние годы появилось поколение путешественников, так называемых «новых туристов», число которых неуклонно растет. Они сильно отличаются от своих предшественников: более опытные, гибкие, независимые и мобильные, движимые другой системой ценностей и предпочитающие совершенно иной стиль жизни. Согласно статистике, они совершают 2,8 поездки в год [1, с. 27].

Их образование и влияние современных средств массовой информации являются причинами, по которым «новые туристы» проявляют симпатию к определенной «визуальной» эстетике. В то же время они проявляют различные интересы не только в традиционных областях, связанных с туризмом (культурные и исторические памятники, известные люди и т. д.), но и во многих других, иногда весьма широких сферах (индустриальное наследие, спорт, политика, места, известные из книг и фильмов, кулинария, культурные события, образ жизни, мода и т. д.). «Новые туристы» хотят не только «видеть» и «учиться», но также «понимать» и «испытывать» и вступать в прямой контакт с посещаемым местом. Неудивительно, что традиционные в XX веке виды экскурсий (экскурсии по городу) меняют свой формат. Классическая передача информации (часто энциклопедическая и зачастую в форме лекции) в одном направлении не только непривлекательна и скучна, но даже устарела и неприемлема [2, с. 79].

Роль современного экскурсовода заключается не только в том, чтобы сообщать факты, но и в том, чтобы интерпретировать увиденные на пути объекты. Речь идет об объяснении посредством прямого контакта с оригинальными предметами, непосредственного опыта, а также, что очень важно, посредством эмоционального взаимодействия. Роль экскурсовода заключается в том, чтобы помочь туристам понять смысл посещаемого места, его исключительную историю и состояние в настоящее время, а также в полной мере ощутить атмосферу локации, используя эмоции. Такая интерпретация должна быть приятной и интересной, содержать элементы веселья и развлечений. Она может принимать форму провокации или открытия, но представленного в привлекательной форме, понятной даже тем, кто не является специалистом в данной области. Нужно включать в текст экскурсии не только голые факты, но также шутки и анекдоты (уместные и подходящие к теме экскурсии); не только проверенную общедоступную информацию, но и собственные предположения, прогнозы и комментарии. Иногда уместно будет использовать цитирование литературных отрывков, вовлечение слушателей в диалог (вопрос-ответы, головоломки, поощрение мыслей, получение выводов) и т. д. В таком случае будет раскрываться эмоциональная

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

история демонстрируемого места. Образы, созданные в воображении туристов, должны возбудить и вовлечь их, вызвать спонтанную реакцию. Естественно, что даже идеальное владение экскурсионным материалом может оказаться недостаточным, поэтому необходимо обратиться к другим средствам, которые влияют на все чувства: зрение, слух, вкус, обоняние и осязание. Создается правильная атмосфера, и туристы знакомятся с темой экскурсии, просматривая документальные фильмы или художественные фильмы, слушая музыку (этническую, народную, современную) в автобусе. Важную часть экскурсии может занимать дегустация национальных блюд, сладостей и напитков, натуральных (цветы, специи) или искусственных (аэрозолей) запахов, знакомство с объектом посредством прикосновений - взятие экспоната в руки, использование инструмента, ощущение его текстуры, веса и т. д. Таким образом, прием информации становится мультисенсорным, предоставляя экскурсанту желаемый личный опыт [3, с. 170].

Чтобы создать иллюзию путешествия во времени во многих исторических местах, можно использовать исторические костюмы не только облачая в них экскурсоводов или сотрудников музея, но и самих туристов. Костюмы, постановка, освещение, музыка и дополнительные звуки пробуждают воображение экскурсантов. Осмотр достопримечательностей обычно происходит по заранее подготовленному сценарию, и экскурсанты становятся не только зрителями, но и активными участниками спектакля, фактически влияя на ход действий.

В последние годы все чаще говорят о театрализации туристического пространства [4, с. 212]. Мир становится огромной сценой, где происходит представления, и главную роль может сыграть любой турист, тем более что спектр предлагаемых возможностей очень широк. Они включают в себя осмотр достопримечательностей с театральными элементами (использование костюмов, игровые сцены), игры (решение головоломок, поиск сокровищ, открытие прошлого), участие в шоу и презентациях, реконструкцию исторических событий и многое другое.

Первоначально интерактивные экскурсии с сюжетом были популярны в основном как интересный аспект стимулирующих или командообразующих поездок. Сегодня этот вид экскурсий распространен и доступен всем туристам. К примеру, в Уфе год назад стартовал проект «Голос Города» - это иммерсивные шоу, которые представляют собой променады - спектакли в фирменных беспроводных наушниках, проходящие непосредственно на улицах города, которые становятся декорациями для театра без сцены. Спектакль-экскурсия «С тобой Уфа» отлично подходит для знакомства с городом, его историей и знаменитыми жителями. А спектакль «История Уфы 20 века» - это позитивная историческая драма с элементами приключений [5].

Другие альтернативные способы приблизить наследие местности к туристу включают в себя:

- городские маршруты с микро-событиями, т.е. экскурсии с гидом или в одиночку по маршруту, установленному ранее, обогащенному выступлениями, концертами, интерактивными шоу или другими мультимедийными элементами;

- городские игры - форма осмотра достопримечательностей, которая сочетает в себе элементы соревнований, комбинирующих уличные события, а также компьютерные игры и ролевые игры. Каждая из участвующих команд старается стать первой, кто достигнет цели, следуя ряду правил. Раскрытие секретов и решение головоломок связано с сильными эмоциями благодаря элементу соревнования. Существует много видов городских игр: исторические, основанные на литературе, фильмах, легендах, поисках скрытых предметов, поиске QR-кодов и т. д.;

- геокэшинг - поиск сокровищ с помощью GPS. Это туристская игра с применением спутниковых навигационных систем, смысл которой состоит в нахождении тайников, спрятанных другими участниками игры. Основная идея состоит в том, что одни игроки прячут тайники, с помощью GPS определяют их географические координаты и сообщают о них в Интернете. Другие игроки используют эти координаты и свои GPS-приёмники для поиска тайников. Чаще всего тайники расположены в местах, которые представляют природный, исторический, культурный, географический интерес [6, с.71].;

- квесты - обнаружение культурного и природного наследия региона нестандартным способом, что означает прогулку по заранее подготовленным туристическим маршрутам, но без опознавательных знаков, а с помощью карт и улик (обычно в форме рифмованных головоломок). Тропа проложена таким образом, что дает возможность добраться до интригующих мест, не описанных в путеводителях или в Интернете, а главное достижение - найти сокровище - коробку с печатью, подтверждающей завершение квеста.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Интересно, что нет необходимости изобретать новые формы традиционных туристических услуг, чтобы вызвать интерес туристов. Иногда достаточно предложить уже знакомые продукты, но в необычное время и в несколько иной обстановке. Прекрасным примером является международная акция «Ночь музеев» - уникальное культурное событие, во время которого музеи и галереи открыты на одну выбранную ночь. Сегодня он организуется более чем в 40 странах каждый год, включая Россию и Уфу. В Уфе в 2018 году мероприятие посетило более чем 20 тысяч человек [7]. Удивительно, потому что экспозиции выставок в основном такие же, как и те, которые можно посетить в течение дня. Здесь, однако, ключевым фактором является атмосфера таинственности, исключительности, необычности, веселья и праздника. Именно это привлекает такое большое количество посетителей.

Другое событие – акция «Ночь Ресторанов» основано на том же принципе. К примеру, в Белгороде в акции «Ночь ресторанов» участвовало 28 заведений, в которых действовали скидки, щедрые и необычные акции. Что касается гастрономии, была придумана еще одна необычная идея, чтобы повысить впечатления гостей, стимулировать их чувства и предоставить им уникальный опыт. В ресторанах Dans le Noir блюда едят в полной темноте, и меню остается неизвестным до последнего момента. В таком ресторане люди на некоторое время оказываются в абсолютной темноте, и за полтора часа – именно столько длится «сеанс» – человеку дается шанс ощутить, что возможность видеть – это счастье. В 2013 году рестораны этого типа были открыты в Париже, Лондоне, Нью-Йорке, Барселоне, Мадриде и Санкт-Петербурге [8].

Путешествие всегда было неразрывно связано с исследованием неизвестного, захватывающими приключениями и приобретением нового опыта. В этом смысле турист был и остается прекрасным примером «экономики впечатлений», особой «индустрии отдыха». В последние годы была подчеркнута важность эмоционального переживания туристического продукта до, во время и после поездки [9, с.160]. Во многом это результат развития современной экономики, основанной на опыте, в которой основными товарами являются не конкретные товары, а эмоции, впечатления и опыт потребителя. Внутренние чувства, волнение, удовлетворенность выбранным пунктом назначения оказываются важнее стандарта предоставляемых туристических услуг. Туристы больше не удовлетворены пассивным отдыхом или общими развлечениями; они хотят принять участие в чем-то необычном, чему-то удивиться и провести уникальное праздничное приключение. Наиболее существенным изменением является превращение туриста из пассивного наблюдателя в активного участника. Для «новых туристов» важно, чтобы они могли интерактивно влиять на ход действия, совместно принимать решения, совместно создавать собственный опыт. Используя терминологию сферы информационных технологий, это явление определяется как «туризм 2.0». В таком туризме границы между поставщиками и покупателями, а также между туристами и жителями туристических направлений становятся размытыми. Таким образом, потребители парадоксальным образом становятся производителями туристического продукта или его части [10, с.125].

Реакцией на растущие ожидания потребителя является обеспечение соответствующего предложения туристическим сектором. Современные тенденции состоят в том, чтобы умножать и усиливать впечатления и эмоции, чтобы удивлять или иногда шокировать современных «коллекционеров праздничных воспоминаний».

Несмотря на многочисленные усилия туроператоров, полученные результаты не всегда являются удовлетворительными. Основная проблема заключается в том, что ожидания потребителей постоянно растут; туристы становятся все более и более опытными, «они были везде, видели все», даже если не лично, то посредством современных средств массовой информации, которые значительно превышают их ожидания. Они требуют новых и более сильных стимулов, поэтому становится все труднее получить эффект «вау!» от неожиданности и изумления. Это появляется, когда ожидания туристов превышены.

Чтобы достичь этого, необходим тщательно продуманный комплексный подход к построению современного туристического предложения, основанный на управлении эмоциями. Этот факт хорошо известен отельерам, которые терпеливо, шаг за шагом, удовлетворяют своих клиентов, предоставляя небольшие удовольствия. Окончательное мнение зависит от повседневной улыбки администратора, персонального приветствия на экране телевизора в их гостиничном номере, нескольких сладостей, лежащих на подушке, приглашающего их отдохнуть слегка развернутого

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

пухового одеяла, набора миниатюрных туалетных принадлежностей в ванной комнате и т.д. По отдельности эти детали незначительны (и дешевы), но если они предлагаются совместно, они взаимно усиливаются (синергетический эффект), создавая атмосферу исключительного гостеприимства. Таким образом, они успешно создают в сознании гостей ощущение исключительности и удовлетворенности выбором отеля.

Экономика впечатлений подразумевает нацеленность на создание у потребителя приятных воспоминаний об услуге или товаре, то, о чем французы говорят, что в вине важнее не вкус, а послевкусие. Вот это «послевкусие» туристских поездок и необходимо создавать, используя инновационные формы предоставления экскурсионных услуг.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Tourist product in experience economy/ Andrzej Stasiak // Tourism 2013, Volume 23: Issue 1. P. 27-35.
2. Хисамутдинова А.Ф., Хайретдинова Н.Э. История формирования понятия "экскурсия": некоторые аспекты историографии проблемы // Genesis: исторические исследования. 2017. № 7. С. 79-86.
3. Зарипова Д.Ф. Некоторые аспекты организации туристско-экскурсионного обслуживания иностранных гостей в Республике Башкортостан // Д.Ф. Зарипова/ Актуальные вопросы современной науки. Сборник научных статей Студенческой международной научно-практической заочной конференции. – 2016. – С.170-171.
4. Ширинкин П.С. Туристское легендирование как метод развития территории// Диалоги о культуре и искусстве: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, 2016. С. 210-222.
5. Голос города. Уфа. Иммерсивные экскурсии по Уфе [<https://mycityvoice.ru/ufa>]
6. Дубровский А.В. Геоэксинг - инновационный способ привлечения внимания к проблеме охраны памятников историко-культурного наследия // А.В. Дубровский, М.А. Малиновский // Гео-Сибирь. 2011. Т. 6. С. 71-74.
7. Международная акция «Ночь музеев» [<https://museumnight.culture.ru/>]
8. Рестораны в темноте Dans le Noir [<https://www.dansle noir.com>]
9. Experience of landscape and historical complexes allocation in historical settlements/ Lebedev A.I., Usmanov I.Yu., Matveeva L.D., Scherbakov A.S., Zaripova D.F., Kuypers Y.// Ponte. 2017. Т. 73. № 12S. P. 159-168.
10. Зарипова Д.Ф., Иванова Б.А. Интерактивные неличные средства коммуникации в туризме: мобильное приложение «RocketEx: аудиогид по городу Уфе / МОЛОДЕЖЬ-НАУКЕ – IX: Развитие сферы туризма, гостеприимства и спорта в контексте повышения уровня и качества жизни населения: Материалы Всерос. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых, г. Сочи, 19 - 21 апреля 2018 г. / отв. ред. д.э.н., проф., С.В. Гриненко. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2018. С. 124-129.

## AZƏRBAYCAN VƏ TÜRKİYƏ RESPUBLİKALARI ARASINDA TURİZM ƏLAQƏLƏRİNİN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ

**f.e.n., dos. Hafiz HÜSEYNOV**

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *The article analyzes the directions of development of tourism relations between the Republic of Azerbaijan and the Republic of Turkey. It is noted that the Republic of Azerbaijan with great tourism potential promotes the rapid development of international tourism.*

*Our country's accession to the international arena and its integration into the system of international economic relations, the establishment and development of mutually beneficial tourism relations with the near and far abroad, open up opportunities for the development of modern tourism. Rapid growth of international tourism shows the growing interest of foreign tourists to Azerbaijan.*

*The number of tourists coming to our country prevails in neighboring Turkey. This adjacent state as a whole can play a key role in the development of international tourism in our country with a strong population reserve.*

**Key words:** *state, society, market, tourist, politics*

Son illər turizm dünyada sürətlə inkişaf edən iqtisadi sektor kimi qeyd olunur. Bu sahə gəlirlərin miqdarına görə neft ixracı və avtomobil sənayesindən heç də geri qalmır. Bir sıra ölkələrin büdcəsinin formalaşmasında, ticarət balansının sabitləşməsində turizm mühüm rol oynayır. Turizmin rolu bununla bitmir. Turizmin inkişafı ölkələrdə işsizlik kimi ağır problemin öhdəsindən gəlməyə stimül verərək, iqtisadiyyatın təkanverici qüvvəsi rolunu oynayır.



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Azərbaycan Respublikası 1991-ci ildə dövlət müstəqilliyini əldə etdikdən sonra dünyada gedən proseslərə getdikcə daha çox qatılmaqdadır. Müstəqil Azərbaycan Respublikasının rəhbərliyinə gələn ümummilli lider Heydər Əliyev qeyri-neft sektoru içərisində turizmin inkişafına böyük önəm verdiyindən xarici ölkələrlə bu sahədə əməkdaşlığa xüsusi diqqət yetirirdi. Bu gün həmin siyasəti uğurla davam etdirən Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin həyata keçirdiyi sosial-iqtisadi islahatlar ölkəmizin uzunmüddətli davamlı inkişafını təmin edir.

İndi Azərbaycanın qarşısında öz təbii sərvətlərindən milli mənafeyə uyğun istifadə etmək, müstəqil daxili və xarici iqtisadi siyasət yeritmək və dünya təsərrüfat sisteminə inteqrasiya üçün geniş imkanlar açılmışdır. Bu gün Azərbaycan dünya iqtisadiyyatının qloballaşması və beynəlxalq əmək bölgüsünün tələblərini nəzərə almaqla açıq iqtisadi siyasət yürüdən, qapılarını beynəlxalq aləmə daha çox açan elmi-texniki və s. sahələrdə əlaqələr yaradan bir ölkəyə çevrilmişdir.

Ölkəmizin beynəlxalq aləmdə tanınması və beynəlxalq iqtisadi münasibətlər sisteminə daxil olması, yaxın və uzaq xarici dövlətlərdə qarşılıqlı faydalı turizm əlaqələrinin yaradılması inkişafı müasir turizm inkişaf perspektivlərinə geniş imkanlar açır. Azərbaycan Respublikasının indiki sürətli sosial-iqtisadi inkişafı möhkəm ictimai-siyasi, sosial-iqtisadi sabitliyin mövcud olması, aparılan ardıcıl iqtisadi islahatlar yolu ilə turizmin prioritet sahələrinin sürətli inkişafı, cəmiyyətin bütün həyatında əldə edilmiş nailiyyətlərin dönməz xarakter alması, ölkənin XXI əsrdə dünyanın inkişaf etmiş dövlətləri sırasına daxil olması üçün möhkəm və səmərəli turizm əlaqələrinin və iqtisadi əlaqələrin qurulması ilə səciyyələnir.

Turizmin ölkə iqtisadiyyatına təsiri onun növlərindən və istiqamətlərindən asılı olaraq fərqlənir. Məlumdur ki, turizmin gəlmə növü ölkəyə daha böyük iqtisadi xeyir gətirir.

Daxili və gəlmə turizmin inkişaf etdiyi ölkələrdə və regionlarda o, iqtisadiyyata, infrastrukturun genişlənməsinə, sahibkarlıq subyektlərinə təsir göstərir. Bu səbəbdəndir ki, turizmin inkişafının əsas məqsədi və vəzifələri ölkə iqtisadiyyatının potensialını artırmaq, sosial inkişafın, məşğulluq problemini həll etmək və regionların sosial-iqtisadi inkişafını təmin etməkdir.

Bu məqsədlə turizmin potensialını qiymətləndirmək, onun ehtiyatlarını və inkişaf meyillərini tənzimləmək, təşkilatı baxımdan aktuallıq kəsb edir.

Hazırda respublikamızın xeyli sayda çox ölkələrlə turizm əlaqələri yaratmışdı. Azərbaycanın beynəlxalq turizm əlaqələri sahəsində əsas strateji partnyorlarından biri güclü elmi-istehsalat potensialına, inkişaf emtiş sənaye, kənd təsərrüfatı və nəqliyyat infrastrukturuna malik Qardaş, Türkiyə Respublikasıdır. Azərbaycanın turizm əlaqələri sistemində Türkiyənin rolu çox böyükdür. İki ölkə arasında prezidentləri səviyyəsində keçirilən görüşlər, bir daha onu göstərir ki, ölkəmiz arasında turizm əlaqələri getdikcə genişlənir. Burada isə bizim qarşımızda duran əsas məqsəd və vəzifələr aşağıdakılardan ibarətdir.

- Beynəlxalq turizm əlaqələrinin ölkələrin inkişafındakı rolunun elmi öyrənilməsi və bu sahədə mövcud olan nəzəri-metodoloji yanaşmaların sistemləşdirilməsi;
- İki ölkə arasında turizm münasibətlərinin mövcud vəziyyətinə və perspektivlərinə təsir edən amillərin müəyyən edilməsi;
- Azərbaycan-Türkiyə turizm əlaqələrinin müasir vəziyyətinin qiymətləndirilməsi;
- Ölkələrin turizmin inkişafında nəqliyyat sektorunun rolunun öyrənilməsi;
- Yaxın perspektivdə Azərbaycan-Türkiyə arasında turizm əlaqələrinin daha da inkişaf etdirilməsi üçün potensial imkanların aşkar edilməsi və.

Azərbaycanda 2002-2005-ci, eləcə də 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair qəbul edilən dövlət proqramları bu sahədə qarşıya qoyulan məqsədlərə möhkəm zəmin yaratmış, beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyanın əsası qoyulmuş, milli turizm kompleksinin rəqabətə davamlılığı yüksəlmişdir. Bu inkişafın konturları 2018-ci ildə daha diqqətçəkən olmuşdur. Turizm sahəsində aparılan islahatlar, ölkəmizdə keçirilən beynəlxalq görüşlər, dünyanın müxtəlif yerlərində təşkil olunan sərqi və tədbirlər həm də Azərbaycanın dünyada tanınmasına xidmət etmişdir. Bu islahatlar sayəsində cari ildə respublikamıza gələn turistlərin sayında müsbət dinamika müşahidə olunub. 2017-ci ildə Azərbaycanı ziyarət edən turistlər içərisində Rusiya birinci sırada 853 min 82 nəfər, Türkiyədən isə 301 min 553 nəfər olmuşdur.

2017-ci ilin yanvar-iyun aylarında Türkiyəyə səfər edən Azərbaycanlı vətəndaşların sayı 306 min 644 nəfərə çatıb.

Qardaş Türkiyədən və başqa ölkələrdən Azərbaycana gələn turistlərin dövlət sərhədinin buraxılış məntəqələrindən sürətli keçidinin təmin olunması və viza sisteminin asanlaşdırılması üçün müvafiq normativ hüquqi aktlar qəbul edilib, sürətləndirilmiş elektron vizanın verilməsi müddəti üç gündən üç saatda endirilib.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Türkiyədən Azərbaycan gələn turistlərin səfərlərinin məqsədi daha çox Azərbaycanın tarixi, mədəniyyəti, mətbəxi, təbiəti ilə bağlı məlumatlar almaqdır. Azərbaycana gələn türkiyəli turistlər səfər üçün daha çox Bakını seçirlər.

Azərbaycanın tarixi abidələri, milli mətbəxi və ecazkar təbiəti xarici turistlərdə xüsusi maraq oyadır. Bu da öz növbəsində ölkəmizin iqtisadi imkanlarının artması ilə yanaşı, Azərbaycanın dünyaya tanıtılması üçün mühüm vasitədir.

Amma son illərdə Şəkiyə, Gəncəyə, Şamaxıya, İsmayillaya (Lahıca), Lənkərana olan maraq artıb. Son 2-3 il ərzində bölgələrə də maraq var. Xüsusilə, Şəki 2016-cı ildə “Türk dünyasının mədəniyyət paytaxtı” elan edildiyi üçün daha çox tanındı. Bu cür məsələlərdə turizmin təbliğində çox böyük əhəmiyyəti var. Bunu da qeyd etmək yerinə düşər ki, Azərbaycanın Türkiyədə özünün turizm potensialını daha çox tanıtmalarına ehtiyac var. Çünki insanlar maraqlıdırlar ki, Azərbaycana gəldikdə harada qalacaqlar, necə istirahət edəcəklər. Buna görə də turistlər üçün bu istiqamətlər üzrə təbliğat işləri aparmaq lazımdır. Digər tərəfdən, türkiyəli turistlər Azərbaycan haqqında yetərincə məlumatlı deyillər. Əgər məlumatlandırma işləri daha çox təşkil olunarsa, Türkiyədən Avropaya gedən turistlərin bir qismi Azərbaycana da gələ bilər.

Həm “Türk hava yolları”, həm də “AZAL”-ın Azərbaycan və Türkiyə arasındakı aviabiletlərin normal olması Türkiyədən Azərbaycana gələn turistlərin sayının artmasında çox əhəmiyyətli dərəcədə rol oynaya bilər.

Türkiyənin turizm bazaları çox inkişaf edib və xidmət yüksək səviyyədədir. İstər məşhur Antalyası olsun, istər Bodrum, istərsə də Anadolu da kiçik bir kəndi... Bu ölkədə görməli yerlər çoxdur! Təbii ki, Türkiyənin digər şəhərləri, kəndləri də yaxşı tətillə keçirmək üçün kifayət qədər maraqlı məkanlardır.

Bizim region da turizm bazarında dinamik inkişafa meyilli olsa da, hələlik oturmuş bazar deyildir. Baxmayaraq ki, potensial mövcuddur. Belə ki, Azərbaycanda 7000-dək mühafizə olunan yerli, ölkə və dünya əhəmiyyətli tarixi abidə, mədəniyyət və cəlbedici təbiət vardır. 11 iqlim tipindən 8-i Azərbaycandır. Deməli, ölkədə turizmi inkişaf etdirmək olar.

Tədqiqatçıların söylədiklərindən məlum olur ki, Azərbaycan turizm sənayesinin rəqabət apardığı coğrafiyada əsas yeri Rusiyanın Qara dəniz və Şimali Qafqazdakı turizm müəssisələri, Türkiyənin Aralıq dənizi sahilindəki turizm mərkəzləri təşkil edir. Mövcud vəziyyətin təhlili göstərir ki, turizm xidmətlərindən istifadə etmək arzusunda olan orta gəlirli Azərbaycan vətəndaşları əsasən müalicəvi turizm xidmətlərindən yararlanmaq üçün Rusiyaya, istirahət və əyləncə üçün isə Türkiyə turizm bazarını seçirlər.

Azərbaycanın turizm cəlbediciliyinin artırılması və ölkənin bu sahədəki mövcud potensialından səmərəli istifadə olunması sahəsində yürüdülməli dövlət siyasətinin əsas hədəflərindən biri də qeyri-neft sektorunda büdcə daxilolmalarının artırılmasıdır. Bu istiqamətdə həyata keçirilən tədbirlər ölkəyə turist axınının stimullaşdırılmasına hesablanıb.

Prezident İlham Əliyevin 20 fevral 2017-ci il tarixli “Azərbaycan Respublikasına turist axınının sürətləndirilməsi ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında” sərəncamı bu sahədə ötən illərdən tətbiq edilən islahatların uğurlu davamına təminat yaradıb. Sərəncama əsasən, Dövlət Gömrük Komitəsi və Dövlət Sərhəd Xidməti Azərbaycan Respublikasının Rusiya Federasiyası, Türkiyə Respublikası, İran İslam Respublikası və Gürcüstan ilə dövlət sərhədinin buraxılış məntəqələrindən vətəndaşlığı olmayan şəxslərin sürətli keçidini təmin etmək məqsədi ilə xüsusi hərəkət zolaqlarının müəyyən edilməsi tövsiyə edilmişdir. Sərəncamın tələblərinə uyğun xüsusi hərəkət zolaqlarının yaradılması təmin olunmuş, sərhəd buraxılış məntəqələrində keçidin sürətləndirilməsi və yarana biləcək sıxlığın aradan qaldırılması məqsədi ilə əlaqələndirmə işləri təkmilləşdirilmişdir.

Xatırladaq ki, ötən ilin sonlarından Bakı-Tbilisi-Qars dəmir yolunun istismara buraxılması hesabına Azərbaycana turist axınının artırılmasına əlavə imkanlar yaranacaq. Çünki qatarla səyahət macərədir və bundan əlavə, qatar transmilli marşrutları birləşdirən ideal nəqliyyat vasitəsidir. Azərbaycanın mühüm geostrateji mövqeyi bir çox yaxın və uzaq xarici ölkədə dəmir yolu turizminin canlandırılmasına yeni töhfələr verəcək.

Turizm müasir dövrdə ölkə iqtisadiyyatında və beynəlxalq aləmdə ölkənin tanıtılmasında mühüm rol oynayır. Bu səbəbdən də Azərbaycanda turizm sektorunun inkişafına daha çox diqqət ayrılması gərəkdir.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Müasir turizmin inkişaf istiqamətləri, səh. 5, Bakı – 2018
2. “Azərbaycan turizmi: bu gün və sabah” Ümummilli lider H.Ə.Əliyevin anadan olmasının 90-cı ildönümünə həsr olunmuş gənc tədqiqatçıların IV Respublika elmi-praktiki konfransının materialları, səh. 86, Bakı – 2013
3. Azərbaycan qəzeti, 16 yanvar 2018, səh 5

## **AZƏRBAYCANDA TURİZMİN XİDMƏT İXRACINDA ROLUNUN ARTIRILMASI İSTİQAMƏTLƏRİ**

**i.ü.f.d., dos. Arzu HÜSEYN Alim qızı**

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *In the article has been discussed the tourism policy in our Republic, the impact of the adopted strategic road map on the development of tourism and bank cards of tourists in Azerbaijan. Thus, while the number of foreign citizens arriving in our country in 2017 increased by 20%, there was an increase in spending on bank cards by 70%. Correlation dependence between arrivals of tourists by months and funds spent in 2017 is 0,63. At the same time, the author analyze the role of tourism in improving the level of service provision in the country and make relevant proposals.*

**Key words:** *tourism, strategic roadmap, bank card, service export, easy visa*

### **Giriş**

Son illər ərzində Azərbaycan Respublikasında turizm sahəsində mühüm işlər görülmüş, Azərbaycan Respublikası Prezidenti 2016-cı il 1 sentyabr tarixli “Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafı ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında” Sərəncamı imzalmış (8) və 2016-cı ilin 06 dekabr tarixində Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi qəbul olunmuşdur. Strateji yol xəritəsinin icrası nəticəsində Azərbaycanın real ÜDM-i 2020-ci ildə 465 milyon manat artacağı, Bakı və digər bölgələrdə prioritetlər həyata keçirilməklə, cəmi 35 min, bilavasitə turizm sektorunda isə 25 min iş yeri yaradılacağı proqnozlaşdırılır (2).

Ölkəyə gələn turistlərin dövlət sərhədinin buraxılış məntəqələrindən sürətli keçidinin təmin olunması və viza sisteminin asanlaşdırılması üçün müvafiq normativ hüquqi aktlar qəbul edilməklə, sürətləndirilmiş elektron vizanın verilməsi prosesinə başlanılmışdır. Hazırda “ASAN Viza” portalı vasitəsilə e-viza verilən ölkələrin sayı 94-ə çatmışdır. 2017-ci ildə “ASAN Viza” sistemində təkmilləşdirmə işləri aparılaraq, əcnəbilərin və ya vətəndaşlığı olmayan şəxslərin Azərbaycan Respublikasına səfər etmək üçün elektron vizanı sürətləndirilmiş qaydada alması ilə bağlı müraciətlərinə “ASAN Viza” sistemi vasitəsilə 3 saat ərzində baxılma təmin edilmişdir. Azərbaycan Respublikasının Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu turizm sektoruna 2017-ci il üçün 2 milyon manat ayırmış, 2018-ci il üçün isə 10 milyon manat vəsait ayrılması nəzərdə tutulmuşdur(9). Bütün bu həyata keçirilən tədbirlər nəticəsində turistlərin sayı 2016-cı ildə 22 faiz, 2017-ci ildə 20 faiz, 2018-ci ildə isə 6 faiz artmışdır. Müqayisə üçün qeyd edək ki, əgər 2002-ci ildə ölkəyə gələn turistlərin sayı 834 min 351 nəfər idisə, 2016-cı ildə 2 mln. 242 min 783 nəfər, 2017-ci ildə isə 2 mln. 691 min 998 nəfər, 2018-ci ildə isə 2,8 milyon nəfər olmuşdur. Bu kimi görülmən tədbirlər ölkədə turizmin dinamik inkişafına təkan vermişdir. Azərbaycan Respublikasında qəbul olunan strateji yol xəritələrində də turizmə mövsümi hadisə kimi deyil, iqtisadiyyatın diversifikasiyasında mühüm rol oynayan sektor kimi yanaşılır. Bu məqalədə də ölkədə turizmin inkişafının mövcud vəziyyəti araşdırılır, turizmin Azərbaycanda xidmət ixracında oynadığı rol qiymətləndirilir və son 3 ildə ölkəmizə gələn xarici vətəndaşların bank kartları vasitəsi ilə apardıqları əməliyyatların inkişaf dinamikası təhlil olunur. Azərbaycana gələn turistlərin ölkədə orta qalma müddətinin artılmasını və onların bank kartları vasitəsi ilə daha çox vəsait xərcləməsini stimullaşdırmaq üçün həyata keçirilməsi zəruri olan tədbirlərlə bağlı təkliflər verilir.

### **1.2018-ci ildə turizm sektorunun inkişafının təhlili**

2018-cı ildə Səyahət və Turizm sənayesinin Azərbaycanın ümumi daxili məhsuluna (ÜDM) birbaşa təsiri 2,8 milyard manat (1 milyard 596,8 milyon dollar), yaxud 4,2%-ni təşkil edib. WTTC-nin proqnozuna görə, 2018-2028-ci illərdə turizmin ÜDM-ə birbaşa təsiri 5,3 milyard manat (3 milyard 089,1 milyon dollar), yaxud 5,6% olacaqdır. 2017-ci ildə turizm sektoru birbaşa olaraq 173,500 min iş yeri təmin edib, bu da əhalinin ümumi məşğulluq səviyyəsinin 3,8 faizi qədər olub. 2028-ci ildə isə 246,000 min iş yerinin təmin ediləcəyi və əhalinin ümumi məşğulluq səviyyəsinin 5,3 faiz olacağı proqnozlaşdırılır [5; s.1].

Ölkə statistikasına müraciət etdikdə məlum olur ki, 2010-2016-cı illərdə xarici vətəndaşların böyük əksəriyyəti Azərbaycana turizm məqsədi ilə gəlmişdir. Lakin 2016-cı ildə qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayı 2012-ci ilə nisbətən 2 dəfə azalmışdır. Dövlət Statistika Komitəsinin

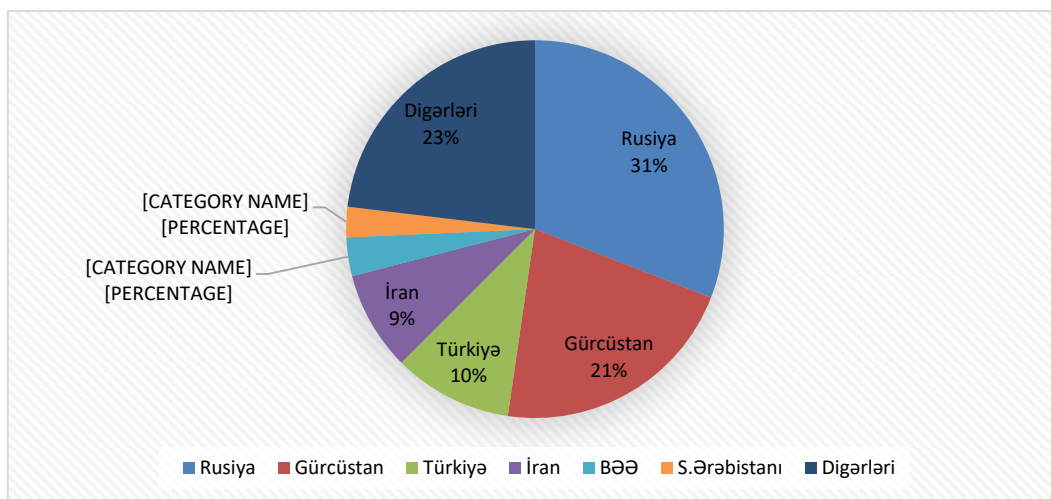
## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

məlumatına görə, 2018-ci ilin yanvar-sentyabr ayları ərzində turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iasə sahəsində yaradılmış əlavə dəyər əvvəlki ilin 2017-ci ilin yanvar-sentyabr ayları ilə müqayisədə 7.6% artaraq 1398.7 mln. manata çatmış və qeyri-neft ÜDM-də xüsusi çəkisi 4.3% təşkil etmişdir [6].

Ölkəmizdə turizm bazarının inkişaf dinamikasını tədqiq etmək üçün, 2012-2017-ci illərdə Azərbaycana gələn əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin və xarici ölkələrə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının səfərlərinin məqsədi üzrə bölgüsü böyük əhəmiyyət kəsb edir. 2012-ci ildə Azərbaycana gələn əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin ümumi sayı 2484,1 min nəfər, 2017-ci ildə 2696,7 min nəfər olmuşdur. Onlardan, turizm məqsədi ilə səfər edənlər 1985,9 min nəfər, 2017-ci ildə isə 2454,0 min nəfər təşkil etmişdir.

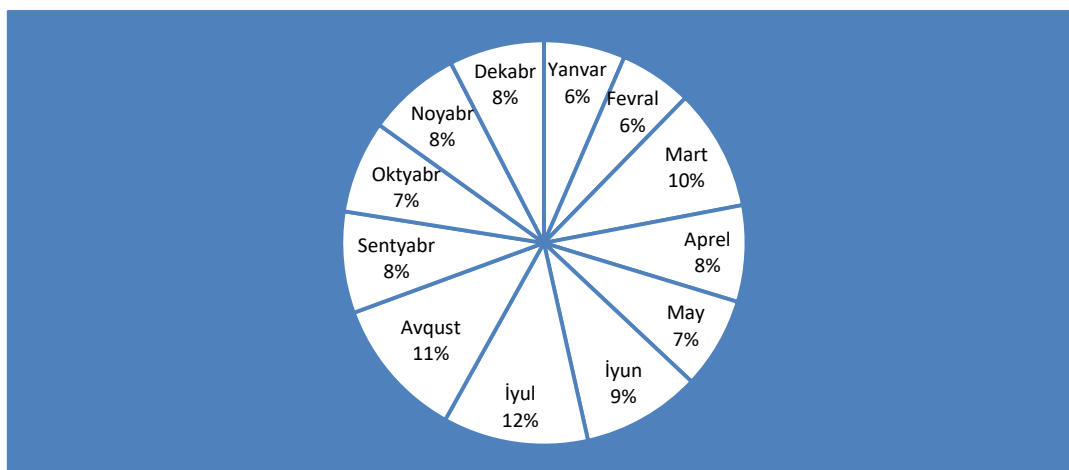
Dövlət Sərhəd Xidmətinin məlumatına əsasən 2018-ci ildə Azərbaycana dünyanın 196 ölkəsindən 2849,6 min və ya əvvəlki illə müqayisədə 5,7 faiz çox əcnəbi və vətəndaşlığı olmayan şəxs gəlmişdir. 2019-cu ilin yanvar ayında isə Azərbaycana dünyanın 143 ölkəsindən 191,6 min və ya 2018-ci ilin yanvar ayı ilə müqayisədə 2,9 faiz çox əcnəbi və vətəndaşlığı olmayan şəxs gəlmişdir.

Gələnlərin 2018-ci ildə 30,9 faizi, 2019-cu ildə isə 29,4 faizi Rusiya Federasiyası, 21,4: 29,1 faizi Gürcüstan, 10,2:11,2 faizi Türkiyə, 8,5:5,4 faizi İran, 3,3:4,5 faizi Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, 2,4:1,3 faizi İraq, 2,0:1,7 faizi Ukrayna, 17,2:17,3 faizi digər ölkələrin vətəndaşları, 0,1 faizi isə vətəndaşlığı olmayan şəxslər olmuşdur. Gələnlərin 66,1:77,1 faizini kişilər, 33,9:28,9 faizini isə qadınlar təşkil etmişdir.



Şəkil 1. 2018-ci ildə Azərbaycana gələnlərin ölkələr üzrə bölgüsü

Əcnəbi və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin 6,5 faizi yanvar, 5,8 faizi fevral, 9,7 faizi mart, 7,7 faizi aprel, 7,3 faizi may, 9,5 faizi iyun, 11,6 faizi iyul, 11,3 faizi avqust, 8,1 faizi sentyabr, 7,4 faizi oktyabr, 7,5 faizi noyabr, 7,6 faizi isə dekabr ayında ölkəyə gəlmişdir.



Şəkil 2. 2018-ci ildə Azərbaycana gələnlərin aylar üzrə bölgüsü

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

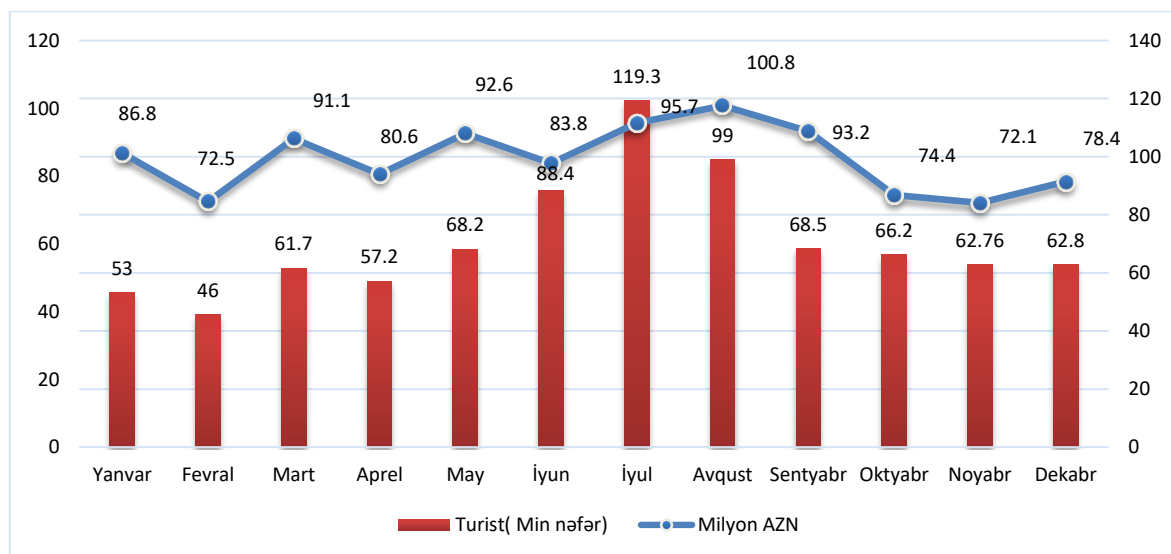
2019-cu ilin yanvar ayında ölkəmizə gələnlərin sayında daha çox artım Misir (4,5 dəfə), Pakistan (2,0 dəfə), Türkmənistan (1,7 dəfə), Hindistan (1,4 dəfə), Çin (26,5 faiz), Gürcüstan (21,9 faiz), Cənubi Koreya (15,2 faiz) vətəndaşları arasında qeydə alınmışdır. 2017-ci illə müqayisədə 2018-ci ildə ölkəmizə gələn Səudiyyə Ərəbistanı vətəndaşlarının sayı 2,2 dəfə, Bəhreyn vətəndaşlarının sayı 2 dəfə, Küveyt vətəndaşlarının sayı 1,8 dəfə, Qətər vətəndaşlarının sayı 1,6 dəfə, İraq vətəndaşlarının sayı 7,9 faiz, Oman vətəndaşlarının sayı 7,4 faiz artmışdır. Amma bununla yanaşı İrandan gələnlərin sayında 33,7 faiz, Birləşmiş Ərəb Əmirliklərindən gələnlərin sayında isə 8,3 faiz azalma müşahidə edilmişdir. Ümumilikdə Körfəz ölkələrindən 554,1 min nəfər gəlmiş və ölkəmizə gələnlərin demək olar ki, hər beş nəfərindən biri bu ölkələrin vətəndaşları olmuşdur. 2017-ci ilə nisbətən Hindistandan gələnlərin sayı 2,7 dəfə, İsraildən gələnlərin sayı 2,6 dəfə, Misir, Türkmənistan və Cənubi Koreyadan gələnlərin sayı 1,7 dəfə, Çindən gələnlərin sayı isə 1,5 dəfə artmışdır. 2018-ci ildə Avropa İttifaqına üzv ölkələrdən gələnlərin sayı 6,7 faiz artaraq 112,5 min nəfər, MDB ölkələrindən gələnlərin sayı 3,8 faiz artaraq 1044,2 min nəfər olmuşdur.

Bununla yanaşı, Körfəz ölkələrindən gələnlərin sayı 2018-ci ilin yanvar ayı ilə müqayisədə 13,3 faiz azalaraq 28,5 min nəfər olmuşdur. 2019-cu ilin yanvar ayında Avropa İttifaqına üzv ölkələrdən gələnlərin sayı 0,9 faiz artaraq 5,8 min nəfər, MDB ölkələrindən gələnlərin sayı 0,2 faiz azalaraq 67,2 min nəfər olmuşdur.

2019-cu ilin yanvar ayında xarici ölkələrə gedən Azərbaycan Respublikası vətəndaşlarının sayı əvvəlki ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 19,3 faiz artaraq 357,1 min nəfər olmuşdur. Ölkə vətəndaşlarının 35,0 faizi İrana, 28,0 faizi Gürcüstana, 20,9 faizi Rusiya Federasiyasına, 10,2 faizi Türkiyəyə, 1,2 faizi Ukraynaya, 1,1 faizi Birləşmiş Ərəb Əmirliklərinə, 3,6 faizi isə digər ölkələrə səfər etmişdir. Səfər edənlərin 68,1 faizi kişilər, 31,9 faizi isə qadınlar olmuşdur. Bu dövrdə İrana gedən Azərbaycan vətəndaşlarının sayı 75,2 faiz, Rusiya Federasiyasına gedənlərin sayı 6,5 faiz, Gürcüstana gedənlərin sayı 2,5 faiz artmış, Türkiyəyə gedənlərin sayı isə 2,6 faiz azalmışdır. Aparılan hesablamalara görə, 2018-ci ildə xarici qonaqlar ölkəmizdə 2 milyard dollar pul xərcləyiblər [8].

### 2. Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların bank kartları vasitəsi ilə apardıqları əməliyyatların təhlili

2017-ci ildə ölkəmizə gələn xarici vətəndaşların sayı 20 faiz artsa da onların bank kartları vasitəsi ilə xərcləmələrində 70% artım müşahidə edilmişdir. Belə ki, Mərkəzi Bankın məlumatına əsasən, 2017-ci il ərzində Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların bank kartları vasitəsi ilə apardıqları əməliyyatların dəyəri 1 milyard 22 milyon manat təşkil etmişdir. Yəni 2016-cı illə müqayisədə 2017-ci ildə Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların bank kartları vasitəsi ilə apardıqları əməliyyatların dəyəri 419,7 milyon AZN və ya 70 faiz artmışdır.

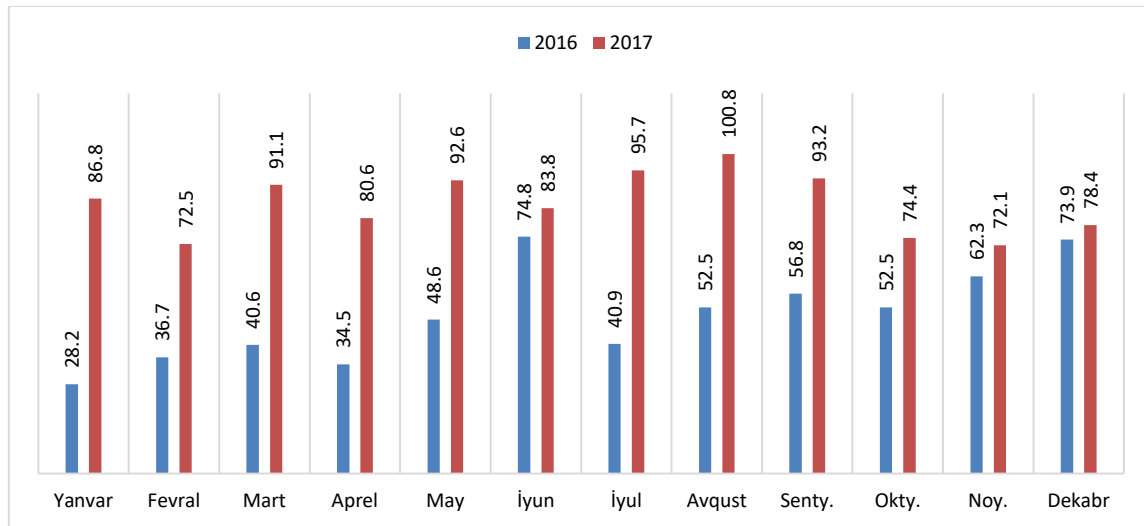


Şəkil 3. Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların sayı ilə bank kartları vasitəsi ilə apardıqları əməliyyatlar arasındakı əlaqə (milyon AZN)

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

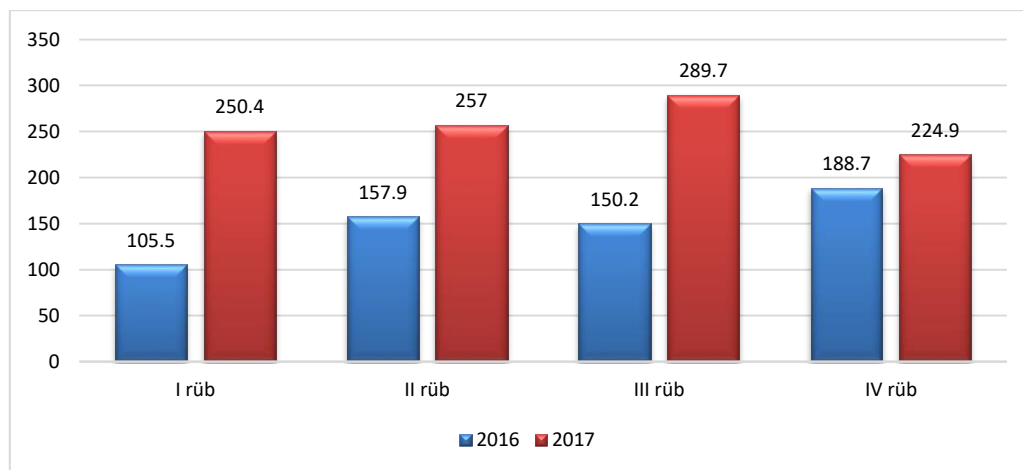
2017-ci ildə turistlərin aylar üzrə gəlməsi ilə xərclədikləri vəsait arasında korrelyasiya asılılığı isə 0,63-dür.

Şəkil 3-dən görüldüyü kimi 2017-ci ilin bütün aylarında Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların bank kartları vasitəsi ilə apardıqları əməliyyatların dəyəri 2016-cı ildəkindən yüksək olmuşdur. Xüsusən də 2017-ci ilin avqust ayında xarici vətəndaşların bank kartları vasitəsi ilə apardıqları əməliyyatların dəyəri 100 milyon manatı keçmişdir.



Şəkil 4. Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların bank kartları vasitəsi ilə apardıqları əməliyyatların müqayisəsi (milyon AZN)

Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların bank kartları vasitəsi ilə apardıqları əməliyyatları rüblər üzrə müqayisə etdikdə isə əsas artımın 2017-ci ilin 3-cü rübdə olduğunu görürük. Ümumiyyətlə isə şəkil 4-dən də görüldüyü kimi 2017-ci ilin bütün rüblərində bir əvvəlki ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə artım müşahidə olunur.

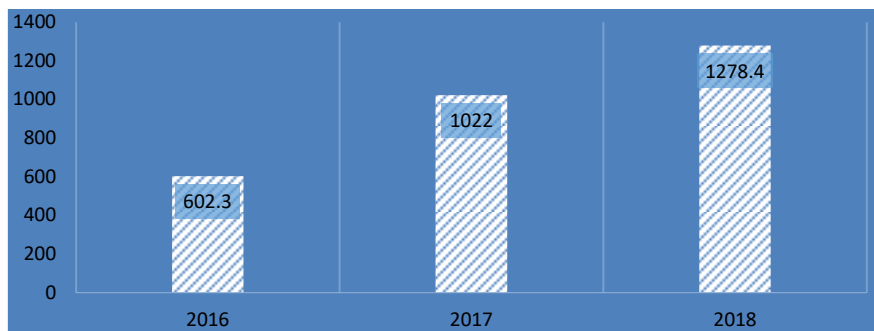


Şəkil 5. Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların bank kartları vasitəsi ilə apardıqları əməliyyatların rüblər üzrə müqayisəsi (milyon AZN)

Onu da qeyd etmək ki, bu artım 2018-ci ildə də davam etmişdir. Belə ki, 2018-ci ilin yanvar-iyun aylarında ölkəmizə gələn xarici vətəndaşların sayı 10,2 faiz artsada onların bank kartları vasitəsi ilə xərcləmələrində daha çox artım müşahidə edilmişdir. Belə ki, Mərkəzi Bankın məlumatına əsasən 2018-ci ilin yanvar-iyun ayları ərzində Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların bank kartları vasitəsi ilə apardıqları əməliyyatların dəyəri 620,4 milyon manat təşkil etmişdir(9). Yəni 2017-ci ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 2018-ci ilin yanvar-iyun ayları ərzində Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların bank kartları vasitəsi ilə apardıqları əməliyyatların dəyəri 113 milyon AZN və ya 22,3 faiz artmışdır. Ölkəmizə gələn xarici vətəndaşların bank kartları vasitəsi ilə xərcləmələrində də artım müşahidə

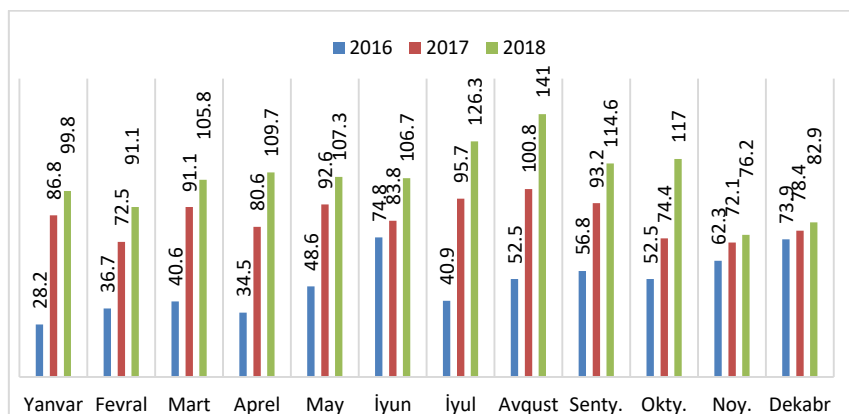
## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

edilmişdir. Belə ki, 2018-ci ilin yanvar-dekabr ayları ərzində Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların bank kartları vasitəsi ilə apardıqları əməliyyatların dəyəri 1 278,4 milyon manat təşkil etmişdir.



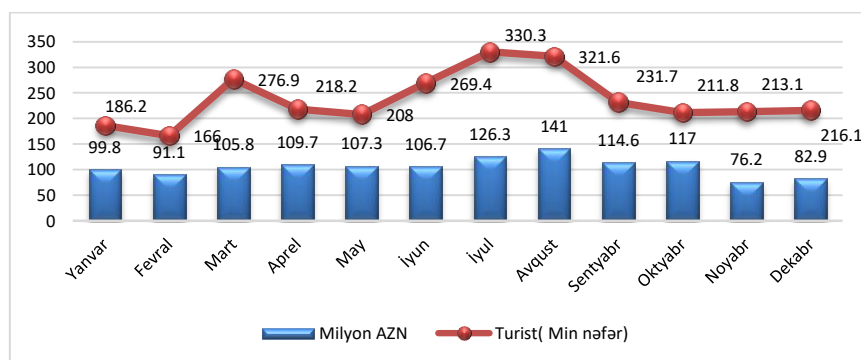
Şəkil 6. Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların bank kartları vasitəsi ilə apardıqları əməliyyatların illər üzrə müqayisəsi (milyon AZN)

Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların bank kartları vasitəsi ilə apardıqları əməliyyatların rüblər üzrə müqayisə etdikdə də aydın olur ki, 2018-ci ilin 1-ci və 2-ci rübündə 2016-cı ilin və 2017-ci ilin 1-ci və 2-ci rübündən daha çox vəsait xərclənmişdir. 2018-ci ilin iyun ayında isə ölkəmizə gələn xarici vətəndaşların bank kartları vasitəsi ilə apardıqları əməliyyatları 106,7 milyon manat təşkil etmiş və 2017-ci ilin iyun ayı ilə müqayisədə 27,3 faiz artmışdır. 2017-ci ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 2018-ci ilin yanvar-dekabr ayları ərzində Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların bank kartları vasitəsi ilə apardıqları əməliyyatların dəyəri 256 milyon manat və ya 25 faiz artmışdır. Buna aylar üzrə baxdıqda isə məlum olur ki ən çox vəsait 2018-ci ilin avqust ayında xərclənmişdir.



Şəkil 7. Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların bank kartları vasitəsi ilə apardıqları əməliyyatların müqayisəsi (milyon AZN)

Maraqlı nüans isə ondan ibarətdir ölkəmizə ən çox xarici vətəndaş isə 2018-ci ilin iyul ayında gəlmişdir.



Şəkil 8. 2018-ci ildə Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların sayı ilə bank kartları vasitəsi ilə apardıqları əməliyyatlar arasındakı əlaqə (milyon AZN)

## **TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS**

Qənaətimizcə stimullaşdırıcı tədbirlər həyata keçirilərsə xarici vətəndaşların bank kartları vasitəsi ilə apardıqları əməliyyatların dəyərində daha çox artım müşahidə oluna bilər. Məsələn, “Baku Shopping Festival” zamanı kart vasitəsi ilə alış-veriş edən xarici vətəndaşlara ƏDV tam həcimdə qaytarıla bilər və s.

Turist xidmətlərinin xüsusi xassələri baxımından qeyri-nağd ödənişlər turizm sferasında xüsusilə əhəmiyyətlidir. Bank məhsulunu elə yaratmaq lazımdır ki, turistin qarşısına çıxan bütün situasiyalarda bu, turizm xidmətlərinin istehlakını maksimum stimullaşdırsın. Bu gün Azərbaycan plastik kartlar bazarının inkişaf tempinə görə Türkiyə ilə bir səviyyədədir. Belə ki, 2013-ci ilin oktyabr ayından sistem genişləndirilib və dövlət ödəniş portalına (DÖP) çevrilib. DÖP-nin yaradılmasında məqsəd nağdsız ödənişlərdən istifadənin genişləndirilməsi, büdcə ödənişləri prosesinin sadələşdirilməsi, eləcə də "Elektron hökumət" in yaradılması çərçivəsində həyata keçirilən layihələrin milli ödəniş sisteminin infrastrukturunu ilə inteqrasiyasıdır. Plastik kartların istifadəsində keyfiyyətli sıçrayışa nail olmaq üçün Azərbaycan Mərkəzi Bankı (AMB) 2012-2016-cı illər üçün Azərbaycan Respublikasında müasir elektron ödəniş xidmətlərindən istifadəni artırmaq üçün Dövlət Proqramının reallaşdırılmasını başa çatdırıb. Bununla yanaşı, 2014-cü ildə GoldenPay şirkəti WebMoney elektron pul qabının Azərbaycan analoqu olacaq bir layihə başlamaq, həmçinin də e-Bay-in analoqu olan e-ticarət portalı yaratmaq niyyətindədir. Həmçinin 2014-ci ildə Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi nağdsız ödənişlərin demək olar ki, bütün sahələrini əks etdirəcək e-ticarət haqda hesabat təqdim etmişdir. Azərbaycanda ilk beynəlxalq pul köçürmələri sistemi 2007-ci ilin oktyabrında yaradılan Caspian Money Transfer (CMT) oldu. Hazırda Azərbaycanda pul köçürmələri bazarında CMT-dən əlavə Western Union, Miqom, Blizko, Privat Money, Bıstraya poçta, Lider, Xpress Money, Zolotaya Korona\*, Monex və başqaları kimi bir neçə pul köçürmə sistemləri mövcuddur. Turizmdə bank sahibkarlığının mahiyyəti turizm şirkətləri, turizm və turizm sahəsində fəaliyyət göstərən təşkilatların və turistlərin özlərinin onların istirahəti, səyahətləri və turist istehlakının digər növlərinin bank məhsullarına olan ödəniş qabiliyyəti tələbinin ödənilməsindədir ki, bunun da spektri daim təkmilləşdirilir. Xüsusi bir məhsul olan plastik kartların təhlili onların turistlərə xidmətdə üstünlüklərini göstərdi. Plastik kartların turistlər üçün cəlbediciliyi aşağıdakılarla müəyyən edilir: istirahət və səyahət zamanı ödənilməsinin son dərəcə rahatlığı; istirahət və səyahət zamanı pul itkisi riskinin minimuma qədər azaldılması; turistin əvvəlcədən gözləmədiyi əhəmiyyətli qiyməti olan xidmət və ya digər malın dərhal satın almaq imkanı; müəyyən sosial icmaya məxsusluğu sübut edən prestijlik və s. Plastik kartların turizm agentlikləri və digər turizm təşkilatları baxımından cəlbediciliyi: müştərilərin əhəmiyyətli artım və buna müvafiq əmtəə dövriyyəsinin artım imkanı; turizm təşkilatlarının müştəriləri plastik kartlardakı pul ilə psixoloji olaraq asan ayrılırlar; turizm təşkilatının prestiji, reytingi, ona olan güvən artır və s. Azərbaycanın Mərkəzi Bankı (AMB), nağdsız ödənişlərin stimullaşdırılması üçün dövlət proqramı hazırlamışdır ki, bu da 2012-2016-cı ətə edəcək və bu dövlət proqramının əsas məqsədi elektron ödəniş sistemlərinin potensialından səmərəli istifadəni, normativ-hüquqi bazanı təmin etmək, əhali və subyektləri məlumatlandırmaq, bu xidmətlərdən daha fəal istifadə etməyə cəlb etməkdir. Proqrama əsasən, Azərbaycanda nağdsız ödənişlərin xüsusi çəkisi növbəti beş il ərzində bir neçə dəfə artacaq. AMB növbəti beş ildə bu istiqamətdə Baltıyanı ölkələrin səviyyəsinə çatmağı planlaşdırır. Ölkə Prezidentinin 6 dekabr 2016-cı il tarixli fərmanı ilə təsdiq olunmuş və rəsmi mətbuatda dərc olunmuş “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”ndə vurğulanır ki, mövcud imkan və potensialdan səmərəli istifadə etməklə Azərbaycan 2025-ci ilədək həm regionda, həm də digər dünya ölkələri arasında cəlbedici turizm məkanlarından birinə çevriləcək. 2025-ci ildən sonrakı dövr üzrə perspektiv isə ölkəni dünyada turistlərin ən çox üstünlük verdikləri 20 turizm məkanından birinə çevirməkdir. Yol Xəritəsində bu sektor üzrə uzunmüddətli perspektivə nail olmaq məqsədilə 2020-ci ilədək olan dövr üçün ölkə üzrə turizm sektorunda dörd əsas hədəf müəyyənləşdirilmişdir: Birinci hədəf Bakının turizm potensialından tam istifadə edilməsi; İkinci hədəf milli səviyyədə daha yaxşı idarəetmənin təşkili, turizm və rekreasiya zonalarının yaradılması, mövsümiyyətin aradan qaldırılması üçün regional səviyyədə turizm infrastrukturunun inkişafı, hava əlaqələrinin yaxşılaşdırılması, viza prosedurlarının sadələşdirilməsi də daxil olmaqla, turizm sektorunun inkişafı üçün ölkə üzrə əlverişli mühitin formalaşdırılması;

2014-cü il yanvarın 15-dən Azərbaycanın 13 aparıcı bankı “Qızıl tac” sistemi üzrə xidmət göstərməyə son qoymuşdur. Servislə əməkdaşlıqdan imtina haqda qərar “Qızıl tac” sistemi üzrə əməliyyatların rentabelliyyətinin aşağı olması və bu bankların şirkətlə əməkdaşlığının effektivsizliyi



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

səbəbindən qəbul edilmişdir. Üçüncü hədəf regional turizm təşəbbüslərini həyata keçirməklə Azərbaycanda turizmin inkişaf etdirilməsi; Dördüncü hədəf isə turizm sahəsində təhsil proqramlarına investisiya qoyuluşunu həyata keçirmək və turistlərin məmnunluğunu artırmaq üçün standartlaşdırma və sertifikatlaşdırma sistemini təkmilləşdirməkdir. Turizm sektorunda 25 min iş yerinin yaradılacağı proqnozlaşdırılır. Bu tədbirlərin gerçəkləşdirilməsi dövlət-özəl resursları hesabına 350 milyon manat həcmində investisiya qoyuluşunu tələb edir. Ölkə iqtisadiyyatına çox böyük həcmdə gəlir gətirən turizm sektoru istər milli mənfəətə, istərsə də ölkənin dünyada tanınmasına ciddi təsir göstərməkdədir. Müasir dövrdə ölkələrin turizm siyasəti: turizmin inkişafı üçün yeni imkanlar, hədəflər və mümkünlüklər ortaya qoyur; iqtisadi hədəfə istiqamətlənir və turizmdən gələn iqtisadi faydaları ən yüksək həddə çatdırmağa istiqamətlənir; turizm sahəsində mövcud olan psixoloji və sosial maneələri, fərqli fikir və davranışları tənzimləyir; turizm sektorunda mövcud problemlərin müəyyənləşib, qarşısının alınmasına qismən yardım edir. Beləliklə, Azərbaycanda turizm sənayesinin inkişafı üçün mükəmməl imkanlar mövcuddur və bu gün həmin imkanlardan kifayət qədər istifadə edilir. Əldə edilən nəticələr, ölkəmizə gələn turistlərin sayının ildən-ilə artması və s. onu göstərir ki, bu istiqamətdə dövlət və özəl sektorun apardığı birgə siyasət öz səmərəsini verir.

### Nəticə və təkliflər

Apardığımız araşdırma göstərir ki, Azərbaycanda turizmin inkişafı xidmət ixracının artmasına öz töhfəsini verməkdədir. Amma Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsinin icrasının ləngiməsi və bəzi prioritet istiqamət üzrə Strateji Yol Xəritəsində nəzərdə tutulmuş qaydada iş aparılmaması ümumi inkişafa mənfi təsir edir. Belə ki, Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsinin 2017-ci il üzrə monitorinq və qiymətləndirmə nəticələrində aydın olur ki, icra faizi 36-dır(10). Bu isə strateji yol xəritələrinin içərisində ən aşağı icra göstəricisidir. Ümid edirik ki, 2018-ci ildə bu sahədə aparılan instisional islahatlar və Azərbaycan Respublikası Dövlət Turizm Agentliyinin yaranması yol xəritəsinin icrasını sürətləndirəcəkdir. Həmçinin müvafiq dövlət qurumları Azərbaycana gələn turistlərin ölkədə orta qalma müddətinin artırılmasını və onların bank kartları vasitəsi ilə daha çox vəsait xərcləməsini stimullaşdırmaq üçün tədbirlər planı hazırlayacaqlar.

Həmçinin strateji yol xəritəsinə 2020-ci ilədək olan hədəflərin reallaşdırılması istiqamətində iş sürətləndirilməlidir. Belə ki, strateji yol xəritəsində Bakıda mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə xarici ölkə vətəndaşları üzrə gecələmələrin sayının 2015-ci il üzrə təxminən 0,8 milyon gecədən 2020-ci il üzrə ən azı 3,65 milyon gecəyədək artırılması, hər turistin orta qalma müddətinin 2 gündən 3 günədək artırılması, Bakıda mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə yerləşdirilmiş xarici ölkə vətəndaşlarının sayının 2015-ci ildə 0,5 milyon nəfərdən 2020-ci ildə 0,9 milyon nəfərədək, yerləşdirilməyən xarici vətəndaşların sayının isə 2015-ci ildə 0,8 milyon nəfərdən 2020-ci ildə 1,5 milyon nəfərədək artırılması kimi ölçülə bilən hədəflər var.

Bu hədəflərə nail olmaq üçün də “Böyük İpək Yolu” və digər mədəni turizm marşrutları üzərində yerləşən məntəqələrə 180 mindən artıq turist cəlb olunması, tədricən aşağı büdcəli gəlmə turizm göstəricisinin 265 minə çatdırılması istiqamətində tədbirlər görülməlidir. Ümumilikdə isə Azərbaycanda turizm ilə yanaşı xidmət ixracına töhfə verən digər sahələrin də inkişafı istiqamətində iş aparılmalıdır.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. “Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi”, Bakı: 06 dekabr, 2017-ci il
2. “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi, Bakı: 06 dekabr, 2017-ci il
3. Azərbaycanın beynəlxalq xidmətlər bazarında iştirak imkanları. <https://bakuresearchinstitute.org/azerbaijans-participation-opportunities-in-the-global-services-market/>
4. Azərbaycanda turizm. Statistik məcmuə 2018. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi. Bakı: 2018, 138 s.
5. Travel & Tourism Economic Impact 2018 Azerbaijan, s.1, 18 s.
6. [www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az)
7. <https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=4138>
8. <http://president.az>
9. [www.economy.gov.az](http://www.economy.gov.az)
10. <https://www.cbar.az/lpages/statistics/external-sector-statistics/>
11. [http://iqtisadiislahat.org/news/strateji\\_yol\\_xeritelerinin\\_2017\\_ci\\_il\\_uzre\\_icra\\_veziyyeti\\_ile\\_bagli\\_illik\\_monitorinq\\_ve\\_qiymetlendirme\\_hesabatları-581](http://iqtisadiislahat.org/news/strateji_yol_xeritelerinin_2017_ci_il_uzre_icra_veziyyeti_ile_bagli_illik_monitorinq_ve_qiymetlendirme_hesabatları-581)

**AZƏRBAYCANIN TURİZM BAZARININ DİNAMİKASI**

**c.e.n., dos. Nuriyev E.B., b/m HÜSEYNZADƏ F.M.,  
magistrant VƏLİYEVƏ G.V.**

*Bakı Dövlət Universiteti*

**Abstract:** *The good affects of the dynamics of tourism market in Azerbaijan tourism the independence of tourism industry. The investigated in the tourism shows that in the 191 countries of the world had come to Azerbaijan 1 mln. 655 thousand tourists.*

**Keyword:** *tourism marketing, dynamics, foreign tourists, reform, ownership*

Azərbaycanın turizm dinamikasına təsir göstərən əsas amillərdən biri turizm təsərrüfatının hərtərəfli və sürətli inkişafıdır. Məlumdur ki, turizm iqtisadiyyata təsir göstərməklə yanaşı eyni zamanda Dövlət büdcəsinin formalaşmasına da müəyyən dərəcədə öz müsbət təsirini göstərir.

Azərbaycan Dövlət Turizm Agentliyi Azərbaycanda turizm bazarının öyrənilməsi üçün xüsusi istiqamətlər üzrə işlər aparır məsələn, EkoAqroturizmin, kənd turizminin inkişafı üçün proqramlar və tədbirlər planı hazırlayır.

Turizm bazarının inkişafı üçün turist tələbi vacib şərtlərdən biridir [1, 80].

Azərbaycanda turizm bazarının inkişafında Respublikamızda aparılan iqtisadi islahatların, Azərbaycanın ev sahibliyi etdiyi müxtəlif Beynəlxalq idman yarışları, mahnı festivalları, turizm sərgiləri və başqa tədbirlər gələn qonaqlarda ölkəmiz haqqında xoş təəssüratlar yaradır. Digər tərəfdən bu tədbirlərin təşkil olunması və keçirilməsi üçün Bakı şəhərində və regionlarımızda istifadəyə verilən Olimpiya komplekslərinin, mədəniyyət saraylarının, Milli parkların, yüksək xidmət göstərən qidalanma (restoran, kafe, kafeteriyalar və s.) və yerləşmə müəssisələrinin çox Böyük təsiri vardır [2, 47].

Turizm xidmətlər bazarında turizm məhsulunu formalaşdıran bir çox müəssisələr iştirak edir. Bunlara sosial xidmət, istehsal müəssisələri, muzeylər, iaşə obyektləri, nəqliyyat şirkətləri, reklam, turoperatorlar, turagentliklər və digər infrastruktur daxildir. Turizm xidmətlər bazarının formalaşmasında iştirak edən müəssisələri qruplaşdırdıqda aşağıdakıları nəzərə almaq lazımdır:

- turizmlə bağlı olan infrastruktur sahələr (sosial xidmət və s.);
- istehsal və turistlərə göstərilən təminat xidmətləri;
- turoperatorlar və turagentliklərin və digər turist təşkilatçıların göstərdikləri kompleks xidmətlər.

Məlumdur ki, turizm bazarı xidmətlər bazarı olmaqla tələb və təklif əsasında formalaşır. Turizm tələbi turistlərin istirahət mövzusunda asılı olaraq dəyişir. Turizm tələbünün formalaşmasına təsir edən bir çox amillər vardır.

1. Təbii-coğrafi amillər-buraya təbii şərait, landşaftın cəlbediciliyi, iqlimin komfortluğu, təbiət abidələrinin zənginliyi, istirahət mərkəzlərinin məskunlaşma rayonlarına yaxın olması və s.

2. Sosial-iqtisadi amillər- əhəlinin yüksək yaşayış səviyyəsinə malik olması, demoqrafik vəziyyət, ölkənin iqtisadi-siyasi və mədəni inkişaf səviyyəsi.

3. Turizm sənayesinin maddi cəhətdən təminatı- yerləşmə müəssisələri, iaşə obyektləri, nəqliyyat, kommunikasiya xidmətləri, idman kompleksləri və s.

4. İstirahət müəssisələrində xidmətin keyfiyyətli təşkili.

Daxili turizm bazarının formalaşmasına təsir edən bu amillərlə yanaşı qonaqpərvərlik, rekreasiya ehtiyatlarının zənginliyi, ekskursiya xidmətləri və s. təsir edir.

Turizm sahəsində aparılan təhlillər göstərir ki, 2018-ci ilin yanvar-iyul aylarında Azərbaycana dünyanın 191 ölkəsindən 1 mln.655 min turist gəlmişdir. Bu isə əvvəlki il ilə müqayisədə 9.1%-çox əcnəbi turistın gəlməsi deməkdir.

Azərbaycan Respublikası Dövlət Turizm Agentliyinin Azərtaca verdiyi məlumata görə ölkəmizə ən çox turist axını Rusiyadan olub ki, onların da sayı 403549 nəfər olmuşdur. Eyni zamanda qonşu Gürcüstandan, İran İslam Respublikasından, Türkiyədən və digər yerləri Birləşmiş Ərəb Əmirliyi, Ukrayna, İraq, Qazaxıstan, Kuveyt, İsrail, Hindistan, Pakistan, Türkmənistan, Qatar və başqa ölkələr tutur.

Ölkəmizə gələn xarici vətəndaşların sayı ildən ilə artsa da, bu artım turist baxımından keyfiyyət dəyişkənliyi ilə müşahidə olunmur. Belə ki, gələnlər arasında işgüzar turların çox olması, əlavə turist xidmətlərindən istifadə olunmanın səviyyəsi, hotellərdə qiymətlərin kifayət qədər yüksək olması və s. gəlmə turizminin inkişafına mənfi təsir edir.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Ölkəyə gələn turistlər arasında 3-6 gün qalanlar üstünlük təşkil edir ki, bu da bu sahədə xidmətdən gələn gəlirlərin artmasına səbəb olur. Gələn turistləri məqsədinə görə təhlil etdikdə məlum olur ki, işgüzar məqsədlərlə gələnlərin artım dinamikası üstün olsa da, istirahət və əyləncə məqsədilə gələnlər daha çoxluq təşkil edir.

Ölkəyə gəlmə turistlərin artması daha çox istirahət məqsədilə gələnlərin hesabına baş vermişdir ki, bu da ölkədə turizm təsərrüfatının və infrastrukturunun daha sürətli formalaşması ilə bağlıdır. Bununla yanaşı ölkəyə gələnlər arasında işgüzar səfərlərlə yanaşı qohumların və yaxınlarının ziyarəti öz əhəmiyyətin saxlamışdır.

Ölkəyə gələnlər arasında Avropa mənşəli turistlər gəlmə turist axınlarının 23.6%-ni təşkil etmişdir. Avropa mənşəli turistlər daha çox işgüzar məqsədi ilə gələnlərdən ibarət olmuşdur. Ölkəmizə gələn xarici vətəndaşlar və xarici ölkələrə gedən Azərbaycan Respublikası vətəndaşları arasında aparılmış sorğunun nəticələrinə əsasən 2014-cü ildə turizm məqsədilə ölkəmizə gələn xarici vətəndaşların sayı 2013-cü illə müqayisədə 1.4 % artaraq 2159.7 min nəfər olmuşdur. Ölkəmizə gələn əcnəbi ziyarətçilərin arasında qonşu ölkələrin vətəndaşları daha çox olmuşdur. Belə ki, Rusiya Federasiyasından gələnlərin yekunda xüsusi çəkisi 36.7%, Gürcüstandan gələnlər 29.6%, Türkiyədən gələnlər 14.1% və İrandan gələnlər 5.9% təşkil etmişdir. Ziyarətçilərin 69.2%-ni kişilər, 30.8 %-ni qadınlar təşkil etmişdir [6].

Ölkəmizə gələn əcnəbi ziyarətçilər səfər zamanı daha çox avtomobil və dəmir yolu nəqliyyatından istifadə etmişlər. Belə ki, bu nəqliyyat növündən istifadə edənlərin ümumi yekunda xüsusi çəkisi 51.9 % təşkil etmişdir, hava nəqliyyatından istifadə edənlər 47.4% su nəqliyyatından istifadə edənlər isə 0.7% təşkil etmişdir.

Əcnəbi ziyarətçilərdən 36-45 yaş qrupu olanlar üstünlük təşkil etmiş və onların sayı 488.2 min nəfər olmuşdur. Bu dövr ərzində ölkəmizə gələn bir günlük ziyarətçilərin (ekskursiyaçıların) sayı 52.9 min nəfər olmuşdur. Onlar əsasən Rusiya, Gürcüstan, İran və Türkiyə vətəndaşlarıdır. Əcnəbi turistlər 26.2% kollektiv yerləşmə vasitələrində, (73.8%) isə fərdi yerləşmə vasitələrində gecələmişdir.

Kollektiv yerləşmə müəssisələrində gecələyən turistlərin çox hissəsi mehmanxanaların xidmətlərindən istifadə etmişdir. Fərdi yerləşmə vasitələrində gecələyən turistlərin əsas hissəsi qohum və tanışların evində qalmışdır. Biznes və işgüzar məqsədlə ölkəmizə gələn turistlərin əsas hissəsi-74.3%-i 1-3 gecə müddətində qalmışlar. Əcnəbi ziyarətçilərin turizm məqsədilə çəkdiyi xərclərinin həcmi 2013-cü illə müqayisədə 2.1 % artaraq 1281,2 milyon manat olmuşdur. Ümumi xərclərin 43.9%-i nəqliyyat, 28.2%-i yerləşmə, 22.2%-i qidalanma, 1.0%-i mədəniyyət, 0.2%-i tur-paketin alınması, 0.3%-i nəqliyyat vasitələrinin icarəyə götürülməsi, 0.6%-i idman və əyləncə, 3.6%-ni digər istehlak xərcləri təşkil etmişdir. Bu dövr ərzində ölkəmizə gələn bir xarici vətəndaşın səfər dövründə turizm məqsədilə çəkdiyi xərc orta hesabla 593 manat olmuşdur. Bir nəfərin nəqliyyat xərci 260 manat, yerləşmə xərci 172 manat qidalanma xərci 132 manat təşkil etmişdir. Bir ziyarətçinin gün ərzindəki xərci isə orta hesabla 116.0 manat olmuşdur.

İşgüzar məqsədlə ölkəmizə gələn turistlər 534.4 milyon manat, istirahət və əyləncə məqsədilə gələnlər 533.7 milyon manat, dostları və tanışları ziyarət edənlər 171.1 milyon manat, müalicə məqsədilə gələnlər 15.4 milyon manat, dini ziyarətə gələnlər 3.9 milyon manat, bazarlıq (alış-veriş) məqsədilə gələnlər 0.3 milyon manat, tranzit turistlər 0.7 milyon manat və digər turizm məqsədilə gələnlər 22.1 milyon manat xərcləmişlər.

Əcnəbi ziyarətçilərin 32.9%-i istirahət və əyləncə, 31.0%-i işgüzar, 31.4%-i qohumları (tanışları) ziyarət etmək, 2.1%-i müalicə və sağlamlıq, 0.6%-i dini ziyarət, 0.2%-i bazarlıq (şoppinq), 0.3%-i tranzit, 1.5%-i digər turizm məqsədilə ölkəmizə səfər etmişdir. Bu dövr ərzində xarici turistlər ölkəmizdə 11040.6 min gecələmə keçirmişdir.

Ölkəyə gələn əcnəbilərin 1.43 mln. nəfərinin (94.9%) fərdi yerləşmə vasitələri, qohumları və tanışlarının evində qalması yerləşmə müəssisələrində daha çox gəlir əldə etməyə imkan vermir. Ölkəyə gələn turistlərin 78.6%-i Bakı şəhərinin payına düşür ki, bu da işgüzar turizminin inkişafı ilə birbaşa bağlıdır. Digər rayonlardan Quba-Xaçmaz, Şəki-Zaqatala, Lənkəran bölgələrinə gələn xarici turistlər üstünlük təşkil edir. Araşdırmalar göstərir ki, ölkəmizə gələn turistlər arasında Quba, Qəbələ, Şəki və Şamaxı rayonlarına gedənlər üstünlük təşkil edir.

Daxili turizmə dair statistik məlumatların əldə edilməsi məqsədilə isə ev təsərrüfatlarında seçmə statistika müşahidələri aparılmışdır. Müəyyən edilmişdir ki, daxili turizmin ölkə iqtisadiyyatına müsbət təsiri gəlmə turizmlə müqayisədə daha yüksəkdir. 2016-cı ildə 2.4 milyon ölkədaxili turizm

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

səfəri olmuşdur. Ölkə turistləri tərəfindən 88.4 milyon gecələmə keçirilmiş və turizm məqsədilə çəkilən xərclərin həcmi 2.7 milyard manata çatmışdır.

Ölkədə sahibkarlıq fəaliyyəti sahəsində əlverişli iqtisadi-hüquqi bazanın yaradılması turizm infrastrukturunun əsas elementlərindən olan mehmanxana sisteminin inkişafına da əsaslı təsir göstərmişdir. Son 10 il ərzində ölkədə yaşayış sahəsi 5.6 dəfə artaraq 522 min kvadratmetr, nömrələrin (otaqların) sayı 3.4 dəfə artaraq 27.4 min vahid, birdəfəlik tutum isə 3.7 dəfə artaraq 43.7 min yer olmuşdur.

Ölkə iqtisadiyyatında turizmin rolunun müəyyənləşdirilməsi məqsədilə hesablanmış makroiqtisadi göstəricilərə əsasən, 2017-ci ildə turizm sektorunda 3.4 milyard manata qədər əlavə dəyər yaranmışdır ki, bu da ÜDM-in 4.5 faizini təşkil etmişdir. Turizm sahəsinə qoyulmuş investisiyaların həcmi 3.2 milyard manat və ya ümumi investisiyaların 12.5 faizi həcmində olmuşdur. Turizm üçün xarakterik olan sahələrdə işləyənlərin sayı 51 min nəfərə çatmışdır. Gələn turistlərin 51.2% işgüzar, 36.2% istirahət, 4.8% müalicə-sağlamlıq, 2.1% ekoloji qalanları isə digər məqsədli olmuşdur.

Xarici ölkələrə 3.6 milyon nəfər azərbaycanlı turist getmiş və onların turizm məqsədilə çəkdiyi xərclərin həcmi 2.7 milyard manata yaxın olmuşdur. Gedilən ölkələr arasında Gürcüstan, Türkiyə, İran, BƏƏ, Rusiya üstünlük təşkil etmişdir.

2017-ci ilin birinci yarısında Azərbaycana 1 milyon 200 minə yaxın turist, daha dəqiq 1 199 667 nəfər xarici vətəndaş səfər edib. Bu göstərici 2016-cı ilin eyni dövrü ilə müqayisədə (966 497 nəfər) 24 faiz çoxdur.

Azərbaycan Turizm Agentliyindən verilən məlumata görə, bu ilin birinci yarısında ölkəmizə gələn xarici vətəndaşların ümumi sayında Rusiya 374 491 nəfərlə (17% artım) ilk yerdə qərar tutub. Sonrakı yerlərdə Gürcüstan (254 425 nəfər, 4% artım) ilk yerdə qərar tutub. Sonrakı yerlərdə Gürcüstan (254 425 nəfər, 4% artım), İran (180 103 nəfər, 89% artım), Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri (44 196 nəfər, 338 % artım), Ukrayna (27 342 nəfər, 14 % artım) və İraq (19 355 nəfər, 75% artım) vətəndaşlarının xüsusi çəkisi daha çox olub. Bu dövrdə Türkiyədən ölkəmizə 138 692 nəfər gəlib ki, bu da ötən illə müqayisədə 7.6 % azalma deməkdir.

Cari ildə Azərbaycana səfər edən ərəb ölkələri vətəndaşlarının sayında böyük artım nəzərə çarpır. 2017-ci ilin ilk 6 ayı ilə müqayisədə 2018-ci ilin ilk yarısında Omandan 16 dəfə, Küveytdən 8, Səudiyyə Ərəbistanından 6, Qətərdən 5, Mərakeşdən 5, BƏƏ-dən 4.4, Pakistandan 3.5, Əlcəzairdən 3.5, İordaniyadan 2.2, Türkmənistandan 2 və İraqdan təxminən 1.5 dəfə çox turist ölkəmizə gəlib.

Regionlar üzrə isə MDB ölkələri (12%), Avropa İttifaqı ölkələri (13%) İran Körfəzi və Yaxın Şərq ölkələri (117%), Asiya ölkələri (64.4%), Afrika ölkələri (72%), Amerika və Avstraliyadan (22.8%) ölkəmizə səfər edən xarici vətəndaşların sayında da artım baş verib.

Bu ilin rübündə (2018-ci il) Azərbaycana 627 835 nəfər xarici vətəndaş səfər edib ki, xarici vətəndaşların 185 913 nəfəri yanvar, 166 161 nəfəri fevral və 275 761 nəfəri isə mart ayı ərzində ölkəyə səfər edib.

Azərbaycana səyahət edən xarici vətəndaşların sayına görə ənənəvi olaraq Rusiya (171 814 nəfər), Gürcüstan (138 909 nəfər), İran (99 158 nəfər) və Türkiyə (72 733 nəfər) liderlik edib (təxminən 77 %). Bununla yanaşı, BƏƏ (29 317 nəfər), Ukrayna (11 847 nəfər) və İraq (11 112 nəfər) vətəndaşları da Azərbaycana gələnlərin sırasında seçilib [31].

2018-ci ilin 3 ayını 2017-ci ilin eyni dövrü ilə müqayisə etdikdə xüsusi artım tempinə görə seçilən ölkələr Gürcüstan (15 684 və yaxud 12.7 %), Rusiya (11 188 nəfər və yaxud 6.97%), Türkiyə (8 191 nəfər və yaxud 12.7%), BƏƏ (6 931 nəfər və yaxud 31%) və Küveyt (5 621 nəfər və yaxud 61,4%).

Hesabat dövründə Azərbaycana səfər edən xaricilərin əsas hissəsi MDB ölkələri Gürcüstan (342 457 nəfər və yaxud 54.5%), Fars körfəzi və Yaxın şərq ölkələri (166 976 nəfər və yaxud 26.5%) və Avropa ölkələrinin (93 122 nəfər və yaxud 14.8%) payına düşmüşdür.

Cari ilin 3 ayı üzrə sözügedən hər üç regiondan ölkəmizə gələnlərin sayında keçən illə müqayisədə artım baş verib. Belə ki, MDB ölkələri və Gürcüstan region üzrə 28 560 nəfər (9%), Fars körfəzi və Yaxın şərq ölkələri üzrə 23 022 nəfər (15.9%) və Avropa regionu üzrə 8 008 nəfər (9.4%) artım müşahidə edilib.

Bayram günlərində Qusar rayonunda yerləşən “Şahdağ” Turizm Mərkəzinin xidmətlərindən gün ərzində orta hesabla minə yaxın turist faydalanır. Ölkəmizə bayram günlərində şimal bölgəsinə, o cümlədən Qusar rayonuna gələn turistlərin sayı xeyli artıb. Novruz bayramı günlərində “Şahdağ”

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Turizm Mərkəzində dincələn qonaqların əksəriyyətini yerli turistlər təşkil etsə də, ziyarətçilər arasında xeyli sayda əcnəbilər də var idi.

“Şahdağ” Turizm Mərkəzinin satış və marketinq şöbəsinin verdiyi məlumata əsasən, hər il olduğu kimi, bu il də turizm mərkəzində bayram günlərində qonaqların istirahətini təmin etmək məqsədilə müvafiq hazırlıq işləri həyata keçirilib. Novruz bayramı martın 26-dək davam etdirilib bayram proqramı və şənliklər hazırlanıb. Bu il bayram günləri üçün Turizm Mərkəzində yerləşən otellərdəki yerlərin 80 faizdən çoxu əvvəlcədən sifariş edilib.

Azərbaycanda turizm sahəsində aparılan iqtisadi təhlillər bir daha sübut edir ki, Azərbaycanın turizm bazarının inkişafında turizm ifrastrukturunun rolu xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Rəhimov S.H. Turizm-ekskursiya işinin təşkili. Bakı “Mütərcim” 2004.312 səh.
2. Əlirzayev Ə.Q. Turizmin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi. Bakı 2010, “İqtisad Universiteti” nəşriyyatı. 522 səh.
3. Касумов Р. Рынок международного туризма, теория и практика. Баку, «Нурлан», 2000, 203 стр.
4. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма, М. 2003. 176 стр.
5. Azərbaycanın statistik göstəriciləri. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi. 2018-ci il. 800 səh.

## KƏND TƏSƏRRÜFATI AQROTURİZMİN İNKİŞAFINI ŞƏRTLƏNDİRƏN AMİL KİMİ

**a.e.ü.e.d, dosent Çingiz GÜLALIYEV**

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *The article outlines the opportunities for development of agrotourism sector by using the country's rural and agricultural potential to improve the competitiveness of the tourism sector in Azerbaijan.*

*There are many factors in our country that promote the development of agrotourism in the rural and in various fields of agriculture: high natural potential, ancient historical and cultural heritage patterns (objects that provide development of archeological, religious, natural-historic character, tourism, home, peasant farms, charming landscapes, etc.), state programs for tourism development, national cuisine, infrastructure and rich historical village traditions.*

*These factors give rise to the fact that there are potential opportunities for rural and agriculture in our country, which implies development of agrotourism.*

**Keywords:** *agrotourism, agriculture, tourism, rural, infrastructure, industry, natural resources.*

**Giriş.** Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, 2018-ci il ərzində turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə sahəsində yaradılmış əlavə dəyər əvvəlki ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 7.6 faiz artaraq 1790.7 milyon manata çatmış və qeyri-neft sektorunun ÜDM-də xüsusi çəkisi 3.8 faiz təşkil etmişdir. Dövlət Sərhəd Xidmətinin məlumatına əsasən 2018-ci ildə Azərbaycana dünyanın 196 ölkəsindən 2849,6 min və ya əvvəlki illə müqayisədə 5,7 faiz çox əcnəbi və vətəndaşlığı olmayan şəxslər gəlmişdir. Gələnlərin 30,9 faizi Rusiya Federasiyası, 21,4 faizi Gürcüstan, 10,2 faizi Türkiyə, 8,5 faizi İran, 3,3 faizi Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, 2,6 faizi Səudiyyə Ərəbistanı, 2,4 faizi İraq, 2,0 faizi Ukrayna, 1,4 faizi İsrail, 17,2 faizi digər ölkələrin vətəndaşları, 0,1 faizi isə vətəndaşlığı olmayan şəxslər olmuşdur. 2018-ci il ərzində “ASAN VİZA” sistemi vasitəsilə Azərbaycana səfər etmək istəyən əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərə 700 minə yaxın elektron viza verilmişdir [1, 2]. Bütün bunlar onu sübut edir ki, ölkəmizdə turizm sahəsi inkişaf etməkdədir və onun müxtəlif növlərinə maraq artmaqdadır. Turizmin müxtəlif sahələrindən biri də aqroturizmdir.

Məlum olduğu kimi son dövrlər dünya turizm sənayesində aqroturizm inkişaf etməkdədir [3, 5, 6, 7]. Hazırda turizmin inkişafı ilə öynən ölkələrin kənd ərazilərində aqroturizm, dominant sənayeye çevrilməkdədir. Ona görə ki, hər il 700 milyon turistin 30% -ə qədəri aqroturizmə üz tutur. Əsas istiqamətlər də Avropa, ABŞ və Çin Xalq Respublikasıdır.

Artıq Avropada aqroturizm ənənəvi kənd təsərrüfatının dayanıqlılığının dəstəklənməsi səbəbindən ailə fermer təsərrüfatları güclü sahəyə çevrilmişdir. Belə ki, avropadakı fermerlərin demək olar ki, yarısı öz

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

istehsal etdikləri məhsulun satışından əldə etdikləri gəlirlər hesabına dolanmaqdadırlar. Avropada aqroturizm, fermerlərin ümumi gəlirinin 35-75% -dəki payı ilə ön sıralardadır. Odur ki, Avropada aqrourizm kənd təsərrüfatının inkişafında “katalizator” rolu oynamaqla dörd istiqamət üzrə fəaliyyətdədir:

1. Klassik aqroturizm;
2. Könüllü aqroturizm;
3. Bio-agro-turizm;
4. Ekoloji aqroturizm.

Avropada klassik aqroturizmin mahiyyəti ondan ibarətdir ki, kənddə standart bir istirahət təşkil edir. Könüllü aqroturizm:- fermerin təsərrüfatında turist könüllü şəkildə istirahət etməklə yanaşı təsərrüfat işində iştirak edir. Bio-agro-turizmin əsas xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, təsərrüfat ekoloji cəhətdən səmərəli məhsullar (ekoloji təmiz, bio-məhsullar) istehsalçıları kimi özünü tanıtdır. Ekoloji aqroturizminin əsas əyləncə elementi təbi ərazilərə səfərlərdən ibarət olmaqla, biomüxtəlifliyin qorunmasına marağı artırmaqdan ibarətdir.

Tarixi-mədəni və əkinçilik ənənələrinin zənginliyinə görə Azərbaycan heç də Avropa ölkələrindən geri qalmır və insanları da istirahəti sevir. İri şəhərlərdən uzaqlaşmış sakit yaşıl guşədə istirahət etmək, bu mühitin fiziki və psixoloji bərpaedici təsirlərindən faydalanmaq, təbi bioloji qidalardan dadmaq üstün tutan insanlar da ölkəmizdə çoxdur. Nəhayət ki, son vaxtlar Azərbaycanda da aqroturizmin inkişafı istiqamətində tədbirlərin görülməsinə cəhdlər göstərilməyə başlanılmışdır. Amma təəssüflər olsun ki, hələ də bu sahənin inkişafı istənilən səviyyədə deyildir. Xatırlamaq yerinə düşər ki, bütün dünyada qəbul edilib ki, aqrourizm kəndin kənd təsərrüfatının malik olduğu bazis üzərində inkişaf ilə əlaqəlidir. Onların paralel inkişafı kənd və turizm sənayesinin iqtisadiyyatında əhəmiyyətli dərəcədə qiymətə malikdir. Azərbaycanda aqroturizmin kənd və kənd təsərrüfatının malik olduğu potensialdan istifadə ilə inkişafını şərtləndirən çoxlu sayda amillər mövcuddur. Belə amillərin mövcudluğu qəbul edilmiş “Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi” və “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”nin əsas hədəflərində strateji istiqamət kimi göstərilmişdir. Bu mənada da hər iki sənədə əsaslanaraq belə nəticəyə gəlmək olar ki, iqtisadiyyatın sürətli inkişafı kompleks qarşılıqlı əlaqədə daha məhsuldar olar.

Beləliklə, bütün sadalananlar bir daha onu sübut edir ki, kənd təsərrüfatının malik olduğu potensialından istifadə ilə aqroturizmin inkişaf imkanları araşdırılmalıdır. Bu mənada aqroturizmin inkişafını şərtləndirən tədqiqat mövzusunun seçilməsi işin aktuallığından xəbər verir.

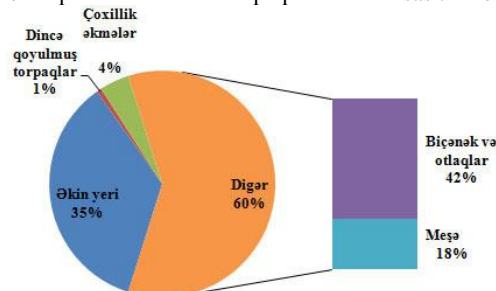
**Tədqiqat obyektı.** Tədqiqat obyektı kimi Azərbaycanın milli iqtisadiyyatının turizm sektoru və kənd təsərrüfatı seçilmişdir.

**Tədqiqat metodu.** Tədqiqat zamanı sistemli yanaşma, müqayisəli təhlil və mühakimə üsullarından istifadə edilmişdir.

**Tədqiqat materiallarının təhlili.** İlk növbədə aqroturizmin inkişafını şərtləndirən amil kimi kənd təsərrüfatının müasir vəziyyətini nəzərdən keçirmək lazımdır. Statistik məlumatlara əsasən 2018-ci ilin sentyabr tarixinə ölkə əhalisinin 52,9 faizini şəhər, 47,1 faizi kənd sakinlərinin və məşğulluğun 36,4%-i kənd sakinləri təşkil etdiyi qeyd edilir [1, 2].

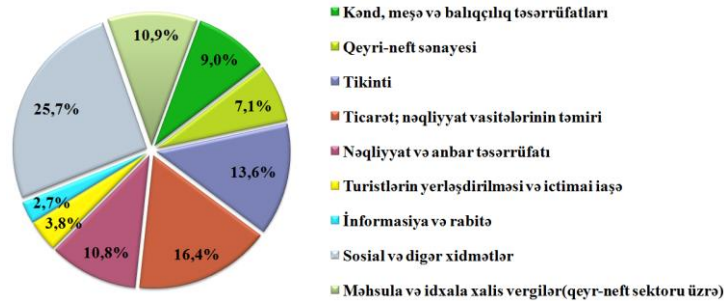
Bu da onu sübut edir ki, ölkədə kənd təsərrüfatı məşğulluğun və ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi baxımından əsas sahədir. Kənd təsərrüfatı torpaqlarının 99,8%-i özəlləşdirilmiş, 66,8%-i ailə təsərrüfatlarının, 32,8%-i isə, məhsulu öz ailə ehtiyacları üçün istehsal edən təsərrüfatların payına düşür [2]. Kənd təsərrüfatı torpaqlarının yalnız 0,2%-i kənd təsərrüfatı müəssisələrinin balansındadır. Respublikanın vahid torpaq fondunun əsas tərkib hissəsini çoxillik əkmələr, dincə qoyulmuş torpaqlar əkin yeri, biçənəklər, otlaq sahələri və meşələr təşkil edir (Şəkil.1.)

Şəkil 1. Respublikanın vahid torpaq fondunun əsas tərkib hissəsi



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Azərbaycan iqtisadiyyatına töhfə baxımından kənd təsərrüfatı qeyri-neft sektorunda yaradılmış əlavə dəyərin sahələr üzrə bölgüsünə görə tikinti sahəsindən sonrakı yeri tutur (Şəkil 2). Kənd təsərrüfatının ÜDM-dəki payı 9% olmasına baxmayaraq, ümumi işçi qüvvəsinin 39%-i məhz bu sahədə çalışır. Müqayisə üçün qeyd deyək ki, neft sahəsində ümumi işçi qüvvəsinin cəmi 1%-i çalışır.



Şəkil 2. 2018-ci il üzrə qeyri-neft sektorunda yaradılmış əlavə dəyərin sahələr üzrə bölgüsü [2].

Turizmin, ümumiyyətlə, iqtisadi inkişafın təşviqi, yerli gəlirlərin artırılması, cəmiyyətin iqtisadiyyatının gücləndirilməsi, məşğulluq, iş imkanlarının genişləndirilməsi, əhəlinin rifahının yaxşılaşdırılması, məhsulun araya gəlməsi və marketinqinin artırılması və s. əsas şərtlərdən hesab olunur. Odur ki, 2.7 milyard ABŞ dolları, yaxud sənaye istehsalının 41%-i həcmində istehsal gücünə malik kənd təsərrüfatı sənayesi aqroturizmin inkişafı baxımından həlledici rola malik ola bilər. Həmçinin də qeyd etmək lazımdır ki, son illər neft qiymətlərinin tərəddüdü, idxaldan asılılıq və ərzaq məhsullarının qiymətinin yüksək olması, kənd təsərrüfatının və kənd yerlərinin inkişafına dair proqramları zərurətə çevirmiş və proqramlar həyata keçirilməkdədir. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarının təhlilindən görünür ki, əvvəlki illərə nisbətən son illər kənd təsərrüfatında inkişaf meyilləri müşahidə edilməkdədir (Cədvəl 1).

Cədvəl 1. Kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq sahələri üzrə əsas göstəricilər

İllər	Kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq sahələrdə çalışan işçilərin sayı, min nəfərlə	Əlavə dəyərin ÜDM-də xüsusi çəkisi, müvafiq illərin cari qiyməti, faizlə	ÜDM-də məhsul istehsalı, cari qiymətlərlə, milyon manatla	İnvestisiyalar, milyon manatla
2012	1673,8	5,1	2 813,7	648,8
2013	1677,4	5,4	3 122,2	574,3
2014	1691,7	5,3	3 139,2	363,9
2015	1698,4	6,2	3 359,4	355,4
2016	1729,6	5,6	3 386,8	325,1
2017	1752,9	5,6	3 949,3	617,8

1-ci cədvəldən görüldüyü kimi illər üzrə kənd təsərrüfatında çalışan işçilərin sayında və ÜDM-də məhsul istehsalında artımlar müşahidə olunur. Son dövrlər aqrar sektorun inkişafına təkan vermək üçün aqroparkların yaradılmasına başlanılmışdır. Ölkədə aqroparkların və müasir iri fermer təsərrüfatlarının yaradılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Dövlət başçısının tapşırığına uyğun olaraq respublikanın 33 rayonu üzrə 257 min hektar ərazidə ümumi dəyəri 2.2 milyard manat olan 51 aqropark və iri fermer təsərrüfatının yaradılması üzrə işlər davam etdirilir. Bununla yanaşı, 19 aqropark və iri fermer təsərrüfatı üzrə 32 layihəyə investisiya təşviqi sənədi verilmişdir. 96 min ha ərazidə ümumi dəyəri 604 milyon manat dövlət dəstəyi göstərilmiş 17 aqropark və iri fermer təsərrüfatı fəaliyyətə başlamışdır. 10 aqropark və iri fermer təsərrüfatının 2019-cu ildə fəaliyyətə başlaması gözlənilir. 130 min ha ərazidə ümumi dəyəri 1.3 milyard manat dövlət dəstəyi göstərilmiş 24 aqropark və iri fermer təsərrüfatında isə layihələndirmə və tikinti-quraşdırma işləri aparılır.

2018-ci il ərzində kənd təsərrüfatının ümumi məhsulunun faktiki qiymətlərlə dəyəri 7010.0 milyon manat təşkil etmişdir ki, onun da 3186.0 milyon manatı bitkiçilik, 3824.0 milyon manatı isə heyvandarlıq məhsullarının payına düşür. Keçən ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə kənd təsərrüfatının istehsalı 4.6 faiz, o cümlədən bitkiçilik məhsulları üzrə 6.8 faiz, heyvandarlıq məhsulları üzrə 2.7 faiz artmışdır. Ötən il ərzində kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq sahəsində əsas kapitalla yönəldilmiş ümumi vəsait əvvəlki ilin müvafiq dövrünə nisbətən 20.7 faiz artaraq 771.0 milyon manata çatmışdır [2].

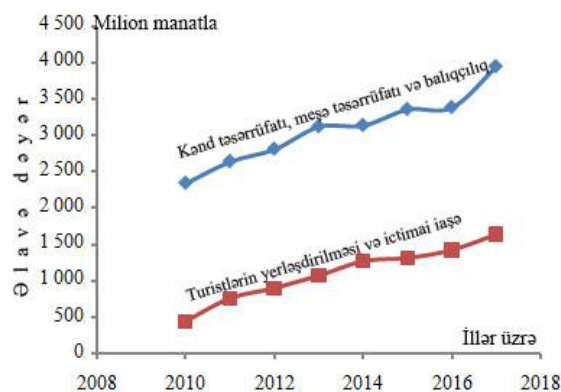
## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

MDB ölkələri arasında kənd təsərrüfatı məhsullarının əsas istehsalçılarından olan Azərbaycan son dövrlər, idxalın əvəzlənməsi, o cümlədən, ixrac üçün kənd təsərrüfatını və ərzaq sənayesini daha da inkişaf etdirmək niyyətini qarşıya qoymuşdur. Bunun üçün ölkəmizdə təbii və antropogen amillər mövcuddur. Bu amillər birlikdə aqroturizmin və onun əsas seqmenti - ekoturizmin inkişafı üçün də ideal şərait formalaşdırmaqdadır. Aqroturizm və ekoturizmin inkişafına şərait yaradan ailə-kəndli və fermer təsərrüfatlarıdır ki, bunlar da ölkəmizdə kifayət qədərdir. Ölkəmizdə bu sahələrin inkişafı milli mədəniyyəti özündə əks etdirən ənənəvi texnologiyalara, qonaqpərvərlik və milli mətbəxdə əsaslandığı üçün əcnəbi turistlər üçün çox cəlbedicidir. Bu deyilənlərə bariz nümunə kimi cədvəl 2-də turizm üçün xarakterik sahələr üzrə əsas göstəricilərə nəzər yetirmək kifayətdir. Cədvəl 2-dən görüldüyü kimi turizm sahəsində çalışanların, əldə olunan gəlirlərin artımı sübut edir ki, ölkəmizdə turizm sənayesi yeni olmasına baxmayaraq inkişafdadır. Hər iki sahənin artım tempini Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında tərtib etdiyiniz 3-cü şəkildən də müəyyənləşdirmək olar. Şəkildən görüldüyü kimi, hər iki sahədə illər üzrə artım müşahidə olunur. Əgər hər iki sahə bir biri ilə əlaqəli şəkildə fəaliyyət göstərsə, o halda sahələr daha effektiv sürətli inkişaf etmiş olar. Bütün bunlar onu sübut edir ki, kənd təsərrüfatı və aqroturizmin birgə fəaliyyəti rayonlarımızda iqtisadi göstəricilərin artmasına şərait yarada bilər. Kənd qonaq evlərinin və ekoaqro təsərrüfatların təşkili kənd təsərrüfatının inkişafına, əmək məşğulluğunun artmasına şərait yaradar ki, bu da əmək qabiliyyətli gənclərin şəhərlərə üz tutmasının qarşısını alar, kənddə məşğulluq səviyyəsi yüksəlsə, unudulmaqda olan adət-ənənələr, sənətkarlıq nümunələri bərpa olunur.

**Cədvəl 2. Turizm üçün xarakterik sahələr üzrə əsas göstəricilər**

İllər	Çalışan işçilərin sayı, nəfər	Yaradılmış əlavə dəyər, milyon manat	Əlavə dəyərin ölkənin ümumi daxili məhsulunda xüsusi çəkisi, faizlə	İnvestisiyalar, milyon manat
2012	38 839			1 478,2
2013	40 892	2 080,2	3,6	1 371,0
2014	41 886	2 404,2	4,1	2 204,0
2015	49 449	2 437,3	4,5	1 063,9
2016	43 477	2 746,1	4,5	363,0
2017	46 837	3 151,0	4,5	267,3

Aqroturizm təsərrüfatlarında yaradılan yüksək səviyyəli şərait əcnəbilərin də diqqətini kəndə cəlb edir. Əcnəbi turistlərin axını gənclərimizin xarici dilləri öyrənmələrinə zərurət yaradar. Bütün bunlar da əmək ehtiyatlarının və regionun iqtisadiyyatının diversifikasiyasına gətirib çıxara bilər.



**Şəkil 3.** İstehsal və gəlirlərin yaranması hesabı ilə kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı, balıqçılıqda və turistlərin yerləşdirilməsi, ictimai iasədə əlavə dəyərin, cari qiymətlərlə illər üzrə dəyişməsi.

Rayonlarda aqroturizmin kəndin və kənd təsərrüfatının malik olduğu resurslardan istifadə edərək əlaqəli şəkildə inkişafı fərdi sahibkarlıq vərdişlərinin aşılmasına, kənd yerlərində kommunal, kommunikasiya xidmətlərin inkişafına, əhalinin, xüsusilə gənclərin və qadınların məşğulluğunun artırılmasına nail olmaq mümkündür. Bu işdən kənd evi sahibləri, turistlərə birbaşa xidmət göstərən (məsələn, bələdçilik, nəqliyyat, ov və s.) digər kənd sakinləri, turistlərin ehtiyaclarını ödəmək üçün ərzaq və suvenir hazırlayan xidmət sahələri də fayda əldə edərlər. Aqroturizmin (mikro və makro



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

səviyyədə), məşğulluq, yerli ərzaq məhsulları, təhsil, kənd şəhər inteqrasiyasının, mədəni irs və kənd landşaftının qorunması kimi əhəmiyyəti vardır.

Azərbaycanda bu forma turizmin inkişafı üçün bütün şərtlər var, sadəcə olaraq əlaqədar təşkilatların birgə səyi ilə aqroturizmin inkişafına nail olmaq mümkündür.

Düşünürük, aqroturizmin inkişafı Azərbaycanda regionların inkişafının istənilən perspektiv planlarının təbii və ayrılmaz elementi olmalıdır. Çox inanmaq istərdik ki, sadalanmış əlverişli imkanlar diqqətdən kənar qalmayacaq və yaxın zamanlarda biz aqroturizm ideyalarının Azərbaycan Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin, Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyinin, Mədəniyyət Nazirliyinin, Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyinin, İqtisadiyyat Nazirliyinin, həmçinin regionların icra hakimiyyətlərinin yardımı ilə həyata keçirilməsinin şahidi olacağıq. Dərək etmək vacibdir ki, aqroekoturizm nəinki ölkəyə səyahətçiləri cəlb edəcək, insanlara sevinc bəxş edəcək, həm də dövlətin və xalqımızın rifahı naminə işləyəcək.

### Nəticə

Kəndin və kənd təsərrüfatının sosial-iqtisadi inkişafında aqroturizm aşağıdakı mühün təsirləri olar:

Yaxşı təşkil edilmiş aqroturizm əhalinin az ödənişi hesabına keyfiyyətli istirahət və sağlamlığın bərpası imkanını yaradar, yeni məşğulluq sahələri hesabına kənd yerlərindən miqrasiyanı azaldar, ailə-kəndli, fərdi sahibkarlıq, adət-ənənə davamlı inkişaf edər. Odur ki, yerli iqtisadiyyatın və ənənəvi kənd təsərrüfatı təcrübəsinin inkişafı üçün aqroturizmin inkişaf strategiyasının hazırlanması məqsədəuyğun olar.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Azərbaycan Respublikasının sosial-iqtisadi inkişafı (2018-ci il üzrə) <https://www.economy.gov.az/article/esas-iqtisadi-gostericiler-2018/29109>.
2. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi. <https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=4180>
3. Bağırzadə E. Azərbaycan iqtisadiyyatının sektorlar üzrə təhlili. <https://elsenbagirzade.files.wordpress.com/2018/03/3-ders-azerbaycan-iqtisadiyyati1.pdf>.
4. Güllalıyev Ç.G. Azərbaycanda aqroturizmin inkişafı üçün böyük potensial var // <http://medeniyyet.az/page/news/5873/Azərbaycanda-aqroturizmin-inkisafi-ucun-boyuk-potensial-var.html/>.
5. Альмухамедова О.А., Виленская М.С. Перспективы развития сельского туризма в России [Электронный ресурс] // Современные наукоемкие технологии. 2013. № 10-2. С. 245-246. Режим доступа: <https://www.toptechnologies.ru/ru/article/view?id=33455>.
6. Горчаков Я.В. Агротуризм в Европе и США: опыт фермеров // Вестник овощевода. 2009. №3. С. 39-42.
7. Состояние и перспективы развития сельского туризма в Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.mcx.consult.ru/sostoyanie\\_i\\_perspektivy\\_razvitiya\\_](http://www.mcx.consult.ru/sostoyanie_i_perspektivy_razvitiya_)

## REGIONLARIN TURİZM POTENSİAL, MÖVCUD PROBLEMLƏR VƏ İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ

dissertant, müəllim ABAYEV Yusif Qəşəm oğlu  
geo-mi.ü.f.d., dosent HƏMZƏYEV Güləddin Əmri oğlu  
ADPU – nin Quba filiali

**Abstract:** *Guba - Khachmaz region's largest resort and recreation resources, efficient use of healing mineral waters can affect the development of its economy. The fact that many of the region's favorable geographical possibilities opens up opportunities for the development of tourism. Ancient settlements in the region, different religions to worship, the rich traditions - traditions, the different cultures of national minorities live in large numbers, and their delicious (local) dishes in attracting domestic and foreign tourists to the region and thereby creating new jobs, poverty bringing down the economic life of the region is of great importance. Structure of geographic differences in the economic region of the mountainous area of the medium mountains, foothills and low-lying coastal areas should also be the opportunity to develop in all areas of tourism.*

**Keywords:** *regional tourism, population, employment, social development, population, income, and natural resources.*

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Ölkədə aparılan məqsədyönlü işlərin nəticəsi olaraq hər sahədə olduğu kimi turizm sahəsində də xeyli əhəmiyyətli dəyişikliklərin olması və turizm infrastrukturunun müasir standartlara uyğun inkişaf etməsi müşahidə olunmaqdadır. Dövlət tərəfindən qeyri neft sektorun inkişafına artan diqqət və qayğı əhali arasında turizm sektorunun inkişafına səbəb olmuş, xüsusəndə region əhalisi daha çox bu sahəni inkişaf etdirməsinə maraqlıdır və regionların mövcud coğrafi vəziyyəti, təbiəti, iqlim şəraəti və ətraf mühitü də buna imkan verir (1). Ölkə ərazisinin 11 faizi meşə, 60 faizi isə dağlıq ərazi olduğundan turizmin inkişafı üçün yeni imkanlar açır. Yüksək dağlıq ərazilərdə qış fəsilinin qarlı, yay aylarının mülayim hava şəraiti, dağətəyi ərazilərdə sıx meşələrin füsunkar gözəlliyi və dənizkənarı çimərlik ölkə daxilində turizmin formalaşdırılmasına stimül verir və tezliklə ölkə iqtisadiyyatın ən vacib sahələrindən birinə çevirəcəkdir.

Turizm sahəsində dövlət başçısı tərəfindən təsdiq edilmiş "Azərbaycan Respublikasında 2002-2005 ci illərdə turizmin inkişafı üçün Dövlət Proqramı" və ardıcıl həyata keçirilən bir neçə "Regionların sosial-iqtisadi inkişafı üzrə Dövlət Proqram" ları regionlarda zəngin infrastrukturun qurulmasına və ölkəmizin beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyasının təməlinin qoyulması üçün yeni imkanlar yaratdı.

2011- ci ili Azərbaycandan "Turizm ili" elan olunması ilə turizmin müxtəlif sahələrində inkişafa nail olunmuş, turizm xidmətin keyfiyyəti yaxşılaşmış, turizmin sahələri üzrə kadrlar hazırlanmış və regionlarda turizmin inkişafı üçün strateji yol xəritəsi planlaşdırılmışdır. Həmdə bazar iqtisadiyyatın tələblərinə uyğun olaraq ölkə daxilində turizm bu sahəyə olan artan tələbatə və əhalinin gəlirlərinə nəzərən təşkil olunur. 2015-ci ilin statistik hesabatlarına nəzər saldıqda Azərbaycan Respublikası üzrə 536 mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisə fəaliyyət göstərmişdir. Umumilikdə həmin müəssisələrin birdəfəlik tutumu, (yeri) 37278 olmaqla 17953 nömrə xidmət göstərmişdir. Həmçinin yerli və xarici turistlər üçün səyahət və turların təşkili məqsədilə 243 səyahət agentliyi və turoperatorlar da qeydə alınmışdır (2).

Hazırda turizm yaratdığı gəlirə görə neft və avtomobil sənayesindən sonra dünyada üçüncü yeri tutur. Turizm cəmiyyətin mənəvi dəyəri olmaqla gəzmək, istirahət etmək və əylənmək kimi tələbatı əsasında formalaşır. Nəzərə alsaq ki, turizm əhalinin müəyyən vaxt müddəti ərzində, planlaşdırılmış şəkildə yerinin dəyişməsi kimi qəbul etsək, onda ölkə daxilində turizmin inkişafı regionların təklif etdiyi əmtəə və xidmətlərin keyfiyyətindən daha çox aslıdır (3). Təklif olunan əmtəə və xidmətlərin keyfiyyəti və qiymətləri, tələbin yeni əhalinin gəlirləri və zövqləri ilə uyğunlaşarsa, turizm daha da inkişaf edib genişlənə bilər. Regionların coğrafi quruluşu və göstərilən xidmətlərin müxtəlifliyi daxili turizmin iqtisadi potensialın yüksək olduğunu bir daha təsdiqləyir.

Azərbaycanda turizm sahəsi ilə bağlı BMT-nin İnkişaf Proqramının layihəsi çərçivəsində keçirilən sorğunun maraqlı nəticələri artıq xaricilərin ölkəmizə diqqətinin artdığını göstərir. BMT-nin İnkişaf Proqramının "Turizm xidmətlərindən istifadə ilə bağlı tədqiqat" layihəsi çərçivəsində aparılan araşdırma Azərbaycanda sırf turizm bölgəsi kimi tanınan və üstünlük verilən rayonlarla bağlı olub. Sorğu zamanı ölkənin turizm xəritəsini ortaya çıxarmaq məqsədilə respondentlərdən ən çox üç rayonun Quba, Qəbələ və İsmayıllı rayonları turizm rayonu kimi qeyd edilməsi diqqətə çatdırılıb. Turizmin inkişafı üçün amillərin zənginliyi Quba rayonunda daha çoxdur (53.3 faiz). Azərbaycanın iqtisadi rayonları üzrə turizm xəritəsini müəyyənləşdirdikdə məlum olur ki, Bakı-Xaçmaz turizm marşrutu üstündə yerləşən Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu beynəlxalq turizm mərkəzlərinin və dağ turizm bazasının yaradılmasında böyük əhəmiyyətə malikdir (4).

Quba – Xaçmaz rayonunun böyük kurort-rekreasiya ehtiyatlarından, müalicə əhəmiyyətli mineral bulaqlarından səmərəli istifadə onun iqtisadiyyatının inkişafına əsaslı təsir göstərə bilər. İqtisadi rayonun çox əlverişli coğrafi imkanları olması turizmin inkişafı üçün hərtərəfli imkanlar açır. Regionda mövcud olan qədim yaşayış məskənləri, fərqli dinlərə ibadət edən, zəngin adət - ənənələri, müxtəlif mədəniyyətləri olan çoxlu sayda azsaylı xalqlar yaşayırlar və öz dadlı ( yerli ) mətbəxtləri ilə yerli və xarici turistlərin bölgəyə cəlb edilməsində və bunun vasitəsilə yeni iş yerlərinin açılmasında, yoxsulluq səviyyəsinin aşağı salınmasında rayonun iqtisadi həyatında böyük əhəmiyyət kəsb edir. İqtisadi rayon ərazisinin coğrafi quruluşun görə də fərqliliyi yəni yüksək dağlıq, orta dağlıq, dağətəyi və düzən olması həmçinin dənizkənarı ərazilərin də olması turizmin bütün sahələr üzrə inkişaf etməsinə şərait yaradır.

Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu insanlarda estetik zövq, xoş əhval ruhiyyə yaratmaq, müalicə sağlamlıq baxımından böyük əhəmiyyət kəsb edən amillərə, təmiz hava, könül açan çəmənliklər, çay dərələri, şalalələr, çəmənliklər, əlverişli iqlim şəraiti, müalicə əhəmiyyətli mineral sular, idman və ovçuluq üçün əlverişli şərait və digər kurort-rekreasiya ehtiyatları ilə zəngin olduğundan daxili və xarici turizmin regional və beynəlxalq səviyyədə inkişafı və turizm mərkəzlərinin yaradılması üçün geniş perspektivlərə malikdir.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Bu ərazidə fəaliyyət göstərən turizm obyektləri və ya istirahət zonaları əsasən Xəzər dənizinin meşə - çəmən landşaftı ilə qovuşduğu zonada, çay dərələri boyunca və müalicə əhəmiyyətli mineral bulaqların yayıldığı ərazilərdə yerləşmişlər.

Quba və Qusar rayonlarının dağlıq və dağətəyi ərazilərdə məskunlaşmış azsaylı xalqların mədəniyyətləri, adət-ənənələri və ərazinin füsunkar təbiəti ilin bütün fəsillərində turistlərin istirahət məkanına çevrilib. Xüsusəndə Xınalıq, Qırız, Laza kimi yüksək dağlıq ərazilərdə yerləşən dağ kəndləri daha çox xarici turistlərin görmək və gəzmək istədikləri ərazilər olsa da, turistlərin istəklərinə uyğun xidmətləri təklif edən və müəyyən istirahət obyektləri olan ancaq Laza kəndidir. Digər iki kənd isə müəyyən səviyyədə tələb olunan xidmətləri qarşılaya bilər. Buna səbəb isə həmin ərazilərdə turizm və mehmanxana obyektlərinin olmamasıdır. Böyük turizm potensialına malik həmin kəndlərdə fərdi evlərdə ailə turizmini daha da inkişafı etdirməklə təklif olunan xidmətlərin növlərini artırmaq və keyfiyyətin yaxşılaşdırmaq olar. Alp çəmənliklərə ekoturlar, dağlıq ərazilərdə ekstrimal səyahətlərin və Şah dağ milli parkının ərazisində lisenziyalı ovçuluq turları təşkil etməklə əraziyə gələn turistlərin sayını, xüsusəndə xarici turistlərin sayını bir neşə dəfə artırmaq olar. Və yaxud da ki, Xınalıq kəndi ərazisində olan mineral tərkibli kükürlü sular, kükürlü palçıqlar və yay fəsilində bitən müxtəlif dərman bitkiləri çoxlu xəstəliklərin müalicəsi üçün istifadə olunsada, bunlardan səmərəli istifadə olunmur. Məsələn, qonşu ölkələrin təcübəsinə nəzər yetirsək Şimali Qafqazda olan mineral və kükürlü sulardan, müalicəvi palçıq vannalarından istifadə üçün təşkil olunan kurort sanatoriyalara, hətə Azərbaycanın özündən minlərlə turistlərin həmin məkana üz tutmasına səbəb olur. Mineral suları və təbii dərman bitkilərini qablaşdıraraq ölkə və xarici bazarlara satış üçün çıxarmaq da olar və ya həmin ərazilərdə mineral su və palçıq vannalarında, təbii dərman bitkilərindən çay dəsgahları təşkil edən sanatoriya inşa etməklə daha çox yerli və xarici turistləri cəlb etmək olar.

Həmçinin Quba rayonunun Xaltan və Çimi kəndləri ətrafında olan mineral isti bulaqlardan əsasən yerli və ətraf rayonların əhalisi müalicə məqsədilə primitiv bir formada istifadə edir. Təklif olunan turist xidmətlərinin keyfiyyəti, turistlərin saxlanılması şəraiti və gigiyenik sanitar qaydalar qənaətbəxş deyildir. Bu da turistlərin həmin ərazilərdən və xidmətlərdən istifadəsinin azalmasına təsir edir. Amma həmin ərazilərdə müasir sosial və iqtisadi infrastruktur qurmaqla, daha səmərəli istifadə etmək, daha çox iqtisadi gəlir götürmək olar.

Demək olar ki iqtisadi rayonun mövcud potensialından xüsusəndə dağlıq ərazinin imkanlarından düzgün istifadə etmirik. Bu da həm yerli, həm də xarici turistlərin digər ölkələrə səyahət etməsinə səbəb olur. Digər bir tərəfdən də yerli məhsulların alıcıların sayı azalır və bütövlükdə region əhalisinin sosial iqtisadi vəziyyətinə təsir edir.

Regionda turizmin inkişafı əhalini sosial və iqtisadi vəziyyətini yaxşılaşacaq bir sıra amillərlə bağlıdır.

- ✓ Yeni iş yerlərin açılması səbəbilə əhali arasında məşğulluğun səviyyəsi artacaq.
- ✓ Kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı nəticəsində dayanıqlı və davamlı regional iqtisadiyyat formalaşacaq.
- ✓ Yerli istehsal nəticəsində əmtəlik məhsul və xidmətlərin çeşidi genişlənəcək.
- ✓ Yerli məhsul üçün yeni alıcılar formalaşdığından istehsalın təşkili və satışı üçün yeni bazarlar yaranacaq.
- ✓ Əhalinin gəlirləri artaraq sosial – iqtisadi vəziyyətləri yaxşılaşacaq.

Son illər Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonunda turizm sənayəsində bir neçə iri xüsusi layihələr həyata keçmişdir ki, bu da regionda turizmin inkişafına böyük tövhə vermişdir. Qusar rayon Şahdağ Milli parkının ərazisində inşa edilən Qusar Şahdağ qış-yay turizm kompleksi ölkədə dağ-xizək idman və digər idman növlərinin inkişafı üçün hərtərəfli imkanlar açdı. Şahdağ qış-yay turizm kompleksi Azərbaycan tarixində ilk dağ-xizək kurortudur və regionda yeni otellər şəbəkəsinin yaradılmasına önəm vermişdir. Quba rayonun Əski İqriğ kəndində inşa olunan beşulduzlu “Rixsos” otelidə regionun ən böyük turizm məkanlarında birisidir. 200 yerlik otel kompleksində restoranlar, hovuz, köməkçi obyektlər və golf idman meydançası bölgəyə üz tutan turistlərin istirahətinin yüksək səviyyədə və asudə vaxtlarının səmərəli təşkili üçün hər cür şəraitlə təmin olunmuşdur. Xəzər dənizi sahili boyu 35-40 km məsafədə uzanan Nabran-Yalama kurort zonasında respublika əhalisinin əsas istirahət yeridir. Unikal memari stili ilə digər istirahət mərkəzlərindən seçilən turizm kompleksidən birisidə Şabran rayonunda yerləşən Qalaaltı Hotel & Spa müalicəvi – bərpa kurort kompleksidir. Kompleksdə Qalaaltı müalicəvi suyu, müasirliyi və rahatlığı ilə turistlərin ixtiyarına verilmişdir (5).

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Hələlik iqtisadi rayonun mövcud turizm potensialının yalnız bir hissəsindən istifadə edilir. Turizm ehtiyatlarından daha səmərəli istifadəyə və turizm təsərrüfatının inkişafına mənfəət təsir göstərən bir sıra amillər var ki, bu da mövcud problemlərin daha da genişlənməsinə və ya əlavə problemlərin yaranmasına səbəb olur. Meşə ərazilərdə turizm obyektlərin düzgün qurulmaması meşə ehtiyatının kor təbii qırılmasına və ekologiyanın çirklənməsinə səbəb olur. Obyektlərdə təbii bulaqlar hesabına süni şalalələrin yaradılması ətraf kənd əhalisinin susuz qalması ilə nəticələnir. Nabran-Yalama ərazisinin kommunal və çirkab suların təmizlənmədən Xəzər dənizinə axıtılması, dəniz kənarı qumlaq ərazilərində qida və digər tullantılar üçün ərazilərin seçilməməsi, ərazinin gigiyenik və insan sağlamlığı baxımından çirklənməsinə səbəb olur. Həm də iqtisadi rayonun təbii və əmək ehtiyatlarından səmərəli istifadə etmək, istehsal və xidmət sahələrinin müasir tələblərə uyğun şəkildə inkişaf etdirilməsi üçün regionun infrastrukturunun inkişafını tələb edir.

**Təklif:** Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonunda region turizmin inkişaf sahəsində aşağıda göstərilmiş istiqamətlər üzrə ardıcıl olaraq işlərin görülməsi vacibdir.

✓ Turizm baxımından potensial ərazilərin müəyyənləşdirilməsi və milli, regional və beynəlxalq amillər nəzərə alınmaqla yeni turizm yol xəritəsinin hazırlanması.

✓ Müəyyənləşdirilmiş ərazilərin sosial və iqtisadi infrastrukturunun qurulması.

✓ Regionda turizmin müxtəlif sahələrin inkişafını (ailə turizmi, ekoturizm, ekstrimal turizm) təbliğ etmək.

✓ Turizm sektorunda işləyən mütəxəssislər vasitəsilə dağ kəndlərində turizmin inkişafı məqsədilə trening və xarici dil kurslarının təşkil edilməsi.

✓ Turizmin inkişafı baxımından əhəmiyyətli olan ərazilərdə əhalinin əl işlərini və yerli məhsulları özündə əks etdirən sərgilərin və ya turizm günlərinin təşkili.

✓ Region turizmini ölkə daxilində və beynəlxalq səviyyədə kütləvi informasiya və sosial şəbəkələr vasitəsi ilə reklam və təbliğ etmək.

**Nəticə:** Bütövlükdə region əhalisinin yaşayış səviyyəsi yaxşılaşacaq. Yeni iş yerləri yaradılaraq əhalinin məşğulluq səviyyəsi yüksələcək, eyni zamanda onların bir çoxunun yaradıcılıq məhsulları və əl işləri üçün yeni satış bazarı açılacaq. Əhali arasında regionun təbiətinə xas olan kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına maraq artaraq iqtisadi artım müşahidə olunacaq. Regionun ekoloji təmizliyi və sağlamlığı qorunub saxlanılacaq, flora və faunası zənginləşəcək. Nəticə etibarı ilə əhalinin gəlirləri artacaq, sosial-iqtisadi vəziyyəti yaxşılaşacaq və dayanıqlı iqtisadiyyat formalaşacaq.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Quba-Xaçmaz İqtisadi Rayonun uğurlu regional siyasətinin nəticələri jurnalı – Azərbaycan Respublikası İqtisadi İnkişaf Nazirliyi. 2013. (səh-12)
2. www.mct.gov.az. Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi
3. İlqar Hüseynov, Nigar Əfəndiyev. Turizmin əsasları. Bakı – 2007. (səh-7)
4. Nəzakət Ələddinqizi Səs qəzeti. 2011.- 1 fevral. (S-8)
5. www.economy.gov.az. Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyin

## NAXÇIVAN MUXTAR RESPUBLİKASINDA TURİZMİN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ

**baş müəllim Flora Bəhlul qızı KƏRİMOVA**

*Naxçıvan Dövlət Universiteti*

**Abstract:** *The article deals with the activities carried out in the Nakhchivan Autonomous Republic on tourism development. One of the main development trends of the modern economy is the development of the tourism sector. In recent years, wide-ranging measures are being undertaken to promote the tourism potential of Azerbaijan in the international arena, attract foreign tourists to the country and develop tourism potential. Successful implementation of state programs on socio-economic development of regions has also had a great impact on the development of tourism. Measures implemented in the Nakhchivan Autonomous Republic, which has a special place in this*

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

*development, have also made progress in tourism. The tourism sector plays an important role in the socio-economic development of the region.*

**Key words:** *Nakhchivan, tourism, socio-economic development, ecological tourism, rural tourism, national cuisine, state program.*

Azərbaycanda turizmin inkişafı, turizm və ekskursiya bürolarının genişlənməsi 1970-1980-ci illərə aid edilir. Bu, ümummilli lider Heydər Əliyevin həmin sahəyə bilavasitə diqqətinin və qayğısının nəticəsində mümkün olmuşdur.

1993-cü ildə ümummilli lider Heydər Əliyev respublika rəhbərliyinə qayıtdıqdan sonra Azərbaycan tarixində yeni mərhələ başladı. Ölkədə siyasi vəziyyət tədricən sabitləşməyə, iqtisadi-sosial həyatın bütün sahələri, o cümlədən turizm sahəsi yüksəlişə başladı. Azərbaycanın turizm regionları hesab edilən və 1990-cı illərin əvvəllərində ən narahat bölgələr olan Qusar-Quba-Xaçmaz, Zaqatala-Qax-Şəki, Masallı-Lənkəran zonalarında ulu öndər Heydər Əliyevin müdrik siyasəti sayəsində sabitlik bərpa olundu, qonşu dövlətlərlə sərhədlərimiz möhkəmləndirildi. Həmin ərazilərdə turizm inkişaf etməyə başladı. Azərbaycan həmkarlar ittifaqlarının bu regionlarda yerləşən istirahət bazalarına turist yollayışlarının verilməsi bərpa olundu.

1995-ci ildə "Əsrin müqaviləsi" imzalandı. Həmin ərəfədə ulu öndər Heydər Əliyevin xarici və yerli iş adamlarını Azərbaycanda hotelçilik və turizm biznesinə sərmayə qoyuluşuna çağırışı tezliklə öz bəhrəsini verdi. Müasir tələblərə cavab verən hotellərin tikintisi genişlənməyə başladı.

Turizmin inkişaf tendensiyası ölkənin ali qanunvericilik aktlarında öz əksini tapdı. 1999-cu ildə Milli Məclisdə "Turizm haqqında" qanun qəbul edildi. 27 iyul 1999-cu ildə ulu öndər Heydər Əliyev "Turizm haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun tətbiq edilməsi haqqında" fərman imzaladı. Bu qanun Azərbaycan Respublikasında turizm bazarının hüquqi əsaslarının bərqərar edilməsinə yönəlmiş dövlət siyasətinin prinsiplərini, turizm fəaliyyətinin əsaslarını müəyyənləşdirdi, turizm sahəsində münasibətləri tənzimləyərək, sosial-iqtisadi inkişafı təmin edən vasitələrdən biri kimi turizm ehtiyatlarından səmərəli istifadə olunması qaydalarını müəyyən etdi.

Müasir zamanda ölkə iqtisadiyyatının əsas inkişaf istiqamətlərindən biri də turizm sektorunun inkişafıdır. Bu istiqamət 2012-ci ildə Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin Fərmanı ilə təsdiq edilmiş "Azərbaycan-2020: gələcəyə baxış" İnkişaf Konsepsiyasında qeyd olunmuşdur. XX əsrin fenomeni adlandırılan turizm iqtisadiyyatın ən dinamik inkişaf edən sahələrindən biridir. Ümumdünya Turizm Şirkəti olan UNWTO-nun məlumatlarına görə, dünya üzrə turizmin illik inkişaf templəri 4-4.5%, gəlirlərinin artım tempi isə 4% təşkil edir. Turizmin inkişafına qloballaşma, kommunikasiyaların inkişafı, informasiya cəmiyyəti bilavasitə təsir edir. Azərbaycanda turizmin prioritetləri 6 dekabr 2016-cı ildə Prezident İlham Əliyev tərəfindən təsdiqlənmiş Strateji Yol Xəritələrində öz əksini tapmışdır. "Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsində" sahənin əsas hədəfləri və inkişaf vektorları müəyyən olunmuşdur. Qəbul olunmuş sənəddə turizmin inkişafına dövlət dəstəyinin göstərilməsi, təklif olunan turizm xidmətlərinin keyfiyyətinin və rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksəldilməsi, ölkəyə yeni investisiya layihələrinin cəlb olunması və regional turizmin inkişafı nəzərdə tutulur.

Son dövrlərdə Azərbaycanın turizm potensialının beynəlxalq aləmdə tanınması, xarici turistləri ölkəyə cəlb etmək, turizmin potensial sahələrini inkişaf etdirilməsi, turizm infrastrukturalarının müasir tələblərə cavab verməsini təmin etmək, yeni infrastrukturaların qurulması istiqamətində geniş tədbirlər həyata keçirilir. Bu inkişafda özünəməxsus yeri olan Naxçıvan Muxtar Respublikasında həyata keçirilən çoxşaxəli tədbirlər ictimai həyatın bütün fəaliyyət istiqamətlərində, o cümlədən turizm sahəsində də əsaslı nailiyyətlərin əldə olunmasını təmin etmişdir. Turizm sektoru regionun sosial-iqtisadi inkişafında mühüm rol oynayır. Regional turizm - müəyyən ərazi çərçivəsində turizmin inkişafını şərtləndirən və turizm tələbatlarının ödənilməsi funksiyalarını yerinə yetirən, bir-birilə sıx əlaqəli olan çoxsaylı elementlərdən (rekreasiya resursları, turizm infrastrukturu, ekoloji və fərdi təhlükəsizlik və s.) ibarət mürəkkəb sistemdir. Muxtar respublikada regional turizmin inkişafına bir sıra amillər təsir edir ki, bunlara ticarətin və ictimai-iaşənin inkişafı, nəqliyyat xidmətlərinin təkmilləşdirilməsi, mehmanxana komplekslərinin tikilməsi, informasiya texnologiyalarının inkişafı, regionda əhalinin sayının artması, əhalinin real gəlirlərinin və alıcılıq qabiliyyətinin artması, regionda əhalinin iş və asudə vaxtının nisbətinin dəyişməsi, istehlak tələbatının strukturunun dəyişməsi (xidmətlərə tələbatın artması, o cümlədən, turizm, təhsil, səhiyyə xidmətlərinə) aid edilir. Naxçıvan Muxtar Respublikasının coğrafi mövqeyi, özünəməxsus iqlimi, fauna və florası, qədim tarixə malik mədəniyyət abidələri turizmin inkişafı üçün əlverişli şərait yaradır.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Naxçıvan Muxtar Respublikası və rayonları qədim tarixə malikdir. Muxtar respublika ərazisində bir çox tarixi abidə mövcuddur. Bunlardan Nuh peyğəmbərin məzarüstü türbəsi, Möminə Xatın və Yusif Küseyr oğlu türbələri, Naxçıvanqala abidəsi, Qarabağlar Memarlıq Kompleksi, "Xanəgah" Abidə Kompleksi, adı Nuh peyğəmbərin gəmişi ilə əlaqələndirilən Gəmiqaya ərazisindəki qayaüstü rəsmlər, əfsanəvi Haçadağ, abidələrlə zəngin olan "Ordubad" Tarix-Memarlıq Qoruğu, haqqında müqəddəs Qurani-Kərimdə bəhs edilən "Əshabi-Kəhf" Ziyarətgahı Dini-Mədəni Abidə Kompleksi, 5000 ildən çox yaşlı olan Naxçıvan şəhər mədəniyyəti, qədim tikililər, qalalar, yaşayış yerləri və nekropollar, xalq sənətkarlarının günümüzdə qədər qorunub saxlanılmış sənətkarlıq nümunələri və s. turistlər üçün cəlbedicidir. Naxçıvan Muxtar Respublikası Ali Məclisi Sədrinin müvafiq Sərəncamına əsasən 700-ə yaxını dünya və ölkə əhəmiyyətli abidə olmaqla, ümumilikdə 1202 daşınmaz tarix və mədəniyyət abidəsi qeydə alınmışdır. Naxçıvan ərazisində bəşəriyyətin bütünlüklə qəbul etdiyi Nuh peyğəmbərin qəbrinin olması, "Əshabi-Kəhf" ziyarətgahının yerləşməsi turistləri cəlb edən əsas amillərdəndir. Naxçıvan şəhərinin 2018-ci il üçün İslam Mədəniyyətinin Paytaxtı elan edilməsi də onun zəngin tarixə və mədəniyyətə malik olmasından qaynaqlanır.

Naxçıvan Muxtar Respublikası Ali Məclisinin Sədri cənab Vasif Talıbovun diqqət və qayğısı ilə son illər qədim diyarın mədəni irsinin tanınması, müalicə mərkəzlərinin yenidən qurulması, həyata keçirilən abadlıq-quruculuq işləri turizm sahəsinin də inkişafına təsir etmiş, muxtar respublikaya gələn turistlərin sayı ilbət artmışdır. Hazırda muxtar respublikada 21 mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisə, Naxçıvan-Qarabağlar, Naxçıvan-Əshabi-Kəhf, Naxçıvan-Əlincə qalası, Naxçıvan-Ordubad, Naxçıvan-Batabat, Naxçıvan-Gülüstən turizm marşrutları fəaliyyət göstərir. Qədim diyarımızın bütün bölgələrini əhatə edən müasir infrastrukturun qurulması, istirahət və əyləncə mərkəzlərinin yaradılması, tarixi-mədəni irsə qayğı, yaşayış məntəqələrinin abadlaşdırılması, enerji, nəqliyyat, rabitə xidmətinin yüksəldilməsi muxtar respublikada turizmin inkişafını şərtləndirir.

Muxtar respublikada müalicə turizminin inkişafı üçün də geniş imkanlar vardır. Duzdağ Fizioterapiya Mərkəzində tənəffüs yolları xəstəliklərindən əziyyət çəkən xəstələr üçün müasir şərait yaradılmışdır. Buraya hər il müxtəlif ölkələrdən yüzlərlə insanın müalicəyə gəlməsi həm də onun turizm əhəmiyyətini artırır. Darıdağ Arsenli Su Müalicəxanası da müalicə turizmi sahəsində böyük imkanlara malikdir. Azərbaycanın mineral su ehtiyatlarının 60 faizi muxtar respublikanın payına düşür. "Badamlı", "Sirab" mineral sularının eləcə də 250-dən çox mineral və müalicə əhəmiyyətli su mənbələrinin mövcudluğu, zəngin mətbəxi, qədim tarixi və mədəniyyəti Naxçıvanda turizmin inkişafı üçün geniş imkanlar açır.

Muxtar respublikanı turizm cəhətdən cəlbedici edən amillərdən biri də burada mövcud olan minlərlə tarixi-mədəni abidələrdir. Təbii ki, abidələrin qorunması, bərpası və təbliği sahəsində görülən işlər bu baxımdan mühüm əhəmiyyət daşıyır. Naxçıvan Muxtar Respublikası Ali Məclisi Sədrinin "Naxçıvan Muxtar Respublikası ərazisindəki tarix və mədəniyyət abidələrinin qorunması və pasportlaşdırılması işinin təşkili haqqında" 2005-ci il 6 dekabr tarixli Sərəncamına uyğun olaraq, muxtar respublika ərazisindəki 1200-dən artıq abidə qeydə alınaraq pasportlaşdırılmışdır. Naxçıvanı dünyada tanıdan, yüksək turizm imkanlarına malik olan bu abidələrin bərpası diqqət mərkəzində saxlanılmış, yüzlərlə tarixi-mədəni abidəyə yeni həyat verilmişdir. Bərpa olunan Əlincəqala və Gülüstən türbəsi qədim diyara gələn turistlərin marağına səbəb olmuşdur.

Hər turist özlüyündə bir informasiya daşıyıcısıdır. Turist səfər etdiyi ölkənin təbiəti, mətbəxi, tarixi və mədəniyyəti, qonaqpərvərliyi ilə bağlı məlumatları öz ölkəsinə aparır və təbliğ edir. Muxtar respublikadakı tarixi abidələr bura səfər edən alim, tədqiqatçı, jurnalist və turistlərin diqqətini cəlb edir, onlar ölkələrinə qayıtdıqdan sonra muxtar respublikanın zəngin mədəniyyəti, qədim tarixi və abidələri barədə məqalə və reportajlar hazırlayıb dünya ictimaiyyətinə çatdırırlar.

Naxçıvanda dini turizmin inkişafı istiqamətində görülən işlər, dini-mədəni abidələrin bərpası və qorunması, təşkil olunan turizm marşrutları dini dəyərlərimizin dünyaya tanınmasında vasitə rolunu oynayır. Qədim inancları, möcüzəvi sirləri və əfsanələri özündə yaşadan "Əshabi-Kəhf" Ziyarətgahı Dini-Mədəni Abidə Kompleksi dünyanın dörd bir yanından gələn zəvvarların ziyarətgahına çevrilmişdir. Burada bərpa işləri və abadlıq işləri 1998-ci ildə Umummillî lider Heydər Əliyevin tapşırığı və himayəsi ilə aparılmış, turistlərin ziyarəti üçün lazımı şərait yaradılmışdır. Onu da qeyd etmək yerinə düşər ki, Murtar Respublikamız dini ziyarətgahlarla zəngindir. Burada 140 ziyarətgah mövcuddur. Belə ki, burada müxtəlif dini obyektlər-pirlər, imamzadələr var və imanlı insanları bu obyektləri ziyarət edirlər. Bütün bunlar onu göstərir ki, Naxçıvanda dini turizmin inkişafı üçün də real imkanlar mövcuddur.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

“Ölkəmizin dayanıqlı inkişafı üçün gəlir gətirən sahələr inkişaf etməlidir. Onların içərisində turizm xüsusi yer tutur. Turizmin inkişafı üçün birinci şərt ölkədə beynəlxalq irimiqyaslı tədbirlərin keçirilməsidirsə, ikinci şərt ölkədə infrastrukturun inkişaf etdirilməsidir”, – deyən ölkə başçısının rəhbərliyi ilə son illər Azərbaycanın bütün regionlarında yeni turizm obyektləri, yay-qış turizm kompleksləri, mehmanxanalar inşa olunmuş, mədəni-tarixi qoruqlar yaradılmışdır. İcrası uğurla həyata keçirilən “2009-2018-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında kurortların inkişafı üzrə Dövlət Proqramı” turizm-kurort sahələrinin inkişafında mühüm hadisə oldu. Naxçıvan kəndləri təmiz havası, saf suyu və ekoloji təmiz məhsulları, əlverişli iqlim şəraiti, abad yol və müasir rabitə xidməti ilə turizmin inkişafı üçün böyük imkanlar açır. 2013-cü ildə Şahbuz rayonunda Ağbulaq İstirahət Mərkəzinin istifadəyə verilməsi bu sahədə həyata keçirilən tədbirlərin davamıdır.

2012-ci ildə Naxçıvan şəhərindəki 17-ci əsrə aid Zaviyyə-Mədrəsə binası əsaslı təmir olunmuş və Naxçıvan Turizm İnformasiya Mərkəzi bu tarixi binada fəaliyyətə başlamışdır. Mərkəz öz fəaliyyətini turizm məlumat bankının hazırlanması, digər turizm informasiya mərkəzləri ilə işgüzar münasibətlərin yaradılması, buraya müraciət edənlərə otellər, tarixi və mədəniyyət abidələri, tur firmalar və bələdçilər haqqında məlumat verilməsi, həmçinin internet resurslarından səmərəli istifadə vasitəsilə muxtar respublikanın inkişaf edən turizm potensialının təbliği istiqamətində qurmuşdur.

Turistlər o ölkələrə səfər edirlər ki, orada inkişafı yanaşı, həm də sabitlik olsun. Bu gün ölkəmizdə, eləcə də onun Naxçıvan Muxtar Respublikasında sabitlik və əmin-amanlıqdır. Naxçıvan şəhəri cinayətsiz region statusunu uzun illərdir qoruyub, saxlayır. Muxtar respublikadakı sabitlik imkan verir ki, turistlər öz istirahətlərini mənalı və təhlükəsiz keçirsinlər. Naxçıvan artıq mötəbər beynəlxalq tədbirlərə, idman yarışlarına ev sahibliyi edir. 2017-2018-ci illər qədim diyara “Naxçıvanı tanıyaq və tanıdaq” lahiyəsi çərçivəsində info-tur təşkil olmuşdur. Bu info-tur çərçivəsində Türkiyə, İran, Kipr, Küveyt və Azərbaycanın müxtəlif turizm şirkətlərindən gəlmiş 220 sahibkar və turizmçi Naxçıvanın turizm imkanları, tarixi, dini abidələri, müalicəvi yerləri ilə tanış olmuşlar.

Naxçıvan Muxtar Respublikası Ali Məclisi Sədrinin 2018-ci il 31 yanvar tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilən “2018-2022-ci illərdə Naxçıvan Muxtar Respublikasında turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı”nın icrası da bu sahədə fəaliyyətin güclənməsinə əlverişli şərait yaratmışdır ki, Naxçıvan Muxtar Respublikası Ali Məclisinin Sədri cənab Vasif Talıbovun 2018-ci il 29 noyabr tarixli “Ağbulaq Kənd Turizm-İstirahət Bölgəsinin yaradılması haqqında” Sərəncamı regionda bu sahənin inkişafına göstərilən diqqət və qayğının növbəti ifadəsidir. Naxçıvan Muxtar respublikamızda turizm işinin təkmilləşdirilməsi, həmin sahənin gələcək perspektivlərinin müəyyənləşdirilməsi üçün qəbul edilən hüquqi sənədlər isə turizm quruculuğu istiqamətində görüləcək işlərin ümumi məzmununu özündə əks etdirilməsi üçün 23 aprel 2018-ci il tarixində muxtar respublikada turizm sahəsində dövlət idarəçiliyinin təkmilləşdirilməsi məqsədilə Naxçıvan Muxtar Respublikası Ali Məclisi Sədrinin müvafiq Sərəncamı ilə Naxçıvan Muxtar Respublikasının Turizm Departamenti yaradılıb.

Naxçıvan Turizm İnformasiya Mərkəzinin yaradılması, Naxçıvan Dövlət Universitetində və “Naxçıvan” Universitetində “Turizm və otelçilik” ixtisaslarının açılması, İran İslam Respublikası və Türkiyə Respublikası ilə sərhəd-keçid rejiminin sadələşdirilməsi, yeni beynəlxalq marşrutların təşkili turizmin inkişafına əlverişli şərait yaradıb.

2018-ci ildə Naxçıvan Muxtar Respublikası Turizm Departamentinin xətti ilə kənd turizminin inkişafı mövzusunda keçirilən maarifləndirici tədbirlər bu sahənin inkişafına təsir edib. Əhalinin iştirakı ilə keçirilən tədbirlərdə kənddə istirahət etmək istəyən turistlər üçün minimum şərait yaradılması ilə turizm mövsümü ərzində yaxşı gəlirlər əldə etməyin mümkünüyü diqqətə çatdırılıb. Həmçinin Naxçıvan Muxtar Respublikası kənd turizminin inkişafı istiqamətində də ardıcıl tədbirlər görülməsi məqsədilə, Naxçıvan Muxtar Respublikası Ali Məclisi Sədrinin Ağbulaq Kənd Turizm-İstirahət Bölgəsinin yaradılması haqqında 2018-ci il 29 noyabr tarixli Sərəncamına əsasən Ağbulaq Kənd Turizm-İstirahət Bölgəsi yaradılmış, kənd abadlaşdırılmış, 65 ev yenidən qurularaq müasir şəraitlə təmin edilmişdir. Həmçinin, Ağbulaq Xizək Mərkəzinin yaradılmasına başlanılmışdır. Naxçıvan Muxtar Respublikasının Turizm Departamenti tərəfindən Ağbulaq Kənd Turizm-İstirahət Bölgəsinin turist marşrutu xəritəsi hazırlanmış, kənddə yaradılmış müasir infrastruktur və geniş turizm potensialı barədə məlumatlar Azərbaycanda və 20-dən çox xarici ölkədə fəaliyyət göstərən 100-dən çox mehmanxana və turoperatorun elektron poçt ünvanlarına göndərilmişdir. Həyata keçirilən tədbirlər nəticəsində indi muxtar respublikanın ən səfalı kəndlərində – Biçənəkdə, Ağbulaqda, Dırınısda, Şahbulaqda, Küküdə və onlarca belə yaşayış məntəqələrində evlər turistlərə təklif olunur. Bu

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

cür evlər haqqında məlumat Turizm İnformasiya Mərkəzinin saytında yerləşdirilib. Həmçinin, turistlərin marağını daha çox cəlb edən, milli dəyərlərin və milli mətbəx nümunələrinin təqdim və təbliğ olunduğu festivalların keçirilməsi artıq bir ənənə halını alıb.

Həyata keçirilmiş kompleks tədbirlərin nəticəsi olaraq muxtar respublikaya 2008-ci ildə 219,1 min nəfər, 2010-cu ildə 287,6 min nəfər, 2018-ci ildə isə 414,7 min nəfər turist gəlmişdir. 2018-ci ildə muxtar respublikaya gələn turistlərin sayı 2008-ci illə müqayisədə 1,9 dəfə artmışdır.

Muxtar respublikada bu sahədə görülən işlər nəticəsində gələn turistlərin sayı son beş ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 13,1 faiz artmışdır. Şahbuz rayonunun Ağbulaq kəndində dağ-xizək turizminin inkişafı məqsədilə yeni turizm obyektinin tikintisi və kənd turizminin inkişafı, Culfa rayonunda Darıdağ Arsenli Su Müalicəxanasında yeni müalicə və istirahət kompleksinin yaradılması və həyata keçirilən digər tədbirlər muxtar respublikaya turist axınını daha da sürətləndirəcəkdir.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Azərbaycan Respublikasının “Turizm haqqında” Qanunu, 4 iyun 1999.
2. “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyası. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2012-ci il 29 dekabr tarixli Fərmanı.
3. “Azərbaycan Respublikası regionlarının 2014-2018-ci illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı”.
4. “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”, Bakı, 2016. s.2.
5. “2001-ci ildən başlayaraq Azərbaycan turizmi dayanıqlı və davamlı inkişaf yolundadır”, <https://azertag.az>, 13.04.2010.
6. “2018-2022-ci illərdə Naxçıvan Muxtar Respublikasında turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı”
7. Baxşəliyev R., “Turizm ölkə iqtisadiyyatının dayanıqlı və rəqabətədavamlı sahəsinə çevrilib”, <http://www.azerbaijan-news.az>, 16 aprel 2017-ci il
8. Əlirzayev Ə.Q., Aslanova S. Turizmin inkişafının sosial-iqtisadi problemləri. Bakı, 2006. 163 səh
9. İlqar Hüseynov, Nigar Əfəndiyeva “Turizmin əsasları” Bakı-2007. 374 səh

## ABŞERON TURİZM BÖLGƏSİNDƏ KURORT-MÜALİCƏ TURİZMİNİN MÜASİR VƏZİYYƏTİ VƏ PERSPEKTİVLƏR

b/m SULTANOVA Gülşən Abdul qızı  
müəllim VƏLİYEVƏ Günel Vahid qızı  
Bakı Dövlət Universiteti

**Abstract:** *Absheron resort tourism zone offers favorable comfort, climatic, conditions, rich mineral springs along the Caspian Sea, pomegranate beaches, and therapeutic mud resources. The complex resort factors available on the Absheron Peninsula allow the treatment of diseases of the nerves, cardiovascular system, gastrointestinal tract, pacemaker. Strategic planning of treatment tourism is carried out taking into account economic reforms taking place in the country.*

*In this point of view, the expansion of economic reforms in the region and the high rates of economic growth play a key role in the development of domestic and foreign tourism.*

**Key words:** *tourism, resort, recreation, balneological, cure-health*

Kurort-müalicə müəssisələrinin tiplərinə balneoloji, iqlim və pəncə kurortları daxildir. Respublikamızda balneoloji kurort ehtiyatları bol olsada bu sektor hələ lazımı səviyyədə inkişaf etməmişdir. Lakin, Abşeron əlverişli mikroiklim ehtiyatları komfort şərait, müalicə imkanları baxımından böyük əhəmiyyət daşıyır. Abşeronda əlverişli iqlim şəraiti iqlimlə müalicənin aero və helioterapiya növlərinin həyata keçirilməsi üçün geniş imkanlar yaradır. [6, s.383].

Bölgənin mikroiklim ehtiyatlarının turizmin təşkili baxımından qiymətləndirilməsi, əsasən, komfortlu günlərin təkrarlanması, günəşli günlərin cəmi kurort-müalicə turizminin inkişafı üçün əlverişlidir. Əlverişli subtropik iqlim şəraiti, narın qumlu çimərliklər, isti dəniz, həmçinin mineral bulaqlar və müalicəvi pəncə ehtiyatları burada istirahət və müalicənin təşkili üçün əlverişlidir, Abşeron yarımadasının şimal hissəsində Novxanı, Bilgəh, Pırşağı; şimal-şərqində Zaqluba, Buzovna, Şüvəlan, Mərdəkan, cənubunda isə Sahil, Hövsan və Şıx kurort qəsəbələri yerləşir. Balneoloji turizm resurslarından ən geniş yayılanı mineral və termal sulardır. Abşeronda termal su mənbələri daha çox



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

yayılmışdır. Burada olan termal su mənbələri əsasən yodlu-bromlu və hidrogen-sulfidlidir. Abşerondakı məşhur termal sulara "Qala", "Bilgəh", "Şıx" və "Suraxanı" və s. aiddir. Bu suların ümumi debiti 240 mln l/gündən çoxdur. Bu termal su mənbələrində temperatur 25-35°C-yə çatır. Masazır və Böyük Şordakı palçıqlı, yodlu-bromlu, minerallaşması yüksək olan müalicəvi sular da mühüm balneoloji ehtiyatlar sayılır. Xalq arasında bu sulara kükürdlü sular da deyilir. Bu suların temperaturu yüksək olur. Ölkədə kükürdlü suların bütün növlərinə təsadüf edilir. Bu sular neft və bitumlu rayonlarda, hidrogen-sulfid qazlı sular Abşeron bölgəsində geniş yayılmışdır.

Abşeron yarımadasında mövcud olan kompleks kurort amilləri sinir, ürək-damar sistemi, mədə-bağırsaq, dayaq-hərəkət aparatı xəstəliklərinin müalicəsinə imkan verir. Burada dənizsahili boyunca sanatoriya, pansionat və istirahət mərkəzləri fəaliyyət göstərir. Masazır və Böyük Şordakı palçıqlı, yodlu-bromlu, minerallaşması yüksək olan müalicəvi sular da mühüm balneoloji ehtiyatlar sayılır. Bu göllərdə olan müalicəvi palçıqlar və suyunun tərkibi Gürcüstanın "Axtala" palçıq vulkanı kurortunda olan balneoloji ehtiyatlara oxşardır.

Masazır və Böyük Şorda müalicəvi palçıqların ümumi hesablanmış ehtiyatı  $133 \times 106 \text{ m}^3$  təşkil edir. Hazırda bu müalicəvi palçıqlar əsasında yerli əhəmiyyətli müalicə vannalarından Abşeronun bir sıra sanatoriyalarında, müxtəlif müalicə müəssisələrində Masazır və Böyük Şorun müalicəvi palçıqlarından istifadə olunur. "Binəqədi" gölünün də müalicəvi əhəmiyyəti vardır. Gölün suyunun tərkibində müxtəlif minerallar, yod-brom vardır. Abşeronun digər palçıq vulkanlarından olan "Axtarma", "Qaradağ", "Daşqılın" da müalicəvi xassələrə malik olsada, hazırda qeyd olunan müalicəvi palçıqlardan istifadə edilmir.

Azərbaycanda balneoloji rekreasiya ehtiyatlarından istifadə qənaətbəxş səviyyədə deyildir. Bunların cəmi 5-10%-i kurort müəssisələrində istifadə olunur. Respublikada "Kurort" Səhmdar Cəmiyyətinin tabeliyində 11130 yerlik balneoloji sanatoriya kompleksi vardır. Bundan başqa, özəl şirkətlərə məxsus müalicə vannaları, balneoloji müəssisələrdə ümumi yerlərin sayı 1325-yə çatır. Özəl balneoloji kurortlarda xidmət müalicə ilə yanaşı, digər istirahət növləri ilə birlikdə aparılır ki, bu da onları sanatoriya-kurort kompleksi adlandırmağa imkan vermir. "Kurort" Səhmdar Cəmiyyətinin tabeliyində olan sanatoriya-kurort müəssisələrində faktiki olaraq, fəaliyyət göstərə bilən yerlərin sayı 7594-ə çatır ki, bunun da 5910-u il boyu xəstələri qəbul edə bilər. Bunların əsas hissəsi Abşeron kurortlarının payına düşür (65%). [1, s.32].

Hal-hazırda "Kurort" Səhmdar Cəmiyyətinin tabeliyində olan "Bilgəh", "Abşeron", "Qaranquş", "Günəşli", "Şıx", "Qalaaltı" sanatoriyaları, həmçinin "İlisu" pansionatı fəaliyyət göstərir. "Bilgəh" sanatoriyası 460 yerlik olmaqla, kardioloji xəstəliklərin müalicəsi üzrə ixtisaslaşmışdır. Bu sanatoriyada əsas təbii müalicə faktorları kimi iqlim, dəniz, narın qumlu çimərliklər və kurort ərazisində mövcud olan yodlu-bromlu və sulfidli mənbələridir. Burada iqlimlə müalicə, talassoterapiya (dənizdə çimmə may ayının ortalarından sentyabrın ortalarındakək həyata keçirilir), balneoterapiya (Suraxanıdakı mənbədən əldə olunmuş yodlu-bromlu və sulfidli su vannaları) müalicəsi tətbiq olunur. Sanatoriya kompleks xidmət göstərmək imkanlarına malikdir.

"Abşeron" sanatoriyası Mərdəkan qəsəbəsində yerləşir və mədə-bağırsaq xəstəlikləri üzrə ixtisaslaşmışdır. Bu sanatoriya 740 yerlik çarpayı tutumuna malikdir. Burada balneopalçıq müalicəxanası fəaliyyət göstərir. "Qaranquş" sanatoriyası uroloji xəstəliklər üzrə ixtisaslaşmış Mərdəkan qəsəbəsində yerləşir, sanatoriya 510 yerlikdir.

Sanatoriyada balneopalçıq müalicəxanasında təbii müalicəvi palçıq və yodlu-bromlu sularla müalicə həyata keçirilir. Son illərdə həyata keçirilən təmir-bərpa işləri ilə əlaqədar olaraq xidmət səviyyəsi yüksəlmişdir.

"Günəşli" sanatoriyası Mərdəkan qəsəbəsində yerləşir və nevroloji xəstəliklərin müalicəsi üzrə ixtisaslaşmışdır. Sanatoriya 735 yerlik çarpayı tutumuna malikdir, lakin tam gücü ilə işləmir. "Şıx" sanatoriyası Bibiheybət qəsəbəsində yerləşir, 210 yerlik balneoterapevtik sanatoiyada dayaq-hərəkət sistemi və dəri xəstəlikləri müalicə olunur.

Bununla yanaşı, ayrı-ayrı özəl klinikalarda (xüsusilə Bakıda) müalicəvi palçıqlardan, mineral və termal sulardan istifadə etməklə də xəstələrin müalicəsi aparılır. Balneoloji kurort ehtiyatlarından istifadə etmək üçün kompleks sanatoriya-kurort və sağlamlıq mərkəzlərinin yaradılması mümkündür. Nəzərə almaq lazımdır ki, balneoloji kurortlardan əsasən ölkə vətəndaşları istifadə edir, bu da yaxın gələcəkdə kurort təsərrüfatının inkişafına təkan verən amillərdən sayıla bilər.

Bölgədə fəaliyyət göstərən kurortların səmərəliliyinin və müasir tələblərə uyğun fəaliyyətinin təmin olunması məqsədilə kompleks xidmətlərin təqdim olunmasına diqqət artırılmalıdır. Bu

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

məqsədlə, sanatoriya-kurort müəssisələrində animasiya, aktiv istirahət formaları, SPA xidməti təşkil olunmalıdır.

Ölkədə kurort təsərrüfatının inkişafı üçün əsaslı dəyişiklərin olunmasına ehtiyac duyulur. Kurort təsərrüfatının öz əvvəlki şöhrətini bərpa etməsi məqsədilə, 2007-ci ildə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərmanı ilə 2009-2018-ci illərdə ölkədə kurort təsərrüfatının inkişafı məqsədilə dövlət proqramı qəbul edilmişdir. Bu dövlət proqramında ölkə ərazisində mövcud təbii müalicə ehtiyatlarının öyrənilməsi, onlardan səmərəli istifadə olunmasının təşkili, sanatoriya-kurort müəssisələrində göstərilən xidmətlərin kəmiyyət və keyfiyyət göstəricilərinin yüksəldilməsi ilə səmərəliliyinin artırılması, bu sahədə zəruri infrastrukturun yaradılması, yeni idarəetmə və marketinq üsullarının tətbiqi, özəl sektorun fəaliyyətinə dəstəyin artırılması ilə bağlı işlərin görülməsi nəzərdə tutulur [3, s.12].

Kurortlara gələnlərin yaş xüsusiyyətlərinə və maraqlarına uyğun olaraq müxtəlif animasiya proqramlarını təşkil etməklə həm gələnlərin istirahətini mənalı etmək, həm də istirahət və müalicə müddətini uzatmaqla bu sahədən əldə olunan gəlirləri artırmaq mümkündür. Ölkədə fəaliyyət göstərən müalicə-sağlamlıq müəssisələrində müxtəlif mədəni (festivallar, konsertlər, musiqi gecələri, teatr tamaşaları, sərgi və s.) və idman (fərdi və qrup idman növləri) animasiya proqramlarının təşkili vacibdir, xüsusilə, "Kurort" Səhmdar Cəmiyyətinin nəzdində olan dövlət sanatoriyalarında bu cür proqramlar təşkil olunmalıdır.

Hal-hazırda dünya təcrübəsində sanatoriya və kurortlarda SPA-Wellness xidmətlərinin göstərilməsi geniş yayılmışdır. Abşeronda isə, SPA xidmətləri yalnız son illərdə yaradılmış bəzi özəl müalicə-sağlamlıq müəssisələrində Yengicə (Qəbələ), Chinar Hotel & Spa Naftalan, Qaşaltı (Naftalan) göstərilir. Dövlətə məxsus müəssisələrdə isə bu cür xidmətlər göstərilir. Gələcəkdə bu tip xidmətlər göstərən SPA mərkəzlərinin yaradılması böyük önəm daşıyır, xüsusilə, Abşeronda yerləşən balneoloji kurortlarda SPA xidmətləri göstərən mərkəzlərin yaradılması xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsi, istirahət və müalicənin effektivliyinin artırılması baxımından vacibdir.

Ölkədə sanatoriya-kurort xidmətlərinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi və səmərəli fəaliyyətin təmin edilməsi məqsədilə, dövlət müəssisələrinin özəlləşdirilməsi bu sahənin inkişafına təkan verə bilər. Belə ki, sanatoriya-kurort müəssisələrinin fəaliyyəti yalnız müalicə ilə məhdudlaşmamalıdır. Onlar dünya praktikasında olduğu kimi müştərilərin istirahətinə istiqamətli müxtəlif xidmətlərin göstərilməsinə diqqətə axtırılmalıdırlar. Bununla bağlı olaraq, həmin müəssisələrdə müxtəlif əyləncə, idman ləvazimatları, ekskursiya (kiçik miqyasda), sakit istirahətə üstünlük verənlər üçün yaşillıq ərazilərin və parkların olması önəmlidir.

Ölkədə fəaliyyət göstərən kurort-sanatoriya müəssisələrinin özəlləşdirilməsi məqsədilə ilk öncə "Kurort" Səhmdar Cəmiyyətində dəyişiklər edilməli, mövcud kurort müəssisələrinin bərpası həyata keçirilməli və orada məskunlaşmış qaçqınlar başqa ərazilərdə köçürülməlidirlər. Kurort müəssisələrinin özəlləşdirilməsindən sonra bu sahəyə xarici investisiyaların cəlb olunması mümkün ola bilər. Lakin özəlləşdirmə Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi və Səhiyyə nazirliklərinin tabeliyində olan bərpa müəssisələrinə aid olmamalıdır. Digər müalicə-sağlamlıq müəssisələrindən fərqli olaraq, bu müəssisələr əhalinin sosial təminatının təmin edilməsi məqsədinə xidmət edir və əksər ölkələrdə özəlləşdirilmir. [2, s.38]

Bu sahənin dirçəldilməsi üçün təbii-rekreasiya ehtiyatlarından istifadəyə şərait yaradılması, ilk mərhələdə sahibkarlara dövlət tərəfindən güzəştli kreditlərin verilməsi, onları bu sahəyə investisiya qoymağa stimullaşdırmaq üçün bir çox güzəştlərin edilməsi, yeni özəl sanatoriyaların açılmasının dəstəklənməsi böyük əhəmiyyət daşıyır. Bu baxımdan özəlləşdirməyə ilk öncə Abşeronda yerləşən kurortlardan başlanılması və model olaraq kompleks xidmətlər göstərən kurort müəssisələrinin yaradılması lazımdır.

Müalicə-sağlamlıq müəssisələrinə yerli və xarici turistlərin cəlb olunmasında dövlət və özəl müəssisələr marketinq tədbirləri həyata keçirməlidirlər. Beləliklə, bölgədə müalicə-sağlamlıq müəssisələrinin yenidən qurulması, göstərilən xidmətlərinin keyfiyyət və kəmiyyətinin artırılmasına yönəldilmiş bir çox işlərin görülməsinə ehtiyac var. Bu tədbirlər həyata keçirilərsə, gələcəkdə ölkəmiz müalicə-sağlamlıq turizminin inkişafı ilə seçilən ölkəyə çevrilə və bu sahədən əhəmiyyətli gəlirlər əldə edə bilər.

Müalicəvi turizminin strateji planlaşdırılması ölkədə baş verən iqtisadi islahatlar nəzərə alınmaqla aparılır. Bu baxımdan bölgədə iqtisadi islahatların genişlənməsi, iqtisadi artım templərinin yüksək olması daxili və xarici turizmin inkişafında baza rolunu oynayır. Buna görə də, müalicəvi-sağlamlıq

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

turizminin inkişafının iqtisadi artımda rolunun yüksək olması mövcud balneoloji resurs potensialından səmərəli istifadə olunmasını zəruri edən amillərdəndir. Müalicəvi turizmin strateji planlaşdırılmasında göstərilən amillərin üstün tutulması vacibdir:

- balneoloji turizm potensialından səmərəli istifadə etməklə, ölkənin ümumi iqtisadi inkişafında rolunun artırılması;
- kurort turizminin sosial-iqtisadi əhəmiyyətini artırmaq məqsədilə regionların rekreasiya potensialının dövrüyyəyə cəlb edilməsi fəaliyyətinin gücləndirilməsi;
- müalicə və sağlamlıq turizmində marketinq fəaliyyətinin genişləndirilməsi və turizm bazarında bu sahəyə yönələn tələb-təklifin öyrənilməsi;
- müalicə və sağlamlıq turizminin maliyyə imkanlarının artırılması məqsədilə yerli və xarici sərmayədarların cəlb olunması üçün əlverişli investisiya mühitinin yaradılması;
- müalicəvi turizmdə kiçik sahibkarlığın rolunun artırılması.
- müalicəvi turizmle bağlı olan xidmətlərdə, əsasən, turpaketdə qidalanma xidmətlərinin turistlərin öz vəsaiti hesabına ödəməsi ölkənin əksər istirahət mərkəzlərində geniş yayılmışdır. Buna görə də, əhalinin kütləvi istirahəti üçün ölkədə fəaliyyət göstərən turizm mərkəzləri cəlbedici olsa da, qiymətlərin yüksək olması və tam pansion xidmətlərin göstərilməməsi onlardan istifadəni məhdudlaşdırır.

Son illər daxili turizmdə əhalinin kütləvi istirahətinin təşkili məqsədilə özəl istirahət mərkəzləri müxtəlif iri müəssisələrlə müqavilə bağlamaqla, işçilərin 10-12 günlük istirahətini təşkil edirlər. Belə müqavilələr Dövlət Neft-Qaz Şirkəti, neft emalı müəssisələri, xarici müştərək təşkilatlarla imzalanmışdır.

Bölgədə müalicəvi turizmin inkişafı kiçik və orta biznesin formalaşması ilə birbaşa bağlıdır. Kiçik və orta biznes xidmət və ticarət sahəsində daha çox yayılmışdır. Kiçik müəssisələrin rahat idarə olunması, bazarda rəqabət imkanlarının böyüklüyü, investisiyaların daha çox cəlb olunmasına görə digər iri müəssisələrdən üstündür. Bununla yanaşı, kiçik müəssisələrdə məhsulların bazara tez uyğunlaşması, manevr imkanlarının genişliyi müxtəlif məhsullar üzrə ixtisaslaşması onun imkanlarını artırır.

Ölkəmizdə kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı «Regionların sosial-iqtisadi inkişafı haqqında» Dövlət Proqramında nəzərdə tutulmuş və prioritet sahə kimi götürülmüşdür. Belə ki, ölkədə kiçik və orta sahibkarlara məxsus olan özəl şirkət və müəssisələr bütövlükdə istehsal sahələrinin 42%-ni, xidmət sahələrinin 78%-dən çoxunu təşkil edir. Kiçik və orta biznes sahəsinin xidmət sektorunda payının çox olması bu sahənin tamamilə özəlləşdirilməsi və inkişafı ilə bağlıdır. [5 s.34 ]

Turizmdə kiçik və orta biznesin inkişafı əhalinin məşğulluğunun artmasına, ölkə iqtisadiyyatının stabilləşməsinə, müxtəlif xidmət sahələrinin genişlənməsinə imkan yaradır. Bu baxımdan turizmdə kiçik və orta biznesin genişlənməsi dövlətin sosial-iqtisadi siyasəti ilə əlaqələndirilir. Turizm sahəsində vergilərin azaldılması da bu siyasətin tərkib hissəsini təşkil edir.

Müalicəvi turizmin əsas istiqamətlərindən biri də sosial turizmin inkişaf etdirilməsidir. Respublikada 1996-cı ildən sonra baş verən iqtisadi sabillik, əhalinin maliyyə gəlirlərinin tədricən artması da sosial turizmin inkişafına təsir göstərməmişdir. Belə ki, yeni tikilən istirahət-turizm müəssisələrində qiymətlərin yüksək olması əhalinin daha çox imkanlı təbəqəsinin tələbatını ödəyirdi. Sosial turizmdə kurort xidmətləri "Kurort" Səhmdar Cəmiyyəti tərəfindən həyata keçirilirdi.

Sosial turizmin inkişafı əhalinin kütləvi hissəsinin maraqlarını təmin etməklə yanaşı, asudə vaxtın səmərəli təşkili, bölgələrdə və şəhər ətrafında istirahət-sağlamlıq müəssisələrinin genişlənməsinə təsir göstərə bilər. Bu baxımdan bölgələrdə istirahət mərkəzlərinin genişləndirilməsi, əhalinin daxili turizm hərəkətində fəal iştirakı birbaşa sosial turizmin inkişafı ilə bağlı ola bilər.

Ölkənin kurort xidmətlərində yollayışların mövcud qiymətlərə uyğunlaşdırılması məqsədəuyğun olardı. Araşdırmalar göstərir ki, respublikamızda fəaliyyət göstərən sanatoriyalarda 20 günlük istirahət və müalicənin qiyməti hər nəfər üçün 550-1200 manat təşkil edir. Bu qiymətə 20 gün ərzində 3 dəfə qidalanma (tam pansion) və müalicə xidmətləri daxildir. Müalicə xidmətləri nisbətən yaxşı olsa da, yeməklə təminat qənaətbəxş deyildir. Belə ki, əksər sanatoriyalarda verilən yeməklərin keyfiyyəti aşağı olduğuna görə, müştərilər ondan imtina edirlər. Digər tərəfdən sanatoriya otaqlarında çarpayılardan və digər avadanlıqların köhnə olması, həmçinin televizor, soyuducu kimi avadanlıqların yoxluğu, hər nömrədə ayrıca vanna otağının olmaması yollayışın qiymətinin çox yüksək olduğunu göstərir. Bunu nəzərə alaraq, sanatoriyalarda əvvəlcə xidmətin səviyyəsi yüksəldilməli, sonra isə yollayışların qiymətləri ona uyğunlaşdırılmalıdır.

Abşeron bir çox hidromineral ehtiyatları vardır ki, bu da sanatoriya-kurort işinin inkişafı üçün əhəmiyyətlidir. Eyni zamanda termal suların debitinin yüksək olması bir çox sağlamlıq turizm

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

növlərinin inkişafına imkan vermiş olur. Mineral suların, müalicə nefti və palçığının olması kurort yerlərinin əhəmiyyətini artırmaqla yanaşı, onların il boyu fəaliyyət göstərməsinə şərait yaradır. Bu xidmət sahəsi çox gəncdir. Bu gün respublika ərazisində 27 minə qədər yeri olan 132 sanatoriya və istirahət müəssisələri və 4 minə yaxın yeri olan 10 turist bazası yaradılıb. Sağlamlıq ocaqlarında ildə orta hesabla 600 mindən artıq adam müalicə oluna bilər. Azərbaycanın kurort ehtiyatları burada müalicə olunan və istirahət edənlərin sayını 2 milyona qədər artırmağa imkan verir. Bu baxımdan Xəzər sahilı zonanın əhəmiyyəti daha böyükdür. Bu zonanın çox böyük üstünlükləri var. Abşeron sahillərindəki hidrogen-sulfidli termal və yodlu-bromlu müalicəvi suların zənginliyi onlardan kompleks istifadə etməyə imkan verir. Bölgədə qeyd olunan termal suların potensialından az miqdarda istifadə olunur, termal sulardan əsasən dayaq-həkət orqanları, dəri xəstəlikləri müalicə olunur. Təbii müalicəvi sulara olan tələbatın artması, otellərdə və SPA mərkəzlərində ondan istifadə olunması imkanların nəzərə alaraq regionda yerli termal mənbələrdən istifadə etmək mümkündür.

Abşeron yarımadası kurortlar qrupu rayonu respublikamızda məşhur kurort guşəsidir. Təxminən 53 kilometr dənizin içərisinə doğru irəliləyən bu yarımada çimərliklərlə əhatələnib. Abşeron yarımadası iqliminə görə subtropik iqlimə çox yaxındır. Burada isti yay, günəşli payız, mülayim qış keçir, yazı nisbətən qısa olur. Abşeron təkcə qumlu sahil və dənizlə xarakterizə edilmir, burada həm də çoxlu şəfa bulaqları qaynayır. Belə ki, Suraxanı, Sabunçu və Şıx burnunda çıxan və tərkibi yod, brom və böyük müalicə təsiri gücünə malik çoxlu başqa maddələrlə zəngin mineral sular həm də böyük müalicə əhəmiyyətinə malikdir. Təəssüf ki, ərazidəki palçıq vulkanlarının müalicə palçıqları balneoloqlar və kurortoloqlar tərəfindən lazımcə tədqiq olunmayıb.

Bunlara metan və kükürlü oksigen suları, mineral palçıq, mineral göllər, çimərliklər, dənizkənarı iqlim stansiyaları daxildir. Yarımada böyük sayda metan və kükürlü mineral sular vardır. Zığ qəsəbəsində və Şıxda mineral suların xüsusilə müalicəvi əhəmiyyət daşıyır.

Respublikada əsas turizm tələbatının qeyd olunan regionda formalaşması və onlar arasında müalicə və sağlamlıq turizminə maraqların artması bölgənin termal sularının potensialından geniş istifadə olunmasına imkan vermiş olardı. Bu baxımdan qeyd olunan potensialdan istifadə rəspektivlərinin çox olmasını nəzərə alaraq gosterilən imkanların təklif etmək olar – ölkədə fəaliyyət göstərən otellərin əksəriyyətinin Abşeronda cəmlənməsi onların SPA xidmətlərində yerli mənbələrdən istifadə etməyə imkan vermiş olardı. Bu məqsədlə otellərin müalicə-sağlamlıq mərkəzlərində yerli etiyatlardan istifadə olunması üçün onların müalicəvi xüsusiyyətlərinin öyrənilməsi və SPA xidmətlərində istifadə imkanları müəyyən olunmalıdır.

Termal suların bazasında fəaliyyət göstərən müəssisələrin müasirləşdirilməsi, yeni SPA texnologiyası ilə təmin olunması vacibdir. Dövlət proqramına uyğun olaraq Abşeronda mövcud sanatoriya xidmətlərinin genişləndirilməsi üçün investisiyaların cəlb olunması mümkündür.

Termal suların bazasında yeni kompleks kurort xidmətlərinin yaradılması. Dövlət və yerli investisiya fondları hesabına, bu sahədə mövcud olan iqtisadi güzəştlərdən istifadə etməklə sahibkarlıq subyektlərin bu sahəyə cəlb etmək mümkündür.

Bölgənin termal sularla zəngin olmasına baxmayaraq onlardan istifadənin səviyyəsi aşağı olaraq qalır. Bölgədə turizmin müxtəlif növləri inkişaf etsə də, müalicəvi turizmə maraq aşağı olaraq qalır. Müqayisə üçün qeyd edək ki, Avstriyadakı termal suların tərkibi Abşeron bölgəsində ki, sularla oxşardır. Avstriyanın balneoloji kurortları ilboyu fəaliyyət göstərir. Bu kurortlarda müalicə xidmətləri ilə yanaşı müxtəlif turizm tədbirlərindən istifadə olunur. Zalsburdan cənubda Sell və Zalbax dağ idman mərkəzləri termal kurortları fəaliyyət göstərir.

Dağ kurortları olan Lex və Lankədə kurort turizmlə bağlı olan tədbirlər yay mövsmü ilə yanaşı qış idman turizminə əhatə edir ki, nəticədə bölgəyə gələn turistlərin sayının ilbəl artmasına səbəb olur. Ştiriya turizm bölgəsində Bat-Qleyhenburq balneoloji kurortu, şimalda isə mənzərəli Marsel kurort mərkəzi yerləşir. Buradakı mineral suların tərkibi karbonlu və sulfidli, karbonlu suların ibarətdir. Temperaturu 40-50 dərəcədən yüksək olan vanna müalicəsi aparılır. Bunlardan ən məşhurlarına Xayptukle termal suyudur. Bölgədə eyni tərkibli suların olması və əlverişli coğrafi mövqedə yerləşməsi onlardan müalicə-sağlamlıq turizmində istifadə olunmasına imkan verir. İrandan gələn turistlərdə bu kurortlara cəlb olunması mümkündür.

Respublikanın digər regionalında termal sularından istifadə vəziyyəti eyni olaraq qalır. Bölgələrdə termal suların bazasında yerli əhəmiyyətli müalicə vannaları fəaliyyət göstərir.

Müalicəvi turizm üzrə Azərbaycana rəqib ola biləcək və bu sahədə ixtisaslaşmış, münasib qiymətlər təklif edən ölkələr çoxdur. Bizim vətəndaşlarımızın bir qismi Şimali Qafqaz, Gürcüstan və ya Ukraynada, daha

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

yaxşı imkanları olanlar isə Çexiyada müalicəyə üstünlük verir. Bu ölkələr bu sahədə böyük uğurlar əldə ediblər və yaxşı pul qazanırlar. Bu ölkələr Azərbaycanın bu sahədə ən güclü rəqibləridir.

Onu da qeyd edək ki, müalicə mərkəzlərindəki qiymətlər də müştəri cəlbində böyük rol oynayır. Azərbaycanın mineral suları Şimali Qafqazdakı müalicə sularının bənzəridir. Bu bölgədə üçulduzlu oteldə 21 günlük kursun qiyməti 1500 manatdır. Təyyarə biletinin qiyməti bu tarifə daxil deyil. Ukraynada qiymətlər 1300-1800 manat arasında dəyişir. Çexiyada qiymətlər 2000 manatdan başlayır.

"Bilgəh" sanatoriyasında xidmətlərin dərəcəsi asılı olaraq paketlər 520 manatdan başlayır. Rəqəmlərdən görüldüyü kimi, dövlət tabeliyindəki müəssisələrdə müalicə turizmi daha ucuzdur. Amma bu mərkəzlərdə əlavə turizm xidmətlərinin heç biri göstərilmir. Adıçəkilən ölkələrdə isə paketə ən populyar turizm xidmətləri (ekskursiya, əyləncə xidmətləri və s.) daxildir. Rentabelliği saxlamaq üçün digər xidmətlərinin olması vacibdir. Respublikada özəl sanatoriyalarda bir sıra turizm xidmətləri göstərilə də, qiymət münasib deyil. Məsələn, Qəbələdəki özəl müalicə müəssisəsində bir günlük seans 70 manatdır. Bu da əhalinin kütləvi hissəsinin maraqlarını təmin etmir. [2, s.45].

Termal sulardan istifadənin perspektivləri üçün-termal sulardan kompleks istifadə etmək, investisiyaları cəlb etmək, termal suların bazasında yeni müasir xidmətlər göstərən müalicə-sağlamlıq komplekslərinin yaradılması, ölkədən xaricə müalicə-sağlamlıq məqsədilə gedən turistlərin cəlb olunması üçün marketing fəaliyyətinin genişləndirilmək, otellərdə SPA xidmətlərində termal sulardan istifadə, rekreasiya zonalarının daxilində müalicəvi-sağlamlıq turizmi ilə bağlı olan mərkəzlərin təşkili və s. nəzərdə tutulur

Son dövrlərdə müalicə-sağlamlıq turizm bazarı dəyişikliklərə məruz qalmış və daha fərqli anlam kəsb etməyə başlamışdır. Daha çox yaşlı nəslin müalicə və sağlamlıq yeri olan ənənəvi sanatoriya-kurort müəssisələri hal-hazırda daha geniş istehlakçı kütləsinə istiqamətlənən çoxfunksiyalı sağlamlıq mərkəzlərinə çevrilmişlər.

Kurort mərkəzlərində baş verən müasir dəyişikliklər iki başlıca hadisə ilə əlaqədardır. Hər şeydən öncə onu qeyd etmək lazımdır ki, müalicə və sağlamlıq turizminə tələbinin xarakteri dəyişmişdir.

Turizmə dövlət və bələdiyyə orqanları tərəfindən göstərilən maliyyə yardımının da daxil olduğu ənənəvi yardımların tədricən azaldılmasıdır. Buna görə də, müalicə mərkəzləri daha çox müştəri cəlb etmək məqsədilə öz xidmətlərinə və məhsullarına çeşid və keyfiyyət dəyişikliyi edərək istehlakçı bazarına uyğunlaşmalı olurlar.

İnsanlar istirahət üçün sanatoriya seçərkən tibbi – müalicəvi xidmətlə yanaşı, müəssisənin animasiya və idman proqramları çeşidliliyini də nəzərə alırlar. Əhalinin rekreasiya xidmətlərinə və istirahətin keyfiyyətinə tələbatının artması, əsas məqsədi insanların həyat keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, ömür müddətinin uzadılması və sağlamlığının bərpası olan kurort-rekreasiya sisteminin böyüməsinə səbəb olmuşdur. Müasir müalicə-sağlamlıq turizm bazarı özündə müalicə xidmətlərini təşkil edən müəssisələri və bu xidmətləri istehlakçılara əlçatan edən vasitəçi turizm müəssisələrini ehtiva edir. Olduqca qiymətli müalicəvi təbii resursları, bu resursların hasilatı və emalını təmin edən bahalı tibbi texnikanı əhatə etdiyi üçün müalicə xidmətləri bahalı xidmətlər kateqoriyasına daxildir. Effektiv müalicə xidmətinin təşkili həm də xüsusi hazırlanmış tibbi mütəxəssis heyəti olmadan mümkün deyildir. Əlavə olaraq qeyd etmək lazımdır ki, müalicə müəssisələrində istirahət edənlər üçün xüsusi dietik yemək proqramları da hazırlanır.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Azərbaycan turizminin statistikasi, Bakı – 2014, 268 s.
2. Azərbaycan Respublikasının qanunlar toplusu, Bakı – 2012, 332 s.
3. Azərbaycan Respublikası regionların sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı (2004-2008), Bakı – 2004
4. Azərbaycan Respublikası regionların sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı (2009-2013), Bakı – 2009
5. Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı, Bakı – 2002.
6. Soltanova H.B. Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı, Bakı – 2015, s. 382-387

## **AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI ÜÇÜN AQROTURİZMİN İQTİSADI VƏ SİYASİ MAHİYYƏTİ**

**doktorant Ceyhun MUSAYEV**

*Bakı Biznes Universiteti*

***Abstract:** Tourism has a strategic position for developed and developing countries. It helps countries economically and socially in many ways. Tourism, which plays an important role in bringing the mortality to other countries, affects the capability of the countries. Developed and developing countries aim to the tourism and the diversification of tourism by tourism itself.*

*One of the benefits of agrotourism is to protect the environment. By creating environmental sensitivity according to other types of tourism, it aims at reaching tourists having knowledge and awareness. This will lead to the protection of the natural environment, which is the main source of tourism. In addition, it is possible to ensure tourism activities throughout the year with agrotourism. Organization of activities on farms during the months will help to select tourists during the winter.*

***Key words:** agrotourism, economic development, political essence, introduction of the country, protection of local traditions.*

Hazırda Avropada aqroturizm daha çox populyarlaşıb. Turistlər tətillərini fermer təsərrüfatlarında keçirməyə üstünlük verirlər. Avropa Birliyində belə fermer təsərrüfatlarının sayının 600 mini keçdiyi qeyd olunur. Aqroturizm səslı-küylü şəhər həyatından kənarlaşmaqla, ekoloji baxımdan təmiz kənd təsərrüfatı məhsulları, həm də mənzərəli yerlərin seyrinə yaranan ehtiyacdən irəli gəlir. Qafqaz dövlətləri arasında dağ turizmi, aqroturizm və qorunan ərazilərdə ekoturizmin inkişafı ilə bağlı Azərbaycanın imkanları daha yüksəkdir. Kənd təsərrüfatı bütün ev təsərrüfatlarının 45 faizini əhatə edir. Ölkəyə gələn qonaqlara xidmət göstərilməsi üçün fermerlərə təlimlərin keçilməsi mümkün deyil, lakin Qafqaz dağları fonunda mənzərəli kəndlər yaxınlığındakı evlərdə qalmaqla imkanları mövcuddur. Şimal rayonlarında lalə və çöl gülləri vardır. Ölkənin cənub rayonlarda (xüsusilə Lənkəranda) aqroturların təşkil edilməsi və bu qəbildən olan digər tədbirlərin keçirilməsi üçün böyük imkanlar mövcuddur.

Aqroturizmin sosial-iqtisadi mənası çoxşahəli və kompleks göstəricilərlə ifadə olunur. Onun əsas məqsədi kommərsiya gəlirləri gətirmək, yerli resurslardan istifadə etmək, əhalinin rifahı üçün infrastrukturunu genişləndirməkdən ibarətdir. Aqroturizm fəaliyyət dairəsi olmaqla sahibkarlığa şərait yaradır. Aqroturizm biznesin və korporativ idarəetmənin obyektı olaraq genişlənir. Aqroturizmin sosial mənası iş yerlərinin açılması, ev təsərrüfatının inkişafı və kəndin sosial-iqtisadi inkişafını təşkil etmək vəzifəsi təşkil edir. İqtisadi və sosial inkişafın problemləri, həmin resurslardan istifadənin səmərəli təşkili və məşğulluğun artması məqsədlərinə uyğun olaraq təşkil olunur. Aqroturizm fəaliyyəti xidmət sferası olmaqla turistlərin ehtiyacını ödəmək üçün fəaliyyət göstərir. Aqroturizm fəaliyyətinin təşkilinin təşkilinin resurs potensialı, regionun resurs potensialı, əhalinin rifahının yüksəldilməsi problemlərinin həlli üçün aparıcı amil rolunu oynayır. Aqroturizmin dünya təcrübəsi hər bir ölkəni iqtisadi quruluşu və əhalinin sosial-dəmoqrafik tərkibi ilə ixtisaslaşır. İctimai əmək bölgüsündə Aqroturizm sferası iqtisadi rol oynamaqla ÜDM-in və əhalinin rifahının əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Aqroturizm sferası ölkə iqtisadiyyatının sahə və ərazi strukturunun tərkibi olmaqla iqtisadi potensialın formalaşması və sosial inkişafın əsas istiqaməti olaraq müasir şəraitdə yeni bazar tipli xüsusiyyətlər kəsb edir. Aqroturizmin tədqiqi və proqnozu müxtəlif yanaşma və məqsədli inkişaf strategiyası baxımından öyrənilir. Beynəlxalq Aqroturizm əlaqələrin inkişafına əhalinin tələbatının ödənilməsinə və ölkənin iqtisadi potensialının xaricilər üçün istifadəsi yolu ilə ixracat potensialının artırılmasına yönəldilir. Aqroturizmin tədqiqi və proqnozu, onun təşkili və idarə edilməsi müasir iqtisadi inteqrasiyanın və inkişafın perspektiv istiqaməti olaraq öz əhəmiyyətini artırır. Aqroturizmin inkişafı həyat tərzi və həyat şəraitinin inkişafı ilə zəruriləşən və yeni potensial mənbələrinə yönəldilən sahə kimi inkişaf edir. Ölkədə olan iqtisadi artımın mənbəyi və sosial problemlərin həlli üçün aqroturizm sferası əlaqələndirici rol oynayır. Aşağıdakı istiqamət lər aqroturizmin yeri və rolunun nəzəri-metodoloji aspektlərini formalaşdırır [1, s. 28]:

- Aqroturizmin iqtisadi artımda rolu və ölkə iqtisadiyyatının inteqrasiya amili olaraq
- zəruriliyini formalaşdırır;

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

- Aqroturizmin ölkə əhalisinin məşğulluğu və yerli resursların istehsal və xidmət dövrüyyəsinə cəlb edilməsinin əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirir;
- Aqroturizmin inkişafı ixracatçı siyasətin yeni və daha səmərəli forması olaraq turist tələbatına uyğun struktur transformasiyanın modelini yaradır;
- Aqroturizm ölkəsi daha çox səmərəli fəaliyyət, Aqroturizm sferasına baxış, onun məqsədi, vəzifələri və təşkili fəaliyyətində iştirak edən subyektlər və mexanizmlər, onun metodoloji əsaslarını təşkil edir.

İlkin növbədə təşkilatı amil olaraq Aqroturizmə ölkə iqtisadiyyatının struktur amili və onun digər sahələrə multiplikasiya effekti baxımından yanaşılır. Multiplikasiya səmərəsi hər bir sahənin birbaşa və dolayısı əlaqəsi yolu ilə son nəticənin formalaşmasında əldə olunan inteqral effekt nəzərdə tutulur. Çoxkriteriyalı sistem və sahələrarası təsirlərə məruz qalan Aqroturizm sferası özünün resurs potensialını formalaşdırır. Resurs yanaşma metodologiyası Aqroturizmin inkişafı ilə baş verən yan təsirləri, məskunlaşma və ərazi inkişaf modeli ilə təsvir olunur. Aqroturizmin sahələrarası problemi, onun kənd təsərrüfatı, əhali və iqtisadi fəaliyyət mexanizmlərinin ölkədə formalaşma xüsusiyyətləri ilə reallaşır. Aqroturizm fəaliyyətinə konseptual yanaşma, onun sosial-iqtisadi mahiyyətini, sosial rolunu və beynəlxalq nəticələrini qiymətləndirməklə tamamilə yeni metodların tətbiqini tələb edir. Aqroturizmə sahibkarlıq obyektini kimi baxmaqla, onun təşkili, himayəsi və dövlət tənzimlənməsi sisteminin modifikasiyası, fərqli cəhətləri elminəzəri və metodoloji aspektdən təşkil edilir. Aqroturizm sahibkarlığın özəlləşmə və sonrakı inkişaf strategiyası əsasında idarəetmə funksiyasını yaradır. Belə ki, Aqroturizm idarəçiliyi, resursların nəzərə alınması, ali məqsədlərə uyğun resurslardan istifadə texnologiyalarını tərtib edib, istifadə mexanizmləri əsaslandırılır. Aqroturizm təcrübəsi bir çox ölkələrdə real iqtisadiyyatın sahəsi olaraq inkişaf edir. Aqroturizmin iqtisadi, mənəvi və sosial-iqtisadi mənası onun tədqiqi və proqnozunun metodoloji aspektlərini formalaşdırır. Aqroturizmin obyektini və subyektlərinin xüsusiyyətləri, onun tədqiqinin xüsusiyyətlərini yaradır. İnsan Aqroturizm obyektini olmaqla, onun tələbatı, iqtisadiyyatı və dövlət siyasəti, Aqroturizmin inkişafının insan faktorunu müəyyənləşdirir. Müasir şəraitdə ölkələrin geoiqtisadi vəziyyəti, onların coğrafiyası, məhsuldar qüvvələr kimi əsas resursları, onlardan istifadə Aqroturizmin sxemini, onun yerləşməsi və iqtisadi əlaqələrdə rolunu formalaşdırır. Aqroturizmə coğrafiya elmi kimi baxmaq, onun ölkələr üzrə və marşrutlar əhatəsində yerdəyişmə intensivliyi kimi baxılır. Aqroturizm fransız sözü olub, gəzinti, səfər və müxtəlif motivlərə uyğun olaraq yerdəyişmə kimi qəbul qəbul olunur. Aqroturizm tələbatı, məkan və zamandan asılı olaraq kəmiyyətə və keyfiyyətə dəyişən, digər tələbatların ödənilməsindən asılı olan və amil olaraq formalaşan kompleks göstəricilər və amillər üzrə ölçülür, qiymətləndirilir. Varlı və yoxsul ölkələrdə Aqroturizmin prioritetliyi dəyişir. Aqroturizmin inkişafı perspektiv islahatlar və struktur transformasiya obyektini olaraq əhalinin dinamikası, onun maddi rifahı, üstünlüyü və özünün tələbatını ödəmək üçün istirahət tələbatı ilə genişlənir. Aqroturizmin sosial-iqtisadi mahiyyəti onun iqtisadi rolu, maddi və mənəvi dəyərlərin artırılması və inteqrasiya amili olaraq genişlənməklə xarakterizə olunur. Aqroturizmin mahiyyəti onun təsərrüfat, təbii ehtiyatlar və insan amili ilə ölçülür. Aqroturizmin mahiyyəti təbii, coğrafi və ev təsərrüfatı ilə ölçülür. Aqroturizmin maddi əsasını onun təkrar istehsal prosesində rolu və sahə kimi təşkilatı və idarə olunması mexanizmləri ilə formalaşır. Aqroturizmin əsas əlamətlərinə müxtəlif məktəblərin baxışları ilə qiymətləndirmək olar.

Rus iqtisadçıları (V.İ.Vernadskiy, A.V.Çayanov) təbii sərvətlər məhdud olduğu üçün Aqroturizmin inkişafında təbii sərvətlərdən səmərəli istifadə olunması, təbii sərvətlərin təkrar istehsalı prosesinin nəzərə alınması zəruriliyini əsaslandırırlar [5, s. 23]. Aqroturizmin dünya inteqrasiya sistemində müasir problemlərdən biri olmaqla yanaşı, onun hər bir ölkədə özünün şəraitləri və şərtləri ilə formalaşır. Sosial-iqtisadi mahiyyəti öz dərinliyi, səmərəsi və iqtisadi məsərəflərə görə təşkili mexanizmlərinə görə fərqlənir. Ölkə iqtisadiyyatının tərkib hissəsi olmaqla istehsal amili olaraq turist müəssisələri iqtisadi artımın, sosial inkişaf meyillərinin əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Sosialyönlü prioritetlər baxımından Aqroturizmin inkişafı əmək ehtiyatlarının və ərzaq bazarının genişlənməsi üçün aparıcı amil rolunu oynayır. Aqroturizmin sahə, funksional və məhəlli iqtisadi funksiyası hədəflər prizmasından təşkil olunur və idarə olunur. Aqroturizmin inkişafına baxış iqtisadi artım və sosial tərəqqi regionların və potensialların səmərəli istifadəsi baxımından yanaşılması, onun əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Aqroturizmin inkişafının nəzəri əsasları onun inteqral səmərəsi və kommertiya maraqları ilə ölçülür. Aqroturizmin fəaliyyət dairəsi onun əsas kompleks resurslara, insan amilinə və onun son məhsulunun strukturuna uyğun təşkili ilə baş verir. Aqroturizmin iqtisadi

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

mənası onun yaratdığı son məhsul, iş yerlərinin təşkili və ərazi iqtisadiyyatının təşkili forması kimi fəaliyyət dairəsi olmaqla özünü göstərməsidir. Aqroturizm sferasının təşkili iqtisadi kateqoriya və proseslərin təbii-coğrafi, insan amilləri ilə sıx əlaqə olması ilə qiymətləndirilir. Aqroturizmin tədqiqi onun əsas formalaşma amillərinin dəyişmə dinamikası və nəticələrinin istifadəsi yolları və səmərəsi ilə ölçülür. Aqroturizmdə səyahət və mənəvi dəyərlərin təkrar istehsalı baxımından tədqiq olunur. Aqroturizmin sahə kimi rolu və iqtisadi amil olaraq tənzimlənməsi müxtəlif kriteriyalardan və tarixi xüsusiyyətlərdən asılıdır. Turist anlayışı, Aqroturizm bazası və potensialı Aqroturizm ölkəsinin məkanını, onun coğrafiyasını formalaşdırır. Ölkənin coğrafi vəziyyəti, onun təbii şəraiti və iqtisadi durumu turistlərin mənbəyinə çevrilə bilər. Belə ki, təcrübə və münbit şərait Aqroturizmin inkişafına şərait yaradır. Onun potensialı, iqtisadi potensialın Aqroturizm dövryyəsinə cəlb edilməsi yolu ilə Aqroturizm sferasını, onun dövryyəsinə və istehsal güclərini formalaşdırmaq olar. Onun coğrafiyası resursların yerləşməsi və onların istifadəsi yolları ilə ixtisaslaşır. Ona görə də Aqroturizmin sahə-ərazi və funksional məqsədləri baxımından tədqiq olunması, onun sosial-iqtisadi mahiyyətini və əsas istiqamətlərini özündə birləşdirir. Aqroturizmin tarixi ölkə və ərazilərin resursları və onlardan istifadə üçün yararlı şərait ilə formalaşdırıb və inkişaf edib. Ona görə də Aqroturizm çox funksiyalı fəaliyyət dairəsi olmaqla xidmət göstərən və əhalinin (turistlərin) tələbatına uyğun olaraq peşəkar ixtisaslaşan fəaliyyət dairəsi kimi qiymətləndirilir. Aqroturizm sferasının çoxfunksionallığı istehlakçı və region tələbatının müxtəlifliyi ilə formalaşır və inkişaf edir. Aqroturizmin beynəlxalq əhəmiyyəti inteqrasiya və əməkdaşlıq funksiyası, istehsal və coğrafi potensialın dövryyəyə cəlb olunması üçün istehsal funksiyası və Aqroturizmin özünün istehlak amili kimi xidmət funksiyası, onun çoxmeyarlı idarəetmə obyektini olmasını formalaşdırır. Çoxfunksionallıq meyarları təbii ki, məqsədlərin aliliyinə və onların iqtisadi səmərəsinə görə ierarxik quruluşunu formalaşdırır. Nəzəri baxımından Aqroturizmə çoxfunksiyalı və həmçinin resursların əvəz edilməsi yolu ilə fəaliyyət göstərən sahələr kimi qiymətləndirilir. Çoxkriteriyalı tənzimləmə obyektini olaraq Aqroturizmin inkişafı qlobal, beynəlxalq, yerli və ərazi maraqları üzərində tənzimlənmə və uzlaşdırılan sistem kimi formalaşır. Aqroturizmin qlobal maraqları insan inkişafı indeksini və potensialını artırmaq, dünya ekoloji sistemini qorumaq və dünya əhalisinin sağlamlığını təmin edən meyarlar üzərində qurulur. Qlobal maraqlar ölkələrin resurs potensialını nəzərə almaqla, dünyəvi dəyərlərə söykənən və tələbləri təmin edən maraqlar prizmasından həll olunur.

Qlobal maraqlar beynəlxalq səviyyəli qrupların, beynəlxalq təşkilatların, assosiasiyaların və dövlət orqanlarının məcmuu və üzvü birləşməsi və kommersion məqsədləri üzərində qurulur. Aqroturizmin qlobal maraqları inteqrasiya amili olmaqla formalaşır və əməkdaşlığın növləri üzrə ixtisaslaşır. Ona görə də dövlətin iqtisadi və sosial siyasətinin əsas istiqaməti olaraq Aqroturizmin tənzimlənməsi problemləri inkişaf edir.

Aqroturizmin mikroiqtidasi problemləri, onun sahə, ərazi və funksional vəzifələrinə uyğun olaraq təşkilati-iqtisadi və idarəetmə problemlərini əhatə edir. Belə ki, region daxili iqtisadi potensiala və xüsusi Aqroturizm potensialına söykənən siyasət regionların kompleks inkişafı məqsədi və əhalinin rifahının yüksəldilməsi fəaliyyəti kimi qəbul olunur. Aqroturizmin fəaliyyəti həmin sahənin rəqabət qabiliyyətli sosialyönlü və səmərəli təşkili kimi meyarlar və idarəetmə mexanizmləri üzərində qurulur [2, s. 11]. Ona görə də Aqroturizmin idarəetdiyi sahələrarası və regional prinsipləri əhatə etməklə tədqiqat obyektini olaraq genişlənilir. Müxtəlif sahələrdə bir çox tədqiqatçılar iqtisadi inkişafın amili olaraq Aqroturizmə daha çox diqqət yetirmişlər. Bir çox inkişaf modellərinin hazırlanmasına, yenidən təşkilinə və ya dəyişdirilməsinə baxmayaraq inkişaf planı kimi istifadə olunan heç bir vahid yanaşma əldə olunmamışdır. Sınaq və nöqsanlar onilliklərlə davam etmiş və alternativ inkişaf vasitələri irəli sürülmüş və həyata keçirilmişdir. Onların bəziləri iflasa uğrayarkən, bəziləri uzunmüddət işlək vəziyyətdə qalmışdır, lakin bu gün istinad edilən və inkişaf etməkdə olan dövlətlərin iqtisadiyyatlarını yaxşılaşdırmaq üçün heç bir inkişaf modeli mövcud deyil. Dövlətin iqtisadiyyat ilə məşğul olarkən əsas diqqəti digər iqtisadiyyatların təcrübələrinə deyil, müəyyən fəaliyyətlərin hər hansı bir dövlətin iqtisadiyyatına necə təsir etdiyinə yönəltmək lazımdır. Bunun üçün müəyyən fəaliyyətlərin ümumi iqtisadi fəaliyyətə təsirini başa düşmək, araşdırmaq və dəyərləndirmək lazımdır ki, siyasətçilər öz strategiyalarından ən yaxşı şəkildə yararlanıb bilsinlər. Başqa sözlə, mikroiqtidasi qərarların artırılması və stimullaşdırılmasından əvvəl, iqtisadiyyat ilk növbədə makroiqtisadi səviyyədə dəyərləndirilməlidir. Dövlətin iqtisadi rolu, onun sahə və ərazi funksiyası ilə reallaşır.



### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Blacka, A., Couture P., Coale, C., Dooley J., Hankins, A., Lastovica, A., Mihálik, B. Reed ve Uysal, M. (2009), Agri-tourism. Virginia Polytechnic Institute and State University, Virginia Cooperative Extension: USA.
2. Bruch, M. ve Holland, R. (2004), A Snapshot of Tennessee Agritourism: Results from the 2003 Enterprise Inventory. Erişim tarihi: 29. 07. 2012. <http://cpa.utk.edu/pdf/PB1747.pdf>.
3. Civelek, M., Dalgın, T., Çeken, H. ve Ekiztepe, B. (2013), Menemen Yöresinde Agro-turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 3 (2): 1-7.
4. George, H. ve Rilla, E. (2005), Agritourism Enterprises on Your Farm or Ranch: Where to Start, University of California, Division of Agriculture and Natural Resources, Erişim Tarihi: 14. 02. 2013 <http://anrcatalog.ucdavis.edu/pdf/8334.pdf>
5. Hatch, A. D. (2008), Agri-Tourism: A New Agricultural Business Enterprise, LSU Ag Center Research & Extension, United States University: USA. <http://www.mecsev.org.tr>
6. Maetzold, J. (2004), Alternative Enterprises and Agritourism: Farming for Profit and Sustainability Resource Manual, Erişim Tarihi: 08.02.201 <http://www.nrcs.usda.gov/technical/RESS/altenterprise/resmanual.html>
7. Sharpley, R. ve Sharpley, J. (1997), Rural Tourism: An Introduction, Thomson Business Press: London.
8. Walker, A. M. (2009). Agritourism: Ideas and Resources, Virginia Cooperative Extension, Virginia Polytechnic Institute and State University: USA.
9. Wicks, B. E. ve Merrett, C. D. (2003), Agritourism: An Economic Opportunity for

## ALTIĞAÇ MİLLİ PARKINDA EKOTURİZMİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ

Gülzar HACIYEVA

AMEA-nın akad.H.Ə.Əliyev adına Coğrafiya İnstitutu

**Abstract:** *Developing of the tourism in modern world, wide infrastructure of tourism industry has created large possibilities for human rest, but they also caused many problems. One of these problems is destruction of ecology and environment. One of the main duties of modern tourism sector is to liquidate the harmful influence of tourism to ecology. Developing of ecotourism and attainment as the main direction on setting this problem effectively is very important. The word ecotourism is a new conception in Azerbaijan tourism industry. Ecological tourism is implemented mostly in the territories of National Parks. The main analysis object of this thesis is learning of ecological tourism potential, perspectives and problems of Azerbaijan National Parks as Altiagaj National Park. One of Azerbaijan National Parks, Altiagaj National Park has great ecotourism potential. But it is difficult to attract tourists with these peculiarities.*

**Key words:** *tourism, national park, ecotourism, fauna, flora*

Son dövrlər coğrafi səyahətlər genişlənməmiş və yeni istiqamətlər yaranmışdır. Turistlər artıq daha çox seçici və tələbkər olması, onları təəccübləndirməkdə çətinliklər yaratmışdır. Hazırda dünya turistləri daha çox Afrika, Asiya və Cənubi Amerikanın toxunulmamış, öyrənilməmiş təbiətini görməyə üstünlük verirlər. Onlar dəbdəbəli otellərdən, “hər şey daxil” sistemindən, komfortlu transportdan və s. imtina edirlər. Buna ən yaxşı misal isə ekoloji turizm və ya ekoturizmdir [5, s.112-118].

Ekoturizm termini ilk dəfə qərbdə XX əsrin 80-cı illərində meksikalı ekoloq Ektar Sebal-Laskuray tərəfindən konfrasların birində təklif edilmişdir. O, rekreasiya və ekologiya arasında harmoniyanı birlikdə olması fikrini irəli sürmüşdü. Beləliklə, bu termin ilbəl böyük şöhrət qazanmağa başladı. Ekoturizm-ətraf mühitə, istehlaka və xərclərə təsirini minimuma endirmək üçün etik standartlara uyğun olaraq təşkil edilən və yerli səviyyəyə yönəldilmiş təbiət turizminin ekoloji cəhətdən davamlı formasıdır. Bu növ turizmdə qorunan ərazilər inkişaf edir və bu sahələrin qorunmasına kömək edilir. Bu turizm növü ətraf mühitin mühafizəsi, maarifləndirmə proqramları və o cümlədən də ekoloji davamlılıq prinsiplərinə uyğun olaraq həyata keçirilir. Yəni yerli əhali və turistlər üçün faydalı təbii qaynaqların qorunmasını təmin edərkən, ekosistemlərin bütövlüyünü pozmayan yerli mədəniyyətin, təbii abidələri və ətraf mühitin daha yaxşı saxlanılmasına riayət edilir.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Ekoturun əsas əlamətləri onun məqsədi və obyektidir. Məqsədinə görə ekoturların aşağıdakı növləri vardır:

- "Vəhşi" və ya "mədəniləşdirilmiş" təbiətin (ekoloji təhsil və tərbiyə elementləri ilə) müşahidəsi və öyrənilməsi.

- Emosional və estetik məqsədlərə təbiət qoynunda istirahət.
- Təbii faktorlarla müalicə.
- İdman və macəra məqsədləri ilə təşkil edilən turlar.

Turun proqramının məzmununu qismən əks etdirən əsas obyektə görə və onun təşkili formasına görə ekoturların aşağıdakı növləri mövcuddur:

- Botaniki, zooloji, geoloji və bu kimi digər turlar
- Ekoloji-etnoqrafik və ya arxeoloji ekoloji-mədəni turlar
- Aqroturlar
- Speleoloji, su dağ turları və s.

Turistlərin daha çox üstünlük verdikləri ekoturlar isə parklara səyahət, piyada yürüşlər, xüsusi qorunan ərazilərə səyahət, vəhşi heyvanların müşahidə edilməsi, təbii cıdırılar üzrə yürüşlər (ekocıdırılar), ekoloji maarifləndirici turlar, quşların müşahidəsi (birdwatching), velosiped turları, şirin sulara balıq ovu, dayvinq su-bataqlıq hövzələrinə səyahət, dağlara səyahət, alpinizm, kanoe ilə səyahət, fermada yaşayış, üzgüçülük, qayıqda səyahətlər, sahilboyu turlar, kempinqlərdə yaşayış, təbiətin görməli yerlərinə səyahət və s. ibarətdir [6].

Ekoturların effektiv və təhlükəsiz planlaşdırılması və təşkili, həmçinin ərazinin ekoloji-turistik mənimsənilməsi regionun müxtəlif xüsusiyyətləri haqqında düzgün və ətraflı məlumat toplamadan mümkün deyil. Bu xüsusiyyətlər aşağıdakılardır:

- Ekoloji-rekreasiya resurslarının xüsusiyyətləri: cəlbədicə təbiət obyektlərinin, milli parkların, qoruqların, yasaqlıqların, təbiət abidələrinin mövcudluğu, botanika və zooloji parkların əraziləri, təbiət-tarixi muzeylər, dəniz havası, əlverişli iqlim şəraitinin, mineral resursların, müalicəvi palçıqların, dərman bitkilərinin, meşə mikroikliminin, heyvan və bitki aləminin, balıq ovunun mümkünlüyünün mövcudluğu və s.;

- Sanitar-epidemioloji şəraitin xarakteristikası: atmosfer havasının, yerüstü və yeraltı suların, içməli su mənbələri, torpaq ehtiyatlarının vəziyyəti, epidemioloji xəstəliklər, insan üçün zərərli həşəratlar, ilanlar, zəhərli balıqlar, bitkilər, göbələklər haqqında məlumatlar və s.;

- Təbiət hadisələrinin dəyişkənliyinin xarakteristikası: havanın, atmosfer təzyiqinin dəyişməsi, maqnit fırtınası, çovğun, qasırga, vulkan püskürməsi, zəlzələ, daşqın, kənd və meşə yanğınlarının və s. hadisələrin baş verməsi;

- İnsan təhlükəsinə səbəb olan faktorların regionda və ya rekreasiya ərazisində mövcudluğu: zibillik, zəhərli məişət və sənaye tullantıları, mineral və üzvi gübrələrdən istifadə edən aqroistehsal, heyvandarlıq təsərrüfatı, sənaye tədbirləri (kimyəvi, neft-kimyəvi, mikrobioloji) və s. ;

- Tibbi və xilasedici xidmət infrastrukturunun xarakteristikası: travmatoloji punktlar, xüsusi tibbi məntəqələrin, xəstəxana, ixtisaslı həkim və personalın mövcudluğu, ekstremal vəziyyətdə təcili tibbi yardımın göstərilməsi, yanğınsöndürmə və xilasetmə xidmətlərinin olması və s.;

- Turun həyata keçirilməsini formalaşdıran vasitələrin xarakteristikası: ekoloji cəhətdən təmiz, keyfiyyətli nəqliyyat, turistləri yerləşdirmə vasitələri ( otel, motel, kempinq, sanatoriya, pansiyonat, vizit-mərkəz və s.), qidalanma müəssisələri, ixtisaslı gid-ekoloqların, tərcüməçilərin, peşəkar fotoqrafların, yerdəyişməni təmin edən xüsusi individual vasitələrin( velosiped, at və s. ), lazımi ləvazimatların mövcudluğu ;

- Ətraflı məlumat: regionda təbiəti mühafizə fəaliyyəti, təbiət komplekslərində mümkün ola biləcək rekreasiya yükü, siyasi və sosial sabillik, regiondakı problemlər haqqında məlumat toplanması [6].

Ekoloji turizmin ən mühüm obyektlərindən biri Milli parklardır. Milli parklar bir neçə ekosistemi əhatə edən geniş ərazilərdir. Bu ərazilər dünyanın çox yerində mövcuddur və turizm-rekreasiya cəhətdən estetik görünüşə və böyük əhəmiyyətə malikdir. Milli parklar hökumətin qərarı ilə yaradılır, bu parklarda təbii ətraf mühitin qorunması və mühafizəsi üçün tədbirlər həyata keçirilir.

Milli parklar indiki - Xüsusi Qorunan Təbiət Ərazisi statusunu dərhal əldə etməyib. Milli parkların əksəriyyəti əvvəlcə təbiəti qorumaq üçün yox, məhz istirahət və əyləncə üçün yaradılmışdır. ÜTT-nın verdiyi məlumatlara əsasən dünya ərazisinin təxminən 12%-i mühafizə olunan ərazilərdir ki,

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

bunlar da milli parklar, qoruqlar və XQTƏ-nin digər kateqoriyalarıdır. Milli parklar – təsərrüfat fəaliyyəti tam və ya qismən qadağan olan dövlət idarələridir. Əsas məqsədi təbiət komplekslərinin toxunulmaz şəraitdə saxlanması və rekreasiyanın təmin edilməsidir. Bununla yanaşı milli parklarda əhalinin istirahəti və maarifləndirilməsi, həmçinin turizm fəaliyyəti də həyata keçirilə bilər.

Milli parkların yaranma tarixinə nəzər salsaq görürük ki, onların yaradılmasında 2 əsas məqsəd olub:

1. mövcud təbiət ərazisinin ilkin vəziyyətini olduğu kimi sağlamaq
2. bu əraziləri insanlara göstərmək

Müasir milli parklar təbiət komplekslərini, genetik fondu, bioloji müxtəlifliyi, nadir və etalon təbiət ərazilərini, tarixi-mədəniyyət obyektləri qoruyub saxlamaq, təbiət mühafizəsi və ekoloji maarifçilik üzrə elmi metodlar hazırlamaq və tətbiq etmək, əhalini ekoloji cəhətdən maarifləndirmək, ekoloji monitorinq həyata keçirmək, zədələnmiş təbiət, tarixi-mədəniyyət komplekslərini və obyektlərini bərpa etmək, turizm və istirahət (rekreasiya) üçün şərait yaratmaq və s. məqsədlər üçün yaradılır [3, s.50, 4, s.3-5].

Milli park sistemində turizm-rekreasiya fəaliyyətinin müxtəlifliyi bu sisteminin çoxsaylı obyektlərinin təbii və tarixi-mədəni rekreasiya sərvətləri ilə bağlıdır. Məlumdur ki, Milli park sistemində turizm-rekreasiya fəaliyyəti ilə məşğul olmaq ixtiyarı kortəbii surətdə baş vermir. Bu məqsədlə müxtəlif strukturlar və qanunverici orqanlar tərəfindən müəyyən edilmiş qaydalara əməl olunması vacibdir.

Dünya təcrübəsinə əsaslanaraq Milli park sistemində dörd əsas zona ayrıldığı məlumdur. Bunlar aşağıdakılardır:

1. Təbii zona.
2. Tarixi-mədəni zona.
3. Mənimsəmə zonası.
4. Xüsusi istifadə zonası

Təbii zonanın əsas məqsədi zonaya daxil olan ərazidə baş verən ekoloji proseslərin və təbii ehtiyatların mühafizəsi və qorunub saxlanması, həmçinin əhalinin zona daxilində təbiətlə yaxın təması zamanı təbii ehtiyat və proseslərə göstərilən mənfi təsirin qarşısını almaqdan ibarətdir. Burada turizm-rekreasiya idarəetmə infrastrukturunun inkişafı məhdudlaşdırılmış, maddi texniki bazası ilə zəif inkişaf etmişdir. Milli parklar daxilində yalnız ən sadə rekreasiya obyektlərinə rast gəlmək mümkündür. Məsələn, cığırılar, izahedici və məlumatverici işarələri, yağışdan gizlənmək üçün sığınacaqları, elmi məqsədlər üçün istifadə olunan anbar yerlərini, meteoroloji stansiyaları, kiçik qayıqların yan alması üçün körpüləri və s. göstərmək olar. Həmçinin burada piyada (bəzən atla) gəzinti və yürüşlərə, təbiətin seyrinə, şəkil çəkməyə, bəzi yerlərdə alpinizm və sadə kempinqə həyata keçirilir. Bu zonaya turistlərin buraxılması müəyyən çərçivə daxilində və xüsusi buraxılmış vəzifəsi icazə verilir.

Tarixi-mədəni zonanın əsas məqsədi zona daxilində yerləşən milli tarixi obyektlər reyestrinə daxil olan mədəni tarixi abidələrin mühafizə olunması, qorunub saxlanması və səciyyəsinin verilməsindən ibarətdir. Bu zonada turizm-rekreasiya fəaliyyəti dedikdə əsasən mədəni tarixi abidələrə baxış, ekskursiyalar, şəkil çəkmə və s. nəzərdə tutulur.

Mənimsəmə zonası dedikdə turistlərin rekreasiya tələbatlarını maksimum səviyyədə təmin edən inkişaf etmiş rekreasiya infrastrukturuna malik olan ərazilər daxildir. Bu zona obyektlərinə həmçinin park işçilərinə xidmət edən inzibati təsərrüfat strukturları da aid edilir. Burada mövcud olan təbii və tarixi-mədəni turizm-rekreasiya ehtiyatları intensiv istifadə nəticəsində əhəmiyyətli dərəcədə görünüşünü dəyişmişdir.

Xüsusi istifadə zonasında muzey ekspozisiyaları, qidalanma mərkəzləri, piknik, o cümlədən kempinq meydançıqları, ekoloji təhsil məntəqələri, suvenir köşkləri, icarə mərkəzləri, avtomobil dayanacaqları və s. yerləşir.

Qeyd edildiyi kimi ekoturizmin inkişafı üçün ən unikal yer Milli Parklardır. Burada turizm inkişafı yalnızca müəyyən edilmiş zonalarda həyata keçirmək mümkündür. Hazırda respublikamızda 8 milli parkdır ki, onun da ümumi sahəsi 242 min hektar (3,6 %) təşkil edir. Onların 3-ü Böyük Qafqaz vilayətində, 2-si Kür-Araz ovalığında, 1-i Lənkəran vilayətində, 1-i Kiçik Qafqazda və 1-i isə Naxçıvan MR-da yaradılmışdır. Milli Parkların 70%-ində dağ-meşə, dağ-çəmən, 23%-ində arid landşaftlar, 7%-ni isə su-bataqlıq landşaftları mühafizə olunur. Milli parklardan biri də meşə landşaftlarının mühafizə olunduğu Altıağaca milli parkdır.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Bakıdan 120 km məsafədə yerləşən Altıağac Milli Parkı təşkil olunana qədər Altıağac qoruğunun ərazisi 4438 hektar sahəni əhatə edirdi. Azərbaycan Respublikasının Altıağac Milli Parkı ətraf mühitin mühafizəsi, ondan səmərəli istifadə edilməsi və nəslə kəsilməkdə olan nadir flora və fauna növlərinin (Qafqaz pəlidi, Qafqaz vələsi, Şərqi fıstığı, Adi göyrüş, İtiyarpaqlı ağcaqayın, cüyür, qonur ayı, çöl donuzu, vaşaq, qırqovul, qaratoyuq, bildirçin, çobanaldadan, çöl qartalı və s.) qorunub saxlanması və ekoturizmin inkişaf etdirilməsi məqsədi ilə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 31 avqust 2004-cü il tarixli, 365 nömrəli Sərəncamı ilə Azərbaycan Respublikasının Xızı və Siyəzən rayonlarının inzibati ərazilərində yaradılmışdır. Altıağac Milli Parkı Altıağac Dövlət Təbiət Qoruğu və ona həmsərhəd olan dövlət meşə fondu torpaqlarının bazasında yaradılmışdır. Milli Park ərazisinin sahəsi 11035 hektardır [1, s.33, 2, s.10, 3, s.55]. Milli Parkın əlverişli təbii şəraiti, füsunkar təbiəti, landşaftların rəngarəngliyi və biomüxtəliflik burada ekoturizmin inkişafına təkan vermişdir. Hal-hazırda burada 4 turizm marşrutu sxemi vardır:

1. Xələnc-Qızılqazma-Yarımca (9-10 km)
2. Xələnc-Altıağac-Yarımca-Qızılqazma (25 km)
3. Altıağac-Qızılqazma-Yarımca (5-6 km)
4. Xələnc-Altıağac-Qızılqazma (20 km)

Biz bu marşrutda Xələnc-Baxışlı-Altıağac-Cənnət bağı istiqamətinin əlavə edilməsinə də təklif edirik. Çünki Altıağac MP giriş məhz Xələnc kəndindən başlayır və Cənnət bağı turizm istirahət mərkəzi buraya gələn turistlərin daha çox diqqətini cəlb edir.

Altıağac Milli parkında ekoturizmin inkişafı üçün kifayət qədər imkan vardır. Burada speleoturizm, piyada gəzinti və yürüşlər, atla gəzinti və yürüşlər, idmanın müxtəlif növləri, o cümlədən dağ velosiped yürüşü, xüsusi mühərrikli maşın istifadə, kempinq, pikniklər və s. ekoturizmin perspektivli sahələrindəndir. Tədqiq olunan ərazi ekoloji turizm ehtiyatları baxımından çox zəngindir. Lakin turistlərin əksəriyyəti müxtəlif səbəblərdən bu ərazilərə getməyi üstün tutmurlar. Bunun bir sıra səbəbləri vardır. İlk növbədə Altıağac Milli Parkına yol infrastrukturunun yaxşı vəziyyətdə olmamasıdır. Yolun əsas şərt olmasının əsas səbəbi turistlər ilk öncə getdikləri yerə rahat çatmaq istəməsidir. Bu nöqteyi nəzərdən, bu problemin həlli ilk öncə nəzərə alınmalıdır. Bildiyimiz ki, bu ərazilərdə tez-tez sürüşmələrə rast gəlinir, bu səbəbdən yollar salınarkən bu amilləri xüsusi diqqət etmək lazımdır. Bununla yanaşı, Altıağac Milli Parkının Ekoturizm Mərkəzinin təchizinin çox zəif olması, reklam çatışmazlığı, rekreasiya (istirahət) xidmətlərinin az olması, istirahət yerlərinin çox rahat olmaması, yerləşmə müəssisələrinin ümumiyyətlə olmaması, ekoturizm və ekomaarifləndirmə ideyalarının reallaşması üçün lazım olan praktik vərdişlərin kifayət etməməsi, bu fəaliyyət istiqamətində müəyyən təbii və sosial-ekoloji şəraitlərə tətbiq olunan inkişaf metodikasının olmaması, marşrut şəbəkəsinin kompleks təsvirinin olmaması, ekoturizm üçün istifadə olunan marşrutların lazımı avadanlığa, informasiya və vəsaitə malik olmaması, mövcud avadanlıqların turistləri qane edəcək səviyyədə olmaması, müasir standartlara cavab verməməsi, ziyarətçilərin qəbulu və ekoloji maarifləndirilməsi üçün kadrların hazırlanması sisteminin mövcud olmaması, peşəkar bələdçilərin olmaması, dil biliklərinin zəif olması, yerli əhalinin bu işə cəlb olunmaması, xarici turistlərin çoxluq təşkil etməsinin üstün tutulması və yerli turistlər üçün proqramların təşkil olunmaması, tur firmalarla əlaqələrin qurulmaması və s. əsas səbəblər sırasına daxildir.

Yuxarıda qeyd olunan səbəblər həllini tapması üçün müxtəlif vasitələrdən istifadə etmək lazımdır. Beynəlxalq təcrübəyə əsaslanaraq demək olar ki, milli parklarda ekoturizmin inkişafı üçün aşağıdakıları qaydalar riyət etmək lazımdır:

- Milli Parkın girişində mehriban xidmət;
- Giriş və digər ərazilərdə: su və enerji təchizatı, gigiyena imkanları, təhlükəsizlik, tullantı və tullantı sularının idarə edilməsi;
- Təcrübəli, bir neçə dil bilən peşəkar bələdçilər;
- Heyranediciləri elmi proqramlar;
- Yüksək keyfiyyətli ərzaq, mümkün olduğu qədər yerli məhsuldan istifadə;
- Sakit ərazilər və cəlbədiciləri mənzərə;
- Keyfiyyətli uyğun sığınacaq.

Bunun üçün də milli parkların infrastrukturunun təmin edilməsi, orada turistlər üçün lazımı şəraitin yaradılması, yeni ekoloji yollar, cığırın işlənməsi, marşrutların təşkil olunması, paralel olaraq təbliğatın həyata keçirilməsinə ehtiyac vardır. Hazırda Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

bu sahələr üzrə işləyir. Bu istiqamətdə insanların təlimatlandırılması üçün seminarlar təşkil olunur, təcrübə mübadiləsi üçün beynəlxalq universitetlərlə əlaqələr yaradılır. Bundan əlavə, parkların ərazisində məlumat lövhələri, xidmət məntəqələri və bir sıra kiçik həcmli sığınacaq kimi infrastrukturun yerinə yetirilməsi kimi işlər həyata keçirilir. Bütün bu və digər planda olan işləri nəzərə alıb, demək olar ki, Azərbaycanın ekoturizm ölkəsi kimi tanınması tarixi yaxındır.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Altağac Milli Parkında ekoloji təhsil. Müəllimlər üçün metodik vəsait. Ekosfera Sosial-Ekoloji Mərkəzi. Bakı: 2009, 52 s.
2. Altağacda davamlı turizmin inkişafı. Azərbaycan Turizm İnstitutunun Tədqiqat və İnkişaf Mərkəzi. Bakı: 2010, 28 s.
3. Azərbaycan Respublikasının Altağac Milli Parkının yaradılması haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı // Azərbaycan qəzeti, 4 sentyabr 2004, № 206.
4. Azərbaycan Respublikasının Milli Parklarının ərazisində ekoturizm xidmətinin göstərilməsinə dair Təlimat (1-13) // Azərbaycan qəzeti, 27 iyun, 2006, s. 3-5.
5. Пивоваров А.О., Зырянова У.П., Ливченко Е.Н. Проблема развития экотуризма и пути ее решения. Международный студенческий научный вестник №6, 2015, с.112-118.
6. Теряева, Т. С. Виды и формы экологических туров, предлагаемые туроператорами выездного туризма в России / Т. С. Теряева // <http://rmat.h1.ru/Rus/statstud2.htm>.

## HEYDƏR ƏLİYEV VƏ AZƏRBAYCAN TURİZMİ

Ülkər HƏSƏNZADƏ

*Naxçıvan Dövlət Universiteti*

**Abstract:** *The development process of tourism industry began when H.Aliyev become the head of the state for the first time. In 1969 – 1982 the social-ekonomical successes gained in the republic were the results of H.Aliyev's course for strengthening of the material and technical basis in the country. The great leader paid much attention to the health rehabilitation and hours the rational organization of leisure hours of the citizens. H.Aliyev successfully implemented state regulation of tourism in Azerbaijan and ended the willfully actions and chaos in this field.*

**Key words:** *Heydar Aliyev, tourism, hotel, excursion, Azerbaijan*

Azərbaycanın otuz ildən artıq bir dövrünü əhatə edən tarixi taleyi Heydər Əliyevin adı ilə qırılmaz tellərlə bağlıdır. Bu illər ərzində xalqın ictimai-siyasi, iqtisadi və mədəni həyatının bütün sahələrində dirçəliş məhz onun adı ilə əlaqədardır. Heydər Əliyev rəhbərlik etdiyi bu dövr ərzində daim tərəqqisi üçün çalışdığı, zəngin mədəniyyəti, böyük tarixi keçmişi ilə həmişə qürur duyduğu və gələcək nəsillərinin taleyi üçün düşündüyü dogma yurdu Azərbaycanı bir dövlət kimi zamanın ağır və sərt sınaqlarından çıxarmışdır. O, böyük siyasi və dövlət xadimi, xalqın şəxsiz lideri olaraq hələ sağlığında canlı əfsanəyə çevrilmiş, buna görə də Heydər Əliyev fenomeni həmişə diqqətləri cəlb etmiş, dünya azərbaycanlılarının bu ümummilli liderinin heyranlıq doğuracaq dərəcədə coşqun siyasi fəaliyyəti istər ölkə, istərsə də dünya mətbuatında geniş işıqlandırılmışdır.

Bütün sahələrdə olduğu kimi turizm sahəsində də Heydər Əliyevin rolu çox böyükdür. Azərbaycanda turizmin inkişafı, turizm və ekskursiyaların coğrafiyasının genişlənməsi 1970-1980-ci illərə aid edilir. Bu, ümummilli lider Heydər Əliyevin həmin sahəyə bilavasitə diqqətinin və qayğısının nəticəsində mümkün olmuşdur. Turizm işinin təşkili üçün Azərbaycan əlverişli coğrafi şəraiti, tarixi-memarlıq və mədəniyyət abidələri, qonaqpərvərliyi, milli adət və ənənələri, zəngin, ləziz mətbəxi və digər amilləri ilə seçilməsinə baxmayaraq, 1950-1960-cı illərdə SSRİ məkanında turizm infrastrukturunun ən zəif inkişaf etdiyi bölgələrdən biri idi.

Həmin dövrlərdə məzuniyyət və istirahətlərini Qafqazda keçirmək istəyən xarici turistlər və SSRİ-nin müxtəlif regionlarından, iri sənaye şəhərlərindən olan insanlar əsasən, Gürcüstana, Qara dəniz sahilində yerləşən kurort şəhərlərinə və Şimali Qafqaz kurortlarına üstünlük verirdilər. Faktlara nəzər saldıqda görürük ki, 1969-cu ilədək Azərbaycanda turizm sahəsinə aid olan obyektlərin miqdarı da çox az olmuşdur. Azərbaycan Həmkarlar İttifaqlarının Turizm İdarəsinin nəzdində cəmi 3 turist bazası: Nabran zonasında 1963-cü ildə yaradılmış və əsasən çadır şəhərciyindən ibarət olan “Xəzər”

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

turist bazası, 1957-ci ildə Mingəçevirdə və 1966-cı ildə Hacıkənddə yaradılmış turist bazaları var idi. Respublikamızda ekskursiyaların təşkili ilə Bakı ekskursiya bürosu, Mərdəkan qəsəbəsində yerləşən Abşeron ekskursiya bürosu və Gəncə ekskursiya bürosu məşğul olurdu.

Azərbaycana yeni rəhbər təyin edilmiş Heydər Əliyevin təşəbbüsü ilə 12 avqust 1969-cu il tarixində Azərbaycan KP MK, Azərbaycan Nazirlər Soveti və AHİŞ-nin “Respublikada turizm və ekskursiyanın inkişaf etdirilməsi tədbirləri haqqında” adlı 378 sayılı birgə qərarı qəbul edildi. Qəbul olunan qərarla Respublikada turizm sahəsindəki vəziyyət təhlil edilmiş, müsbət işlərlə yanaşı çatışmamazlıqlar qeyd olunmuş, turizmin kütləviləşdirilməsi üçün əlaqədar partiya və sovet orqanları, nazirlik və komitələr qarşısında vəzifələr müəyyənləşdirilirdi. Bu məqsədlə: a) şəhəratrafi istirahət zonaları, turizm-sağlamlıq düşərgələri, ovçu və balıqçı evləri, uşaq turizm düşərgələri yaradılması; b) müəssisə və təşkilatlarda kollektiv istifadə üçün turizm inventar və avadanlıqlarının kirayəsi məntəqələrini genişləndirmək, rayon, şəhər turist klubları, səyahət və ekskursiya büroları, turizm avadanlıqlarının kirayə məntəqələri üçün yerlər ayrılması; c) Turizm üzrə respublika Şurası kurortların idarəedilməsi Şurası ilə birlikdə payız-qış dövründə sanatoriya-kurort müəssisələrindən turistlərin qəbulu üçün istifadə edilməsi məqsədilə tədbirlər həyata keçirilməsi nəzərdə tutulurdu. Qərarla həmçinin əlaqədar nazirlik, komitə və təşkilatlar qarşısında turizm-ekskursiya işinin inkişafına, turizm-ekskursiya təşkilatlarının işinin yaxşılaşdırılmasına yardım etmək vəzifəsi qoyulur, Xudat-Yalama sahil zonasında yerləşən istirahət mərkəzlərinin, turizm-sağlamlıq müəssisələrinin və pioner düşərgələrinin ərzaq məhsulları ilə təminatının yaxşılaşdırılması, turist-ekskursiya qatarları üçün Yalama-Nabran dəmir yolunun çəkilməsi nəzərdə tutulurdu. Qərara görə Xudat-Yalama sahil zonasında sanatoriya-sağlamlıq və turizm müəssisələrinin tikilməsi üçün 1980-ci ilə kimi baş sxem hazırlanmalı, 1971-1975-ci illərdə Respublikada yeni turbazalar, kempinqlər və turist dərəcəli mehmanxanalar tikilməli idi.

Ulu öndər Heydər Əliyevin təşəbbüsü və rəhbərliyi ilə Bakı şəhərində, respublikamızın digər rayonlarında, turizm bölgələrində geniş quruculuq və abadlıq işləri aparıldı. Qərarın yerinə yetirilməsi istiqamətində respublikamızda yeni turist bazalarının və mehmanxanaların tikintisinə başlandı. 1970-ci ildə Zaqatalada və Şuşada hərəsi 100 yerlik olan turist bazaları, 1973-cü ildə Bakıda 1040 yerlik “Azərbaycan” mehmanxanası, 1975-ci ildə Qəbələdə 342 yerlik “Qafqaz” turist bazası, Nabrandada 400 yerlik “Dostluq” turist bazası və Bakıda 342 yerlik “Qarabağ” turist mehmanxanası tikilərək istifadəyə verildi.

1969-cu ildə Sumqayıtda və Naftalanda, 1971-ci ildə Xankəndidə, 1972-ci ildə Mingəçevirdə, 1978-ci ildə Naxçıvanda ekskursiya büroları fəaliyyətə başladı. Kütləvi turist-ekskursiyalar tədbirlərinin keçirilməsinə, bu məqsədlə qatarlardan, dəniz və çay gəmilərindən, təyyarələrdən və avtobuslardan geniş istifadə olunmasına başlandı.

Heydər Əliyev respublikada beynəlxalq turizmin inkişafına xüsusi diqqət yetirirdi. 1974-cü il may ayının 21-də onun təşəbbüsü ilə “Xarici turizmin daha da inkişaf etdirilməsi tədbirləri haqqında” qərar qəbul edildi. 1977-ci il fevral ayının 11-də isə “Xarici turizm idarəsinin işindəki ciddi nöqsanlar haqqında” adlı qərar qəbul edildi. Bu qərarlar beynəlxalq turizmin inkişafına əngəl olan maneələrin aradan qaldırılmasına yardım etdi. 1979-cu ilin sentyabr ayında Bakı şəhərində “Rumıniya-turizm ölkəsi, dostlar ölkəsidir” adlı sərgi keçirildi. Həmin ilin dekabr ayında Bakı şəhərində Macarıstan, Bolqarıstan, Çexoslovakiya, Polşa və ADR turizm sənayesi nümayəndələrinin iştirak etdiyi turizm sərgisi keçirildi.

27 dekabr 1980-ci ildə Azərbaycan KP MK, Azərbaycan SSR Nazirlər Soveti və AHİŞ birlikdə “Respublikada turist-ekskursiya işinin inkişafı və təkmilləşdirilməsi haqqında” qərar qəbul etdilər. Bu qərarla xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsi və həmçinin artırılması, xidmət növlərinin təkmilləşdirilməsi, turist-ekskursiya təşkilatları şəbəkəsinin genişləndirilməsi və digər tədbirlər proqramının hazırlanması nəzərdə tutulmuşdu. Qəbul olunmuş həmin qərar Azərbaycanda turist-ekskursiya işinin inkişafına yeni təkən verdi. Respublikamızın bir sıra şəhərlərində – Lənkəranda, Qubada, Şəkiddə, Şirvanda, Qazaxda və Şamaxıda yeni səyahətlər və ekskursiya büroları yaradılaraq fəaliyyətə başladı.

Elə həmin dövrdə Bakı şəhərinin Zuqulba kurort qəsəbəsində Beynəlxalq Gənclər mərkəzi, Bakı şəhərin də isə 940 yerlik “Abşeron” mehmanxanası istifadəyə verildi. 1982-ci ildə Azərbaycan Həmkarlar İttifaqlarının turist bazalarında artıq 2364 çarpayı-yer var idi. Həmkarlar İttifaqlarının nəzdində müstəqil balansa malik olan 27 turist təsərrüfatı fəaliyyət göstərirdi. Bu illərdə turist

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

təsərrüfatlarının maddi-texniki bazası möhkəmləndirilir, yeni turist obyektlərinin tikintisi ilə yanaşı, fəaliyyətdə olan turist müəssisələrində abadlıq və genişləndirmə işləri aparılır, zəhmətkeşlərin və onların ailə üzvlərinin istirahəti üçün daha münasib şərait yaradılırdı.

Heydər Əliyev SSRİ Nazirlər Soveti Sədrinin birinci müavini vəzifəsində çalışarkən özünün bilavasitə təşəbbüsü və iştirakı ilə, 28 aprel 1983-cü ildə SSRİ Nazirlər Soveti 375 saylı “Azərbaycan SSR-in Xəzər dənizi sahillərində Ümumittifaq əhəmiyyətli kurort zonasının yaradılması tədbirləri haqqında” qərar qəbul etdi. Bu qərar Azərbaycanın yeni sağlamlıq məkanına çevrilməsini nəzərdə tuturdu.

2 oktyabr 1984-cü il tarixdə Azərbaycan SSR Nazirlər Sovetinin 381 saylı qərarına əsasən, “Azərbaycan Respublikasında 1985-1990-cı illərdə və 2000-ci ilə qədər turizmin inkişafı sxemi” qəbul olundu. Qəbul olunmuş proqrama əsasən, 1990-cı ilə qədər 7700, 2000-ci ilə qədər isə 21300 yerli müxtəlif turist obyektləri tikilib istifadəyə verilməli idi. İlk mərhələdə tikilməsi nəzərdə tutulan obyektlərin 70 faizi (5300 turist yeri) birbaşa Xəzər sahillərində, 30 faizi isə (2400 turist yeri) respublikanın digər bölgələrində yaradılmalı idi.

1980-ci ildən başlayaraq Azərbaycan turizminin şöhrəti genişlənir və bu sahə respublika əhalisinin məişətinə möhkəm daxil olurdu. O vaxtdan respublikanın turist-ekskursiya təşkilatları SSRİ-nin 170-dən çox şəhərinin turist təşkilatları ilə əlaqə saxlamağa başladı. Bu da öz növbəsində səyahət marşrutlarının genişlənməsinə səbəb oldu. Həmkarlar İttifaqlarının xətti ilə Bakıya gələn xarici turistlərə keyfiyyətli xidmət göstərmək üçün Bakı Xarici Turizm Bürosu yaradıldı. Xatırladaq ki, 1987-ci ildə Həmkarlar İttifaqları xətti ilə dünyanın 20-dən artıq ölkəsindən 150 turist qrupu Azərbaycanda olmuşdu. Turizm sahəsi ilə məşğul olan mütəxəssislərin fikrincə, ötən əsrin 80-ci illərində Azərbaycan turizmi ən yüksək inkişaf səviyyəsinə çatmışdı. Həmin il respublikaya xarici ölkələrdən 50 min, SSRİ-nin müxtəlif bölgələrindən isə 250 minə yaxın turist gəlmişdir. Turist-ekskursiya bürolarının təşkil etdikləri ekskursiyalarda 2,5 milyon nəfərdən artıq adam iştirak etmişdi.

Əfsuslar olsun ki, Azərbaycanda turizmin sonrakı illərdə inkişafına və nəzərdə tutulan layihələrin həyata keçirilməsinə maneələr yarandı. Əgər proqramda nəzərdə tutulanlar həyata keçsəydi, Azərbaycan, sözün əsl mənasında, inkişaf etmiş turizm diyarına çevrilə bilərdi. SSRİ-nin ləğvi, Dağlıq Qarabağ hadisələri, 1980-ci illərin sonu – 1990-cı illərin əvvəllərində Azərbaycanda hakimiyyətdə olan qüvvələrin səriştəsizliyi və bacarıqsızlığı nəticəsində respublikamızın iqtisadi-sosial həyatının bütün sahələrinə olduğu kimi turizm sahəsinə də böyük ziyan vuruldu. Müharibə şəraitində yaşayan Azərbaycana turist səfərləri tamamilə dayandırıldı, ölkənin müxtəlif bölgələrində olan turist bazalarında və sanatoriya-kurort müəssisələrində qaçqın və məcburi köçkün soydaşlarımız müvəqqəti olaraq məskunlaşdırıldı. Turizm müəssisələrinin bir hissəsi ləğv edildi, bir hissəsi isə fəaliyyətini məcburi olaraq dayandırdı.

1993-cü ildə ümummilli lider Heydər Əliyev respublika rəhbərliyinə qayıtdıqdan sonra Azərbaycan tarixində yeni mərhələ başlandı. Ölkədə siyasi vəziyyət tədricən sabitləşməyə, iqtisadi-sosial həyatın bütün sahələri, o cümlədən turizm sahəsi yüksəlişə başladı. Azərbaycanın turizm regionları hesab edilən və 1990-cı illərin əvvəllərində ən narahat bölgələr olan Qusar-Quba-Xaçmaz, Zaqatala-Qax-Şəki, Masallı-Lənkəran zonalarında ulu öndər Heydər Əliyevin müdrik siyasəti sayəsində sabitlik bərpa olundu, qonşu dövlətlərlə sərhədlərimiz möhkəmləndirildi. Həmin ərazilərdə turizm inkişaf etməyə başladı. Azərbaycan Həmkarlar İttifaqlarının bu regionlarda yerləşən istirahət bazalarına turist yollayışlarının verilməsi bərpa olundu.

1995-ci ildə “Əsrin müqaviləsi” imzalandı. Həmin ərəfədə ulu öndər Heydər Əliyevin xarici və yerli iş adamlarını Azərbaycanda hotelçilik və turizm biznesinə sərmayə qoyuluşuna çağırışı tezliklə öz bəhrəsini verdi. Müasir tələblərə cavab verən hotellərin tikintisinə başlandı. Turizmin inkişaf tendensiyası ölkənin ali qanunvericilik aktlarında öz əksini tapdı. 1999-cu ildə Milli Məclisdə “Turizm haqqında” qanun qəbul edildi. 27 iyul 1999-cu ildə ulu öndər Heydər Əliyev “Turizm haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanununun tətbiq edilməsi haqqında” fərman imzaladı. Bu qanun Azərbaycan Respublikasında turizm bazarının hüquqi əsaslarının bərqərar edilməsinə yönəlmiş dövlət siyasətinin prinsiplərini, turizm fəaliyyətinin əsaslarını müəyyənləşdirdi, turizm sahəsində münasibətləri tənzimləyərək, sosial-iqtisadi inkişafı təmin edən vasitələrdən biri kimi turizm ehtiyatlarından səmərəli istifadə olunması qaydalarını müəyyən etdi.

2001-ci ilin sentyabr ayının 25-də Cənubi Koreya Respublikasının paytaxtı Seul şəhərində Ümumdünya Turizm Təşkilatının (ÜTT) XIV Baş Assambleyasında Azərbaycan Respublikası bu

## **TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS**

beynəlxalq turist təşkilatına üzv oldu. Bu isə, öz növbəsində, respublikamıza turizm fəaliyyəti üzrə tövsiyələr və praktiki kömək edilməsinə imkan yaratdı. 2001-ci ildə ilk dəfə olaraq Azərbaycanı tam genişliyi ilə təbliğ edən “Welcome to Azerbaijan” adlı xüsusi disk hazırlandı və ÜTT-nin Baş Assambleyasına təqdim olundu. Bununla yanaşı, diskin “Turizm in Azerbaijan” adlı veb sahifəsi yaradıldı. 2002-ci ildə ilk dəfə Bakıda xarici ölkələrin turizm şirkətlərinin iştirakı ilə Beynəlxalq Turizm Sərgisi təşkil olundu və ÜTT-nin dəstəyini qazandı. Birinci beynəlxalq sərginin açılışı zamanı ulu öndər Heydər Əliyevin sərgi iştirakçılarına təbrik məktubu oxunarkən necə fərəhləndiyimizi və qürur hissi duyduğumuzu izah etmək çətindir. Deməli, Azərbaycan adlı vətənimiz bütün dünyada turizm məkanı kimi qəbul olunmuş və tanınmağa başlamışdı.

Ölkədə turizmi inkişaf etdirmək və turizm ehtiyatlarından səmərəli istifadə etmək məqsədilə respublika Prezidentinin 2002-ci il 27 avqust tarixli sərəncamı ilə “Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı” təsdiq olundu.

Artıq XXI əsrin başlanğıcında Bakıda, Gəncədə, Naxçıvanda və ölkənin digər şəhərlərində xarici qonaqları qəbul edə bilən müasir mehmanxana və hotellər fəaliyyət göstərirdi. Respublikamızın bütün regionlarını əhatə edən 100-dən artıq turizm firması xarici turistlərin qəbulu və yerli əhaliyə turist xidməti ilə məşğul olur, 149 mehmanxana rəsmi qeydiyyatdan keçmişdir. Həmin hotellərdə yerlərin ümumi miqdarı 5000-dən artıqdır. Turizm üçün əlverişli regionlarda müasir səviyyəli özəl müalicə və istirahət mərkəzləri istifadəyə verilib. Respublikamıza gələn xarici qonaqların sayı 1 milyon nəfəri ötüb keçib. Turizmin inkişafı Azərbaycanın regionlarının iqtisadi inkişafının prioritet istiqamətlərindən biri kimi qəbul edilib və beynəlxalq təşkilatların rəyinə görə, həyata keçirilməsi üçün gözəl imkanlar var. Son on ildə ölkəmizin iqtisadi, siyasi, sosial, mədəni və turizm sahələrində əldə etdiyi nailiyyətlər Azərbaycan dövlətinin qurucusu və memarı dahi Heydər Əliyevin və bu gün onun daxili və xarici siyasətini layiqincə davam etdirən möhtərəm Prezident İlham Əliyevin böyük zəhməti hesabına qazanılmışdır.

2003-cü ildə “Azərbaycan Respublikasında sosial-iqtisadi inkişafın sürətləndirilməsi tədbirləri haqqında”, 2004-cü ildə “Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı” haqqında Prezident fərmanları ölkə iqtisadiyyatının, o cümlədən turizm sektorunun inkişafı yolunda mühüm addımlar oldu. Hazırda Azərbaycan turizmi yüksələn xətt üzrə inkişaf etməkdədir. 2008-ci ildə Azərbaycana gələn turistlərin sayı bir milyon üç yüz min nəfəri ötüb keçdi. 2009-cu ilin aprel ayında Bakıda Heydər Əliyev adına İdman və Konsert Kompleksində artıq 8-ci dəfə Beynəlxalq Turizm Sərgisi keçirildi. Sərgidə 20 ölkədən 78 turizm müəssisəsi iştirak etmişdir. Azərbaycanda 2011-ci ilin “Turizm ili” elan edilməsi isə turizmin inkişafında mühüm nəticələr əldə olunmasına gətirib çıxardı. “2009-2018-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında kurortların inkişafı üzrə Dövlət Proqramı” ölkəmizdə turizm-kurort sahələrinin planlı surətdə inkişaf etdirilməsinə və səmərəli istifadəsinə zəmin yaradır.

Xarici turizmlə yanaşı, daxili turizmin inkişafına da diqqət yetirilir. Xüsusilə də sosial turizmin – aztəminatlı ailələrin, əlillərin istirahət və sağlamlılıqlarının bərpasına yönələn turizmə önəm verilir. Turizmin bu növlərinin genişlənməsində Turizm Departamenti, Azərbaycan Həmkarlar İttifaqları Konfederasiyası, Dövlət Sosial Müdafiə Fondu və digər əlaqədar təşkilatlar dövlətimizin siyasətini uğurla həyata keçirirlər. Əminliklə demək olar ki, Azərbaycan Respublikasında turizm tədricən iqtisadi siyasətin ən qabaqcıl istiqamətlərindən birinə çevrilir. Təbiət bizə Azərbaycanın turizm sənayesini beynəlxalq səviyyəyə qaldırmaq üçün bütün imkanları bəxş etmişdir, bundan sonrakı işlər isə insanların fəaliyyətindən və bu işə münasibətlərindən asılıdır.

### **ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:**

1. İlqar Hüseynov, Nigar Əfəndiyeva. Turizmin əsasları. Bakı: 2007
2. Heydər Əliyev mənim həyatımda. 2013



**AZƏRBAYCANDA TURİZMİN DAYANIQLI İNKİŞAFININ  
SOSIAL-İQTİSADI ROLU VƏ QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ**

**b/m KÖÇƏRLİ Yalçın Ənvər oğlu  
müəllim KÖÇƏRLİ Leyla Rais qızı**

*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)*

**Abstract:** *The sustainable development of tourism in Azerbaijan is designed to provide for the development of tourism needs of the modern world, without undermining the ability of future generations to meet their tourism needs. The article assesses the socio-economic role of elements such as sustainable tourism development, enhancing the role of active tourism, dynamic growth of tourism quality and strengthening of environmental protection measures on the welfare of the population. Raising the living standards of vulnerable families by encouraging tourism resources as a whole is an indispensable condition for sustainable development. The key features of sustainable tourism development are the attraction of investments and the formation of tourism potential based on innovative technologies.*

**Key words:** *Qlobalization, sustainable development, welfare of the population, tourism needs, quality indicators of tourism*

Turizmin iqtisadiyyatda rolu onun iqtisadi artımda, tarazlı iqtisadi siyasətdə və beynəlxalq iqtisadi əlaqələrdə xüsusi çəkisi ilə müəyyənleşir. İqtisadi inkişafın müasir mərhələsində həm ənənəvi sahələr üzrə, həm də yüksək texnologiyalar, informasiya və biliklər iqtisadiyyatı sahələrində müqayisəli üstünlüklərin təyin edilməsi ilə qlobal iqtisadi sistemdə ölkənin iştirakı və ixtisaslaşması təmin edilməlidir. Ölkəmizdə turizmin inkişaf etdirilməsi üçün həyata keçirilən dövlət proqramlarında turizmin inkişafına təminat yarada biləcək maddi-texniki bazanın yaradılması, turizm sahələrinin proporsional inkişafının təmin edilməsinə, müasir tələblərə cavab verə biləcək sistemin formalaşdırılmasına xüsusi yer verilir. Bütün bunları nəzərə alaraq turizmin hərtərəfli inkişaf etdirilməsi üçün kiçik və orta sahibkarlığa geniş səlahiyyətlərin verilməsi, turistlərə xidmət göstərəcək obyektlərin yenidən qurulması və dünya standartlarına uyğunlaşdırılması, respublikanın beynəlxalq və daxili turizm bazarında rəqabət qabiliyyətinin artırılması, turizmin inkişaf etdirilməsi üçün mütərəqqi və səmərəli metodlardan istifadə edilməsi əsas prioritetlər hesab olunur [5, səh.425]. Turizmde sahibkarlıq fəaliyyətinin davamlı inkişafında müəssisədəki işçilərin sayı, peşəkarlıq səviyyəsi, əsas kapitalın dəyəri, fondlar, turizm xidmətləri bazarına çıxarılan məhsul və xidmətlərin dəyər ifadəsində həcmi, rəqabətə davamlılıq və s. göstəricilər proqnozlaşdırılmalıdır.

Turizm sahibkarlığının inkişafı turizmin dayanıqlı inkişafının təməli hesab edilir. Qloballaşma şəraitində milli iqtisadiyyatının şaxələndirilməsində özünəməxsus rolu ilə seçilən turizm sənayesinin dəqiq və kompleks planlaşdırılmasının davam etdirilməsi mühüm məsələlərdən biridir.

Turizmin dayanıqlı inkişafı qloballaşmanın intensivləşməsi nəticəsində Azərbaycanda yeni çağırışlar doğurur. Bu çağırışlara cavab vermək turizmin dayanıqlı inkişafının sosial-iqtisadi rolunun qiymətləndirilməsində vacib tələblərdən biri kimi əsaslandırılır. Turizmin beynəlxalq rolunun artması şəraitində təsisatlar bu çağırışlara vaxtında yerli imkanları obyektiv qiymətləndirməklə cavab vermək və formalaşan yeni imkanlardan faydalanmaq üçün birgə fəaliyyət göstərməyə məcburdurlar. Beynəlxalq turizmin inkişafında tələb-təkliflə əlaqəli olan amillərin, o cümlədən milli destinasiyaların inkişafına dövlət investisiyalarının yatırılması, turizm fəaliyyətində əlaqələndirmənin rolunun yüksəldilməsi, turizm sferasının kadr təminatı, turizm biznesinin inkişafına şərait yaradılması, turizm xidmətlərinin həyata keçirilməsi və reklam prosesində kütləvi informasiya vasitələrinin rolunun yüksəldilməsi kimi amillərin fərqləndirilməsi zəruridir.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli fərmanı ilə təsdiqlənən “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”ndə əksini tapmış konkret məqsədlər davamlı inkişafın təmin edilməsinin perspektiv inkişaf modelini təşkil edir. Yol Xəritəsində 2020-ci ilədək olan dövrdə regionun turizm potensialından səmərəli istifadə, milli səviyyədə peşəkar idarəetmənin təşkili, destinasiyaların formalaşdırılması, mövsümiyyətin aradan qaldırılması məqsədilə turizm infrastrukturalarının inkişafı, turizm formallıqlarının sadələşdiril-

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

məsi, turizm sahəsində müasir təhsil proqramlarına investisiya qoyuluşunu həyata keçirməklə insan kapitalının rolununun gücləndirilməsi prioritet kimi qarşıya qoyulmuş əsas vəzifələrdəndir. Yol xəritəsinin reallaşdırılmasının ən mühüm cəhətlərindən biri səmərəli və optimal təhsil və elm sisteminin tətbiqidir [1, səh.9].

Əhalinin rifah halının yaxşılaşdırılması istiqamətində əldə olunan müsbət meylləri davam etdirmək məqsədilə Prezident İlham Əliyevin imzaladığı Fərmanla 2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında yoxsulluğun azaldılması və davamlı inkişaf üzrə və regional inkişafa dair Dövlət Proqramlarının qəbul edilməsi regional turizmin makrosəviyyədə dayanıqlı inkişafına zəmin yaratdı. İnvestisiya fəallığının artırılması və investisiya mühitinin yaxşılaşdırılması hesabına ümumilikdə ölkədə, o cümlədən ayrı-ayrı regionlarda turizm sahibkarlığının inkişafının sürətləndirilməsi, turizm sferasında əhəmiyyətli sayda yeni iş yerlərinin yaradılması və məşğulluq səviyyəsinin yüksəldilməsi, region əhalisinin sosial vəziyyətinin yaxşılaşdırılması, milli iqtisadiyyatın dünya təsərrüfat sistemində inteqrasiyasının sürətləndirilməsinə təkan verdi.

Dayanıqlı turizmin inkişafını tənzimləyən normativlər turizm bazarında rəqabət və risk amillərinin hökmran olduğu şəraitdə xidmət keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi üzrə vahid göstəricilərin müəyyən edilməsini mürəkkəbləşdirir. İqtisadi, sosial, siyasi, təşkilati, texniki və innovasiya xarakterli amillərin təsiri turizm fəaliyyətinin müxtəlif növlərində xidmət keyfiyyətinin eyni göstəricilərini qiymətləndirməyə imkan vermir [4, səh.319]. Geniş imkanlarla yanaşı, özünü böyük riskləri gətirən qloballaşma beynəlxalq miqyasda turizm məhsulu və xidmətlərinin istehsalı ilə yanaşı ticarətin, kapital axınının və əmək miqrasiyasının sərbəstləşməsi tendensiyalarını kəskin artırmışdır [2, səh.150]. Beynəlxalq turizmin inkişafının qeyri-müəyyən xarakteri daha da güclənmiş, dünyada iqtisadi dinamikanın müəyyənləşməsində həlledici rol malik güc mərkəzləri sayılan ölkələr sırasına yeni ölkələr qoşulmuşlar. Bu isə öz növbəsində iqtisadi və ticarət əlaqələrinə təsir edir, resursların yenidən bölüşdürülməsinə, həmçinin turizm sferasında beynəlxalq rəqabətin güclənməsinə gətirib çıxarır. Belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, dünya turizm bazarında rəqabət və risk amillərinin hökmran olduğu şəraitdə Azərbaycanda turizmin dayanıqlı inkişafının təmin olunmasına elmi yanaşmalar mövcud olmalıdır.

Turizmdə uzunmüddətli dayanıqlıq prinsiplərinin təmin olunması turizmin iqtisadi və sosial-mədəni aspektləri ilə yanaşı ətraf mühitin qorunması ilə yanaşı baş verməlidir. Beləliklə, dayanıqlı turizmin sosial-iqtisadi rolu və qiymətləndirilməsi aşağıdakı aspektlərə əsaslanmalıdır:

1) ekoloji prosesləri dəstəkləyən təbii miras və bioloji müxtəlifliyin qorunmasına kömək edən ekoloji resursların optimal istifadəsi turizmin inkişafında zəruri element kimi təmin olunmalıdır;

2) destinasiyalarda tolerantlığı qorumaqla ərazini ziyarət edən turistlərin spesifik sosial-mədəni xüsusiyyətlərinə hörmətlə yanaşmalı, mədəni irs və ənənəvi amilləri əsas götürməklə, fərqli mədəniyyətlərin qarşılıqlı anlaşmasına, davranışlara həssas yanaşmalıdır;

3) uzunmüddətli iqtisadi proseslərin dayanıqlılığını təmin etmək, daimi məşğulluq və gəlir imkanları, destinasiyalarda sosial xidmətlərin təşkil olunması və yoxsulluğun azaldılmasına töhfə verən bütün tərəflərin maraqları çərçivəsində reallaşmalıdır.

Dayanıqlı turizm zəruri hallarda müvafiq profilaktik tədbirləri həyata keçirməklə ətraf mühitə təsirlərin davamlı monitorinqini tələb edən davamlı prosesdir. Dayanıqlı turizm turistlərin ehtiyaclarını ödəmək, çoxözlü tələblərindən istifadə edərək, nəticələrin davamlılığı barədə məlumatlılığı artırmaq və onlar arasında dayanıqlı turizmə dair praktik fəaliyyətlərin təşviqini özündə birləşdirir. Kütləvi (ənənəvi) və dayanıqlı turizm modelləri arasında əsas fərq turizmin dayanıqlı inkişafı nəticəsində əldə olunan gəlirlərin bir hissəsinin resurs bazasının bərpasına və turizm xidmətlərinin innovativ texnoloji strukturunun təkmilləşdirilməsinə istiqamətlənməsidir.

Destinasiyalarda turizmi inkişaf etdirərkən regional, milli və beynəlxalq turizm mütləq nəzərə alınmalıdır. Regional və milli səviyyədə sosial-iqtisadi siyasət, inkişaf proqramları, habelə marketing strategiyası turizmin dayanıqlı inkişafına təsir göstərir. Çox vaxt beynəlxalq turizmin stimullaşdırılması bu istiqamətdə uğurlu addım sayılmış olur ki, turizm bazarının vəziyyətinin qiymətləndirilməsi məhz bazar indikatorları əsasında aparılır. Bazar indikatorlarına turizm xidmətləri təklifi, satış həcmi, qiymətlər və rentabellik daxildir. Turməhsul və xidmətlər üzrə qiymətlərin diskriminasiyasının aradan qaldırılması dayanıqlılığın təmin olunmasında əvəzedilməz rol oynaya bilər [3, səh.243]. Çox vaxt bu göstəricilər statistik göstəricilər deyil, dinamiklik indeksi sayılır. Qloballaşma şəraitində turizm bazarının vəziyyətinin tədqiqində müxtəlif zəruri elementlər əsas sayılmalıdır: turizm

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

sektorunda mövcud iqtisadi hadisələrin qarşılıqlı əlaqə və asılılığının təhlili; seqmentlərin müəyyən-ləşdirilməsi istiqamətində ardıcıl müşahidələrin aparılması və əsaslandırılması; turizm bazarının təhlilində müəyyən ardıcılığa riayət edilməsi, o cümlədən vəziyyətin proqnozunun hazırlanması.

**Cədvəl 1. Dayanıqlı turizmin kütləvi (ənənəvi) turizmdən fərqləndirici xüsusiyyətləri**

Müqayisəli faktorlar	Dayanıqlı turizm	Kütləvi (ənənəvi) turizm
<b>Turistlərin cəlb olunması</b>	Turizm xidmətlərinin həcmi, turizm sahəsinin təbiətini müəyyən edən destinasiyaların sosial-iqtisadi və ekoloji imkanlarına uyğun gəlir.	Turizm fəaliyyəti turist axınının daimi artmasına istiqamətlənib. Turizm xidmətlərinin həcmi yalnız maddi-texniki bazanın tutumu ilə məhdudlaşır.
<b>Turistlərin davranışı</b>	Turistlər səyahət zamanı destinasiyaların mədəniyyətinə uyğun müəyyən davranış tərzinə əməl edirlər. Turistlərin davranışları yerli əhalinin təbii qaynaqlarına və ənənələrinə zərər yetirmir.	Turistlər həyat təzi və davranışlarını istirahət sahəsinə gətirirlər.
<b>Təbiət və ətraf mühitə münasibət</b>	Turistlər üçün təbii obyektlərin mövcudluğu onların istehlak dəyərindən daha əhəmiyyətli hesab olunur.	Turistlər təbiət obyektlərində istehlakçı münasibətinə hakimdir. Təbiət obyektləri insanlar üçün faydalı olduğuna görə qiymətləndirilməlidir.
<b>Turistlərlə yerli əhali arasındakı münasibətlər</b>	Dostluq, qonaqpərvərlik, hörmətə layiq münasibətlər, yeni mədəniyyətlərin öyrənilməsi əsas göstəricilərdən hesab olunur.	Formal əlaqələr zəmnində ziyarətçilər özləri xidmət göstərməyə məcburdurlar.

Turizmin iqtisadi fəaliyyətini xarakterizə edən göstəricilərdən ən geniş yayılanı xidmət həcmidir. Statistikanın qiymətləndirdiyi turizm xidmətlərinin praktiki olaraq xeyli hissəsi turizmin deyil, xidmət sferasının fəaliyyəti kimi təqdim edilir. Müasir qloballaşma şəraitində dünya ölkələri sahib olduqları turizm ehtiyatlarından səmərəli istifadə etməklə onun dayanıqlılığına nail olmaq, bununla da təbiət, cəmiyyət, iqtisadi inkişaf və ekoloji vəziyyət arasında dayanıqlı əlaqələr yaratmağa çalışırlar.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. «Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi». Bakı-2016, 6 dekabr. 98 səh.
2. 2.В.М.Кудров «Мировая экономика: социально-экономические модели развития». Питер-2015, 400 стр.
3. 3.В.Н.Вяткин, В.А.Гамза, Ф.В.Маевский «Риск-менеджмент». Питер-2017, 365 стр.
4. 4.Бен Бернардо, Роберт Френк «Экономикс». Питер-2018, 462 стр.
5. Y.Ə.Köçərli, L.R.Köçərli "Turizmin davamlı inkişafı: qloballaşma və rəqabət". Bakı Biznes Universiteti. Heydər Əliyevin 93 illiyinə həsr olunmuş Beynəlxalq elmi-praktiki konfrans. 05-06 May 2016-cı il. Bakı-2016, 769 səh.

## AZƏRBAYCANIN İQTİSADİYYATINDA TURİZMİN ROLU

**i.ü.f.d., dosent Əliyeva Roza ƏLİGÜLOVNA**

*Azərbaycan Texniki Universiteti*

**Abstract:** *The modern tourism industry in Azerbaijan stimulates the development of infrastructure elements - hotels, restaurants, trade enterprises. Tourism in Azerbaijan has a positive effect on increasing local incomes, creates new jobs, develops all industries related to the production of tourism services, develops social and production infrastructure in tourist centers, activates and promotes the development of cultural standards and cultural activities, local population increases foreign exchange earnings.*

**Keywords:** *tourism, Azerbaijan, infrastructure, economic, services*

Azərbaycanda ictimai problemlərin həllində turizmin inkişafı mühüm rol tutur. Turizmlə əlaqədar olaraq yeni iş yerləri yaradılır, əhalinin yüksək səviyyədə yaşaması təmin edilir və ölkənin ödəniş balansının yaxşılaşdırılması üçün şərait yaradılır. Turizm sənayesinin inkişaf etdirilməsinin zəruriliyi

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

təhsil səviyyəsinin yüksəlməsinə, əhaliyə göstərilən tibbi xidmətlər sisteminin təkmilləşdirilməsinə, informasiya yaymağın yeni vasitələrinə tətbiq edilməsinə yönəlmişdir.

Turizm tarixi və mədəni irsin qorunması və inkişafına müsbət təsir göstərir, müxtəlif ölkələr və xalqlar arasındakı əlaqələrin uyğunlaşmasına gətirib çıxarır, hökumətləri, qeyri-hökumət təşkilatları və kommersiya strukturlarını ətraf mühitin mühafizəsi və təkmilləşdirilməsində aktiv iştirak etməyə cəlb edir.

Azərbaycanda müasir turizm sənaye iqtisadiyyatın ən sürətlə irəliləyən sektorlarından biridir və həm müstəqil iqtisadi fəaliyyət növü, həm də sektorlararası bir kompleks kimi qəbul edilə bilər.

Azərbaycanda turizm infrastruktur elementlərinin inkişafını stimullaşdırır - otel, restoran, ticarət müəssisələri və s. Bütçənin gəlir hissəsinin vergilərə görə birbaşa ola biləcəyi (viza haqqı, gömrük rüsumları) və ya dolaylı ola biləcəyi (işçilərin əmək haqqının artması bütçəyə verdikləri gəlir vergisi məbləğinin artmasına səbəb olur) artımını müəyyənləşdirir. Bundan əlavə, turizm xarici valyuta və müxtəlif növ investisiyaların cəlb edilməsi üçün geniş imkanlara malikdir. Turizmin mühüm iqtisadi funksiyası iqtisadiyyatın saxələndirilməsidir, turizm sənayesinə xidmət edən sənaye qurur, əhalinin gəlirlərinin artmasını təmin edir və xalqın rifahını artırır.

Turizmin iqtisadi inkişafa təsiri, xarici və yerli turistlər sayəsində effektiv tələbatın artması nəticəsində biznes fəaliyyətinin artırılması və malların, xidmətlərin, istehsalının genişləndirilməsidir. İqtisadi baxımdan, turizmin xidmətləri təmin edən bir sənaye kimi cəlbədiciliyi sərbəst çevrilən valyutada investisiya və gəlirin daha sürətli qaytarılmasında yadır. Bir çox ölkələrdə turizm dövlətin aparıcı sektorlarından biridir, sürətlə inkişaf edir və mühüm sosial və iqtisadi əhəmiyyət kəsb edir, çünki:

- yerli gəlirləri artırır;
- yeni iş yerlərini yaradır;
- turizm xidmətlərinin göstərilməsi ilə bağlı bütün sənaye sahələrini inkişaf etdirir;
- turizm mərkəzlərində sosial və sənaye infrastrukturunu inkişaf etdirir;
- xalq sənətkarlıq fəaliyyətlərini və mədəniyyətin inkişafını aktivləşdirir və onları təbliğ edir;
- yerli əhalinin yaşayış səviyyəsinin artmasını təmin edir;
- valyuta mənfəətini artırır.

Dünyanın bir çox ölkəsində turizm ən prioritet sahələrdən biridir, ümumi gəlirinin 20-45% -dək olan payı və xarici turizmin gəlirləri əsas pul mənbəyidir. Nəticədə, turizm sənayesi yalnız gəlirlərin əhəmiyyətli bir hissəsini inkişaf etmiş ölkələrin bütçəsinə gətirir, həm də son dərəcə perspektivli və şübhəsiz ki, Azərbaycanın dövlət bütçəsi üçün əsas gəlir mənbələrindən birinə çevrilə bilər.

İqtisadiyyat məhdud resursların istifadəsindən optimal faydalar əldə etməklə bağlıdır. Adətən məhdud olan iqtisadi amillər şəxsin psixoloji və fiziki ehtiyaclarını ödəmək üçün nəzərdə tutulmuşdur.

Digər bölgələrdən olan səyahət xərcləri qonaq bölgənin iqtisadiyyatına olan töhfədir. Belə ki, Azərbaycanda səyahət edən Yaponiya turistləri əsasən öz vətənlərində gəlir əldə edirlər. Azərbaycana pul xərcləyərək, ölkəmizin iqtisadiyyatına sərmayə qoyurlar. Beləliklə, ölkədə xaricilərin turist məqsədləri üçün xərcləri Azərbaycan üçün turizm ixracını təşkil edir. Bu ölkəyə səyahət etməklə turistlər turist təcrübəsi qazanır və səfərləri onlara unudulmaz təəssüratlarını verirlər.

Turizm iqtisadiyyatı turizmin fəaliyyətinin nəticələrinin istehsal, bölüşdürülməsi, mübadiləsi və istifadəsi prosesində turizm sahəsində yaranmış münasibətlər sistemidir.

Bir turist firmasının iqtisadiyyatı bir turist məhsulunun satılması və müxtəlif xidmətlərin (tamamlanmış işlərin) təmin edilməsi nəticəsində alınan istehsal, dövriyyə vəsaitləri və qeyri-maddi aktivləri, mənfəət (mənfəət) amillərinin birləşməsidir.

### ***Turizm Azərbaycan iqtisadiyyatının bir sahəsi kimi***

Hər hansı bir ölkənin iqtisadiyyatında turizm böyük rol oynayır. Turizm sənayesinin iqtisadiyyatı səyahətçilərin istək və ehtiyaclarını ödəmək üçün nəzərdə tutulmuş turistik məhsul və xidmətlərin istehsal və istehlak prosesində inkişaf edən iqtisadi əlaqələri öyrənən və təhlil edən bir intizam kimi müəyyən edilə bilər.

Bu münasibətlər həm makro səviyyədə (dövlət səviyyəsində, həm də regionda) və mikro səviyyədə (müəyyən bir bölgənin və ya müəssisənin səviyyəsi) nəzərdən keçirilə bilər. Turizm sənayesinin inkişafı bir çox fərqli, həm xarici, həm də daxili amillərdən təsirlənir. Buna görə də, milli iqtisadiyyatın sürətlə inkişaf edən, dinamik, qeyri-müəyyən bir komponenti kimi tanınır. Bir çox ölkələr üçün hələ də inkişaf mərhələsindədir.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Azərbaycanda turizm ölkə iqtisadiyyatının digər sahələrinə müsbət təsir göstərir, ərazinin iqtisadi inkişafını stimullaşdırır, yerli əhalinin məşğulluğunu iqtisadi baxımdan artırır. Turizm təbiətin ən ekoloji cəhətdən təbii növüdür.

Xidmət sənayesi maddi və qeyri-maddi məhsullar istehsal edən müəssisələri birləşdirən iqtisadiyyatın çox xüsusi və çoxtərəfli bir sektorudur. Bu, iqtisadiyyatın digər sektorlarından fərqlənir ki, bu da sənayenin bütünlüklə və xidmət sektorunda fərdi müəssisələrin idarə olunmasının mürəkkəbliyini əhəmiyyətli dərəcədə artırır.

Amma turizmin dövlət iqtisadiyyatına müsbət təsiri yalnız hər tərəfdən inkişaf edərsə, yəni ölkə iqtisadiyyatını xidmət iqtisadiyyatına çevirmir. Başqa sözlə, turizmin iqtisadi səmərəliliyi onu dövlətdə paralel və sosial-iqtisadi kompleksin digər sahələri ilə birlikdə inkişaf etdirməyi nəzərdə tutur.

Turizm sənayesindəki istehsal artımı iqtisadiyyatın digər sahələrinə köçürülür, burada investisiya fəaliyyəti inkişaf edir, yeni iş yerləri yaranır, ticarət genişlənir və nəticədə gəlirlər artır. Alınan gəlir hissəsi vergilər şəklində gəlir. Bu şəkildə qaldırılan vəsaitlər turizm sənayesinin infrastrukturunu daha da maliyyələşdirmək, əhalinin sosial cəhətdən zəif qruplarına maddi yardım göstərmək və turizm xidmətləri sənayesi üçün kadr hazırlığı sistemini inkişaf etdirmək üçün istifadə edilə bilər.

Turizm sənayesi milli iqtisadiyyatın bir-birinə bağlı sənayesi və sənayesinin bir sıra qrupunu ifadə edən iqtisadi bir kateqoriyadır, bir funksional vəzifəsi bütün mövcud turistik resursları rəşional olaraq istifadə edərkən, müxtəlif növ istirahət və istirahət səyahətlərində insanların müxtəlifliyini və daim artan ehtiyaclarını həll etməkdir.

Turizm, müxtəlif sənaye sahələrini birləşdirən turizm sektoru adi vertikal düzlemde deyil, müxtəlif sənaye müəssisələri və müəssisələri daxil olmaqla, bir növ üfüqi məkanı əhatə edir, çünki milli iqtisadiyyatın böyük müstəqil sektorlararası iqtisadi kompleksi kimi qəbul edilməlidir.

Azərbaycanda turizm inkişaf etməkdə olan bir kompleksdir. Buna görə də biz bazarda yeni iş növlərini və bu sənədə yaranan problemləri həll etmək yollarını daim axtarıyıq.

Turizm sənayesinin idarə edilməsinin iqtisadi aspektləri ilə bağlı bir çox xüsusiyyətlər mövcuddur, çünki effektiv fəaliyyət müxtəlif amillərdən asılıdır: siyasi, iqtisadi, sosial, ekoloji və s.

Turizm sənayesi birbaşa təbiətnən bağlı və mövsümdən asılı olan iqtisadiyyatın xüsusi sektorlarından biridir.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Morozov M.A. "Turizm İqtisadiyyatı", iş təlimatı. – M.: IT & G, 1998
2. Aleksandrova A.Yu. "İqtisadiyyat və beynəlxalq turizmin ərazi təşkilatı". – M., 2001
3. Moiseyev N "Turist formasının strateji idarə olunması". – M., 2001
4. Azar V.İ., Tumanov S.Yu. "Turizm bazarının iqtisadiyyatı". – M., 1998

## GƏLMƏ TURİZMİN PROBLEMLƏRİ VƏ ONUN HƏLLİ YOLLARI

magistrant NƏHMƏTOVA Zərxanım Çingiz qızı  
t.ü.f.d., dosent Bahadır Ənvər oğlu BİLALOV

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract::** *One of the main conditions for determining the development of tourism is the detection of the potential development of tourism and its effective use. The article deals with the research of the problems involved in incoming tourism and the measures solving these problems. In this connection, issues such as exploring the tourist potential, determining the taste, problems or needs of the tourist, as well as taking into account market requirements when organizing services, are of particular interest.*

**Key words:** *incoming tourism, natural resources, tourism potential, tourism infrastructure, problem*

### Giriş

Turizm iqtisadiyyata təsir göstərən güclü qüvvə olub dövlət büdcəsinin formalaşmasında, ticarət balansının sabitləşməsində, işsizliyin aradan qaldırılmasında mühüm rol oynayır. Ölkə təsərrüfatının

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

bütün sahələrinə təsir göstərən və onların inkişafını stimullaşdıran turizmin inkişafı və daha səviyyəli olması ölkənin prestijinə də böyük təsir göstərir. Buna görə də turizmin inkişafına nail olmaq dövlətimizin başlıca məqsədlərindən biridir və bu məqsədə nail olmaq üçün turizm sənayesində görülmüş tədbirlər nəticəsində Azərbaycanda bu sektorun inkişafı üçün münbit şərait yaradılmış və milli turizm kompleksinin rəqabətə davamlılığı yüksəldilmişdir.

### Əsas hissə

Zəngin təbii ehtiyatları, unikal bioloji müxtəlifliyi, əlverişli iqlimi, 825 km dəniz sahilinin olmasına baxmayaraq, bu gün Azərbaycan Respublikası bəzi kiçik ölkələrin qəbul etdiyindən daha az turist qəbul edir. Bunu Respublikanın müvafiq instansiyalarının gəlmə turizmin problemlərinə kifayət qədər diqqət yetirməməsi, turizm potensialının lazımcınca dəyərləndirilməməsi və regionlarda turizm infrastrukturunu ilə bağlı bir çox problemin hələ də həll edilməməsi ilə izah etmək olar [5, səh 23].

Respublikamız müstəqillik əldə etdikdən sonra turizmlə məşğul olmaq istəyənlərin sayı artmağa başladı. Bu gün Azərbaycan respublikasında təkcə Beynəlxalq turizm fəaliyyəti ilə məşğul olmaq hüququna malik təşkilatların sayı 330-u keçib. Lakin maddi-texniki bazanın regionlarda paytaxtla müqayisədə kafi olmaması üzündən onlardan yalnız bir neçə qrupu xarici turistlərin qəbulu ilə məşğul olur. Azərbaycanda turoperatorlar əsasən xarici bazara işləyirlər, daxili bazara işləmək onlara əl vermir. Ona görə ki, ölkə daxili turistlərin alıcılıq qabiliyyəti aşağıdır. Digər tərəfdən, ölkə daxilində xidmət səviyyəsi aşağı, qiymətlər isə yuxarıdır. Azərbaycan turoperatorları xarici ölkələrə turist göndərirlər, bu da valyutanın ölkədən çıxmasına səbəb olur. Xaricə gedən turistlər xarici ölkələrin turizminə sərmayə qoyurlar. Halbuki, bizim ölkənin sərmayə qoyuluşuna ehtiyacı daha böyükdür.

Turizmin inkişafında əsas nəaliyyət təkcə onun yüksək gəlirliliyi ilə məhdudlaşmır, həmçinin müxtəlif sosial problemlərin həlli, işsizliyin azalması və aradan qaldırılması, regionların ümumi iqtisadi, əhalinin isə yaşayış səviyyəsinin yüksəlməsi də turizmin uğuru hesab edilə bilər. Beynəlxalq və daxili turizmin inkişafı iqtisadiyyatın yüksəlməsinə yeni təkan verməklə yanaşı, həmçinin turizmi inkişaf etdirilən regionların ekoloji mühafizəsini də təmin edəcəkdir.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, turizm ehtiyatlarının olması hətta iqtisadi cəhətdən inkişaf etməmiş ölkələrə dünya turizm bazarında xüsusi mövqe əldə etmək imkanı verir, bir şərtlə ki, həmin ölkə turizmin inkişafı sahəsində fəal dövlət siyasəti yürütsün. Bu siyasətin əsas istiqamətlərinə turist səfərlərinə çıxanların hüquqlarının, yerli turizm məhsulları istehsalçılarının, daxili və gəlmə turizmin hər tərəfli müdafiəsidir ki, bunun sayəsində də tədiyyə balansы yaxşılaşır, büdcə gəlirləri artır və yeni iş yerləri açılır.

Turizmin inkişafında dövlət siyasətinin əsas istiqamətlərini regional iqtisadi və sosial inkişaf, yeni iş yerlərinin açılması və integrasiya imkanlarından istifadə etməklə ölkənin qeyri-neft sektorunu genişləndirmək təşkil edir.

Azərbaycanda turizmin inkişafının konseptual əsasları, onun qanunvericilik bazası və dövlət proqramları sosial-iqtisadi inkişafın turizm amilini tənzimləyir. Dövlətin sahibkarlığa kömək, subsidiya və dotasiya siyasəti, həmçinin yerli büdcələrin və əhalinin resurslarının iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsi yolları dövlətin tənzimləmə siyasətinin əsasını təşkil edir. Dövlət siyasəti ölkə iqtisadiyyatında büdcə, maliyyə, sosial müdafiə, sahibkarlığa kömək məqsədi ilə lizinq xidməti güzəştli kreditlər və həmçinin ünvanlı yardımlar edilir. Dövlətin turizmə dəstək proqramları xüsusi və ümumi potensialın birgə istifadəsi yolları ilə təmin olunur.

Turizmin beynəlxalq mənası, xarici turistlərin gəlməsinə şərait yaratmaq üçün turizm motivi və turizm tələbinə uyğun xidmət və infrastruktur problemləri ilə həll olunur. Turizmin inkişafı kənd və kənd təsərrüfatı kontekstində məqsəd və amil olmaqla birbaşa, sahələrarası və ərazi kompleksləri və infrastruktur inkişafı ilə mümkündür [3, səh 513].

Dünyanın hər bir ölkəsi özü-özlüyündə tarixinin, mədəniyyətinin, ənənələrinin, memarlıq abidələrinin, tərəqqiyə doğru keçdiyi yolunun qorunmasında və işlək vəziyyətdə saxlanılmasında maraqlıdır. Hər ölkədə xarici turistləri maraqlandıran sahələr tapıla bilər. Lakin bu ölkələrin özünə məxsus xüsusiyyətlərini aşkara çıxartmaq, bütün dünya xalqlarına tanıtmaktan ötrü çoxlu iş görmək lazımdır. Bu iş dövlət səviyyəsində və dövlət tərəfindən görülməlidir. Dövlət xarici ölkələrdə öz ölkəsinin imicini yaratmalı və onun turist mərkəzlərini təbliğ etməyi bacarmalıdır. Dövlət tərəfindən turizm fəaliyyətini tənzimləmək üçün aşağıdakı tədbirlər görülməlidir:

➤ Turizm sahəsində münasibətləri tənzimləmək üçün hüquqi və normativ sənədlərin hazırlanması;

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

- Milli turizm məhsulunun xarici və daxili bazarlarda hərəkətinə yardımçı olmaq;
- Xarici kapital qoyuluşuna əlverişli şərait yaratmalı, turizm sahəsində birgə turizm şirkətlərinin yaranmasına maraq oymatmalı, vergi və gömrük məsələlərini tənzimləməli;
- Turizm sahəsində tədqiqat işlərini genişləndirməli və kadrların hazırlanmasını təşkil etməlidir. İqtisadi və inzibati tədbirlərə isə aşağıdakılar aiddir:
  - vergi güzəştləri, kreditlər, subsidiyalar və dotasiyalar;
  - alıcıların hüquqlarını müdafiə edən normativ aktlar;
  - pasport və viza məhdudiyyətlərinin gəlmə və ölkədən çıxan turistlər üçün azalması;
  - sosial turizmin himayə olunması və inkişafı;
  - ətraf mühitin qorunması üçün tədbirlər.

Turizmin inkişafı Azərbaycanda dövlət siyasətinin ayrılmaz tərkib hissəsinə çevrilməklə iqtisadi tərəqqi və yüksəlişin mühüm amili kimi nəzərdən keçirilir. 2002-2005 və 2010-2014-cü illərdə ölkədə və regionlarda turizmin inkişafı, 2004-2008 və 2009-2012-ci illəri əhatə edən regionların sosial-iqtisadi inkişafının təmin edilməsi, 2009-2018-ci illəri əhatə edən kurortların inkişafı ilə bağlı qəbul olunmuş dövlət proqramları, habelə 2016-cı ildə turizmin inkişafına dair qəbul olunmuş Strateji Yol Xəritəsi turizm sənayesinin prioritet sahə olduğunu və bölgələrin turizm ehtiyatları, daxili turizm potensialından səmərəli istifadə məsələsini aktuallaşdırır.

Turizm sənayesinin müdafiəsinə dövlətin bu sahəyə birbaşa sərmayə qoymasından tutmuş, kadrların hazırlanması, elm və reklam-informasiya təminatı, milli turizm məhsullarının dünya bazarına çıxarılması, sərmayə axını stimullaşdıran vergi və gömrük güzəştləri və s. tədbirlər daxildir.

Ölkələrin çoxu sərmayəçilərə güzəştli şərait yaratmış və gəlir vergisinin azalmasını qəbul etmişlər. Bəzi ölkələrdə bir neçə il turist firmaları gəlir vergisindən azad olur və əlavə dəyər vergisi aşağı salınır. Buradan aydın görünür ki, turizm sahəsində vergi siyasəti olduqca çevikdir, vergilərin dinamik olaraq dəyişməsi turizmin inkişafına yönəldilmişdir. Yeni turist mərkəzlərinin tikilməsinə maraq oymatmaqdan ötrü Avropanın bəzi dövlətləri torpaq sahəsini ucuz qiymətə satır və ya uzun müddətə icarəyə verir. Avropanın bəzi ölkələrində turist firmaları kommunal xidmətlərdən güzəştli qiymətlərlə istifadə edirlər. Əksər hallarda, firmaların qazandığı valyutanın 20 %-i vergilərdən azad olur. Beləliklə, firmalar müəyyən miqdarda kapital toplayır, genişlənir və imkanları çoxalır. Bu da turizmin ümumi inkişafına zəmin yaradır.

Turizmin inkişafının ən mühüm problemlərindən biri ətraf mühitin çirklənməsi və son zamanlar planetimizdə baş verən qlobal hadisələrdir. Bununla əlaqədar, dövlətlərin turizm sahəsində siyasəti ətraf mühitin qorunmasına istiqamətlənmişdir. Dövlət orqanları bu sahədə uzun müddətli proqramlar tərtib edir və həyata keçirir. Bu sahədə Azərbaycanda da çox işlər görülür. Hazırda ölkədə ümumi sahəsi 892546,49 hektar olan xüsusi mühafizə olunan təbiət əraziləri, o cümlədən, 9 milli park, 11 dövlət təbiət qoruğu və 24 dövlət təbiət yasaqlığı fəaliyyət göstərir. Xüsusi mühafizə olunan təbiət ərazilərinin beynəlxalq standartlara uyğun infrastrukturunun yaradılması istiqamətində 2017-ci il ərzində Göygöl Milli Parkının rekreasiya potensialı ərazilərində ekoturizm infrastrukturunu, marşrutların yaradılması işləri davam etdirilib, qısa müddət ərzində Milli Parka 350 minə yaxın turist səyahət edib.

2017-cı il ərzində bioloji müxtəlifliyin qorunması istiqamətində aparılan işlər davam etdirilib. Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2017-ci il 20 oktyabr tarixli 468 nömrəli Qərarına əsasən Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyinə aid daha 3 xidmət - "Fiziki və hüquqi şəxslər tərəfindən zooloji kolleksiyaların yaradılması və zənginləşdirilməsi ilə əlaqədar icazənin verilməsi", "Ovçuluq biletinin verilməsi", "Torpaqların kateqoriyalara aid edilməsinə və onların bir kateqoriyadan digərinə keçirilməsinə dair rəyin verilməsi" Nazirliyin elektron xidmətlər portalında yerləşdirilib, hazırda Elektron Hökumət Portalına inteqrasiya edilməsi üçün lazımı tədbirlər görülməkdədir [9].

Turizm sahəsində ən vacib məsələlərdən biri də ölkəmizdə əsrlərdən bəri kök salmış özünə məxsus qonaqpərvərliyi bərpa etməkdir. Bundan ötrü, öz kəndlərimizi, şəhərlərimizi düşmən tapdağından azad etmək, qaçqınları öz torpaqlarına qaytarmaq, kəndləri və şəhərləri bərpa etmək, yollar salmaq lazımdır. İqtisadi cəhətdən geri qalmış və istehsal qüvvələrinin zəif inkişaf etdiyi regionlar, turizmin məqsədyönlü inkişafına kapital qoymaqla öz iqtisadiyyatlarını dirçəldə bilirlər. Təxmini hesablamalar göstərir ki, artıq bu gündən başlayaraq turist səfərləri və ekskursiyalardan əldə olunan gəlirlər kəndlərin və şəhərlərin abadlaşmasında və iş yerlərinin açılmasında vasitəçi rolunu oynaya bilər.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Ölkəmizin turizm-ekskursiya sahəsi qarşısında duran mühüm məsələlərdən biri də turizm sahəsində kadrların hazırlanmasını müasir səviyyəyə qaldırmaq və kadrların ixtisaslaşmasını təmin etməkdir. Ölkəmizdə turizmlə bağlı, mövcud təhsil müəssisələrində təhsilin yalnız nəzəri olaraq öyrədilməsi və nəzəriyyənin praktikada tətbiqinə xüsusi diqqət yetirilməməsi bu problemin həllini çətinləşdirir. Həmçinin bu sahə üzrə təhsil alan savadlı kadrlar öz ixtisaslarına uyğun işlə təmin edilərsə həm bu sahədə öz işini bilən mütəxəssislər, həm də bu sahəyə olan maraq artar. Həmçinin, turizm sahəsində fəaliyyət göstərən bir sıra rəhbər işçilərin səriştəsizliyi, onların nəzəri və praktiki cəhətdən zəif hazırlıqlı olmasının nəticəsində ümumilikdə turizm sektorunun inkişafına zərbə dəyir. Ölkəmizdə artıq bu problemin həlli yolunda da uğurlu addımlar atılır. Artıq bu gün ali təhsil müəssisələrində turizm ixtisasları üzrə peşəkar kadr hazırlığı işinə ciddi fikir verilməkdədir. Bu sahədə ali təhsilli mütəxəssis hazırlığı ilə yanaşı, eyni zamanda elmi araşdırmalar aparılır, monoqrafiyalar və dissertasiyalar yazılır, dərsliklər nəşr edilir. Azərbaycan Dövlət Turizm və Menecment Universitetində, Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universitetində, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetində, Bakı Dövlət Universitetində, Naxçıvan Dövlət Universitetində, Lənkəran Dövlət Universitetində, Qərb Universitetində, Odlar Yurdu Universitetində, Mingəçevir Turizm Kollecinə həyata keçirilən kadr hazırlığı bu sahədə görülən işlər sırasında çox mühüm əhəmiyyət daşımaqdadır. Lakin nəzəri biliklərin praktikaya tətbiqi üçün mütləq bu sahədə mövcud olan beynəlxalq elmi və praktik təcrübələr mənimsənilməli, ölkəmizin təbii, maddi və mədəni imkanları araşdırılmalı və bunların məqsədyönlü istifadəsi üçün layihələr hazırlanmalıdır [4, səh 95].

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 olunmuşdur.

Reklam və tanıtma, bir ölkənin beynəlxalq turizm bazarındakı tələbinə təsir edən bir amil olaraq qəbul edilməkdədir. Reklam və tanıtma fəaliyyətlərinin turizm tələbi üzərindəki ən önəmli təsiri, bir turistik bölgəyə ya da ölkə haqqında istehlakçıya məlumat verməsidir. Bu məqsədlə, beynəlxalq turizmdə söz sahibi olan ölkələr, bir yandan sahib olduqları imici qoruya bilmək, digər yandan da bazardan daha artıq pay ala bilmək üçün reklam və tanıtma fəaliyyətlərinə daha artıq vəsait ayırmaqdadırlar. Turizm obyektlərinin təbliği məqsədilə reklam çarxlarının, bukletlərin hazırlanması, ölkənin beynəlxalq sərgilərdə təmsil olunması çox böyük əhəmiyyət kəsb edir. Son illər ölkənin turizm imkanlarından bəhs edən "Azərbaycan", "Odlar yurduna xoş gəldiniz", "Ecazkar rənglər diyarı", "Bakı", "Azərbaycanı kəşf et" və s. başlıqlı reklam çarxları dünyanın bir sıra nüfuzlu telekanallarında nümayiş olunmuşdur [2, səh 92].

2005-ci ildən başlayaraq məşhur xarici televiziya kanallarında respublikanın turizm potensialını əks etdirən reklam çarxılar yayımlanır. «CNN» televiziya kanalı vasitəsi ilə 6 ay, «Euronews» televiziya kanalı vasitəsi ilə 3 ay müddətinə həmin reklam çarxıları yayımlanmışdır. 2007-ci ildən isə «National Geographic», «Travel Channel», «CNN», «Euronews» televiziya kanallarının nümayəndələri ilə reklamın davamlı olaraq yayımlanması ilə əlaqədar danışıqlar aparılır. Həmçinin «Austrian Airlines» «British Airways» «AZAL» aviaşirkətlərinə məxsus təyyarələrinin bort jurnalarında və ekranlarında reklam çarxıları yerləşdirilmişdir. 2006-cı ildə «Cənnət görmək istəyən Azərbaycana gəlsin» suarı altında «Turizm aləmi» fotomüsabiqəsi keçirilmişdir [7].

2002-ci ilin aprel ayından başlayaraq hər il «AİTF» Beynəlxalq turizm sərgisi Bakı şəhərində keçirilir. Hər il keçirilən "AİTF" sərgisinə 2018-ci ildə dünyanın 20 ölkəsindən 277 şirkət və təşkilatı qəbul edir. Hər il sərgi iştirakçılarının sırasına həm yerli, həm də xarici iştirakçılar qatılırlar.

Ötən il ən böyük və ən nüfuzlu beynəlxalq sərgi tədbirlərindən biri sayılan 25-ci beynəlxalq turizm sərgisi "Arabian Travel Market-2018" (ATM) Dubay Beynəlxalq Ticarət Mərkəzində açıldı. Azərbaycan bu nüfuzlu sərgidə ənənəvi olaraq Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi tərəfindən təmsil olunur. Həmçinin Azərbaycan turizmi Pekində keçirilən "COTTM 2018", Rusiyanın Moskva şəhərində keçirilən "MITT 2018", Türkiyənin İstanbul şəhərində "EMİTT 2018" beynəlxalq turizm və səyahət sərgisində və bu kimi digər beynəlxalq sərgilərində iştirakı ölkəmizin turizm ölkəsi kimi tanınmasında müstəsna rol oynayır[8].

Strateji Yol xəritəsi "əsas tələb bazarları ilə hava əlaqəsinin təkmilləşdirilməsi"ni bir öhdəlik olaraq qarşıya qoyur. Bunu nəzərə alaraq, Azərbaycan Konqreslər Bürosu və AZAL birgə təşkilatçılıq edərək, "Baku Shopping Festival" çərçivəsində 10 şəhərdən Azərbaycana sərfəli turlar təşkil ediblər.



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Ölkəyə turist axını stimullaşdırmaq üçün təşkil edilən tur-paketlərə birbaşa uçuş bileti, transfer, iki nəfər üçün nəzərdə tutulan otaqda gecələmə, səhər yeməyi, festival iştirakçısı olan mağazalara turlar daxil edilib. Turizmin inşafı yönündə icra edilən proqramlar sırasında "Baku Shopping Festival" xüsusi əhəmiyyətə malikdir

Kampaniya tərkibində Azərbaycanda ilk dəfə "Tax free" sistemi tətbiq edilib, alıcılara 1,8 mln manat ƏDV qaytarılıb. Bu yolla həm yerli əhalidə, həm də turistlərdə maraq yaradılıb, onları ölkə içində ticarətə həvəsləndirib.

Dövri olaraq ilin fəsillərinin dəyişməsinə görə turizm sektoru mövsümi təsirlərə məruz qalır və bununla əlaqədar olaraq turizm səfərləri yüksək, orta və aşağı mövsüm dövrlərinə ayrılır. Təbii iqlim faktorlarından əlavə, yüksək turizm mövsümləri, həmçinin milli və dini bayramlar, tətilər, kütləvi idman və digər tədbirlər zamanı da müşahidə olunur. İstər təbii iqlim, istərsə də digər amillərdən meydana gələn yüksək, orta və aşağı turizm mövsümlərində turizm sənayesi müəyyən çətinliklərlə üzləşir.

Hazırda xarici turistlər Azərbaycana daha çox yay və qış fəsillərində, Novruz bayramında və bəzi beynəlxalq tədbirlərin keçirildiyi dövrlərdə gəlirlər. Belə ki, Azərbaycanda ənənəvi yay turizm mövsümü, 2012-ci ildən isə həm də qış turizm mövsümü vardır. Azərbaycan isti iqlim qurşağında yerləşməsinə baxmayaraq, nadir ölkələrdəndir ki, ən yüksək dünya standartlarına cavab verən nəhəng qış turizm infrastrukturunu və kompleksləri yaradır. Qusar rayonundakı "Şahdağ" Qış-Yay Turizm və Qəbələdəki "Tufan" Dağ-Xizək Qış-Yay İstirahət komplekslərində görülən işlər ölkəmizin bu sahədə əldə etdiyi uğurların miqyasını göstərir. Onu da deyək ki, son illərdə Azərbaycan vətəndaşları qış mövsümündə turizm məqsədilə digər ölkələrə üz tuturdular. Bu iri komplekslərin inşası göstərir ki, Azərbaycanda yay turizminə alternativ turizm növlərini də inkişafına və bu sahədə infrastrukturun yaradılmasına xüsusi diqqət göstərilir [6].

Turizm sektorunun səmərəliliyini və keyfiyyət göstəricilərini yüksəltmək üçün mövsümlilik problemi həll olunmalıdır ki, bu da mövcud resurslardan daha optimal istifadə üçün çox zəruridir. Daxili turizm də əsasən qeyd olunan dövrdə, həmçinin ölkədə rəsmi bayram günlərində və həftəsonu fəal olur. Halbuki, Azərbaycanın əksər turizm növləri üzrə turistləri bütün ilboyu cəlb etmək imkanları vardır. Azərbaycanda 11 iqlimdən 9-nun mövcud olması və iqlim şəraitinin turizm üçün 12 ay müddətinə uyğun olmasını nəzərə alaraq turizm növlərində diversifikasiyası edilməli və bununla da turizm 12 ay üçün aktiv sahə olmalıdır. Azərbaycanda turizmin mövsümi xarakter daşmasının aradan qaldırılması ilə bağlı ciddi tədbirlər həyata keçirilir. Bunun üçün dəniz turizminin inkişafı, rekreasiya zonalarının yaradılması, sağlamlıq turizminin növlərinin artırılması, qış turizminin daha da inkişaf etdirilməsi, həmçinin ölkəmizə xarici turistlərin cəlb olunması üçün təbliğat işlərinin gücləndirilməsi bu gün qarşıda duran əsas vəzifələrdəndir.

Bir çox 5 ulduzlu yüksək səviyyəli mehmanxanalar tikilmişdir. Lakin onlarda xidmət haqqı həddindən artıq baha olduğundan bu mehmanxanalar kütləvi turizm üçün az istifadə olunur. Buna görə də qrup şəklində səyahət edən turistlərin yerləşdirilməsi üçün qiymətləri nisbətən ucuz olan orta dərəcəli mehmanxanalar lazımdır. Bakı şəhəri hazırda dünya səviyyəli işgüzar turizm mərkəzlərindən biridir. Azərbaycanda mövcud olan otellər fərqli turizm növləri üçün kifayət qədər deyildir. Buna görə də, 2 və 3 ulduzlu otellərin sayı və eyni zamanda standartları yüksəldilməlidir.

Xəzər dənizi də ölkənin turizm sektoruna təkan vermək potensialına malikdir. Bu istiqamətdə turistlər üçün çimərlik turizminin cəlbediciliyini artırmaq məqsədilə çimərliklərə beynəlxalq təcrübədə olduğu kimi mavi bayraq nişanının verilməsi üzrə səylər genişləndirilməli və Xəzər dənizinin region daxilində ən çox üstünlük verilən yay turizm məkanına çevrilməsi ilə bağlı tədbirlər görülməlidir. Buraya Xəzər dənizinin təmizlənməsi və yaxınlıqdakı obyektlər üçün tənzimlənən tullantı emalı qurğularının yaradılması daxildir.

Turizm sektorunda göstərilən xidmətlərin keyfiyyət və kəmiyyət göstəriciləri baxımından təkmilləşdirilməsi məqsədilə turizm keyfiyyət sisteminin yaradılması turistlərin məmnunluq səviyyəsinin artırılmasına şərait yaradacaq tədbirlərdəndir. Araşdırmalar göstərir ki, turistlər Bakı şəhərinin təklif etdiyi bütün imkanlardan hərtərəfli şəkildə bəhrələnmə bilmirlər. Məsələn, 2014-cü ildə Bakıya gələn xarici turistlərin cəmi 45 faizi Bakının ən cəlbedici turizm məkanı olan Qız Qalasına baş çəkmişdir. Bunun səbəbi kimi turistlər arasında Bakı şəhərinin turizm məkanları barədə məlumatlılığın kifayət qədər olmaması qeyd edilə bilər. AR Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi turizmi inkişaf etdirmək məqsədilə paytaxtda və əyalət turizm informasiya mərkəzlərinin yaradılması sahəsində də mühüm

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

işlər görmüşdür. Belə ki, Bakıda hazırda cəmi iki turizm məlumat mərkəzi vardır. Bunlardan birinci turizm mərkəzi 2016-cı ildə Dənizkənarı Milli Parkda, digər mərkəz isə 2017-ci ildə İçərişəhərdə açılmışdır. Bakı, Quba, Xaçmaz, Şamaxı, İsmayilli, Qəbələ, Şəki, Zaqatala, Gəncə, Qusar, Bərdə, Lənkəran, Şəmkir və Mingəçevir turizm informasiya mərkəzləridir. Bununla da ölkəmizdə turizm informasiya mərkəzlərinin sayı 15-ə çatıb. Mərkəzlərin əsas məqsədi daxili turizmin inkişaf etdirilməsi, yerli və xarici turistlərin bölgəyə cəlb olunması, informasiya texnologiyaları vasitəsilə ölkəmizin müvafiq regionunun turizm potensialı haqqında məlumatları dünyanın hər bir nöqtəsinə çatdırılmasıdır. Turizm informasiya mərkəzləri tərəfindən bölgənin turizm potensialının təşviqi və onların fəaliyyətinin günün tələbinə uyğun olaraq təkmilləşdirilməsi həyata keçirilən əsas prioritet istiqamətlərdən biridir.

Quru yolu ilə sərhəd-buraxılış məntəqələrində xüsusən turizm mövsümündə, eləcə də bayram günlərində ölkəmizə turizm və digər məqsədlərlə səfər edən həm əcnəbi, həm də vətəndaşlığı olmayan şəxslərin çoxluq təşkil etməsi, həmçinin ölkə vətəndaşlarının bu dövrlərdə qonşu ölkələrə səfər etmələri və bəzi sərhəd-buraxılış məntəqələrində iş vaxtının qısa olması gözləmə hallarının yaranmasına, vaxt itkisinə, bu da, öz növbəsində, sıxlığın yaranmasına səbəb olur. Azərbaycanda dövlət sərhəd-buraxılış məntəqələrində turistlərin keçidinin rahat və sürətli şəkildə təşkil edilməsi, quru və dəniz yolu ilə ölkəyə daxil olan əcnəbilərə sərhəd-keçid məntəqələrində viza rəsmiləşdirilməsinin həyata keçirilməsi və s. məsələlərin tənzimlənməsinə ehtiyac vardır. Bu dəyişikliklər ölkədə turizm sektorunu daha da inkişaf etdirmək və xarici turist səfərlərinin sayını artırmaq üçün viza proseslərinin və sərhəd-keçid prosedurlarının asanlaşdırılması baxımından vacib göstəricidir.

Əsas tələb ölkələrinin əksəriyyətindən Azərbaycana səfər üçün əvvəlcədən vizanın alınması tələb olunsada, “Elektron vizaların verilməsi prosedurunun sadələşdirilməsi” və “ASAN Viza” sisteminin yaradılması haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 1 iyun tarixli 923 nömrəli Fərmanı Azərbaycanda elektron vizanın verilməsi prosesinin yaxşılaşdırılmasına imkan vermişdir.

Beləliklə, milli təhlükəsizlik məsələləri nəzərə alınmaqla, ölkənin turizm sektoru üçün hədəf olaraq müəyyənləşdirilmiş ölkələrdən gələn turistlərə qoyulan viza tələblərinin asanlaşdırılması, həmçinin elektron viza prosesinin daha da sadələşdirilməsi və sürətləndirilməsi, eləcə də sərhəd-buraxılış məntəqələrində sürətli keçidin təmin edilməsi üzrə müvafiq addımların atılması üçün bir sıra tədbirlər görülməlidir. Viza prosedurlarının sadələşdirilməsi nəticəsində turist sayının çoxalmasının 2020-ci ildə real ÜDM-in 20 milyon manat birbaşa və 10 milyon manat dolay olmaqla, ümumilikdə, 30 milyon manat artmasına gətirib çıxaracağı proqnozlaşdırılır [1, səh 51].

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 20 aprel 2018-ci il tarixli “Mədəniyyət və turizm sahəsində dövlət idarəçiliyinin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı bəzi tədbirlər haqqında Sərəncam”ına əsasən Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin əsasında Azərbaycan Dövlət Turizm Agentliyi yaradılıb. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi turizm sahəsində, habelə tabeliyindəki dövlət qoruqlarının ərazilərində yerləşən tarix və mədəniyyət abidələrinin qorunması sahəsində dövlət siyasətini və tənzimləməsinə həyata keçirən mərkəzi icra hakimiyyəti orqanıdır.

Agentlik turizm sahəsində vahid dövlət siyasətinin formalaşdırılması və həyata keçirilməsi, turizm sahəsində normayaratma fəaliyyətinin icrası, dövlət tənzimləməsinə, dövlət nəzarətini və əlaqələndirməni, turizmin inkişafı məqsədi ilə digər dövlət orqanları, müəssisələri və təşkilatları, habelə fiziki və hüquqi şəxslər, o cümlədən beynəlxalq və qeyri-hökumət təşkilatları arasında əlaqəli fəaliyyəti təmin etmək, qoruqların ərazilərindən məqsədyönlü istifadəni təşkil etmək və onların qorunub saxlanılmasını təmin etmək, milli kulinariya nümunələrinin qorunmasını və təbliğini təmin etmək istiqamətində fəaliyyət göstərir. [10].

Ölkəmizdə turizmin daha da inkişaf etdirilməsi üçün hazırda bir neçə istiqamət üzrə tədbirlər həyata keçirilir. Məsələn, Bakının kommunikasiya və marketing planı hazırlanır və turizm brendi formalaşdırılır. Paytaxtın marketing strategiyası üzrə də işlər görülür, biznes strukturları ilə əlaqələr genişləndirilir. Turizm sektorunda ayrı-ayrı istiqamətlər üzrə bazarların təhlili, öyrənilməsi də diqqət mərkəzində saxlanılır. Bundan başqa, eko və aqro turizmin inkişaf etdirilməsinə xüsusi önəm verilir. Bələdçilərin, otel işçilərinin, turizm menecerlərin sayının artırılması da qarşıda duran əsas vəzifələr sırasındadır.

### Nəticə

Azərbaycan respublikasının turizm ehtiyatları və turizm xidməti dövlətimizə turist axınının gücləndirilməsi üçün kifayət qədər olsa da, onlardan səmərəli surətdə istifadə etmək üçün hələ çox işlər görülməlidir, yəni xarici ölkələrin, heç olmasa qonşu ölkələrin bu sahədə əldə etdikləri təcrübədən və

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

müasir xidmət texnologiyasından istifadə edərək, müasir tələblərə cavab verən turizm-rekreasiya kompleksini yaratmaq lazımdır.

Azərbaycanda turizmin inkişafı ölkə iqtisadiyyatının vəziyyətindən asılıdır. İqtisadiyyatı zəif olan ölkədə kütləvi turizmdən söhbət gedə bilməz. Bu cəhətdən Azərbaycanın günü-gündən inkişaf edib, güclənən iqtisadiyyatı bu sahənin də inkişafına birbaşa öz müsbət təsirini göstərir. Əminliklə demək olar ki, Azərbaycan Respublikasında turizm tədricən iqtisadi siyasətin qabaqcıl istiqamətlərindən birinə çevriləcək. Bunun üçün yalnız qarşıya qoyulmuş konkret məqsədlərin həyata keçirilməsinə ardıcıl surətdə çalışmaq lazımdır. Təbiət bizə Azərbaycan Respublikasının turizm sənayesini beynəlxalq sənayeyə qaldırmaq üçün bütün imkanları bəxş etmişdir, bundan sonrakı işlər isə insanların fəaliyyətindən və bu işə münasibətindən asılıdır.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizmin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi. 2016, 98 s
2. Azərbaycanda turizm və onun inkişafı Həbibə Soltanova, Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı. Bakı, 2015
3. Ə.Q. Əlirzayev. Turizm iqtisadiyyatı və idarə edilməsi səh513
4. Hüseynov İlqar, Əfəndiyeva Nigar. Turizmin əsasları. Bakı 2007. 442 s.
5. Məsim Abadov. Azərbaycan turizmi və onun inkişaf problemləri. Bakı 2014. 247 s.
6. <http://anl.az/down/meqale/xalqqazeti/2015/oktyabr/459418.htm>
7. [http://azerbaijan.az/portal/Society/Tourism/tourism\\_01\\_a.html](http://azerbaijan.az/portal/Society/Tourism/tourism_01_a.html)
8. <https://travelnews.az/2018/04/04/beynelxalq-turizm-ve-seyahetler-sergisi-aitf-2018/>
9. <http://eco.gov.az/az>
10. <https://tourism.gov.az/az>

## AZƏRBAYCAN VƏ UKRAYNADA TURİZM İŞİNİN TƏŞKİLİNDƏ OXŞAR VƏ FƏRQLİ TENDENSİYALAR VƏ ONLARIN QARŞILIQLI TƏTBİQİ PERSPEKTİVLƏRİ

**magistrant Eldar MƏMMƏDBƏYOV**

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *Tourism plays major role in the economy of developing countries as nowadays many of them mainly focus on implementing related projects in order to increasing quality of tourism services in respective areas. This article concentrates on historical background, differences, similarities, current conditions and perspectives of tourism industry in Azerbaijan and Ukraine. The article provides equal overview on both countries' tourism potential while giving comparative analyze.*

**Keywords:** *tourism, hospitality, economy, infrastructure, tendency*

Keçmiş SSRİ-nin süqutu İttifaq Respublikalarının artıq fərdi şəkildə siyasət yürüdüb, öz iqtisadi, ictimai, sosial mühitlərinin formalaşmasını zəruri edirdi. Sosialist ideyasının 70 il hökm sürdüyü idarə quruluşlarından turizm də öz töhfəsini almışdı. Müstəqillik əldə etmiş hər bir ölkənin qarşısında həm də turizmin inkişaf etdirilməsi dayanırdı. Azərbaycanda turizmin inkişaf etdirilməsinə müstəqilliyin ilk illərindən diqqət yetirilsə də XXI əsrin başlanğıcından bu məsələyə nəzarət daha da gücləndirildi. Azərbaycan yeni formalaşan müasir turizm destinasiyası olaraq əlverişli ictimai coğrafi məkanda, iki qitənin birləşdiyi strateji nəqliyyat qovşaqlarının mərkəzində yerləşməsi ilə turizmdə fərqliliklər, müxtəlif dadlar və möhtəşəm tarixi abidələrə üstünlük verənlər üçün yeni turizm məhsulu təklif edir.

Azərbaycan Respublikası müstəqilliyini əldə etdikdən sonra bu sahəni inkişaf etdirməyi qarşına məqsəd qoymuşdur. Əlbəttə bu təbii bir haldır çünki, təkəcə neft sahəsi ilə inkişaf etmək olmaz və qeyri-neft sektorunun inkişafı vacibdir. Aparılan iqtisadi islahatlar hamısı buna istiqamətlənmişdir. İqtisadi islahatların həyata keçirilməsində iqtisadi və sosial mexanizmlərin formalaşması, dinamikası və proqnozlaşdırılması, xüsusi tədqiqat obyektini kimi təhlili, islahatların əsaslandırılması və onun reallaşması zamanı meydana çıxan sosial nəticələrin qiymətləndirilməsi aktualıq baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Müstəqillik əldə etmiş Azərbaycan Respublikasının qarşısında duran strateji məqsəd ölkənin bazar iqtisadiyyatına keçməsilə bağlı qarşıya çıxan bir sıra sosial-iqtisadi problemlərin

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

həllində onun mütərəqqi formalarından səmərəli istifadə yollarını müəyyən etməkdir. Turizm haqqında Azərbaycan Respublikası qanunu Azərbaycan Respublikasında turizm bazarının hüquqi əsaslarının bərqərar edilməsinə yönəldilmiş dövlət siyasətinin prinsiplərini, turizm fəaliyyətinin əsaslarını müəyyən edir və turizm sahəsində meydana çıxan münasibətləri tənzimləyir, sosial-iqtisadi inkişafı təmin edən vasitələrdən biri kimi turizm ehtiyatlarından səmərəli istifadə olunması qaydasını müəyyənləşdirir. 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. [3]

Keçmiş SSRİ-nin İttifaq Respublikalarından biri olan Ukrayna da turizmdə beynəlxalq turist üçün müxtəlif sahələr və fəaliyyətlər daxilində məhsulların geniş spektrini təklif edir. Ukraynanın Avropa ölkələri ilə qonşuluq mövqeyi, zəngin milli-mədəni irs nümunələrinin əsrlər öncəyə qədər təsadüf etməsi, etnik fərqliliklərin bir ölkə daxilində təzahürü, ləziz milli mətbəx və Avropa şəhərləri ilə müqayisədə dəfələrlə ucuz xidmətlərin mövcudluğu onu beynəlxalq turistlər üçün cəlbedici edir. Ukraynada turizm işinin təşkilində müasir dövrü 1 neçə mərhələyə ayırmaq olar. Müstəqillik əldə edildikdən sonra turizm nəzarət Turizm üzrə Dövlət Komissiyası, 2001-2002-ci illərdə Gənclər, İdman və Turizm üzrə Dövlət Komissiyası, 2002-2005-ci illərdə Ukrayna Dövlət Turist Administrasiyası, 2005-2010-cu illərdə Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi nəzdində Turizm və Kurortlar üzrə Dövlət Xidməti, 2011-2015-ci illərdə İnfrastruktura Nazirliyi nəzdində Ukrayna Turizm və Kurortlar üzrə Dövlət Agentliyi, 2016-cı ildən bəri isə İqtisadi İnkişaf və Ticarət Nazirliyi nəzdində Turizm və Kurortlar üzrə Departament məşğul olmuşdur. Bu qurumların fəaliyyət göstərdiyi illərdə ciddi uğurlar əldə edilmişdir. Bu gün Turizm Ukraynanın ən cəld təkmilləşən və genişlənən sənaye sahələrindən biridir. Son illərin göstəriciləri onu deməyə əsas verir ki, Ukraynanın turizm bazarı ümumilikdə qonşu ölkələr olan Macarıstan, Çexiya Respublikası və Slovakiadan 50% daha böyükdür. Ukraynanın turizm məkanında Macarıstan, Polşa, Almaniya və ABŞ-dan gələn turistlər öncüllük təşkil edir. Turistlər arasında populyar destinasiyalar Kiyev, Krım, Lvov və Odessadır. Qərbi Avropadan gələn turistlərin əsas hissəsi isə əsasən fərdi səyahətləri və çayda kruiz gəzintilərinə üstünlük verirlər. Ukraynanın turizm infrastrukturunun modernləşdirilməsi ölkənin qarşısında prioritetə çevrilmişdir. Müstəqillik illərindən yəni 1991-ci ildə bəri turizm infrastrukturunda dövlət sahibkarlığından özəl sahibkarlığa doğru dəyişikliklər olmuşdur. Özəl sektorun inkişaf etdirilməsi xüsusilə Kiyev, Odessa, Krım və Karpat regionunda özünü göstərir. Bu gün turistlərə mükəmməl xidmət göstərmək və onların ehtiyaclarına cavab verə bilən 3000-dən çox mehmanxana və yerləşdirmə müəssisəsi fəaliyyət göstərir. Sahilyanı zonalarda mövsümlilik amili və Qara dəniz hövzəsi destinasiyaları arasında ciddi rəqabət özünü göstərir. Keçmiş Sovetlər Birliyi dövrü rekreasiya turizminin mərkəzi hesab edilən Krımda istismar müddəti bitmiş kurort və sanatoriyalar bu rəqabətdə ölkəni geri salan məqamlardandır. Krım müalicəvi palçıq terapiyası, mineral suallar və ideal iqlim komportluluğu təklif edir. Mövsümlilik amilinin azalması məqsədi ilə yerli şirkətlər və idarəetmə orqanları qış turizmi infrastrukturunu, yürüş zolaqlarının salınması və kruiz və əyləncə mərkəzlərinin tikilməsi yönündə bir çox addımlar atılmışdır. Bundan əlavə olaraq, Yunan və Osmanlı İmperiyaalarının qədim qalıqlarının izlərinə hələ də Krımda rast gəlmək mümkündür. Ukraynanın Karpat regionu dağlar, təmiz hava, müalicəvi spa, tarixi aidələr, etnik mədəniyyətin kombinasiyasını turistlərə təqdim edir. Tarixi mədəni ərazilər əsasən Kiyev, Lvov, Çernihiv, Odessa və Krımda cəmləşmişdir. Yerli bələdiyyə və icra hakimiyyəti orqanları bu şəhərlərdə tarixi abidələrin qorunması üçün xarici investorların maraqlarını cəlb etmək üçün güzəştlər və imtiyazlar təqdim edirlər. [1, s. 235]

Ukraynanın turizmdəki üstünlüklərindən biri də qonşu dövlətlər olan Polşa, Slovakiya, Macarıstana nisbətə ənənəvi milli həyat üslubunun qorunub saxlanmasıdır. Karpat dağlarının ətəklərində yerləşən Milli Parklarda ənənəvi geyimlər və kənd təsərrüfatı mədəniyyəti nümayiş olunur. Son dövrlərdə şopinq turizmində də Ukraynanın adı önə çıxan ölkələr arsındadır. Paytaxt Kiyev və başqa böyük şəhərlərdə yerləşən iri ticarət mərkəzlərində digər Avropa ölkələri ilə müqayisədə daha münasib lakin eyni keyfiyyətdə olan beynəlxalq markaların məhsulları təqdim edilərkən milli bazarların qorunub saxlanması və ekoloji təmiz məhsulların alıcılara təqdim olunması turistləri cəlb edən amillərdəndir. İri ticarət mərkəzlərində səyahət agentliklərinin yerləşdirilməsi, şəhərin turistik potensialı haqqında məlumat təmin edə bilən müasir texnologiyaların və informasiya köşklərinin quraşdırılması turistlər üçün turizm xidmət komportluluğunu artıran məsələlərdəndir. [2]

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Azərbaycanla Ukrayna arasında olan əlaqələrin tarixi köklərə bağlı olması, iki xalq arasında qarşılıqlı, dərin hörmət və ehtiramın mövcudluğu digər sahələrdə olduğu kimi turizmə də öz təsirini göstərmişdir. İki ölkə arasında turizmin bir çox fəaliyyət sahələri üzrə ikili tərəfdaşlıq həyata keçirilir. İki ölkə ilə olan turizm əlaqələrinin genişləndirilməsi üçün nəqliyyat infrastrukturunun genişləndirilməsi və təkmilləşdirilməsi vacib məsələlərdəndir. Bununla əlaqədar olaraq Azərbaycanın ilk aşağı büdcəli havayolu şirkəti olan "Buta Airways"-ın Ukraynanın 3 müxtəlif şəhərinə Kiyev, Xarkov, Odessaya açmış olduğu müntəzəm reyslər təhsil, işgüzar, səhiyyə, mədəni-dərketmə turizminin inkişafında yeni mərhələ olmuşdur. Şirkətin təqdim etdiyi endirimli və münasib qiymətlərlə uçuşlardan istifadə edərək viza və digər gömrük sənədləşmələrində vaxt itkisi ilə qarşılaşmayan turistlərdə gəldikləri ölkə ilə daha da ətraflı tanış ola bilmək fürsətini əldə edirlər.

Azərbaycanla Ukrayna arasında ikili turizm əlaqələrinin daimi inkişafı, bu sahədə olan tendensiyaların da oxşarlığında özünü göstərir. İki ölkənin mədəni-mədəni ictimai həyatında beynəlxalq tədbirlərə ev sahibliyi edilməsi, əsasən Avropa və bütün dünya dövlətlərində Azərbaycana və Ukraynaya turistik səfərlərə olan marağın artmasına səbəb olmuşdur. Azərbaycanda Avroviziya 2012, Bakı 2015 1-ci Avropa Oyunları, Bakı 2017 4-cü İslam Həmrəyliyi Oyunları, Formula 1 Qran Priləri və digər iri miqyaslı beynəlxalq layihələrin keçirilməsi turizmdə yeni bir səhifənin yazılması və gələcək uğurlar üçün zəmin oldu. Beynəlxalq yarışlara hazırlıq periodlarında ölkədəki turizm, nəqliyyat, ictimai iaşə infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi yönündə aparılmış məqsədyönlü siyasət müasir turizm bazasının formalaşmasına şərait yaratmışdır. Beynəlxalq tədbirlərdən turizm və ölkənin tanınması yönündə məqsədyönlü siyasətdən Ukrayna da istifadə edən ölkələr arasındadır. 2005 və 2017-ci illərdə Avroviziya Mahnı Müsabiqəsi, 2009 və 2013-də Uşaq Avroviziya Mahnı müsabiqəsi, Polşa ilə birgə ev sahibliyi etdiyi Euro 2012 və s. kimi iri miqyaslı tədbirlərin keçirilməsi ölkə iqtisadiyyatına külli miqdarda vəsait, turizminə isə bütün dünyadan diqqət qazandırmışdır.

Lakin bununla bərabər olaraq, Azərbaycan və Ukraynanın mövcud turizm infrastrukturunu indikindən 3-5 dəfə çox turist qəbul etmək iqtidarındadır. Yəni, hazırda ölkəyə gələn turistlərin sayı mövcud potensialdan geri qalır. Bunun isə bir neçə səbəbi var. Öncəliklə qeyd edilməlidir ki, Azərbaycanla Ermənistan arasında illərdir davam edən Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin gecikən həlli, işğalçı ölkənin durmadan atəşkəsi pozması turizmin əsasını təşkil edən ictimai-siyasi əminamanlığa ciddi bir zərbədir. Digər tərəfdən 20% Azərbaycan torpaqlarının düşmən tapdığı altında olduğu üçün turizm destinasiyaları kimi istifadə ediləbiləcək məkanların potensialında istifadə edilə bilmir. Erməni separatçılarının yürütdüyü mənfur strateji siyasətin ağır ziyanları Azərbaycanın Qarabağda olan maddi-mədəni irsinə ziyan vurmuş, bir çox dünya təşkilatları tərəfindən qorunma altında olan abidələrə ciddi zərər dəymişdir. Turizmdə eyni tip çətinliklərlə son illərdə Ukrayna da qarşılaşmışdır. Rusiya Fedrasiyası ilə Ukrayna arasında davam edən Kırım yarımadasının statusunun mübahisəli şəkildə müəyyənləşdirilməməsi turizmin ikitərəfli və çoxtərəfli inkişafına maneələr törədir, gömrük keçidlərində çətinliklərin yaranmasına səbəb olmuşdur. Ukraynaya aid Qara dənizin əsrarəngiz sahillərinin turizm cəhətdən istifadə ediləməməsi ölkə iqtisadiyyatına ciddi zərbə vurmuşdur. Müharibələr və münaqişəli məsələlərin həll edilməsinin yubadılması və ortaq məxrəcə gəlinməməsi bütün turizmin inkişaf etdirilməsini yubadan əsas səddlərdən biridir. Hər iki ölkə üçün turizm müəssisələrində digər bir problem isə şəffaflığın artırılması və hesabatlılığın təkmilləşdirilməsi məsələləridir. [2]

Bütün bunlara rəğmən, Azərbaycan və Ukraynanın geniş turizm potensialı və iqtisadiyyatın sahələri arasında daha qabaqcıl mövqə qazanma və daha çox xarici valyuta axınını təmin etmə perspektivi vardır. 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.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Udovik S., Pustynnikova I., Ukraine. Travel Guide, Vistka, Kyiv. 470 p.
2. <http://www.azpress.az/index.php?sectionid=news&id=1371>
3. [https://www.streetdirectory.com/travel\\_guide/206643/europe\\_destinations/tourism\\_in\\_ukraine\\_\\_\\_a\\_new\\_industry\\_but\\_more\\_and\\_more\\_important.html](https://www.streetdirectory.com/travel_guide/206643/europe_destinations/tourism_in_ukraine___a_new_industry_but_more_and_more_important.html)

## **AZƏRBAYCANDA AKTİV TURİZM NÖVLƏRİNİN İNKİŞAFINDA PROBLEMLƏR**

**magistrant Münəvvər MƏMMƏDLİ**  
**doktorant, b/m Samirə ƏZİZOVA**  
*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *In modern age tourism industry in our country is rapidly developing and it is one of the means of strengthening the country's economy. However, there are a number of problems in the development of tourism in our country. While there are tourism zones and conditions for the implementation of active tourism in Azerbaijan, there are also a number of problems in active tourism. In Azerbaijan, mass tourism tours are mostly organized, so there is no significant income from active tourism sector. Major problems in the development of active tourism are the lack of funding for this sector of tourism, lack of suitable credit programs, investment, poor transport networks, etc. Despite the availability of recreational resources for many types of tourism, development of ecological tourism, rural tourism, adventure-extreme, ethnic tourism is not satisfactory level in our country.*

**Key words:** *active tourism, tourism industry, problems in active tourism, tourism development, tourism infrastructure*

Azərbaycanda turizmin inkişafı son illərdə nəzərə çarpacaq dərəcədə artmışdır, ancaq aktiv turizm növləri bir sıra problemlərlə qarşı-qarşıya qalmışdır. Azərbaycanada aktiv turizm geniş yayılmamışdır. Mütəxəssislərə görə, aktiv turizmi təşkil etmək çox çətindir, xüsusi təlimlər və bahalı avadanlıqlar tələb edir. Avropalı şirkətlərin bu sahədə təcrübəsi daha genişdir. Ölkəmizdə əsasən ənənəvi turizm növləri üzrə kütləvi turlar təşkil edilir, buna görə də, aktiv turizm sahəsindən lazımı qədər gəlir əldə edilmir. Azərbaycanada aktiv şəkildə piyada, velosiped, atçılıq, balıqçılıq, dağçılıq, ovçuluq turizmi populyarlaşır. Ancaq aktiv turizmin payı ümumi turizm məsulları bazarının çox az hissəsini təşkil edir.

Azərbaycanda aktiv turizm növlərinin həyata keçirilməsi üçün turizm bölgələrinin və şəraitin olmasına baxmayaraq, eyni zamanda aktiv turizmdə bir sıra problemlər mövcuddur. Aktiv turizm həvəskarlarını təmin etmək üçün müəyyən şərait var, buna baxmayaraq Azərbaycan aktiv turizm növlərində hələ də tam inkişaf etməyib. Azərbaycanada aktiv turizmdə mövcud olan əsas problemlər aşağıdakılardır [1]:

- ✓ Aktiv turizmdə təcrübənin yetəri qədər olmaması və təlim keçmiş işçilərin olmaması;
- ✓ Aktiv turizm istiqamətində lazımı qədər müəssisələrin, dövlətin düzgün siyasətinin olmaması və bu sahəyə lazımı qədər nəzər salınmaması;
- ✓ Aktiv turizm növlərinin həyata keçirilməsi üçün əsas infrastruktur obyektlərinin olmaması;
- ✓ Azərbaycandakı aktiv turizm növlərinin milli və beynəlxalq səviyyədə düzgün təbliğ edilməməsi;
- ✓ Müasir aktiv turizm avadanlıqlarının az olması;
- ✓ İstirahət mərkəzlərində turistlərə göstərilən xidmətlərin dünya standartlarına uyğun olmaması;
- ✓ Marketing infrastrukturunun az olması;
- ✓ Xarici dövlətlərdən investisiya yatırımlarının az olması;
- ✓ Avadanlıq satın almaq üçün maddi yardımın az olması;
- ✓ Turizm və istirahət kompleksləri (o cümlədən elektrik təchizatı şəbəkələri, su təchizatı, nəqliyyat şəbəkələri, təmizləyici qurğular) mühəndis infrastrukturunun tikintisi üçün yüksək xərclər;
- ✓ İnvestorlar üçün uzunmüddətli kredit alətlərinin olmaması (məsələn, layihə maliyyələşdirmə), turizm və istirahət kompleksinin obyektlərinə investisiya yatırılmasına imkan verən faiz dərəcələri;

Yalnız regionların infrastrukturunun, turizm bazalarının və komplekslərinin, şəbəkələrinin inkişafı deyil, səyahət edənlərin texniki cihazları, turist ehtiyacları üçün avadanlıqlar, qablar, şəxsi avadanlıqlar, gigiyena və təmizlik məsulları, naviqasiya cihazları, işıqlandırma və optik cihazlar, foto avadanlıqlar və s. aktiv turizm əhatəsini genişləndirir.

Aktiv turizmin inkişafında əsas problemlər turizmin bu sahəsinin maliyyələşməməsi, uyğun kredit proqramlarının olmaması, investisiya, aktiv turizm inkişafı layihələri, nəqliyyat şəbəkələrinin pis inkişafı və s.dir. Bunlar olmadan turizmin bu sahəsində böyük bir turist axını əldə etmək mümkün deyildir. Yolların keyfiyyətinin aşağı olması səyahətçilər üçün maneə hesab olunur. Bu səbəbdən bir çox turistlər Azərbaycanda aktiv turizm fəaliyyətlərindən imtina etməli olur [2; s.31].

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Azərbaycanın turizm ehtiyatları ölkəmizdə aktiv turizmin güclənməsi üçün yetərli olsa da, bu ehtiyatlardan düzgün və sərfəli şəkildə istifadə etmək üçün daha çox işin həyata keçirilməsi lazımdır. Xarici ölkələrin, ən azından yaxın qonşu ölkələrin bu sahədə sahib olduğu təcrübəsindən yararlanaraq bugünkü tələblərə cavab verə biləcək turizm mərkəzləri yaratmaq lazımdır [3; s.95].

Ölkəmizdə yalnız şəhər turizminin deyil, rayon və kənd turizminin inkişafı üçün də lazımı potensial mövcuddur. Xüsusilə, şəhərdənkənar bölgələrdə , təmiz, sakit hava, ecazkar təbiət ekoloji turizmin (dağ turizmi, su turizmi, veloturizm və s.) formalaşmasına imkan yaradır. Bu həm daxili, həm də xarici turistlər tərəfindən daha cəlbedici hesab olunur. Ölkəmizdə daxili turizm tam şəkildə formalaşmış sahə hesab edilmir. Bununla belə, daxili turizm zəif inkişaf etmiş bölgələrimizdə iqtisadi inkişafın əldə edilməsi, tarixi-mədəni dəyərlərin öyrənilməsi üçün mühüm əhəmiyyətə malikdir. Təəssüf ki, bəzi iqtisadi problemlər, eləcə də səyahət mədəniyyətinin tam formalaşmaması, təhsil səviyyəsi daxili turizmin inkişafı üçün problem yaradır.

Ölkəmizdə turizm və bu sahədə fəaliyyət göstərən sahibkarlar üçün başlıca problemlərdən biri turizmin mövsümliliyi və bu müddətin olduqca qısa olmasıdır. Həmçinin qiymətlərin yüksəkliyi də birbaşa bu problemlə əlaqədardır. Çünki əksər vaxtlar turizm şirkətləri ancaq 2-3 ay işləyirlər. Şirkət də böyük obyektə malik olan özəl sektor olduğu üçün onun xərcləri olduqca yüksəkdir. Şirkət və ya sahibkar bütün ilin büdcə xərclərini demək olar ki, bir fəslin üzərində cəmləşdirir. Bu hal yüksək qiymətlərin mövcudluğuna səbəb olur və qiymətlərin daha da yüksəlməsinə şərait yaradır. Dövlətin, eləcə də sahibkarların dəstəyi ilə ilin bütün fəsilləri üçün müvafiq turizm infrastrukturunu yaratmaq lazımdır. Bununla belə, ilk olaraq aktiv turizm növləri ilə bağlı işlər sürətləndirilməlidir.

Bildiyimiz kimi idman turizminin, ümumiyyətlə turizmin qarşılaşdığı problemlər vardır və onların həlli üçün tədbirlər görülür. Azərbaycanda qiymət və tariflərin yüksək olması çoxlu sayda turistləri cəlb etməkdə maneələr törədir. Turizmin bir mövsümə uyğun inkişaf etdirilməsi də idman turizmin inkişafında problemlər yaradır. Bütün mövsümə uyğun idman turizmi növlərini yaratmağa potensialı olan Azərbaycanda bu istiqamətdə inamlı addımlar atılır. Azərbaycanın idman turizminin ümumiyyətlə turizmin qarşılaşdığı problemlərdən biri də xidmət səviyyəsinin aşağı olmasıdır.

Bir çox turizm növü üçün lazımı turizm-rekreasiya ehtiyatlarının mövcudluğuna baxmayaraq, ölkəmizdə ekoloji turizm, kənd turizmi, macəra-ekstremal, etnik və s. turizm növlərinin inkişafı qənaətbəxş səviyyədə deyil. Daxili turizm üzrə bu turizm növləri qeyri-ənənəvi turizm növləri hesab oluna bilər. Bu aktiv turizm növləri ilə bağlı mövcud problemlərin aradan qaldırılması üçün lazımı tədbirlər icra olunur. Lakin proses olduqca ləng şəkildə həyata keçirilir və əksər hallarda layihələr çərçivəsində qalır, reallaşmır. Regionlar üzrə turizm infrastrukturunu təhlil etdikdə, Böyük Qafqazın dağ və dağətəyi ərazilərində qeyri-ənənəvi turizm növləri ilə bağlı turizm klasterlərinin məqsədyönlü şəkildə formalaşdırılması xüsusi əhəmiyyətə malikdir [4; s.75].

Digər problemlərdən biri də ov turizminin inkişafında olan çatışmazlıqlardır. Azərbaycanda 97 yabanı və yerli məməlilər, 346 növ quş və 95 növ balıq var. Bununla belə, ov ilə əlaqəli müvafiq hüquqi infrastrukturun olmaması bu növ turizmin inkişafını zəiflətməmişdir. Azərbaycanda bir çox rayonlarda ovçuluq təsərrüfatları yaradılmışdır. Lənkəran iqtisadi rayonunda belə obyektlərin yaradılması ovçuluq turizminin inkişafı baxımından çox faydalı olacaqdır [5; s.77].

Təşkilat və zəruri hüquqi infrastrukturun yoxsulluğu baxımından ovçuluq turizmi kifayət qədər inkişaf etmir. Türkiyədə Ədirnənin Ənəz mahalında “Ənəz Balıq və Ov Festivalı”, Orduda “Ov Festivalı” Azərbaycanda da bu tip tədbirlərin həyata keçirilə biləcəyini göstərməkdədir.

Digər bir turizm növü olan qış turizmi Azərbaycanda yeni bir sahə hesab olunur. Lakin Sovet dövründə də qış turizminə maraq göstərən insanlar olmuşdur. O zamanlar Şamaxı bölgəsindəki bəzi ərazilər xizək sürmək istəyənlər tərəfindən istifadə edilmişdir. Son 10 ilə qədər, Azərbaycanda qış turizmi inkişaf etmədiyindən Azərbaycanda qışda yaşayan insanlar qış fəslində istirahət etmək üçün zəngin bir infrastrukturunu sahib olan bir çox xarici ölkələrə səyahət etmişdir.

Azərbaycanda macəra turizmi potensialı hələ də tam aşkar edilməyib. Təbiətin gözəlliyi, təbiətin aşkar olmayan yerləri, aktiv və enerji dolu Azərbaycan gəncləri turizmin gələcək inkişafı üçün eyni zamanda, macəra turizminin özü üçün real mənbədir [6; s.105].

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Hafizullah Dar, Potentials And Problems Of Adventure Tourism: A Study Of Kashmir Valley, Abhinav International Monthly Refereed Journal of Research in Management & Technology, 2014, 8 s.
2. Кешян В.Г., Кугушева А.Н., Анализ Проблем, Препятствующих Развитию Активного Туризма В России, Анализ видов экономической деятельности, 2 (305) – 2013, 8 s.
3. Elvin İsmayilli, Yerel halkın turizme bakiş açısı: Bakü örneği, Lisans Bitirme Tezi, Bakü, 2018, 55 s.
4. Süleymanov Elvin Natiq oğlu, Azərbaycanca turizmin inkişafının sosial-iqtisadi rolu, Magistr Dissertasiyasi, Bakı, 2016, 94 s.
5. Aysel Alakbarova, Azərbaycan'ın Güney Bölgesinin (Lenkeran Bölgesi) Turizm Arz Olanakları Ve Halkın Turizme Bakiş Açısı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2012, 112 s.
6. <http://faa.az/article/avtomobil-turizmi-tarixe-qisa-seyahet>

## AZƏRBAYCAN TUROPERATORLARININ XARAKTERİSTİKASI

magistrant RƏHİMLİ Jalə Mahir qızı

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

**Abstract:** *The article provides theoretical foundations of touroperator activity and its important role of the tourism industry. The characteristics and trends of the touroperators in our country have been analyzed. At the same time, tables and schemes, reflecting the activity of touroperators and the key indicators have been mentioned.*

**Key words:** *Touroperator, tour product, tour package, tour company, Azerbaijan*

Yeni düşüncə və ya fikir hər bir şeyin başlanğıcıdır. Yeni ideyaya malik olan şəxsin hərəkət üçün faydalı fikirlərinin gerçəkləşdirməsi üçün sahibkarlıqla məşğul olması sözün əsl mənasında yaradıcılıq sahəsidir. Sahibkarlar daim axtarışda olub, yeni xidmət və ya istehsal sahələri yaratmaq təşəbbüsünü göstərən, bununla da gəlir əldə edən şəxslərdir. İqtisadi fəaliyyət növləri üzrə sahibkarlıq ilə məşğul olan şəxslərin axtarışlarıyla cəmiyyətin inkişafının önündə gedərək innovativ ideyaları ilə sosial-iqtisadi həyatı zənginləşdirirlər. Bununla da onlar sözün əsl mənasında bütün dünyanı dəyişirlər. Bu mənada, sahibkarlar hər zaman böyük planlar haqqında düşünən, özünə güvənən və cəmiyyəti dəyişdirmək istəyən insanlar olurlar.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin geniş miqyasda tətbiq edilən sahələrindən biri də turizm sektorudur. Turizm məhz sahibkarlıq fəaliyyətinin hesabına dünyada inkişaf etmiş və yüksək gəlir gətirmiş sektoruna çevrilmişdir. Dünya praktikası üzrə turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan sahibkarlar iki formaya – turoperatorlar və turagentlərə ayrılır.

“Turoperator” termini leksikonda 2001-ci ildə E.N.İlinin “Turoperator fəaliyyətinin təşkili” kitabının nəşr olunmasından sonar meydana gəlmişdir. Turoperatorun meydana çıxması kütləvi turist axınlarının formalaşmış, artıq turistlərə xidmətin çətinləşməsinin nəticəsi idi [2, s.44].

Turoperator – turizm məhsulunu lisenziya əsasında formalaşdırıb, həmin məhsulu istehlakçıya yəni turistə tərəf hərəkət etdirib, reallaşdırən hüquqi və ya fiziki şəxsdir. Turoperator turist marşrutlarını hazırlayır, turu satır və hərəkəti üzrə kompleks tədbirlər təşkil edir. Həmçinin, yerləşmə, qidalanma, nəqliyyat xidməti, rekreasiya fəaliyyəti və s. xidmətlərinin topdan alıcısı kimi çıxış edir. Bunun nəticəsində o, pərakəndə, fərdi tariflərdən nisbətən aşağı qrup tarifləri ilə xidmət əldə edir. Bununla da, turistlər turopereytinqlə məşğul olmadan, turu turoperatorundan satın alaraq fayda əldə edə bilirlər. Kompleks tur şəklində satışdan əlavə turoperator xidmətləri də ayrıca sata bilər. Bu xidmətlərin satışı zəruri hallarda baş verir. Belə ki, xidmətləri əmtədən fərqli olaraq anbara yığmaq olmaz.

Turun hazırlanması tur məhsuluna olan tələbin araşdırılmasından başlayır. Ancaq bu da kifayət etmir. Çünki tur məhsul yerli qəbuletmə və xidmətin təşkili imkanlarından asılıdır. Maddi baza, iqlim, diqqətəlayiq yerlər, infrastruktur və s. turizm məhsulunun məzmununa və tərkibinə təsir göstərən faktorlardandır.

Növbəti addım xidmət qrafikinin hazırlanması və marşrut xəttinin çəkilməsidir. Xidmət qrafiki üçün turpaket və əlavə xidmətlər kompleksi tərtib olunur. Həmçinin xidmət tədarükçüləri ilə müqavilələr bağlanılır. Artıq hazır vəziyyətə gətirilmiş tur paketinin topdan və pərakəndə satış qiymətləri müəyyən olunur.



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Turlar kütləvi informasiya vasitələri ilə reklam edilir. Tur satıldıqdan sonra artıq tur marşrutlarında turistlərə xidmət başlayır. Lakin bu da hələ son deyil. Xidmətin başa çatmağının ardınca turfirma əməkdaşları turun üstün cəhətlərini, eyni zamanda çatışmazlıqlarını təhlil edib, müəyyən nəticə çıxarıb, tur məhsulda lazımi dəyişikliklər edirlər. Bu cür marketing fəaliyyəti tələbin öyrənilməsi ilə ardıcıl sürətdə həyata keçirilir.

Ümumilikdə, turist məhsulunun tərtib olunması adı altında turu (turizm səfərini) əhatə edən, keyfiyyətinə və qiymətinə görə bir-biri ilə uyğunlaşan məcmu xidmətlərin sıra ilə tərtibini başa düşmək olar. Onun hərəkətə gətirilməsi isə potensial istehlakçıların tur məhsulu əldə etməsi üçün həvəsləndirilməsi, bunun üçün isə turizm-informasiya mərkəzlərinin yaradılması, sərgi və yarmarkalar kimi müxtəlif tədbirlərin görülməsi, reklamların, bukletlərin, internet saytlarının hazırlanması başa düşülür. Tur məhsulun reallaşdırılması isə turopoperatorlar tərəfindən birbaşa yaxud turagent tərəfindən həyata keçirilir.

Turizm bazarının iştirakçılarından biri olan turagentin funksiyaları turopoperatorla tur məhsulun formalaşdırılması istisna olmaqla, demək olar ki, üst-üstə düşür. Burada turopoperator müstəsna rola malik olub, turizm xidmətlərini alıb, rekreasiya, dini, əyləncə, işgüzar, tanışlıq, macərə və s. məzmunlu turlar formalaşdırır.

Ölkəmizdə turopoperatorların əsas vəzifələrindən biri cəlbəedici tur formalaşdırmaqdır. Belə ki, onlar müəyyən bir proqrama əsaslanan tur yaradırlar. Belə turlar turistlərin istəyinə və təşkil olunma üsullarına görə 2 qrupa bölünür:

- Fərdi turlar
- Qrup turları

Fərdi turlar yetərincə bahalı olub xüsusi nəqliyyat servisi, bələdçi tələb edir. Baxmayaraq ki, fərdi turlar turistlərə daha çox sərbəstlik verir, lakin kütləvi turizm üçün fərdi turlar sərfəli deyildir. Bu turlar çox əməktutumludur və əlavə xərc tələb edirlər. İqtisadi cəhətdən fərdi turlar turizm firması üçün əlverişlidir, çünki burada hər turistin səyahət xərci çox olduğundan həmin xərclər turist firmasının gəlirinə çevrilir. Buna görə də bütün turopoperatorlar həm qrup, həmçinin də fərdi turlar formalaşdırma bacarığına sahib olmalıdırlar [1, s.25].

Qrup turları fərdi turlardan fərqli olaraq ucuz və kütləvidir. Bu növ turlarda bütün turistlər ümumi qəbul olunmuş qaydalara tabe olmağa məcburdur.

Turizm marşrutunda turun tərtib olunması turopoperatorların apardığı əmtəə siyasətinin əsas hissəsidir. Bu siyasətin məğzi reallaşdırma ilə istehsal arasında baş verən çeşidləmə, kommersiya, turist sayı və xidmət proqramı məsələlərində doğru qərarların verilməsidir.

Turopoperator tur yaradarkən hərşeydən əvvəl turistlərin ondan nə alacağını bilməlidir. Turopoperator yaxşı bilməlidir ki, turist mehmanxanada ancaq yataq üçün yox, yeni təəssürat üçün, restoranda isə sadəcə yemək üçün yox, buradakı diqqətə və komfortluğa görə pul ödəyir [4]. Formalaşmış turun turist üçün nə dərəcədə cazibədar olduğunu bilmək üçün onun istehlak xüsusiyyətlərini bilmək vacibdir. Bu xüsusiyyətlər aşağıdakılardır:

- Tur məhsulun tərkibindəki xidmətlər əsaslandırılmış olmalıdır. Belə ki, qeyd olunmuş xidmətlər reklamda göstərildiyi kimi real olmalıdır.
- Tur məhsulun tərkibindəki xidmətlər başa düşülən olmalıdır.
- Tur məhsula daxil olan xidmətlər istifadə üçün sadə olmalıdır.
- Tur məhsulun tərkibindəki xidmətlər dəyişdiriləbilən olmalıdır.
- Tur məhsula daxil olan xidmətlər turistlərin tələbatlarını tam ödəyə bilməlidir.
- Tur məhsula daxil olan xidmətlər faydalı olmalıdır.

Turopoperator bütün bu xüsusiyyətləri nəzərə aldıqdan sonra, yuxarıda qeyd etdiyimiz elementlər qonaqpərvərliklə müşayiət olunarsa, bu zaman lazımi nəticəni əldə etmək olar.

Ümumilikdə, Azərbaycanda turopoperatorların fəaliyyətini onun aşağıdakı funksiyaları ilə göstərmək olar:

- Potensial müştərilərin tələblərinin araşdırılması;
- Turun formalaşdırılması və onun turistlərin tələblərinə uyğun olub-olmamasının yoxlanılması və sınaqdan keçirilməsi;
- Turizm xidmətləri istehlakçıları ilə müəyyən əlaqələrin qurulması;
- Turun dəyərinin hesablanması və onun mövcud bazara əsasən qiymətinin müəyyənləşdirilməsi;
- Turun metodiki təminatı;
- Turistlərin lazımi ləvazimatlarla təchiz olunması;

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

- Bələdçilərin, təşkilatçıların və s. heyətin təyin edilməsi və onların yerləşdirilməsi;
- Turizm məhsullarının hərəkətə gətirilməsi məqsədiylə reklam-informasiya fəaliyyəti;
- Turizm məhsulunun realizəsi;
- Turizm xidmətinin təhlükəsizliyinə və keyfiyyətinə nəzarət edilməsi.

Bu qədər çox funksiyaları icra edən turoperatorlar turizm bazarında uğur qazanmaq üçün öz fəaliyyətlərini müəyyən istiqamət üzrə ixtisaslaşdırırlar. Bu ixtisaslaşmalar yerləşmə obyektləri, destinasiyalar, səfərin məqsədi, nəqliyyat növü və əhatə etdiyi bazar segmentinə görə həyata keçirilir.

Fəaliyyət növünə görə turoperatorlar 2 cür olur:

1. Kütləvi bazar operatorları;
2. İxtisaslaşmış operatorlar.

Kütləvi bazar operatorları turistlərin ən çox səyahət etdiyi yerlərə çarter aviareyslə uçuşların daxil olduğu turları satan şəxslərdir.

Azərbaycanda ixtisaslaşmış turoperatorlar isə aşağıdakı formada olur:

- İstiqamət üzrə operatorlar (məsələn, Quba, Qəbələ və ya xarici ölkələr);
- Turizm növü üzrə operatorlar (məsələn, su və ya dağ-xizək və s.);
- Bazar segmenti üzrə operatorlar (məsələn, uşaqlı ailə cütləri və ya tələbələr üzrə və s.);
- Nəqliyyat üzrə operatorlar (məsələn, turist qatarları, avtomobillər və ya kruizlər və s.);
- Xüsusi yerləşmə vasitələri üzrə operatorlar (məsələn, yataqxana, daxmalar və dağ sığınacaqlarında və s.).

Turoperatorlar fəaliyyət yerlərinə görə isə aşağıdakı formalarda olurlar:

- Daxili bazarda satılması nəzərdə tutulub, öz ölkəsi və ya regionu üzrə turlar hazırlayan daxili(yerli) turoperatorlar;

- Ölkəsindən turistlər üçün xaricə turizm səfərləri təşkil edən səyyar turoperatorlar;
- Xaricdən gələn əcnəbi turistlərin qəbulu xidmətlərini göstərən turoperatorlar [2, s.45].

Turoperatoru turist göndərən, həmçinin turist qarşılayan şəxs kimi də qiymətləndirmək mümkündür. Bu baxımdan, turoperatorları iki qrupa ayırırlar: 1) təşəbbüskar; 2) qəbul edən(reseptiv).

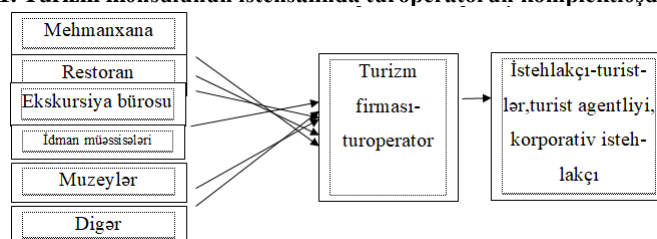
Təşəbbüskar turoperatorlar, reseptiv turoperatorlarla və ya yerləşdirmə vasitəsilə müqavilə əsasında xarici turistləri digər regionlara göndərən operatorlardır. Onları turagentlərdən fərqləndirən isə turopereytinqidir. Bundan başqa, BMÜTT-nin normalarına əsasən turun tərkibinə ən azı 3 xidmət, yəni nəqliyyat, yerləşdirmə və hər hansı 2 əvvəl göstərilənlərlə əlaqəsi olmayan xidmətlər daxil olmalıdır. Təşəbbüskar turoperatorlar turistlərin səyahət etdiyi ölkələrdə yerli turoperatorların və ya ekskursiya, mehmanxana və başqa təşkilatların xidmətlərindən istifadə edərək komplektləşdirilmiş mürəkkəb turlar formalaşdırırlar. Əlavə olaraq, təşəbbüskar turoperator turistləri səyahətin başladığı yerə və geri çatdırılmasını təmin edib, turistlərin daxili nəqliyyat marşrutuna təhvil verilməsini təşkil edir.

Reseptiv turoperator xidməti təklif edən müqavilə bağlayaraq turistlərin qəbulu və xidmət göstərilməsi məntəqəsinə tur və xidmət proqramını komplektləşdirir.

Turfirmalar bəzi hallarda təşəbbüskar və reseptiv turopereytinqin funksiyalarını birləşdirirlər. Bu, adətən, təşkilat beynəlxalq gəlmə və getmə turizm sahəsində ixtisaslaşarkən baş verir. Turoperatorlar turistlər (istehlakçılar) və turagentliklər üçün ayrı-ayrı xidmətləri istehsal edənlər (turistin istirahəti və səyahəti üçün lazımı xidmətlər kompleksini formalaşdırırlar) arasında vasitəçi mövqeyi tutur. Faktiki olaraq onlar yalnız turistlərin tələbatına uyğun olan tur formalaşdırırlar, həmçinin turistlərə yeni xidmət formalarını və yeni səyahət istiqamətlərini təklif edərək onlarda yeni tələbatların yaranmasına təsir edir.

İqtisadi cəhətdən tədqiqat obyektini kimi tur zərfini hazırlayıb təklif edən reseptiv turoperatorların fəaliyyəti vacib əhəmiyyət kəsb edir.

**Cədvəl 1. Turizm məhsulunun istehsalında turoperatorun komplektləşdirici rolu:**



Mənbə: S.Rəhimov "Turizm-ekskursiya işinin təşkili" [3, s.128].

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Reseptiv turoperatorlar getmə turizm yönündə fəaliyyət göstərən insiativ turoperatorlardan fərqli olaraq ərazidə turizmin inkişafı üçün turistdə marağa səbəb ola biləcək obyektləri tapıb aşkara çıxarmaq və əsas turizm xidmətləri ilə birgə onları tur paket şəklinə gətirməkdir. Bu səbəbdən gəlmə turizm üzrə reseptiv turoperatorların xidmətlərinin beynəlxalq turizmin inkişafında mühüm rolunun olması danılmaz faktdır.

Bildiyimiz kimi, turoperatorların fəaliyyətinin əsasını həm daxili turizmin, həm də beynəlxalq turizmin inkişaf etdirilməsi təşkil edir. Azərbaycanda turoperatorlar xarici turizmdə ən çox Türkiyə, Gürcüstan, Qərbi Avropa ölkələri, son dövrlərdə Cənub-Şərqi Asiya ölkələrinə turlar hazırlayırlar. Daxili turizmə gəldikdə isə ən çox Qəbələ, Quba, Qusar, İsmayıllı və bu kimi turistik bölgələrə səfərlərin təşkil olunmasını qeyd edə bilərik.

Ölkəmizdə son dövrlərdə turizmin inkişaf etməsi ilə əlaqəli olaraq bir sıra fəaliyyət növlərində yüksəliş hiss edildiyi kimi, turoperator fəaliyyətində də xeyli inkişaf nəzərə çarpır. Bu, həm turoperatorların sayının artmasında, həm də turizmdən əldə olunan gəlirlərin çoxalmasında hiss olunur. Biz bunu Dövlət Statistika Komitəsi tərəfindən tərtib olunan statistik cədvəldə görə bilərik.

**Cədvəl 2. Səyahət agentliklərinin və turoperatorların əsas göstəriciləri**

	2013	2014	2015	2016	2017
Turoperator və səyahət agentliklərinin sayı (vahidlə)	197	218	243	272	339
İşçilərin sayı, nəfərlə	1729	1794	1586	1838	1891
Turoperator və səyahət agentliklərinin əldə etdiyi gəlir (min manatla)	29600,9	31107,1	36482,2	36 758,3	41034,2
Məhsul və ya istehsalına çəkilən xərclər (min manatla)	25292,5	27018,1	30811,6	29 101,8	36734,6
Satılan turizm yollayışlarının sayı (ədədlə)	65448	66233	44615	36978	44066
Satılan turizm yollayışlarının dəyəri (min manatla)	42892,3	44820,3	33474,7	33 466,5	54612,2
Qəbul edilən və göndərilən turistlərin sayı (nəfərlə)	91 961	92305	61965	53999	63423

**Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi [5]**

Cədvəldə də qeyd olunduğu kimi 2013-cü il ilə müqayisədə 2017-ci ildə turoperatorların və səyahət agentliklərinin sayı 197-dən 339-a çatmışdır. Bunların sayının artması əlbəttə ki, hər şeydən əvvəl, ölkəmizdə işsizlik probleminin azalmasına gətirib çıxarır. Göründüyü kimi, 2013-2014-cü illərdə səyahət agentliklərində və turoperatorluqlarda təxminən 1700 nəfər olan işçi sayı vardı. 2014-cü ilin sonu və 2015-ci ilin əvvəllərində baş verən devalvasiya səbəbi ilə bu rəqəm xeyli aşağı düşsədə, 2016-cı ilin əvvəllərindən vəziyyət stabilləşməyə başladı və 2017-ci ildə artıq işçi sayı təxminən 1900 nəfərə çatdı. Turoperatorların və səyahət agentliklərinin bu cür inkişafı onların əldə etdiklərin gəlirə də təsirsiz keçməyib. Əlbəttə ki, gəlir əldə etmək üçün xərclərin olması normaldır. Cədvəldən də aydın olduğu kimi məhsulun istehsalına çəkilən xərc onun gəlirinin artması ilə nəticələnir. Dövlət Statistika Komitəsinin tərtib etdiyi bu göstəricilər son illərdə Azərbaycanda turoperator fəaliyyətinin və ümumilikdə turizmin inkişafının əyani sübutudur.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Ə. Cabbarov. Turizm marşrutları və ekskursiya işinin təşkili. Bakı, 2017.
2. Ə.T.Əsgərov., B.Ə.Bilalov., Ç.G.Gülaliev. Ekoloji Turizm: dərs vəsaiti. Bakı, 2011.
3. S. Rəhimov. Turizm-Ekskursiya işinin təşkili. Bakı, 2004
4. [https://en.wikipedia.org/wiki/Tour\\_operator](https://en.wikipedia.org/wiki/Tour_operator)
5. <https://stat.gov.az>

## **ÇEXİYANIN TURİZM BAZARININ ANALİZİ**

**magistrant Ləman Afət qızı FƏRMANLI**  
**b/m, dissertant Rəfiqə Kərim qızı AĞASIYEVA**

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universteti*

**Abstract:** *The geographical position of Czech created suitable opportunities during the history for the development of the country, although there is not any out of world ocean. International tourism became one of the sectors of the best profitable economy of Czech. Also the services of tourism of the trade owned affirmative saldo during the last year. In this Article, in the region of Europe of tourism trade's tried to scrutinize the share and position of Czech. In addition, the dynamics and trends of tourist flows in the country, the share of tourism industry in GDP and so on issues were touched upon.*

**Key word:** *tourism, tourism market, tourist flow, GDP, Czech Republic*

**Giriş:** Dünya təsərrüfatının ən dinamik inkişaf edən sahəsi turizm sənayesidir. Elmi texniki tərəqqi və qloballaşmanın təsiri ilə səyahət insanların həyatında vacib fəaliyyətə çevrilmişdir. Getdikcə insanların zehnin daha çox yüklənməsi onların tez-tez istirahətə müraciət etməsinə səbəb olmuşdur. Hətta sivil ölkələrdə bu məqsədlə müəssisə rəhbərləri öz işçilərini məhsuldarlığı artırmaq üçün insentiv turizmə müraciət edirlər, yəni öz işçiləri səyahətə göndərirlər. İnsanlarda dünya görüşünün, təhsil səviyyəsinin artması dünyanı görmək istəyini də artırır. Beləliklə, ilbəl turizm sənayesinə müraciət edən insanların sayı artır. BMÜTT verdiyi son məlumatlara görə 2017-ci ildə turizmə müraciət turistlərin sayı 1.326 million nəfər, turizmdən əldə edilən gəlir isə 1.340 milliard ABŞ dollarına bərabər olmuşdur. Ötən il ilə müqayisədə turistlərin sayında 7%, gəlirdə isə 5% artım müşahidə edilib [3, səh.2].

Dünya göstəriciləri üzrə Avropa regionu 672 mln. turist ilə öz birinciliyini hələ ki, qoruyur. Buradan 133 mln. turist Mərkəzi və Şərqi Avropanın payına düşür [3, səh.15].

Çexiya Respublikası Şərqi Avropanın sənaye inkişafı keçirmiş ölkələrindəndir. Bu gün Çexiya dünya iqtisadiyyatında 48-ci yeri tutaraq, 60-dan çox beynəlxalq ticarət təşkilatının və 4 maliyyə təşkilatının üzvüdür. Regionundan son zamanlar turizmin inkişaf sürətinə görə fərqlənən ölkələrdən biri də Çexiyadır. Burada turizmin əsasən müalicə-sağlamlıq, dərketmə, hadisə, iş turizmi, dağ-xizəkçilik, ekoturizm kimi növləri diqqət mərkəzindədir. Uzun müddət müalicə-sağlamlıq turizminə görə seçilən ölkənin hazırda regionda Macarıstan, Xorvatiya və s. kimi rəqib ölkələrin də bazarda aparıcı mövqə tutması Çexiyaya imkanlarını yeni istiqamətlərdə də sınaq məcburiyyəti qarşısında qoyur.

2017-ci ildə Çexiya Respublikası 13 mln. turist qəbul edərək 7 mlrd ABŞ dollarına yaxın gəlir əldə etmişdir. Ötən il ilə müqayisədə turizm sənayesindən qazanılan gəlirdə 1.3% artım müşahidə edilmişdir. Müqayisə üçün qeyd edə bilərik ki, 2010-cu ildə bu ölkəyə 8.6 milliona yaxın, 2016-cı ildə 13 milliona yaxın turist gəlmişdir [3, p.15].

Çexiyada ictimai nəqliyyat sisteminin mükəmməl təşkili Avropada nümunəvidir. Böyük şəhərlərinin planlı avtobus, tramvay və metro şəbəkələri turistlərin səyahət müddətində minimum vaxt ərzində gəzintilərini daha məhsuldar keçirmələrinə vasitəçidir. Rujina hava limanının yenidən qurulmasından sonra hava nəqliyyatı ilə səyahət edənlərin sayında (2.5%) müsbət artım meyilləri baş vermişdir.

Ölkəyə gələn bir günlük səyahətlə gələnlər (ekskursant), əsasən qonşu ölkə vətəndaşlarıdır. ABŞ, Kanada və Rusiyadan olan turistlər Çexiya Respublikasında daha uzun müddət qalırlar (təxminən 10 gün), ölkədə daha uzun müddət ərzində istirahət etməyi İsrail, Yaponiya, Fransa kimi ölkələrdən gələn turistlər də seçirlər. İspaniya, İtaliya və İsveçrə vətəndaşları isə tətillərinin böyük qismini Çexiyada keçirərək, ölkə iqtisadiyyatına əhəmiyyəti təsir göstərir. Yeni tendensiya olaraq İspanların, İsrail, Yaponiya kimi ölkələrdən gələnlərin sayı artmaqdadır. Bu və digər uzaq ölkələrdən gələn turistlərin əksəriyyəti, əsasən, Praqada qalmağa (90%) üstünlük verir [2, səh.396].

Turist sayının artmasıyla, beynəlxalq turizmin gəlirləri də artaraq 5-6 milyard dollara çatır. Turist axını, əsasən Avropa ölkələrindən gələn turistlərin hesabına formalaşır. Çexiya Respublikasına gələn beynəlxalq turistlər arasında Almaniya, İngiltərə, Polşa və İtaliya liderlik edir. Hər üç turistdən birini almanlar təşkil edir. Ölkədə orta qalma müddəti baxımından Rusiya, İsrail, Almaniya və Hollandiya vətəndaşları liderdilər.

Son illərdə beynəlxalq turizmin Çexiya iqtisadiyyatına təsiri Cədvəl 1-də göstərilib.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

**Cədvəl 1. Beynəlxalq turizmin Çexiya iqtisadiyyatına təsiri (milyard dollar)**

Göstərici	İllər				
	2014	2015	2016	2017	2018
Beynəlxalq turizmdən əldə edilən gəlirlər, milyard dollar	3,9	3,2	3,0	3,1	2,9
Beynəlxalq turizm xərcləri, milyard dollar	1,9	1,5	1,3	1,4	1,6
“Beynəlxalq turizm” üzrə ödəniş balansı, milyard dollar.	2,0	1,7	1,7	1,7	1,3
Beynəlxalq turizmdən əldə olunan gəlirlərin ÜDM-də payı,%	6,8	5,7	5,8	5,4	4,2
Beynəlxalq turizmdən əldə olunan gəlirlərin payı,%	15,0	12,0	10,3	9,3	7,7
Xidmətlərin ticarətindən əldə edilən gəlirin beynəlxalq turizmdən əldə etdiyi gəlirin payı,%	50,6	44,8	43,5	43,8	41,7

Mənbə: <http://turizm.world/chexiya.html> (daxil olma tarixi 01.03.2019)

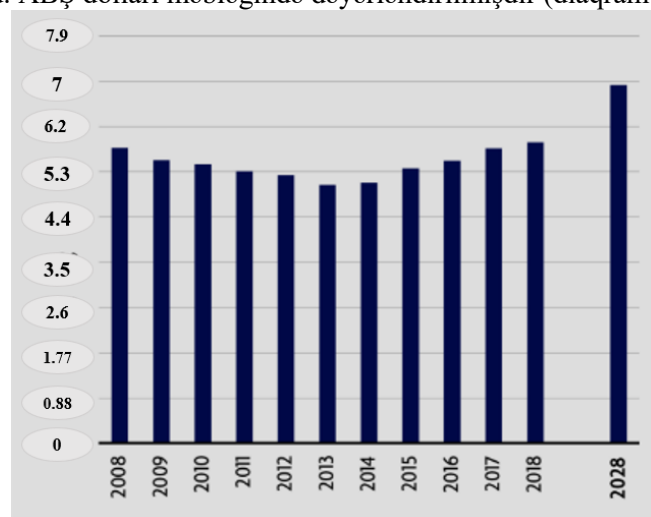
Çexiya turizminin regional inkişafın əsas problemlərindən biri, xarici turistlərin həddindən artıq miqdarda Praqada toplanmalarıdır. Bununla da ölkənin digər turizm bölgələri diqqətdən kənar qalır. Praqadan sonra turistlərin səyahət etməyi sevdikləri yerlər Hradec Kralove (Krkonoše Dağları) bölgəsi, Karlovy Var bölgəsi (xarici turistlərin 7%-ni cəlb edən mineral su kurortları) və Cənubi Moraviyadır (Brno sərgi mərkəzi, motor idmanı üçün yarış yerləri). Visochina (Çexiya və Moraviya sərhədində) kimi geniş ərazilər xarici turistlər arasında çoxda tanınmasa da, lakin zəngin təbii potensiala malikdir. Burada daxili turizm də uğurla inkişaf edir.

Çexiyanın tarixi və mədəni abidələri dövlət səviyyəsində qorunub saxlanılır. 12 heykəl və memarlıq abidələri YUNESKO-nun Dünya İrs Siyahısına (Kutna Hora, Cesky Krumlov, qalalar və saraylar, yəhudi məhəllələri, bənzərsiz bağlar və müasir memarlıq nümunələri) daxil edilmişdir. Memarlıq abidələri, zooparklar, botanika bağları, muzeylər və qalereyalardan başqa, 350-dən çox abidə gözdəlik olaraq turistlər üçün açıqdır.

Ölkədə turizm sənayesinin inkişafı üçün prioritet istiqamətlər aşağıdakılardır:

1. Çexiyanın beynəlxalq turizm bazarında təşviqi;
2. Əsas turist axını olan ölkələrdən gələn istehlakçıların maraqlarına cavab verən yeni turistik xidmətlərin inkişafı;
3. Daxili turizmin inkişafı və rəqabət qabiliyyətinin artırılması;
4. Xidmətləri keyfiyyətinin və çeşidinin artırılması;
5. Regional turistik xidmətlərin və obyektlərin inkişafı;
6. Əlverişli biznes mühitinin yaradılması, kadr hazırlığı;
7. Təhlükəsizliyin daha yüksək şəkildə təmin olunması.

Turizm və səyahətin 2017-ci ildə ÜDM-də payının 5.7 mlrd olduğu halda 2018-ci il üçün ölkənin ÜDM-də payı 5.9 mlrd. ABŞ dolları məbləğində dəyərləndirilmişdir (diaqram 1).



**Diaqram 1. Çexiyanın turizm sənayesinin ÜDM-a birbaşa qatqısı (milyard dollar ilə)**

(Mənbə: Travel and Tourism Economic Impact 2018. Czech Republic. p 3)

Göründüyü kimi bu rəqəmin 2028-ci ilə qədər artacağı proqnozlaşdırılır.

Ölkənin turizm sənayesinin ÜDM-də ümumi payı 2017-ci ildə 17.2 mlrd dollar (ÜDM-in 7.8%-i), 2018-ci ildə isə 1.8% artaraq 17.5 mlrd dollar (ÜDM-in 7.6%-i) olmuşdur [4, səh 3].

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Aşağıdakı cədvəldə isə Çexiya turizm sənayesinin ÜDM-da birbaşa payını dünyanın aparıcı turizm destinasiyalarına aid rəqəmlərləri müqayisə etmək mümkündür (cədvəl 2).

Cədvəl 2. Çexiya və dünyanın aparıcı destinasiyalarının turizm sənayesinin ÜDM-da birbaşa payının müqayisəsi

<i>Dünya üzrə tutduğu mövqenin Sıra nömrəsi</i>	<i>Ölkənin adı</i>	<i>2017-ci il, mlrd. ABŞ dolları</i>
5	<i>İtaliya</i>	106.8
6	<i>Fransa</i>	93.9
7	<i>Böyük Britaniya</i>	93.5
10	<i>İspaniya</i>	70.9
15	<i>Türkiyə</i>	32.0
	<i>Avropa Birliyi üzrə orta göstərici</i>	23.8
	<i>Dünya üzrə orta göstərici</i>	21.5
25	<i>Yunanıstan</i>	16.2
52	<i>Çexiya</i>	5.6
85	<i>Bolqarıstan</i>	1.8
87	<i>Malta</i>	1.7
92	<i>Kipr</i>	1.5

Mənbə: Travel and Tourism Economic Impact 2018. Czech Republic p 7

Çexiyanın beynəlxalq əmək miqrasiyasında mövqeyi çox böyükdür. Əhalinin miqrasiya istiqamət və səbəbləri bunlardır:

- Şərqi Avropa və Asiya vətəndaşlarının daha yüksək əmək haqqı məqsədilə ölkəyə miqrasiyası;
- Aİ-nin daha yüksək iqtisadi inkişaf xəttinə malik ölkələrinə daxil olma məqsədi ilə Çexiyaya miqrasiya;
- Etnik çexlərin geri qaytarılma proqramları (Aİ-nin 25 min ən yaxşı mütəxəssisin köçürülməsi ilə müəyyən edilir).

Beləliklə, yuxarıda göstərilənləri nəzərə alaraq Çexiyanın Şərqi Avropa ilə Qərbi Avropa arasında özünəməxsus keçid məntəqəsi rolunu oynadığını deyə bilərik.

Praqada işsizlik demək olar ki yoxdur - əhalinin yalnız 3.2% (bu isə işsizlik müavinətlərinə üstünlük verən insanlardır) işsizdir. Bunun səbəbi xarici turistlərin turist bürolarının, mehmanxanaların və pansionların, restoran və kafe xidmətlərinin, həmçinin avtoservis və bərbərxana xidmətlərinə olan tələbatlarının həcmidir.

Turizm Çexiya iqtisadiyyatının vacib faktorlarındanıdır. Bilavasitə 2017-ci ildə turizm sektorunda 447 mindən çox insan (9.4%) işləyirdi, 2018-ci ildə cüzi azalma hiss edisə də, 2028-ci ildə işləyənlərin sayının 478 minə çatdırılması nəzərdə tutulur. Hazırda hər 10 nəfərdən biri turizm sektorunda işləyir [4, səh 1].

Praqada bütün məşhur havayollarının nümayəndəlikləri var. Çexiya bir çox ölkə ilə bir başa hava uçuşlarına sahibdir. Ostrova, Brno, Karlovı Varı, Pardubiçe kimi şəhərlərin mülki havalimanları var.

Avropanın əsas mərkəzlərindən Çexiyaya dəmir yolları ilə rahatlıqla çatmaq olar. Çexiyadan Avropanın əsas şəhərlərinə avtobus reysləri təşkil olunub. Çexiyanın şəhər nəqliyyat sistemi Avropada ən yaxşı sistemlərdən bir hesab olunur.

Praqa A, B, C ilə adlandırılmış üç keçid stansiyaları ilə qeyd olunan üç metro xəttinə malikdir.

Bu gün Çexiya ərazisində 12 arxitektura abidəsi və YUNESKO-nun beynəlxalq mədəni irs siyahısına salınmış bir geopark - "Çexiya cənnəti" vardır. Çexiyanın qalalar, bürclər, tarixi şəhərlər, monastrlar və kilsə arxetekturasının digər elementləri, bir çox "texniki" abidələr şəklində zəngin mədəni-tarixi mirası vardır. Bu gün Çexiyada hər biri öz unikalığı ilə seçilən təxminən 130 tarixi kompleks turistləri qarşılayır. Bəzi yaşayış obyektləri YUNESKO-nun Dünya Mədəni İrs Siyahısına əlavə olunublar - Çeşski-Krumlov, Telc, Kromnerjij, Litomışl.

Beləliklə, Çexiyada beynəlxalq turizmin inkişafı üçün bütün şərtlər vardır: burada turizm istirahəti, tibbi istirahət, ekskursiya, biznes, idman, təhsil, ətraf mühit, ekstremal, ailə və s. turizmin bütün növləri ilə təmsil olunur. Çexiya, beynəlxalq turizmde beş əsas mövzuda təkiliyi ilə özünü ifadə edir: şəhərlərin, qalaların və görməli yerlərin cazibəsi; sağlam və aktiv istirahət; Zlata Praqa (üç mənada: tarixi, mədəni və gənclər üçün); kurortlar: istirahət və əyləncə üçün yerlər; kilsə abidələri və dini ibadət yerləri.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Çexiyada turizm haqqında qanunun tətbiq edilməsi haqqında düşünülmüşdü. Lakin 2015-ci il iyun ayında Çexiya Respublikasının Regional İnkişaf Naziri Karla Şlextova yeni bir normativ aktın hazırlanmamasına qərar vermişdi.

Bununla yanaşı Çexiya Respublikasının Regional İnkişaf Nazirliyi səviyyəsində “milli turizm dəstək proqramı” (2010-2016- cı illər, 2017-ci ilə kimi uzadılmışdır) tətbiq edilmişdi və dövlət büdcəsi tərəfindən maliyyələşdirilmişdir. Sənədin əsas strategiyası turizmi hər kəs üçün əlçatan edə bilmək idi. Proqramın həyata keçirilməsində ayrılan büdcə isə 100 mln kron təşkil edirdi [1, səh 55].

Nəticə etibarilə beynəlxalq turizm milli iqtisadiyyatın fərqli bir sektoruna ayrılan xidmətlərin və malların turist istehlakının xüsusi növü hesab edilir. Bu gün Çexiya inkişaf etmiş bir Şərqi Avropa ölkəsi kimi beynəlxalq turizmdə əhəmiyyətli yer tutur. İqtisadi və coğrafi mövqeyi (Bohemiya, Moraviya və Sileziyanın kimi kiçik tarixi ərazilərinin birləşdirilməsi, geoloji quruluş mozaikası, şəfalı mineral su mənbələri, gözəl landşaftı, mülayim iqlimi, sabit iqtisadiyyatı, yüksək keyfiyyətli pulsuz tibbi yardım və təhsil xidmətləri, milli valyutanın sabitliyi və qiymətləri və s.) ölkəni beynəlxalq turizm üçün cəlbedici edir. Beləliklə, Çexiyada effektiv beynəlxalq turizm (istirahət, sağlamlıq, gəzinti, təhsil, biznes, idman, təhsil, ətraf mühit, ekstremal və ailə turizmi) üçün bütün şərtlər vardır: nəqliyyat, qidalanma, yaşayış, əyləncə, istirahət, idman, səhiyyə, təhsil, kənd təsərrüfatı, sənətkarlıq və incəsənət, mədəniyyət və tarix.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Анализ зарубежного опыта развития внутреннего и въездного туризма. Аналитический вестник № 47 (646), Москва 2016, 135 ст.
2. География туризма: учебник под ред. А.Ю. Александровой, 3-е изд. М: Кнорус. 2015. 592 ст.
3. UNWTO Highlight 2018 September, 20 p.
4. Travel and Tourism Economic Impact 2018, Czech Republic

## AZƏRBAYCANDA TURİZMİN MÜASİR PROBLEMLƏRİ (ABŞERON TİMSALINDA)

magistrant Ülkər NƏSİRLİ  
müəllim Əlixan MÜRVƏTOV

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *In this article current problems of tourism in Azerbaijan, actions being taken for the development of tourism in Azerbaijan and tourism opportunities of Absheron peninsula are discussed. Peninsula attracts tourists' attention with its rich material-cultural heritage, historical monuments, sanatorium-health resort centers, hotels meeting modern standards, recreation centers.*

**Key words:** *current problems, development of tourism, training of personnel, Absheron peninsula, sanatorium-health resort centers.*

Çoxsaylı tədqiqatlar göstərir ki, turizm öz perspektivliyinə görə qeyri-neft sahələri arasında aparıcı mövqelərdən birini tutur. Hazırda turizm qlobal miqyasda sürətlə inkişaf edən biznes sahələrindəndir. Turizm fəal istirahətin geniş yayılmış və ən kütləvi növlərindən biri hesab edilir. Qloballaşma insanların ehtiyaclarını dəyişdirdi və nəticədə onlar yenilik axtarışına çıxdılar. İnsanların təhsil səviyyəsinin artması, yaşayış səviyyəsinin yüksəldilməsi nəticəsində turizm diqqətçəkən sahələrdən birinə çevrildi. Turizm məlumatlılığının artması ilə turizmə cəlb olunan fərdlər və ya qrupların tələbləri də dəyişdi. İnsanlar klassik dəniz-qum-günəş üçbucağından kənara çıxaraq turizmin digər növlərinə maraq göstərməyə başladılar. Hər il minlərlə insan istirahət həvəskarları sırasına qoşulur və bununla da turizm getdikcə daha geniş vüsət alır. Müasir dövrdə turizm sadəcə maraq deyil, eləcə də həyat tərzinə çevrilib. Turizmə cəlb olunan insanlar səyahət etdikləri ölkənin tarixini, həyat tərzini özündə əks etdirən maddi-mədəniyyət nümunələrinə maraq göstərirlər.

İldən-ilə inkişaf edən beynəlxalq turizmdə Azərbaycan Respublikasının da müəyyən qədər payı var. Turizmin qədim tarixə malik olduğu Azərbaycanda mövcud olan ticarət yolları, həyata keçirilən tranzit layihələr, beynəlxalq tədbirlər respublikamızın dünya səviyyəsində tanınmasına imkan

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

yaratmışdır. Ölkəmizdə turizmin əsaslı inkişafı müstəqilliyimizdən sonrakı illərə təsadüf etsə də, qısa zaman kəsiyində turizmdə çox böyük nailiyyət əldə olunub. Son illər ərzində qeyri-neft sektoru olan turizmin inkişafına xüsusi qayğı göstərilir, müxtəlif turizm növləri inkişaf etdirilir, müasir standartlara cavab verən turizm infrastrukturunun yaradılması sahəsində çoxsaylı tədbirlər görülür. Bu tədbirlərin bariz nümunəsi prioritet sahə olan turizmin inkişaf etdirilməsini hədəfləyən dövlət proqramlarıdır. Bu proqramların həyata keçirilməsinin başlıca məqsədi Azərbaycanda turizmin sürətli inkişafına şərait yaratmaq, milli turizm kompleksinin rəqabətə davamlılığını yüksəltmək, millətlərarası əlaqələrin genişlənməsi və möhkəmlənməsinə kömək etmək, ölkənin milli-tarixi və mənəvi irsini təbliğ etmək, ölkədə turistlərə göstərilən xidmətin dünya standartları səviyyəsinə qaldırılması, turizm sahəsinə investisiyaların cəlb edilməsi, kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına dəstək olmaq, mövcud sosial problemləri aradan qaldırmaqdır.

Beynəlxalq bazarda olan güclü rəqabətə davam gətirə bilmək üçün ölkəmizdə turizm peşəkarlıqla təşkil olunmalıdır. Bu gün dünyada özünün təbii sərvətləri, müasir inkişafı, mədəniyyəti ilə öyünən ölkələrin sayı olduqca çoxdur. Mühüm olan qlobal rəqabət şəraitində fərqliliyini, özünəməxsusluğunu göstərə bilməkdir.

Azərbaycanda mövcud olan mədəni və təbii ehtiyatlar ərazidə turizmin dayanıqlı inkişafı üçün kifayət deyil. Ölkəmizdə turizmin mövcud vəziyyətini öyrənmək, gələcəkdə daha çox turisti cəlb etmək yolunda tədbirlər görmək baxımından hazırda mövcud olan problemlərin aradan qaldırılması zəruri məsələdir.

Azərbaycan inzibati-coğrafi cəhətdən rayonlara, iqtisadi-coğrafi nöqteyi nəzərdən iqtisadi rayonlara bölünmüşdür. Bilavasitə ölkəmizin turizm sahəsində də turizm marşrutları yaradılmış və buna əsaslanaraq turizm bölgələri üzrə bölünmə yaranmışdır. Turizm bölgələrinə bunlar daxildir: Bakı-Abşeron, Şimal, Şimal-Qərb, Cənub, Qərb, Naxçıvan, Qarabağ turizm bölgəsi. Statistik məlumatlara əsasən və turizm şirkətlərindən əldə edilən sorğular nəticəsində məlum olmuşdur ki, ölkə daxilində həm yerli həm də xarici turistlər Bakı-Abşeron bölgəsinə daha çox maraq göstərirlər.

Zəngin tarixi keçmişini, memarlıq abidələrini, müqəddəs məkanlarını, tükənməz sərvətini daim turistlərə qonaqpərvərliklə nümayiş etdirən Azərbaycan Xəzər dənizinin sahilində yerləşən narın qumlu çimərlikləri, şirin sulu və şoran gölləri, həmçinin çox qədim zamanlardan Avropa və Asiyada məşhur olan neft ehtiyatları ilə dillər əzbəridir.

Ölkəmizdə yerləşən “Qobustan” Dövlət Tarix-Bədii Qoruğu, “Atəşgah” Tarix-Memarlıq Qoruğu, “Yanardağ” Tarix-Təbiət Qoruğu kimi komplekslərimiz, palçıq vulkanları, sanatoriya-kurort mərkəzləri, orta əsrlərdə tikilən əsrarəngiz qalalar, müqəddəs məkanlar- bütün bu tarixi-mədəni irsimiz, müasir standartlara cavab verən otellər, sanatoriya-kurort mərkəzləri, əlverişli iqlim şəraiti turistlərin Azərbaycana olan marağını günbəgün artırırsa da, zəngin tarixə, mədəniyyət və memarlıq abidələrinə, unikal təbiətə malik olan ölkəmizdə turizmin inkişaf etməsinə mane olan bir sıra problemlər mövcuddur. Belə ki, Azərbaycan Dövlət Turizm Agentliyi ölkəyə səfər edən turistlərin qarşılaşdığı problemlərin öyrənilməsi məqsədi ilə tədqiqat aparmışdır. Nəticədə məlum olmuşdur ki, turistlərin ən çox qarşılaşdığı problemlər arasında ölkədə fərqli qiymət siyasətinin olması, turizm sahəsində ixtisaslaşmış kadrların çatışmaması və yerli əhali ilə ünsiyyət zamanı yaranan dil problemi göstərilmişdir [5].

İstehlakçılar üçün böyük əhəmiyyət daşıyan qiymət turizmdə keyfiyyətin əsas göstərici hesab olunur. Ölkədə turizmin inkişaf etdirilməsi baxımından düzgün qiymət strategiyasının seçilməsi zəruri əhəmiyyət daşıyır. Böyük rəqabətin mövcud olduğu turizm bazarında müxtəlif qiymətlərin təyin olunması normal qəbul edilsə də, ölkə daxilində eyni məhsul üçün qoyulmuş qiymətlər arasında böyük fərqlərin olması məhsulun keyfiyyətini sual altına salır. Bu isə turist üçün xoş təəssürat olamamaqla yanaşı, gələcəkdə həmin turistin ölkəsinə apardığı məlumat səbəbindən ölkə üçün daha böyük itkilərə səbəb olmaqdadır. Bəzi hallarda isə xüsusilə də turizm obyektlərində süni qiymət artımı hallarına da rast gəlinir. Bu məsələ turistlərin narazılığına səbəb olan əsas problemlərdən biri olaraq qalmaqdadır.

Bölgədə turizmin inkişafına mənfi təsir edən digər bir amil kimi turizm ixtisaslı kadrların azlığını göstərə bilərik. Bir neçə günlük səhayəti ərzində turistin xidmətdən ən cüzi narazılıq belə turistdə ölkə haqqında mənfi rəy oyada bilər ki, bu da turistin gəldiyi istiqamətdən turist sayının artımına mənfi təsir göstərir. İkincisi ölkədə daim xarici kadrların turizm sektorunda yüksək vəzifələr tutması ölkənin xarici kadrından asılılığına gətirib çıxarır. Bu səbəbdən də gənclərin həm ölkəmizdə, həm xaricdə adı



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

çəkilən sahə üzrə təhsilə cəlb olunması, onların ölkə daxilində və xaricində müvafiq təcrübələr keçməsi ölkəmizdə turizmin uğurlu və davamlı inkişafına gedən yolda başlıca amildir. Paytaxt Bakıda demək olar ki, bütün turizm destinasiyalarında, turizm obyektlərində bu sahə üçün yararlı hesab ediləcək kadrlar yerləşdirilsə də, rayonlarda vəziyyət o qədər də ürəkaçan deyil. Belə ki, muzey və ya abidə bələdçilərinin yetəri qədər məlumatlı olmaması, o cümlədən xarici dil bilməməsi turistlərin qarşılaşdığı problemlərdəndir. Bu məsələnin həlli olaraq təlim kurslarının keçirilməsi, müntəzəm olaraq diskussiyaların təşkil edilməsi zəruridir. Bununla yanaşı, turizmin inkişaf etdiyi bölgələrdə bəzən yerli əhali və turistlər arasında anlaşılmaqlıqlar, xoşagəlməz hallar yaşanır. Bəzən böyük siyasi problemlərə yol açacaq bu kimi anlaşılmaqlıqların qarşısını almaq məqsədilə yerli əhali arasında turizm sənayesi və onun faydaları ilə bağlı maarifləndirmə işlərinin aparılması zəruridir.

Bu gün ölkəmizdə olan yüzlərlə məktəbdə ingilis dili fənni tədris olunsa da, yerli əhali arasında dil biliyi olan insanlara o qədər də sıx rast gəlinmir. Turistlərlə fərqli sferalarda aparılmış çoxsaylı sorğulardan aydın olur ki, turistlər üçün Azərbaycanda, xüsusilə də regionlarda qarşılaşdıqları əsas problem onları anlayıb kömək edə biləcək xarici dil bilikli insanların azlığıdır.

Bu gün daxili və xarici turistlərin ölkəmizdə üzləşdiyi ən böyük problemlərdən biri də regionlarda münasib qiymətə otel tapa bilməməsidir. Əfsuslar olsun ki, paytaxtda fəaliyyət göstərən otellərin sayı kifayət qədər çox olduğu halda, bəzi bölgələrimizdə ümumiyyətlə otel mövcud deyil, bəzilərdə isə yalnız 5 ulduzlu otellərə rast gəlmək mümkündür. Təbii ki, belə olduğu halda turizmdən hər kəs faydalana bilmir. Bölgələrə üz tutan turistlərin əsas məqsədi vaxtını təbiətdə keçirtmək və təbii gözəlliklərdən zövq almaqdır. Buna görə də düşünürəm ki, bölgələrdə böyük 5 ulduzlu otellərlə yanaşı, kiçik butik otellərin fəaliyyətinə başlanılmasına böyük tələb var [1, s.50].

Qeyd etmək istədiyim başqa bir məsələ isə, turist marşrutlarının sayının məhdud olması və ölkəyə gələn turistlərin əksəriyyətinə demək olar ki, eyni marşrut planının təklif edilməsidir. Zəngin turizm ehtiyatlarına sahib olmasına baxmayaraq bu gün Abşeronun turizm potensialından kifayət qədər istifadə olunmur. Abşeron dedikdə müasir dövrdə “Atəşgah - Yanar dağ - Qobustan” üçbucağı üzrə təşkil edilən turlar yada düşür. Sanki Abşeronun bütün sərvəti elə bu üç tarixi məkandan ibarətdir. Bu gün dünya təcrübəsində 20-dən çox turist marşrutu olsa da, ölkəmizdə əsas və əlavə olmaqla ümumilikdə 7 turist marşrutu var [4, s.204]. Qonşu Gürcüstanda təklif edilən proqramlara nəzər yetirsək, ölkəyə gələn turist sayına görə nə üçün onlardan geri qaldığımızı açıq-aşkar görürük. Bu səbəbdən də marşrutların sayının artırılması, “Ənənəvi ləzzətlər”, “Ov turizmi”, “Dini turizm”, “Eko turizm” “İdman turizmi” kimi marşrutların mövzu və planının peşəkar şəxslər tərəfindən yazılmasını və təcrübədə bu marşrutların istifadə edilməsi ölkəyə gələn turistlərin daha səmərəli vaxt keçirməsinə səbəb ola bilər [2, s.42].

Abşeron eyni zamanda ölkəmizin əsas kurort-istirahət zonası kimi tanınır. Lap qədim zamanlardan zəngin müalicəvi ehtiyatları ilə məşhur olan Abşeron dəniz suyu, günəş vannaları, mülayim iqlimi, duzlu gölləri və palçığı ilə çoxsaylı xəstəliklərin müalicəsi və profilaktikasında təsirli gücə malikdir [3, s.62]. Bütün bu zənginliyə baxmayaraq hələ də Abşeronda müalicə turizminin geniş miqyaslı inkişafı üçün lazımi infrastruktur qurulmayıb.

Turizm baxımından daha əlverişli hesab edilən Abşeron yarımadası isə coğrafi mövqeyinin əlverişliliyi, mülayim iqlimi, günəşli günlərin sayının çoxluq təşkil etməsi ilə turistləri regiona cəlb edir. Xəzərin sahilindən yerləşməsi isə bölgədə çimərlik turizminin inkişafına bilavasitə şərait yaradan amillərdən biridir. Turizmin bir çox növü üçün böyük potensiala sahib olmasına baxmayaraq Azərbaycanda, o cümlədən, Abşeron yarımadasında turizmin üzləşdiyi bu problemlərin aradan qaldırılmaması gələcəkdə ölkə turizmini təhlükə altında qoya bilər.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizmin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi 2016
2. “Mədəniyyət, turizm və idman sahəsində dövlət idarəçiliyinin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı tədbirlər” haqqında Azərbaycan Respublikasının sərəncamı 2018.
3. “Azərbaycanın müalicəvi palçıqları”. Əfəndiyeva F. P. Bakı Azərənəşr, 1971
4. “Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı”. Soltanova H. Bakı 2017
5. [http://cbc.az/az/v\\_story/dvlt-turizm-agently-sahbkarlari-srfl-paketlr-tklf-etmy-airir](http://cbc.az/az/v_story/dvlt-turizm-agently-sahbkarlari-srfl-paketlr-tklf-etmy-airir)

**PAYTAXT BAKIDA YERLƏŞƏN QƏDİM VƏ MÜASİR MEMARLIQ  
ABİDƏLƏRİNİN TURİZM BAXIMINDAN PERSPEKTİVİ**

**magistr MƏLİKOVA Nərmin Nəcəf qızı**  
**müəllim Əlixan MÜRVƏTOV**  
*Azərbaycan Turizm və Menejment Universiteti*

***Abstract:** The development of tourism in Azerbaijan does not only serve for the advancement of our economy and the image of our state in the international arena. The flow of tourists to the country also gives a powerful impetus to the employment of numerous citizens, as well as the development of transport, communications, trade and other spheres. In the conditions of the market economy, the tourism departments of the republic (state, social and private) are required to pay more attention to the development of domestic tourism and recreation.*

***Key words:** Baku, ancient and modern architectural monuments, tourism, perspectives, international arena*

**Giriş**

Tarixi abidələr keçmişdən gələcəyə körpü rolunu oynayır. Ulu babalarımızın bizə yadigar qoyduğu tarixi abidələrimiz Azərbaycan xalqının qədim mədəniyyətinin göstəricisidir. Çünki hər bir tarixi abidə məxsus olduğu dövrün mədəni mühitini, təfəkkür və düşüncə tərzini özündə yaşadır.

Azərbaycan xalqının ümummilli lideri Heydər Əliyevin ölkəmizə rəhbərlik etdiyi hər iki dövrdə xalqımızın tarixinin öyrənilməsi, tarixi və mədəni irsinin qorunub saxlanması sahəsində mühüm işlər görülmüş, bu sahədə dövlət siyasətini həyata keçirmək üçün zəngin qanunvericilik bazası yaradılmışdır. Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasının 77-ci maddəsində tarix və mədəniyyət abidələrini qorumaq hər bir vətəndaşın vəzifəsi kimi müəyyənləşdirilmişdir. 1998-ci ildə qəbul edilən “Tarix və mədəniyyət abidələrinin qorunması haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanununda da tarixi abidələrin qorunmasının dövlət təminatı, onların əhəmiyyət dərəcələri, tədqiqi, mühafizəsi, qanunvericiliyin pozulmasına görə məsuliyyət öz əksini tapmışdır.

Azərbaycanın çoxəsrlik tarixini əks etdirən kifayət qədər arxeoloji, tarixi-memarlıq və mədəniyyət abidələri mövcuddur. Bu abidələr mütəxəssislər tərəfindən tədqiq edilmiş, eləcə də turistlərin diqqətini hər zaman özünə çəkmişdir. Az da olsa, bu abidələr haqqında kitablar yazılmış, müxtəlif elmi məlumatlar verilmişdir.

**Əsas hissə**

Qobustan qayaüstü təsvirləri isə SSRİ dövründən öz elmi əhəmiyyətinə görə dünya alimlərinin və tarix sevənlərin maraq dairəsinə daxil olmuşdur. Bakıdan 60 km. cənubda yerləşən Qobustan qayaüstü təsvirlərinə baxmaq üçün il ərzində 400 mindən çox insan bu məkana səyahət edir, hələ mezolit dövründən (Orta daş dövrü) başlayaraq, qayalar üzərinə həkk olunmuş müxtəlif heyvan təsvirlərinə tamaşa edir, daş dövrünün həyat təzi və heyvanat aləmi ilə tanış olurlar.

1947-ci ildə Azərbaycanın məşhur arxeoloqu İshaq Cəfərzadə tərəfindən aşkar edilən Qobustan qayaüstü təsvirləri şagirdlər, tələbələr, müəllimlər, müxtəlif peşə sahibləri, bəşəriyyətin qədim tarixi ilə maraqlanan alimlər üçün də maraq mənbəyidir. Öz quruluşuna görə də Qobustan ərazisi turistlər üçün çox cəlbedicidir. Sanki göydən yerə səpələnmiş möhtəşəm qayalar, həmin qayaları yararaq çıxan əncir ağacları, «Qaval daş» kimi tanınan qədim zərb aləti, bütün zamanlarda turistlərin diqqətini çəkmişdir. Bakının İçəri şəhərinin memarlıq komplekslərini, Abşeron qalalarını, Atəşgahı və digər qədim memarlıq nümunələrini ziyarət edən turistlər, Qobustan qaya təsvirlərini də görmək istəyirlər. Qobustan ərazisi hələ 1967-ci ildən qoruq-muzey elan edilmiş, turizm marşrutuna daxil edilmişdir.

Azərbaycanın bütün rayonları turistləri cəlb edəcək memarlığa və tarixə malikdirlər. Ermənilər tərəfindən zəbt edilmiş Xocalı rayonu da Azərbaycana aid olan abidələrlə zəngindir. Bir zamanlar Şuşada yerləşən istirahət və turizm mərkəzlərinə istirahətə gələn turistlərə Xocalı mədəniyyəti ilə də tanış olmaq şansı yaranırdı. Azərbaycan arxeoloqlarının apardığı arxeoloji qazıntılar zamanı burada e.ə. I minilliyin ortalarına aid olan çoxlu əmək alətləri, məişət avadanlıqları, müxtəlif mədəniyyət nümunələri aşkar edilmişdir. Alimlər qeyd edirlər ki, “Xocalı Kurqan çölünü bir növ özünəməxsus yeraltı muzey adlandırmaq olar”. Burada tunc dövrünə aid edilən çoxlu Azərbaycan abidələri düşmən işğalı altında qalmışdır.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Qeyd edilən kurqanların birində e.ə. XIV-XIII əsrlərdə hakimiyyətdə olan Assuriya şahı I Adadnirarinin (e.ə.1307-1275) mixi yazı ilə üzərində adı qeyd olunduğu qərribə bir muncuq tapılmışdır. Bu tapıntı Azərbaycanda tunc dövrü tarixini daha düzgün təyin edən tapıntı kimi təsvir edilmişdir.

Qəbələ şəhəri hələ Sovet hakimiyyəti zamanında da turistlərin diqqətini özünə cəlb etmişdir. Turistlər üçün qalın meşələr və meşələrin ətəyində yerləşən Hohur gölü heyratəmiz yerlər kimi qiymətləndirilmişdir. Bu əraziləri gəzib səyahət edən alim Telman Haqverdiyev Qəbələ haqqında belə fikirlər söyləmişdir: «Qəbələyə səfərimizi Mirzəbəyli kəndindən başladıq. Meşələrin içi ilə getdikcə qarşımıza zoğal, armud, əzgil, alma, fındıq, şabalıd, qozla dolu ağaclar çıxırdı. Qara moruq salxımları vasitəsilə əllərimizi boyadıq. Qəbələ bulağının büllur sularında sərinlədik. Qəbələnin uçub dağılan qala divarlarını görəndə isə çox həyəcanlandım».

Lənkəran rayonunda Aşağı Nüvədi, Sütəmur dov, Şağlaküçə, Kərgəlan, Separadi kəndlərində orta əsrə aid bir çox tikililər indi də öz elmi-mədəni əhəmiyyətini saxlamaqdadır.

İndiki dövrdə Lənkəran və Lerik rayonu ərazisində turizmin təşkilinin bütün növləri üçün hər cür şərait mövcuddur. Bir tərəfdə dəniz, digər tərəfdə dağlar, talış meşələri olan bu yerlər turizmin müasir bazarında yaranan rəqabətin önündə gedə bilər. Füsunkar təbiət gözəllikləri ilə insanı heyran edən əsrarəngiz təbii mənzərələr, uzunömürlülər diyarı Lerik rayonu üçün son dərəcə xarakterik cəhətlərdir. Bu rayonda salınmış «Təbəssüm», «Xəyal», «Meşəbəyi», «Babək», «Relax» tipli istirahət və turizm mərkəzləri bu gün dünyanın hər yerindən gələn turistlərin mədəni asudə vaxtlarının, istirahət və əyləncəsinin təşkilində önəmli yer tutur.

Lerikin başı qarlı dağları, güllü-çiçəkli yaylaqları, sərin bulaqları, dini ocaqları (məsələn, Babagil, Cobir, Siyo Toğ), sıldırımlı qayaları və s. özünün füsunkarlığı ilə qonaqları heyran qoyur. Lerikin «Babagil», «Cobir», «Siyo-Toğ» və s. dini ziyarət ocaqlarına hər gün müxtəlif güşələrdən minlərlə insan gəlir. Bu da təbii olaraq, daha çox mənəvi-əxlaqi dəyərlərimizin formalaşmasında mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Hazırda Lerik rayonunda yaradılmış «Relax» istirahət mərkəzi respublikanın ən gözəl istirahət güşələrindən biri hesab olunur. «Relax» turizm bazasının fəaliyyəti indiki dövrdə dünya standartları səviyyəsinə uyğunlaşdırılır. «Relax» turizm bazasında turistlərin istirahəti üçün hər cür şərait yaradılmışdır.

Turistlərin informasiya balansının artırılması bu gün ən aktualdır. Çünki, gözəl mənzərələr və tarixi yerlər görmək istəyən turistlər, həmçinin bütün kommunal və informasiya tələblərinə cavab verən gözəl mehmanxanalarda qalmaq da arzulayırlar. Bu baxımdan Şəki rayonunda yerləşən «Şəki» mehmanxanası bu gün qismən də olsa dünyanın müxtəlif ölkələrindən gələn turistləri qəbul etməyə hazırdır.

Qeyd edək ki, hələ 1976-cı ildən fəaliyyət göstərən «Şəki» mehmanxanası 2000-ci illərdə yenidən rekonstruksiya edildikdən sonra, indi də öz əhəmiyyətini itirməmiş, abad vəziyyətini qoruyub saxlaya bilmişdir. Burada bərpa işləri aparılmış, müasir standartlara cavab verən lüks nömrələr turistlərin və Şəki şəhərinə gələn qonaqların xidmətinə verilmişdir. [İ.Hüseynov, N.Əfəndiyeva – Turizmin əsasları, Bakı 2007].

Hələ qədim dövrlərdən etibarən, Bakı nəinki Qafqazın, eləcə də Yaxın Şərqi qədim şəhərlərindən olduğundan, burada bir çox memarlıq abidələri vardır. Onlardan bir neçəsini misal göstərək.

Bibiheybət məscidi (1281-1282). Bibiheybət məscidi XIII əsrdə Şirvanşah II Fərruxzad ibn Axsitan tərəfindən inşa etdirilib. Məscidin divarında tarixi faktlar qeyd olunan kitabə yerləşir. Klassik şərq üslubunda tikilmiş əzəmətli Bibiheybət ziyarətgahının daxili bütünlüklə ağ marmərdən ibarətdir. Müqəddəs ayələr isə marmər divarlara gözəl xəttatlıq nümunələri ilə həkk olunmuşdur.

Multanı Karvansarası (XIV əsr). Bu karvansara İçərişəhər ərazisində yerləşir. Multani adını isə Pakistanın Multan şəhərindən götürmüşdür. Multanı karvansarası qədim dövrdə ticarət mərkəzi, birja, səfirlik, rabitə qovşağı kimi fəaliyyət göstərmişdir və ənənəvi kompozisiya üzrə tikilmişdir.

Tazəbəy hamamı (1886). Bura istirahət və sağlamlıq ocağı kimi tanınır. Bakının düz mərkəzində yerləşən bu hamam şərq arxitekturası ilə tikilmişdir. Müasir dövrdə turistlərin ən sevimli istirahət və sağlamlıq məkanı kimi istifadə edilir.

Nizami adına Ədəbiyyat və Mədəniyyət muzeyi (1860). Bu bina XX əsrin əvvəllərində keçmiş «Metropol» mehmanxanası kimi fəaliyyət göstərmişdir və memar Məşədi Qasım Hacıbababəyovun arxitekturası əsasında tikilmişdir. 1914-15-ci illərdə A.A.Nikitin bu bina üzərində bəzi dəyişikliklər etməsindən sonra mehmanxana kimi istifadə edilmişdir.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Bakı Erməni kilsəsi (1887). Bakıda erməni icmasına məxsus kilsə olmuşdur. Memarı Bakı şəhərinin memarı K.Qippius olub.

Son illərdə Bakıda inanılmaz tikinti bumu baş verir - yeni otellər, ofis binaları, göydələnlər, müasir sənət muzeyləri və s. tikilir. Belə ki, yeni inşa edilmiş bu tikililər, qədim abidələr kimi göz oxşayır və ekskursiyalara daxil edilir. “Bakı – Azərbaycan Respublikasının paytaxtıdır” icmal ekskursiyasına daxil edilən yeni tikililərə nəzər salaq:

Bakı Alov Qüllələri (Flame Towers). Bu kompleks Bakı şəhərindəki ən hündür binalardır. Paytaxtın yeni rəmzi hesab olunur. Alov Qüllələrinə hotel, mənzillər və ofislər daxildir. Tikilinin ümumi sahəsi 235 min kv.metrdir. Binanın tikilişi 2007-ci ilin oktyabr ayında başlayıb və 2013-cü ildə tamamlanıb. Tikintiyə 400 milyon ABŞ dolları xərclənib. Birinci qüllənin hündürlüyü 182 m, ikinci qüllənin hündürlüyü 165 m, üçüncü qüllənin hündürlüyü isə 161 m-dir. Xarici görünüşü ilə bu tikinti alov dillərini xatırladır. Alov qüllələri 2013-cü ildə Avropanın daşınmaz əmlak bazarında ən iri innovasiya layihəsi olan MIPIM 2013 müsabiqəsinin “Ən yaxşı otel və turizm mərkəzi” nominasiyasının qalibi elan edilib.

Beynəlxalq Muğam Mərkəzi. Azərbaycan muğamının dünyada geniş təbliği məqsədi ilə yaradılan, Dənizkənarı Milli parkda yerləşən, Avropa standartları ilə inşa edilən Beynəlxalq Muğam Mərkəzi paytaxtımızın gözəlliyini daha da artırır.

Müasir İncəsənət Muzeyi. Mehriban Əliyevanın təşəbbüsü və Heydər Əliyev Fondunun dəstəyi ilə yaradılan incilərdən biridir. Muzeyin ekspozisiyası XX əsrdən bu günə qədər Azərbaycan avanqardının ən gözəl əsərləri əsasında qurulub. Bu ekspozisiyaların əsasını müşahidə, axtarış və insan ruhunun azadlığını təcəssüm etdirən rəsm və heykəltaraşlıq nümunələri toplusu təşkil edir. Burada həmçinin xarici ölkələrin də sənətkarlarının əsərləri incəsənətin ümumbəşəriyyətinin təcəssümü kimi təmsil olunmuşdur: Pablo Pikasso, Mark Şaqal, Salvador Dalinin əsərlərini bura aid etmək olar.

Azərbaycan təsviri incəsənətini “xalqın yaddaşı” kimi qiymətləndirmək olar. Muzeydə həmçinin Səttar Bəhlulzadə, Tahir Salahov, Mikayıl Abdullayev, Ömər Eldarov, Hüseyn Əliyev, Tağı Tağıyev, Nadir Əbdürrəhmanov, Elmira Şaxtaxtinskaya, Nadir Qasimov, Tokay Məmmədov, Toğrul Nərimanbəyov kimi sənətkarların kolleksiyaları da təqdim olunub.

Muzey sözün əsl mənasında son 70 ilin azərbaycanlı rəssam heykəltaraşlarının çoxsaylı kompozisiyalarını əks etdirən bir şedevrlər aləmidir. Kompozisiyaların digər hissəsi “naməlum” təbəqəni özündə əks etdirir. Bu təbəqə SSRİ dövründə formalaşmış və rəssamlıq sahəsinin tam başqa bir cərəyanına aid hesab olunur: Mircavad Cavad, Rasim Babayev, Əşrəf Murad, Kamal Əhmədın əsərlərini misal göstərmək olar.

Muzeyin memarlığı və dizaynının müəllifi Altay Sadıxzadədir. Bina ikimərtəbəli vahid açıq məkanda yerləşmişdir. Muzey ağ rənglidir. Şərbəst memarlığı, rəsm əsərləri və heykəllərdən ibarət kompozisiyalar bütövlükdə avanqard incəsənətin təzahürüdür.

Azərbaycanda müasir muzeylərdən biri də “Nobel Qardaşları” yaxud “Villa Petrolea” muzeyidir. Muzey 2008-ci ildə açılmışdır. 1884-cü ildə əsas qoyulan bu binanın bərpası Nobel Ailəsi Cəmiyyəti ilə Bakı Nobel İrsi fondunun mühüm addımlarından biri olmuşdur. Bina isveçli memar Lindval tərəfindən Bizans üslubunda tikilib. Bu binada regionda ilk dəfə olaraq, “Bells” telefonu və havalandırma sistemi quraşdırılmışdır. Evin dizaynı dəyişilib, ancaq bəzi nüansla olduğu kimi yenidən qurulub. Bu binada həmçinin Bakı Nobel Neft klubu və Beynəlxalq Biznes Mərkəzi yerləşir.

Əgər əvvəlki dövrlərdə ölkəmizə neft müqavilələri ilə bağlı işgüzar turist axını olmuşdusa, indiki dövrdə istirahət, rekreasiya, tanışlıq, biznes, müalicə-sağlamlıq, qədim məkanlara ziyarət məqsədli turizm üstünlük təşkil edir. Bugün Azərbaycan öz stabil inkişaf xəttinə, iqtisadi-coğrafi imkanlarına, gözəl mənzərəli təbiətinə, qonaqpərvərliyinə görə regionun perspektivli ölkələrindən biri hesab olunur. Bununla bağlı olaraq, getdikcə turizm sahəsinin inkişafı daha da sürətlənir, ölkəmizə daxil olan pul vəsaitlərinin artımına səbəb olur.

### Nəticə

Müasir dövrdə Azərbaycanın qarşısında duran ən önəmli vəzifələrdən biri də turizmin idarə olunması, sərvətlərdən səmərəli istifadə edilməsi, turizm sahəsində kadr çatışmazlığının aradan qaldırılması üzrə məsələlərin həllidir. Eləcə də, bu məsələlərlə bağlı olaraq, infrastruktur layihələrin həyata keçirilməsi, regionlarda aparılan quruculuq işləri, beynəlxalq hava limanlarının tikintisi, yol çəkilişləri turizmin inkişafına öz töhfələrini verəcəkdir.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Rayihə Əmənzadə - Azərbaycan Memarlıq abidələrinin tipologiyası
2. Elçin T.Əliyev –Konstruktivizm dövrü, XX əsrin 1920-1930-cu illərinin Bakı memarlığı
3. Şamil Fətullayev –Fıqarov – XIX əsr – XX əsrin əvvəllərində Azərbaycanda Şəhərsalma və Memarlıq
4. Rüfət Ağazadə, Yusif İbrahimli – Azərbaycan Memarlığı inkişaf yollarında
5. Erkən kapitalizm dövrünün memarlığı (XIX-XX əsrin əvvəli): memarlıq – Архитектура раннего капиталистического периода - (XIX-начало XX века) – Nərgiz Abdullayeva, Ramiz Əbdülrəhimov, Bakı 2012.
6. Azərbaycan Respublikasının müasir dövr memarlıq tarixi – Modern architectural period of Azerbaijan Republic – Fikrət Hüseynov, Nizami Nağıyev, Bakı 2013.
7. Bakının memarlıq ensiklopediyası – Şamil Fətullayev-Fıqarov, Bakı 2013.
8. <http://www.uaa.az/> 2.
9. <http://ebooks.azlibnet.az/>
10. <https://lektsia.com>
11. <http://www.e-reading.club/>
12. <http://anl.az/>

## BAKI-ASTARA TURİST MARŞRUTU İSTİQAMƏTİNDƏ YERLƏŞƏN BÖLGƏLƏRDƏ TURİZMİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ

magistrant Nərmin BAXIŞLI Zakir qızı  
c.ü.f.d., dosent Məmməd Oruc oğlu SADIQOV  
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

**Abstract:** *One of the main tourist routes in Azerbaijan Republic is Baku-Astara tourist route. There are potential and opportunities for the development of different types of tourism in the regions located on this route. The potential for the development of rural tourism, green tourism, archaeological tourism, cognitive tourism, adventure tourism, health resort tourism in the southern region which distinguished by its own nature, landscape, climate and natural-geographical position, should be properly evaluated and appropriate steps should be taken to develop above-mentioned types of tourism. Being bordered by Islamic Republic of Iran from the south and west and by the Caspian Sea from the east plays a positive role in the region's tourism perspective.*

**Key words:** *Tourism perspective of southern region of Azerbaijan, landscape, climate, green tourism, rural tourism, eco-tourism.*

### Giriş

Azərbaycan Respublikasında dördü əsas, üçü əlavə olmaqla yeddi turist marşrutu 2003-cü ildən etibarən turistlərin istifadəsinə verilmişdir. Bu marşrutlardan biri də Bakı-Astara turist marşrutudur. Bakı-Astara marşrutunu həmçinin cənub marşrutu da adlandırırlar. Bütün digər marşrutlarımız kimi cənub marşrutu da Bakı şəhərindən başlayır. Bakı şəhərindən yola düşən turistlər Salyan, Biləsuvar, Cəlilabad, Masallı və Lənkəran ərazilərindən keçməklə marşrutun son daynacaq məntəqəsi olan Astaraya çatırlar. Marşrut üzərində əlavə qollar: a) Masallı-Yardımlı, b) Lənkəran-Lerik qollarıdır.

Bu bölgənin əlverişli təbii-coğrafi mövqedə yerləşməsi, bir tərəfdən İran İslam Respublikası, digər tərəfdən Xəzər dənizi ilə həmsərhəd olması, gözəl təbiəti, zəngin flora və faunası burada turizmin inkişafı üçün potensial imkanların olduğunu bir daha sübuta yetirir. Bütün bunlarla bərabər, cənub regionunda son illərdə yol-nəqliyyat infrastrukturunun daha da yaxşılaşdırılması istiqamətində görülən işlər, dünya standartlarına cavab verən turizm obyektlərinin o cümlədən, istirahət mərkəzlərinin, hotellərin tikilməsi, xüsusilə Lənkəran şəhərində ilin müxtəlif vaxtlarında turizm ilə bağlı keçirilən sərgilər və konfranslar bu bölgənin həm yerli, həm də xarici turistlər arasında turizm destinasiyası kimi tanınmasında mühüm rol oynamışdır.

### Əsas hissə

Azərbaycan Respublikasının cənub bölgəsi digər bölgələrimiz kimi turizmin inkişafı üçün sahib olduğu zəngin imkanları ilə seçilir. Zəngin mineral və termal su ehtiyatları, göz işlədikcə uzanan meşəliklər və yaşıllıqlar, subtropik meyvə bağları, yaşıl çay plantasiyaları, başı qarlı uca dağlar, mağaralar və kurqanlar, Xəzər dənizinin mavi suları, müalicəvi əhəmiyyətli çimərliklər burada kənd turizmi, yaşıl turizm, ekoturizmin inkişafı üçün əsaslı zəmin yaradır.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Paytaxt Bakı şəhərindən yola düşən turistlər Salyan və Biləsuvar rayonlarının ərazilərindən keçərək Cəlilabada gəlirlər. Cəlilabaddan sonra növbəti dayanacaq məntəqəsi isə Masallı rayonudur.

Ən qədim zamanlardan insanlar istirahət və müalicə məqsədi ilə Masallı rayonuna üz tutmuşlar. Bugün də rayonda istirahət və müalicə turizminin inkişafı üçün zəngin imkanlar vardır. Masallı rayonunun ərazisi termal və mineral sularla zəngindir. Bu termal sular dəniz səviyyəsindən 500-550 metr yüksəkdən çıxmaqla yüksək debitə və temperatura malikdir. Təsadüfi deyildir ki, Masallıda fəaliyyət göstərən “Ailə sevinci”, “Baba ocağı”, “Fatimeyi-Zəhra”, “İstisu” sanatoriyaları həm Respublikamızın müxtəlif regionlarından Masallıya üz tutan yerli turistlərin, həm də dünyanın müxtəlif ölkələrindən olan xarici turistlərin xidmətinə verilmişdir. Bu sanatoriyalarda xidmət səviyyəsini yüksəltmək üçün hər il yeni işlər görülür. Masallı rayonu öz əsrarəngiz təbiəti, meşələri, bumbuz bulaqları, çayları ilə kənd və yaşıl turizm həvəskarlarını da cəlb etmək imkanına malikdir. Masallıya gələn kənd turizmi həvəskarları burada Ərkivan, Hişkədərə, Mahmudavar kəndləri ilə, bu kəndlərdə yerləşən tarixi memarlıq abidələri ilə, burada yaşayan əhalinin həyat tərzi, adət-ənənələri ilə tanış olmaq imkanı qazanırlar. Masallı rayonundan sonra turistlər Lənkəran rayonuna doğru hərəkət edirlər.

Azərbaycanın cənubi-şərq hissəsində, Xəzər dənizi sahilində yerləşən Lənkəran şəhəri dərkətmə, kənd turizmi, kurort-müalicə və istirahət turizminin inkişafı üçün potensial gücə malikdir. Rayon müxtəlif dövrlərə aid tarixi-memarlıq abidələri ilə olduqca zəngindir. Buraya gələn turistlər Lənkəran qalası, Mayak, iki dəfə Sovet İttifaqı qəhrəmanı Həzi Aslanovun ev muzeyi, Xan evi, Kiçik bazar məscidi, Şeyx Zahid türbəsi ilə tanış olmaq imkanı əldə edirlər.

Lənkəran isti su bulaqları, bir çox xəstəliklərin dərmanı olan müalicəvi sular ilə zəngindir. Bu termal suların bazasında Lənkərandə 400 yerlik müalicə pansionatı, İstisu və “Yanar bulaq”da müalicə ocaqları fəaliyyət göstərir. Lənkəran bölgəsindəki sular Türkiyənin Qara dəniz sahillərindəki və Anadolu yaylasındakı eynitərkibli müalicəvi sularla müqayisədə daha keyfiyyətli və debitinin çox olması ilə fərqlənir. Burada 150-dən çox mineral su mənbəyi mövcuddur. Termal suların tərkibi sulfidli, hidrogen-sulfidli, natrium-xloridli minerallardan ibarətdir. Bu suların temperaturu 40-80<sup>0</sup>C-ə çatır. Tərkibində mineralların çox olması onun müalicəvi əhəmiyyətini daha da artırır. Bunların da əksəriyyəti Lənkəranın İbadisu, Haftoni kəndlərində yerləşir.

Lənkəranın Xəzər dənizi sahillərində yerləşməsi və bu sahillərin ən təmiz sahil hesab olunması amillərini nəzərə alsaq burada çimərlik turizminin inkişafı üçün böyük potensial imkan olduğunu qeyd etmək olar.

Dağlıq və dağətəyi ərazilərdə yerləşən və əsasən dəmirəğacı, qarışıq Qafqaz akasiyası və palıd ağaclarından ibarət meşə sahələri, meşə fondu və digər bitki örtüyü ilə də zəngin olan Lənkərandə həm də yaşıl turizm həvəskarları üçün gözəl imkanlar vardır. Meşə örtüyünün əsasını Qırmızı kitaba daxil edilmiş ağac və kol növləri təşkil edir. Burada relikt və endemik bitkilər üstünlük təşkil edir. Zəngin flora və faunası ilə məşhur olan Hirkan Milli Parkı və Qızılağac qoruğu yaşıl turizm həvəskarları üçün böyük marağa səbəb ola bilər.

Talış dağlarının zirvəsində yerləşən Lerik rayonu əzəmətli dağları, yamyaşıl meşələri, büllur kimi saf sulu çayları və şlalələri, təmiz havası ilə kənd turizmi və yaşıl turizmin inkişafı üçün əlverişli imkanlara malikdir. Səsküylü və təşviş dolu şəhər həyatından uzaqlaşaraq kəndlərə üz tutan turistlər bu uzun ömürlülər diyarında təbiətdən zövq alıb istirahət edə bilərlər. Burada turistlər çoxsaylı abidələr ilə tanış ola bilərlər. Bu abidələrin əksəriyyətini isə türbə və ziyarətgahlar təşkil edir. Lerikin Talış dağlarının qoynunda yerləşməsi burada dağçılıq, alpinizmin inkişafı üçün potensial güc olduğunu sübuta yetirir. Xüsusilə son illərdə ekstrim idman növlərinin, macəra turizminin gənclər arasında daha çox məşhurlaşdığını və dünyanın bir çox ölkələrində bu turizm növünə olan marağın daha da artdığını nəzərə alsaq, fikrimcə, Lerikdə bu turizm növünün inkişafı üçün mövcud olan potensialın dəyərləndirilməsi, lazımı infrastrukturun yaradılması turizmin inkişafı yolunda atılmış müsbət addım olardı.

Azərbaycanın cənub-şərq hissəsində İran İslam Respublikası ilə sərhəddə yerləşən Astara rayonu kənd turizminin inkişafı üçün geniş imkanlara malikdir. Rayon ərazisinin bir hissəsinin Talış dağları, digər hissəsinin isə ovalıqla əhatə olunması onun ecazkarlığını daha da artırır.

Rayonun 37000 hektardan çox sahəsi palıd ağacları, dəmir ağac kimi qədim və nadir ağac növləri bitən meşələrlə örtülüdür. Burada həmçinin cır heyva, əzgil, yemişan, böyürtkən, çəhrayı güllü zərif ipək akasiya, həmişəyaşıl bigəvər, lianalar fəsiləsindən sassaparil, obvoynik, sarmaşiq nümunələri yayılmışdır. Xəzər dənizi sahilli ərazisində çox gözəl qumlu çimərliklər var, dəniz suyu isə təmiz və

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

şəffafdır. Bu isə Astarada çimərlik turizminin, sörfinq və dəniz paraşütünün inkişafı üçün imkan olduğunu göstərir.

Rayonun dağətəyi ərazisində ilin bütün fəsillərində itib-tükənməyən bulaqlar mövcuddur. Osman bulağı, Ərçivan kəndindəki "Yanar bulaq", "Savalan" ticarət mərkəzinin ətrafındakı bulaqlardan sızılan suların tayı-bərabəri yoxdur. Sım, Ağ körpü və Alaşa kəndlərindəki bulaqların suyu isə müalicə əhəmiyyətlidir.

Astaraya gələn turistlər Astara Tarix diyarşunaslıq muzeyi, Qəhrəmanlar bağı, Tacir evi (1914-cü il), Məscid (XIX əsr), Ərçivan kəndində Gəzəndaş türbəsi (orta əsr), Yanar bulaq, Ləm (1906-cı il), Kərbəlayı Həmid Abdulla hamamı (1806-cı il) ilə tanış ola bilərlər.

### Nəticə

Nəticə etibarlı ilə, cənub bölgəsi daha çox yay turizminin inkişaf etdiyi region olsa da burada qış turizmini də inkişaf etdirmək mümkündür. Dağlıq ərazilərində qarın may ayına qədər əriməməsini nəzərə alsaq, burada xizəkçiliyin inkişaf etdirilməsinə, kanatların çəkilməsinə, dağ və dağətəyi ərazilərdə lazımı infrastrukturun yaradılmasına, qış əyləncələrinin və turların təşkilinə imkan vardır. Bütün bunlar isə işə kompleks yanaşma tələb edir. İlk növbədə isə dağlıq ərazilərdə yol infrastrukturunun təkmilləşdirilməsinə, təhlükəsizliyin təminatına ehtiyac vardır.

Müvafiq olaraq istirahət əyləncə mərkəzlərinin, turizm obyektlərinin yaradılması, dağ turizminin inkişaf etdirilməsi (Lerik, Astara), sanatoriya-kurort şəbəkəsinin genişləndirilməsi (Lənkəran, Astara) bölgədə turizminin inkişafına və buraya həm yerli, həm də xarici turist axınına müsbət təsir göstərəcəkdir. Əsrarəngiz təbii landşaft, əlverişli iqlim, zəngin meşə fondu, yaşıl ərazilər, bolsulu çaylar, bumbuz bulaqlar kənd turizmi üçün olduqca əlverişlidir. Müalicəvi əhəmiyyətli isti və soyuq mineral sular, termal bulaqlar burada müalicə-sağlamlıq turizminin inkişafı baxımından da əhəmiyyətlidir. Həmçinin bölgədəki qədim tarixi və memarlıq abidələri, yerli əhalinin adət-ənənəsi dərkətmə turizmi cəhətdən maraqlıdır. Bölgənin Xəzər dənizi sahilində yerləşməsi regionun turizm potensialını daha da artırır. Burada çimərlik turizmi ilə yanaşı kruiz gəzintisini təşkil etmək, dayvinq, sörfinq, su idman növlərinin və balıq ovu turizminin inkişafını təmin etmək baxımından əhəmiyyətlidir.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. <http://ru.azadinform.az/news/a-21701.html>
2. <http://www.anl.az/down/meqale/azerbaycan/2016/dekabr/518029.htm>
3. <http://www.ebooks.az/view/63GdntAW.pdf>
4. <https://ebooks.azlibnet.az/book/22070218.pdf>

## AZƏRBAYCANDA SAĞLAMLIQ TURİZMİ SAHƏSİNİN MARKETİNQ PROBLEMLƏRİ

magistrant Əfsanə ŞƏMDİNLİ Arzuman qızı

c.ü.f.d. Seymur Qadir oğlu HƏSƏNOV

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *The article provides information about marketing problems as one of the factors that prevents the development of health tourism in our country. Promotion works conducted in development of health tourism in Azerbaijan, as well as the importance of marketing activities in development process were highlighted. Also a number of proposals have been made to obtain an effective result in promotion.*

**Key words:** *health tourism, marketing, digital marketing, infotours, internet sources*

Müasir turizm sektorunun qlobal tendensiyasına çevrilmiş sağlamlıq turizminin inkişaf etdirilməsi üçün ölkəmizdə bir sıra amillər mövcuddur. Azərbaycanın əlverişli iqlim şəraiti, landşaft xüsusiyyətləri, dəniz sahili mövqeyə malik olması, müxtəlif kimyəvi tərkibə malik mineral resursların mövcudluğu, müalicəvi palçıq vulkanları və nefti, duz mağaraları respublikamızda sağlamlıq turizminin inkişafına geniş imkanlar açmaqdadır.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Son zamanlar dövlətin turizm sənayesinin inkişaf etdirilməsi ilə bağlı olaraq onun ayrı-ayrı növlərinin də inkişafına dair bir sıra addımlar atılmışdır. Bu baxımdan sağlamlıq turizmi də diqqətdən kənar qalmamışdır. Bu özünü qəbul edilmiş Dövlət Proqramlarında, Prezident fərmanları və sərəncamlarında göstərməkdədir. Sağlamlıq turizminin inkişaf etdirilməsi üçün aparılmış islahatlara baxmayaraq, bu sahədə hələ də bir sıra problemlər qalmaqdadır.

Sağlamlıq turizminin mühüm problemləri kimi ümumi menecment problemləri, infrastruktur problemi, kadr çatışmazlığı, xidmətin aşağı səviyyədə olması və digər problemləri göstərmək olar. Son zamanlar ölkəmizin əsas iri sağlamlıq müəssisələrində infrastrukturun yenilənməsi və xidmət səviyyəsinin yüksəldilməsi baxımından bir sıra uğurlu nəticələr əldə edilmişdir. Lakin, turist cəlb edilməsi işində marketing işinin düzgün təşkil edilə bilməsi hələ də problem olaraq qalmaqdadır [5].

Sağlamlıq turizminin təbliğat kampaniyasına başlamaq üçün ilkin olaraq reklam planlaşdırmasının aparılması mühümdür. Sağlamlıq turizminin təbliğat kampaniyasının əsas məqsədi sağlamlıq müəssisələrində çalışan tibbi personalın təcrübəsi və elmi nailiyyətlərinin, sanatoriya, kurort və digər sağlamlıq müəssisələrinin texnoloji infrastrukturunu və üstün xidmət səviyyələri kimi keyfiyyət göstəricilərinin hədəf kütlələrə müxtəlif əlaqə vasitələri və metodları ilə çatdırılması, bunun nəticəsində də ümumilikdə ölkə turizminin tanınmasına nail olmaqdan ibarətdir. Həyata keçiriləcək təbliğat kampaniyaları sağlamlıq xidməti almaq üçün axtarılda olan xəstələrə təklif edilən yüksək keyfiyyətli sağlamlıq xidmətləri haqqında məlumat vermək, onları istiqamətləndirmək, müsbət imic formalaşdırmaq və tələb edilən sağlamlıq xidmətlərinin nağd alınmasını asanlaşdıracaq hər cür fəaliyyətləri özündə birləşdirir [2, s.41]. Sağlamlıq turizmində xəstələrin seçimlərinin formalaşmasında tək təsir vasitəsinin təbliğat kampaniyalarının olması demək bir qədər iddialı səslənər. Lakin bu da bir faktır ki, sağlamlıq xidmətlərinin tanınması istiqamətində həyata keçirilən təbliğat kampaniyaları xəstələrin qərar alma müddətində istiqamətləndirici rol oynamaqdadır. Uğurlu şəkildə həyata keçirilən təbliğat kampaniyası ölkənin həm sağlamlıq turizminə, həm də ümumilikdə turizm sənayesinin inkişafına mühüm təkan verə bilər. Sağlamlıq turizminin tanınması istiqamətində həyata keçiriləcək tədbirlərin ölkələrin turizmində və onların iqtisadiyyatında müsbət təsirini aşağıdakı 4 amillə izah etmək mümkündür.

- Sağlamlıq turizminin turizmin mühüm sahəsi kimi ölkəyə turistlərin axın etməsində və gəlirlərin artmasında əsas vasitə olduğunu bilərək, bu sahədə təbliğat işlərinin aparılması ilə, ümumilikdə, turizm sənayesində daha uğurlu nəticə əldə edilə biləcəyini söyləmək mümkündür.
- Ölkədə mövcud sağlamlıq müəssisələrinin, bu sahədə olan peşəkar mütəxəssislərin və müxtəlif xüsusiyyətlərə malik müalicə növlərinin uğurlu bir şəkildə tanınması nəticəsində ölkənin müsbət imicinin formalaşmasına nail olmaq olar.
- Koordinasiya edilmiş, sabit, müntəzəm və təkrarlanan təbliğat kampaniyalarının köməyi ilə uzun müddətli dövr ərzində tibbi turistlərin ölkəyə fasiləsiz axın etməsinə nail olmaq mümkündür.
- Təbliğat işləri sayəsində beynəlxalq səviyyədə müxtəlif səbəblərlə ölkə əleyhinə aparılan qaralama kampaniyalarının və ölkə nüfuzunun aşağı düşməsinə səbəb ola biləcək məlumatların nəticələrinin mənfəətini azaltmaq mümkündür [4, s.69].

Ölkəmizdə sağlamlıq turizminin inkişafı üçün zəruri olan təbii resursların, sağlamlıq müəssisələrinin, kurort və sanatoriyaaların mövcud olması ilə iş bitmir. Həmin sağlamlıq müəssisələrinə turistlərin cəlb edilməsi məqsədilə təbliğat işlərinin və piar kampaniyalarının həyata keçirilməsi də zəruri hesab olunur. Bunu dərk edən Azərbaycan dövləti müxtəlif illərdə, müxtəlif üsullarla Azərbaycan turizminin dünyada tanınması istiqamətində bir sıra işlər həyata keçirmişdir. Dünyanın bir sıra ölkələrində təbliğat işlərinin həyata keçirilməsi üçün Azərbaycan nümayəndəliklərinin yaradılması və eyni zamanda, ayrı-ayrı xarici ölkələrdə keçirilən müxtəlif sərgi, festival və konfranslarda ölkəmizin müxtəlif turizm növlərinin tanınması istiqamətində bir sıra işlər görmüşdür. Bu işlərə paralel olaraq Sağlamlıq və Termal Turizmə Dəstək Assosiasiyası ötən illər ərzində ölkəmizin sağlamlıq turizminin beynəlxalq miqyasda tanınması istiqamətində uğurlu layihələrə imza atmışdır. Assosiasiya fəaliyyət planına uyğun şəkildə sağlamlıq turizminin əsas daşıyıcıları hesab olunan sağlamlıq müəssisələrinin müxtəlif göstəricilərinə əsasən müvafiq klassifikasiyasını, asudə vaxtların təşkili və əyləncə proqramlarını, müalicə xidmətlərinin çeşidliyini, yaxın çevrədə olan cəlbədiçi ekskursiya obyektlərini, xidmət göstərən personal, həmçinin rəhbərlik haqqında məlumatları əks etdirmiş kataloqların yaradılması və yayılması istiqamətində işlər aparmışdır. Gələcəkdə Azərbaycan ərazisində yerləşən bütün sağlamlıq müəssisələri, kurortlar, sanatoriyalar, SPA mərkəzləri və başqa sağlamlıq turizm obyektlərinin, eyni zamanda şəfəli su mənbələri, mineral sular, iqlim, balneoloji,



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

müalicəvi pəlçiq kurortları, duz mağaları və Naftalan neftini əks etdirən sağlamlıq turizm xəritəsinin yaradılması planlaşdırılır.

Sağlamlıq turizm obyektlərinin tanınması baxımından infoturların əhəmiyyəti yüksəkdir. Vaxtaşırı Azərbaycanın əsas sağlamlıq müəssisələrinə bir neçə günlük infoturlar təşkil edilir. 2016-cı ilin may və iyul aylarında 100-ə yaxın yerli turizm şirkətləri və media qurumlarının nümayəndələrinin iştirakı ilə Naftalana və Qalaaltına infoturlar təşkil edilmişdir. Bu infoturların əsas məqsədi Naftalanın və Qalaaltının turizm potensialının təbliğatına yönəldilmişdir. Təsədüfi deyildir ki, növbəti illərdə ölkəmizə sağlamlıq məqsədiylə gələn turistlərin böyük qismini məhz həmin infoturların təşkil olunduğu ölkələrin vətəndaşları təşkil etmişdir. Bu amilləri nəzərə alaraq infoturların ölkə turizmi üçün nə qədər əhəmiyyətli olduğunu görmək mümkündür. Bu infoturların mütəmadi və daha geniş miqyasda keçirilməsi vacibdir. Infoturları təkcə Qalaaltı, Naftalan və Duzdağda deyil, respublikamızın digər sağlamlıq müəssisələrində də həyata keçirərək onun əhatə dairəsini genişləndirmək olar. Infoturların xaricdə keçirilməsi üçün hədəf ölkələrin düzgün seçilməsi vacibdir. Bu məqsədlə ölkəmizdə müalicəsi mümkün olan xəstəliklərin daha çox hansı ölkələrdə yayıldığını araşdırmaq və təbliğat işlərini həmin ölkələrdə aparmaqda fayda var. Eyni zamanda, son illər turistləri ölkəmizə axın edən Yaxın və Orta Şərq, xüsusilə körfəz ölkələrində infoturların təşkil edilməsi labüddür.

Strateji Yol Xəritəsinə əsasən, Naftalan neftinin xammalından istifadə edərək müxtəlif sağlamlıq məhsullarının dünya ölkələrinə ixrac edilməsi və həmin məhsulların brend halına gətirilməsi də marketing işlərinə əlavə stimül verəcək [1, s.60].

Bundan əlavə, Azərbaycanın müxtəlif sağlamlıq müəssisələrinin tanınması baxımından rəqəmsal marketing texnologiyalarından yararlanmaqda da fayda var. Hazırda turizm əhəmiyyəti təbliğat vasitələrindən əlavə elektron resursların da rolu olduqca böyükdür. Turizm əhəmiyyəti öz sözünü demiş ölkələrin bir çoxu təbliğat vasitəsi kimi elektron resurslardan istifadəni genişləndiriblər. İKT-nin sürətli inkişafı ilə bir çox sahələrdə olduğu kimi turizm əhəmiyyəti də elektron resursların tətbiqi halları müşahidə olunur. Artıq insanlar səfər etmək istədikləri yer haqqında onlara lazım ola biləcək məlumatları internet resursları vasitəsilə öncədən ala bilirlər. Turizm məhsulunun əsas spesifik xüsusiyyətlərindən biri müştərinin məhsulla tanışlığı yalnız onu alıb istifadə etdikdə mümkün olmasıdır. Bu səbəbdən turizm məhsulunun satışı olduqca çətin hesab olunur. Lakin, son illər İKT-nin turizmə tətbiqinin geniş vüsət almasıyla bu problemin az da olsa öz həllini tapdığını söyləmək mümkündür. Potensial turistlər almaq istədikləri tur məhsulu haqqında məlumatlara internet resursları vasitəsilə yiyələnərək, az da olsa o məhsul haqqında müəyyən təsəvvürə malik olurlar.

Rəqəmsal marketingin sürətlə inkişaf etdiyi bir məqamda Azərbaycan da öz sağlamlıq turizmi sənayesini təbliğ edə bilər. Rəqəmsal marketingin əhəmiyyəti marketingdən əsas üstün cəhəti ondan ibarətdir ki, burada maliyyə xərcləri az olur və az maliyyə xərcləri ilə daha geniş kütləyə məhsul tanıtımını həyata keçirmək mümkündür. Sağlamlıq turizminin inkişafı, turizm müəssisələrinin və müvafiq resursların tanınması baxımından promo videoların, tanıtım çarxlarının, müxtəlif məzmunlu materialların hazırlanması və dünyaca məşhur internet portallarında, saytlarında və digər media orqanlarında yerləşdirilməsi mühümdür. Həmçinin, bu inkişafa nail olmaq üçün sosial şəbəkələrin rolu da danılmazdır. Sosial şəbəkələr sağlamlıq turizmində “elektron ağızdan ağıza marketing (e-WOM)” kimi də qiymətləndirilir. Ağızdan ağıza marketingdə oponentlərin heç bir kommersiya marağı olmadığına görə turistlər tərəfindən daha güvənilir hesab edilir [3, s.81].

Rəqəmsal marketingin sürətlə inkişaf etdiyi və global tendensiyaya çevrildiyi bir dövrdə Azərbaycanda sağlamlıq turizmi fəaliyyəti ilə məşğul olan qurumlar bu tendensiyaya uyğun hərəkət etməli və sahib olduğumuz turizm potensialımızın beynəlxalq miqyasda tanınması üçün rəqəmsal marketingin, İKT-nin metod və üsullarından geniş istifadə etməkdə maraqlı olmalıdırlar.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi, Bakı 2016
2. Crooks V.A., Ormond M., Jin K.N., Reflections on ‘medical tourism’ from the 2016 Global Healthcare Policy and Management Forum, 2017
3. Hennig-Thurau, T., Walsh, G. & Walsh, G., Electronic Word-of-Mouth: Motives for and Consequences of Reading Customer Articulations on the Internet, 2015
4. H. Ömer Tontuş Sağlık Turizmi Tanıtımı ve Sağlık Hizmetlerinin Pazarlanması İlkeleri Üzerine Değerlendirme, 2018
5. <http://medeniyet.az/page/news/5948/Mualice-turizmi:-saglamliq-ve-istirahet.html>

**STRATEJİ YOL XƏRİTƏSİNƏ ƏSASƏN REGIONLARDA İNKİŞAF  
ETDİRİLMƏSİ PRIORİTET HESAB EDİLƏN TURİZM NÖVLƏRİ**

**magistrant Əminə MİKAYİLOVA Aruz qızı**

**i.ü.f.d. Anar MİRZƏYEV Faiq oğlu**

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *The article provides information on the tourism types that are considered to be the most important development in our country with the Strategic Roadmap for the development of tourism in recent years. The main features and current situation of each tourism type are mentioned. The plan of measures envisaged by the state in this direction was mentioned.*

**Key words:** *Strategic Road Map, health tourism, winter tourism, cultural tourism, business tourism*

Son illər ölkəmizdə turizmin inkişafıyla bağlı uğurlu işlər görülmüşdür. Qeyri-neft sektorunun inkişafıyla əlaqədar turizm prioritet sahələrdən biri kimi nəzərə alınmışdır. Bu məqsədlə bir sıra islahatlar aparılmış, müxtəlif illərdə Dövlət Proqramları və Prezident fərmanları imzalanmış, turizmin inkişafı naminə aidiyyəti orqanlara tapşırıqlar verilmişdir. Tədbirlər planına uyğun olaraq aparılmış işlər nəticəsində, turizm sahəsində inkişafın sezildiği müşahidə edilir. Regionlarda mehmanxanaların, iaşə obyektlərinin və digər turizm müəssisələrinin sayında ciddi artım müşahidə olunmuşdur. Regional turizm sahəsində çalışan turopertor və turagentlərin fəaliyyətləri daha da genişlənməmişdir. Bunun nəticəsində də, regionlara turist axınında nəzərə çarpacaq qədər artım müşahidə olunmuşdur. Lakin, ölkəmizin mövcud potensialı turizm sənayesinin bir qədər də inkişafına imkan verir. Bu məqsədlə Azərbaycan dövləti regionlarda turizm siyasətini tətbiq etməkdə davam edir. Son olaraq 2016-cı il 6 dekabr tarixində ölkə ərazisində ixtisaslaşdırılmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi qəbul edilmişdir. Fərmanda ölkə turizmində inkişaf üçün 2025-ci ilə kimi və ondan sonrakı dövr üçün strateji hədəfləri və məqsədləri qeyd olunmuşdur. Burada 4 əsas əsas hədəf seçilmişdir.

- Xarici turistlərin daha çox cəlb edilməsi məqsədiylə Bakının turizm potensialından tam gerçəkləşdirilmənin həyata keçirilməsi;

- Turizm sahəsinin inkişafı üçün ölkəmizdə əlverişli mühitin yaradılması;

- Regional və yerli turistlər üçün bir sıra regional turizm növlərinin inkişafına nail olunması;

- Turist məmnunluğunun artırılması məqsədiylə milli turizm keyfiyyətinin yaradılması;

Fərmanda seçilmiş dörd hədəfin reallaşdırılması şübhəsizdir ki, regional turizmin inkişafına birbaşa və dolaylı yolla təsir edəcəkdir. Hədəflər sırasında regional turizmlə birbaşa şəkildə bağlı olan isə üçüncü hədəf, yəni regional səviyyədə turizm növlərinin inkişaf etdirilməsidir. Bu məqsədlə regional turizmin inkişafı naminə bir sıra turizm növlərinin inkişafı əsas istiqamət olaraq seçilmişdir.

*Sağlamlıq turizmi* - Dünya turizm sənayesində sağlamlıq turizminə marağın artdığı bir məqamda ölkəmizdə də bu turizm növünün inkişaf etdirilməsi üçün mühüm potensiala sahibdir. Ölkəmizin zəngin iqlim ehtiyatları, Xəzər dənizinin mövcudluğu, təbii mineral bulaqları, müalicəvi nefti, palçıq vulkanları, duz mağaraları sağlamlıq turizminin əsas inkişaf amilləri hesab olunurlar. Azərbaycan sağlamlıq turizminin incisi hesab edilən Naftalanın məşhur neft vannaları Qazaxıstan, Rusiya və digər MDB ölkələrindən gələn turistlər üçün unikal sağlamlıq turizm müəssisələrindən hesab edilir. Eyni zamanda, Şabran rayonu ərazisində yerləşən “Qalaaltı kompleksi”, Naxçıvandakı “Duzdağ kompleksi”, Masallıda “İstisu kompleksi” mühüm sağlamlıq turizmi məkanlarından sayılır. Son illərdə dövlət tərəfindən sağlamlıq turizm müəssisələrinin yenidən qurulması ilə əlaqədar müxtəlif işlər görülmüşdür. Naftalan şəhərində 2010-cu ildə, Şabran rayonunda isə 2013-cü ildə sanatoriya, spa və sağlamlıq mərkəzlərinin yenidən bərpa edilməsini xüsusilə vurğulamaq lazımdır. Qarşıdakı illərdə də Naftalan, Qalaaltı, Duzdağda mövcud olan sağlamlıq müəssisələrində yenidənqurma və bərpa işlərinin aparılması planlaşdırılır.

Dövlətimiz Naftalan neftinin təbii potensialına xüsusi həssaslıqla yanaşaraq, onun potensialından maksimum istifadə edilməsini hədəfləyir. İlk növbədə mövcud resurs əsasında sağlamlıq məhsullarının yaradılması ilə planlaşdırılır. Yeni hazırlanacaq sağlamlıq məhsulları üçün xüsusi neft-tədqiqat qrupunun yaradılması planlaşdırılır. Xüsusi mütəxəsis və alimlərdən ibarət olacaq həmin qrup

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Naftalan neftini növbəti dəfə tədqiq edərək, onun sənaye əhəmiyyətini yenidən qiymətləndirəcək. Daha sonra isə mövcud istehsal edilən məhsullarla yanaşı, müxtəlif sağlamlıq məhsulu qruplarının yaradılması və həmin məhsulların brendləşdirilməsi işinə başlanılacaqdır. Dünyanın əsas beynəlxalq institutlarından Naftalan neftinin sağlamlıq əhəmiyyətini təsdiqləyəcək sertifikatların alınması da təmin ediləcəkdir. Mövcud və yeni yaradılacaq məhsulların tanıtılması məqsədi ilə marketing işinin aparılmasına xüsusi önəm veriləcək. Müvafiq qurumlar bu məqsədlə həm yerli, həmçinin də xarici turistlərin Naftalana cəlb edilməsi üçün Bakıdan Naftalan istiqamətində subsidiyalı səfərlərin təşkil ediləcəyini planlaşdırır. Görüləcək işlər içərisində Bakı ilə Naftalan arasında nəqliyyat xidmətinin yüksəldilməsi də nəzərdə tutulmuşdur. Avtomobil, avtobus və qatar xidmətlərində sürətin artırılması və komfortun yüksəldilməsi məqsədi ilə müvafiq qurumlar ilə Turizm Şurası arasında əməkdaşlığın qurulması düşünülür.

Ümumilikdə, nəzərdə tutulmuş işlərin həyata keçirilməsiylə bağlı 15 milyon AZN həcmində investisiya tələb olunur. Həyata keçiriləcək işlərdən sonra Naftalanın şöhrətinin daha da artacağı, gələn turist sayının çoxalacağı və bunun fonunda 2020-ci ildə Naftalanda ÜDM-də 5 milyon manat artım və 150 yeni iş yerinin açılacağı proqnoz edilir [1, s.58].

*Qış turizmi* - Azərbaycanın mövcud olan iqlim ehtiyatları və əlverişli relyef şəraiti ölkəmizdə qış turizminin inkişafında mühümdür. Baxmayaraq ki, qış idman növləri ölkəmiz üçün yeni tendensiyadır, lakin bu sahənin inkişafının mühüm potensiala malik olduğunu söyləmək mümkündür. Ölkəmizdə qış turizm müəssisələri kimi Qəbələdəki “Tufandağ Qış-Yay Turizm Kompleksi” və Qusarda yerləşən “Şahdağ” Turizm Mərkəzi çıxış edir. Burada yerli və xarici turistlər üçün xizəkçilik, kanatla gəzinti və digər xidmətlər təklif edilir.

Azərbaycanda fəaliyyət göstərən hər iki qış idman kompleksinin yamaclarının uzunluğu və qalxma kabinələrinin sayını nəzərə alaraq söyləmək olar ki, ilboyu qış turizmi üçün bir sıra idman növlərindən, xüsusilə də xizəkçilikdən istifadə edilməsinə imkan yaradan günlərin sayına görə regionda mövcud olan başqa alternativlərlə müqayisə edildikdə rəqabət qabiliyyəti daha yüksəkdir. Şahdağ və Tufandağda mövcud olan yamacların və qalxma kabinələrinin potensialı burada xizəkçilik və digər idman növlərinin fəaliyyət müddətinin il ərzində 110-120 gün aktiv olmasına imkan verməkdədir. Eyni zamanda, Tufandağla Qəbələ Hava Limanı arasında məsafənin cəmi 25 km olması və büdcəyə uyğun çarter uçuşların həyata keçirilməsi turistlər üçün bu kompleksə səyahəti daha əlçatan edə bilər.

Azərbaycanda yeni formalaşmağa başlamış qış turizmində bir sıra problemlərin olması da məlumdur. Belə ki, Azərbaycanda qış turizminin inkişaf etdirildiyi regionlarda mehmanxanaların əksəriyyəti 4 və 5 ulduzludur. Mövcud mehmanxanalarda nömrələrin azlığı və qiymətlərin yüksək, xidmətin aşağı səviyyədə olması, region ölkələriylə müqayisədə ölkəmizin rəqabət qabiliyyətini aşağı salmaqdadır.

Strateji Yol xəritəsinə əsasən, inkişaf etdirilməsi zəruri olan turizm növləri içərisindən qış turizmi də əsas turizm növü kimi göstərilmişdir. Qış turizminin inkişafı üçün müxtəlif tədbirlər planı hazırlanmışdır. İlk növbədə, qış turizminin inkişaf etdiyi regionlarda nəqliyyat seçimlərinin yaxşılaşdırılması nəzərdə tutulub. Bu məqsədlə, regionlarda fəaliyyət göstərən mehmanxana müəssisələri, yerli bələdiyyələr, turoperator və müvafiq dövlət qurumlarının birgə əməkdaşlığı çərçivəsində potensial turistlərin yaşadığı regionlar ilə qış turizm mərkəzləri arasında nəqliyyat əlaqələrinin yaxşılaşdırılması planlaşdırılır. Bu məqsədə nail olmaq üçün mövsüm dövrü ərzində qış turizm müəssisələrinə quru yolu ilə səfər edən turistlər üçün paytaxt Bakıdan həmin müəssisələrə kimi subsidiyalaşdırılmış və ya pulsuz gündəlik tur avtobusların təşkili, eyni zamanda hava yolu vasitəsilə səyahətə üstünlük verən turistlər üçün isə müxtəlif regionlardan Qəbələ şəhərinə uçuşların say və müddət baxımından səmərəliliyinin bir qədər də artırılması nəzərdə tutulmuşdur. Seçilmiş hədəf ölkələrindən Qəbələ şəhərinə birbaşa aviareyslərin təşkil edilməsi turistlərin rahat və tez vaxtda regiona gəlişini asanlaşdıracaq.

Regionlarda fəaliyyət göstərən mehmanxana komplekslərinin mövcud vəziyyətlərinin qiymətləndirilməsi üçün təhlillərin aparılması da vacibdir. Burada əsas məqsəd mehmanxanalarda daha səmərəli idarəetməyə nail olmaq, turistlərə yüksək keyfiyyətdə xidmət göstərmək və qiymətlərin tənzimlənməsi məsələlərindən ibarətdir. Həmçinin, bir sıra dövlət mülkiyyətində olan mehmanxanaların özəlləşdiriləcəyi də nəzərdən keçiriləcək. Bundan əlavə, aşağı ulduzlu mehmanxanaların və hostellərin tikintisinə nail olmaq üçün investorların cəlbi məqsədilə də işlər aparılacaqdır.

Qış turizminin regionlarda inkişafı üçün maarifləndirici tədbirlərin reallaşdırılması, bu məqsədlə qış turizm müəssisələrinə yaxın yerləşən məktəblərdə şagirdləri dağ-xizək təlim proqramlarına cəlb edilməsi planlaşdırılmışdır.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Görüləcək bütün işlər üçün təqribən 15 milyon manat dəyərində investisiya tələb olunur. 2020-ci ildə sırf qış turizmindən əldə ediləcək qazanc hesabına ÜDM-in 20 milyon manat artması və eyni zamanda, 300 yeni iş yerinin açılacağı proqnozlaşdırılır [1, s. 62].

Azərbaycanın mədəni tarixinin və irsinin zəngin olması burada mədəni turizmin inkişafını səciyyələndirir. Müşahidələr onu söyləməyə əsas verir ki, növbəti illərdə də mədəni turizm turizmin inkişafı üçün mühüm perspektiv sahələrdən biri olacaq. Hal-hazırda turistlər üçün mühüm əhəmiyyət kəsb etməkdə olan mədəni-tarixi abidələrin bərpa edilməsi və onların ərazi üzrə turizm inkişaf planlarının yaradılması və həyata keçirilir. Buna əsasən, tarixi-mədəni marşrutlar mədəni turizmin tərkib hissəsi kimi turizmə təsiri və onun potensialı hərtərəfli şəkildə qiymətləndirilməlidir [4].

Görüləcək işlər içərisində, ölkənin qərb, şimal-qərb və qərb bölgələri boyunca yerləşən mədəni-tarixi abidələr üzrə gündəlik və həftəlik avtomobil, eləcə də piyada marşrutlarının tərtibi planlaşdırılır. Keçmiş zamanlardan Qafqaz ərazisindən keçməklə Avropa ilə Asiyayı qovuşdurən qədim ticarət yolu olan Böyük İpək Yolunun bənzəri olaraq respublikamızın əsas turizm mərkəzlərindən keçəcək yeni "Böyük İpək Yolu" adlanan mədəni-tarixi turizm marşrutlarının müxtəlif turistlərin tələblərinə uyğun formada yenidən layihələndirilməklə inkişaf etdiriləcək. Bundan savayı, bir çox tarixi marşrutların da bərpası planlaşdırılır. Bu marşrutların pasportlaşdırılmasının həyata keçirilməsindən əlavə, Azərbaycan, rus, ərəb və ingilis dillərində xəritələrin tərtibatı da nəzərdə tutulmuşdur. Yeni yaradılan marşrutların təbliğat-təşviqat işləri onlayn platformaların köməyiylə hədəf ölkələrində aparılacaq.

Mədəni turizmin inkişaf etdirilməsində regionlarda yaşayan əhəlinin maarifləndirilməsinin mühüm əhəmiyyəti vardır. Bu məqsədlə, gələcək illərdə yerli sakinlər üçün bələdçilik və mənzillərin kirayəsiylə bağlı təlimlərin keçirilməsi, müvafiq sertifikatlaşdırılmanın aparılması nəzərdə tutulmuşdur. Yerli sakinlərlə yanaşı, sahibkarlara da müxtəlif təlimlərin keçirilməsi, onların stimullaşdırılması üçün bir sıra təkliflərin hazırlanması planlaşdırılır.

Xarici və yerli turistlərin rahatlığını təqdim etmək məqsədilə mədəni-tarixi marşrutlar boyunca qatar və avtobusla əlaqələrin gücləndirilməsi, digər yerləşdirmə vasitələrinin, turist dayanacaqlarının, kamping ərazilərinin inkişafında maliyyə vəsaitinin təminatı üçün müvafiq işlərin görülməyi gözlənilir.

Ölkədə mədəni turizmin inkişafı üçün təqribən 95 milyon manat dəyərində maliyyə vəsaiti tələb olunur. Görüləcək işlər sonunda 2020-ci ildə ÜDM-in 20 milyon manat artım və ümumilikdə, 3700 yeni iş yerinin açılışı proqnozlaşdırılır [1, s.66].

Biznes səbəbindən ölkə xaricinə edilən səyahələri nəzərdə tutan işgüzar turizm müasir zamanda turist axınlarının əsas tərkib hissələrindəndir. Sözügedən turizm növü müxtəlif təyinatda fəaliyyət göstərməkdə olan şirkətlər arasında konqreslər, görüşlər, konfranslar, elmi-texniki və ya ticarət əməkdaşlıq məsələlərini əhatə edən yığıncaqlar, təbliğat-təşviqat tədbirlərlə bağlı səyahətlər, eyni zamanda beynəlxalq sərgi və yarmakalarda iştirak kimi səyahətin ayrı-ayrı məqsədlərini əhatə edir. Müxtəlif məzmunlu toplantılar ölkədə bu sahələrin inkişaf etməsinə və yerli mütəxəsisələrin zəngin bilik və təcrübəyə yiyələnməsinə səbəb olur. Azərbaycanda Bakı ilə bərabər, regionlarımızda da işgüzar turizmin inkişafı üçün tədbirlər düşünülür. Bu məqsədlə, yeni hədəf bazarlarının müəyyən edilməsi və inkişaf edilməsi üçün tədbirlər planı hazırlanmışdır. İşgüzar turist sayına dünyada qabaqcıl yerlərdə duran Avropa ölkələri, Çin, Hindistan, Koreya, Malayziya və İndoneziya kimi ölkələrdən işgüzar tədbirlərin cəlb edilməsi məqsədlə müvafiq bazar araşdırılmasının aparılması nəzərdə tutulmuşdur. Yuxarıda sadaladığımız ölkələrlə yanaşı, Yaxın Şərq və Rusiya regionu da Azərbaycan üçün əsas hədəf mərkəzlər hesab olunur. Bazar araşdırılması aparıldıqdan sonra bu istiqamətlər üzrə əhəmiyyətli potensialın mövcud olması müəyyən edilərsə, BƏƏ və Rusiya Federasiyasında Azərbaycan Görüşlər Sənayesi məqsədi ilə satış tədbirlərinin keçirilməsi gözlənilir. Sözügedən bazarlarda respublikamızın işgüzar turizm potensialının tam dərk edilməsinin təminatı üçün müntəzəm şəkildə satış və marketing işləri aparılacaq.

İşgüzar turizmin inkişafı məqsədilə Fəxri Səfirlər Klubunun yaradılması düşünülmüşdür. Bu klubun yaradılmasının əsas məqsədi ölkə ərazisində konfrans və toplantıların təşkil edilməsində bilavasitə əlaqələndirici rolunda çıxış edə biləcək cəmiyyətin tanınmış simalarını və elm adamlarını bir araya gətirərək, ölkəmizin beynəlxalq əhəmiyyətli təşkilatlarda səmərəli təbliğatı işində müvafiq vəsait və materialların hazırlanması istiqamətində əsaslı işlər görəcəkdir.

Səfirlər Klubu öz işini paytaxt Bakı şəhərindən əlavə, regionlarda, xüsusilə Gəncə, Quba, Qəbələ kimi rayonlarda da həyata keçirərək işgüzar turizmin regionlarda da yayılmasına yardımçı

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

olacaqdır. Bu məqsədlə sadaladığımız rayonlarda bir sıra əhəmiyyətli tədbir və toplantıların keçirilməsi nəzərdə tutulmuşdur.

İşgüzar turizm üçün nəzərdə tutulan tədbirlərin həyata keçirilməsinə təqribən 4 milyon həcmində maliyyə vəsaiti tələb olunur. Görüləcək işlərdən sonra, 2020-ci ildə Bakıyla yanaşı, regionlarda işgüzar turizm məqsədilə gələn turistlərin sayında iki dəfə artımın olacağı proqnozlaşdırılır [1, s. 69].

Dövlətin qarşısında duran mühüm vəzifələrdən biri də ölkə ərazisində davamlı turizmə nail olmaq, turizmin inkişafında mövsümlilik problemini aradan qaldırmaqdan ibarətdir. Respublikamızın sahib olduğu turizm ehtiyatları fonunda ölkəmizdə müxtəlif turizm bölgələrinin formalaşmasına gətirib çıxarmışdır. Həmin turizm bölgələrindən səmərəli istifadə edilməsilə turizmdə mövsümlilik problemini aradan qaldırmaq davamlı inkişafa nail olmaq mümkündür. Aşağıdakı cədvəldə Azərbaycan ərazisində mövcud olan əsas turizm bölgələri göstərilmişdir.

**Cədvəl 1. Azərbaycan Respublikası ərazisində mövcud olan əsas turizm bölgələri**

Tarixi abidələr	Şəhərlər və kəndlər	Milli parklar və təbiət gözəllikləri
<ul style="list-style-type: none"><li>• Atəşgah</li><li>• Naxçıvan məqbərəsi</li><li>• Ordubad Qoruğu</li><li>• Qobustan</li><li>• Xan Sarayı</li><li>• Kiş məbədi</li><li>• Əshabi-Kəhf</li><li>• Yanardağ</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Balakən</li><li>• İsmayılı</li><li>• Qax</li><li>• Qəbələ</li><li>• Quba (həmçinin Xınalıq)</li><li>• Şəki</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Abşeron</li><li>• Göygöl</li><li>• Altıağac</li><li>• Ağgöl</li><li>• Hirkan</li><li>• Zəngəzur</li><li>• Şahdağ</li><li>• Samur-Yalama</li><li>• Şirvan</li></ul>
		<ul style="list-style-type: none"><li>• Nabran çimərliyi</li><li>• Tufandağ</li><li>• Palçıq vulkanları</li><li>• Abşeron çimərlikləri</li></ul>

Mənbə: Strateji Yol Xəritəsi [1, s.72].

Azərbaycanda turizmdə mövsümlilik problemini aradan qaldırmaq üçün bir sıra seçilmiş turizmnövlərinin inkişafı nəzərdə tutulub. Bu baxımdan aşağıdakı turizm növləri fərqlənir.

*Ekoloji turizm:* Azərbaycanda müxtəlif landşaft tiplərinin mövcudluğu, iqlimin əlverişliliyi, flora və fauna aləminin zənginliyi respublikamızda ekoloji turizmin inkişafıyla bağlı geniş imkanlar var [2]. Hazırda dövlətin əsas məqsədi ölkədə ekoloji turizmin potensialının tədqiq olunaraq yenidən qiymətləndirilməsi və daha sonra milli parklarda bir sıra turizm fəaliyyətlərinin təşkil edilməsi üçün tədbirlər planı hazırlanmaqdadır. Bundan əlavə, milli parklarda günlük və həftəlik nəqliyyat əlaqələrinin eskizinin və ekoloji tur marşrutlarının hazırlanması planlaşdırılır. Azərbaycanın dağlıq əraziləri kamping, haykinq və trekinq turları üçün olduqca əlverişlidir. Bu məqsədlə gələcəkdə respublikamızın ayrı-ayrı milli parklarında potensial kamping yerlərinin müəyyənləşdirilməsi və işlənilməsi kimi məsələlərə toxunulacaq. Eyni zamanda, milli park ərazilərində məlumatverici işarələrin yerləşdirilməsi və milli parklarımızın Azərbaycan, rus, ingilis, fransız, alman dillərində xəritələrin tərtib edilməsi gözlənilir. Ölkə ekoturizminin təbliğatı məqsədilə internet portallarının yaradılması və "Azərbaycanda ekoturizm" albomunun nəşri nəzərdə tutulub.

*Kənd turizmi:* Turizmin alternativ növlərindən biri hesab olunan kənd turizmi ekoloji turizmin tərkib hissələrindən biri kimi qiymətləndirilir [3, s.369]. Ölkəmizin zəngin təbii-coğrafi şəraiti fonunda burada çoxsaylı xalqların yaşaması, mədəniyyət, adət-ənənə, məişət müxtəlifliyi kənd turizminin rəngarəngliyinə səbəb olmuşdur. Azərbaycanın müxtəlif bölgələrində kənd turizminin inkişafı üçün mühüm potensial mövcuddur. Bu baxımdan şimal bölgəsi, xüsusilə Quba rayonu ərazisində yerləşən kəndlər, Xınalıq, Buduq, Qrız-dəhnə, Qrız, Cek, Əlik, Haput kimi həm ekzotik təbiətə malik, həm də zəngin mədəniyyətə sahib kəndlərimiz seçilir. Qusar rayonu ərazisində yerləşən Ləzə, Qəbələdə Vəndam, İsmayılıda Lahic kəndi turistlərin böyük marağına səbəb olur. Son illər dövlət kənd turizminin bir qədər inkişaf etdirilməsi ilə bağlı olaraq müxtəlif tədbirlər planı hazırlamışdır. İlk növbədə, kənd turizminin incilərindən olan bir sıra ənənələrin, xalçaçılığın, çörəkbişirmənin təbliğatı məqsədilə kurslar təşkil olunmaqla bir sıra kənd təsərrüfatı məhsullarının brendləşdirilməsiylə bağlı işlər aparılacaq. Turistlərin yerləşdirilməsi ilə əlaqədar kənd evlərinin seçilməsi, təmir və bərpa işlərinin aparılması, turistlərin qəbul edilməsi və xidmətin aparılması ilə bağlı təlimlərin keçirilməsi, kənd sakinlərinə vergi ödənişləriylə bağlı vərdişlərin aşılması kimi məsələlər də görülməli işlər içərisindədir.

Kənd turizminin inkişaf etdirilməsindən ilkin olaraq turistlər və kənd ev sahiblərinin faydalanacağı gözlənilir. Ümumilikdə isə bu sahənin inkişaf etdirilməsi ilə kəndlərdə infrastrukturunun yaxşılaşdırılması,

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

kənd sakinlərinin daimi işlə təmin olunması, məşğulluğun artması gözlənilir ki, bu da kənd sakinlərinin maddi rifah səviyyəsinin yaxılaşacağına səbəb olacaq [1, s.74].

*Safari turizmi*- Müasir dövrdə ekoturizmin xüsusi növlərindən hesab olunan safari turizminin ölkə ərazisində inkişafıyla bağlı hər cür imkan var. Ekzotik landşaft, canlılar aləminin zənginliyi xüsusilə, milli parklarımızda və qoruqlarda bu turizm növünün inkişafına təkan verir. Ənənəvi safari turları heyvanların nəslini kəsilmək təhlükəsi altında qoyduğundan, son illər ov məqsədlərindən imtina edilərək əvəzinə fotosafari turları geniş yayılmışdır. "Sakit ov" adlandırılan fotosafari turlarının inkişafına son dövrlər dövlət tərəfindən də əlavə dəstək verilməkdədir.

Strateji Yol Xəritəsinə əsasən Şamaxı rayonu ərazisində Safari parkı yaradılmışdır. Safari Parkı Pirqulu dağ-meşə massivində, 480 hektar ərazidə beynəlxalq standartlara uyğun bir şəkildə yaradılmışdır. Heyvanlar aləminin zənginliyinin artırılması məqsədilə Avropa ölkələrindən muflon, lan və nəci maral kimi heyvan növləri gətirilmişdir. Parkda baytarlıq və seleksiya işlərinin aparılması ilə mövcud heyvanların sayı təqribən iki dəfəyə yaxın artmışdır. Yaradılmış Safari Parkının turistləri özünə cəlb edəcəyi və bunun nəticəsində regiona turist axının olacağı gözlənilir [5].

Nəzərdə tutulmuş tədbirlər planının həyata keçirilməsiylə, ölkəmizin müxtəlif regionlarında turizm sənayesinin inkişafının yüksək səviyyəyə çatacağı gözlənilir. Regional turizmin inkişafı isə ümumilikdə region iqtisadiyyatının inkişafına öz müsbət töhfəsini verəcək. Ən sonda isə bu inkişaf özünü region əhalisinin sosial rifahının yaxşılaşmasında göstərəcəkdir.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi, Bakı 2016
2. F. Abdullayeva. "Mədəniyyət" qəzeti. Bakı-2010, 7 Aprel
3. H.B.Soltanova. Azərbaycan Respublikasında Turizm və Onun İnkişafı. Bakı, 2015.
4. <http://www.1news.az/az/news/m-d-ni-turizm-az-rbaycanda-kreativ-iqtisadiyyat-n-apar-c-inki-af-kimi-foto>
5. <https://president.az/articles/25395>

## AZƏRBAYCAN İLƏ RUSİYA ARASINDA TURİZM ƏLAQƏLƏRİN DİNAMİKASI

magistrant MƏMMƏDLİ Mehriban  
c.ü.f.d., dosent Məmməd SADIQOV  
*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *The article describes the current state of tourism relations between the Republic of Azerbaijan and the Russian Federation, the dynamics of inbound and outbound tourism between countries, the analysis of statistical indicators of tourists visiting to Azerbaijan in recent years.*

**Keywords:** *Azerbaijan, Russia, tourism, tourism relations, tourism market, analysis, tourist statistics.*

Turizm sayəsində aparılan islahatlar, dünyanın müxtəlif yerlərində təşkil olunan beynəlxalq tədbir və sərgilər sayəsində Azərbaycana gələn turistlərin sayında müsbət irəliləyişlər müşahidə olunmaqdadır. Prezident İlham Əliyevin də qeyd etdiyi kimi, turizmin inkişafı son illərdə prioritet sahələrdən birinə çevrilmişdir. Əlverişli təbii şərait, ölkəmizin zəngin tarixi-mədəni irsə malik olması, turizmin kənd, ekoloji, idman, çimərlik, müalicə-sağlamlıq və digər növlərinin fəaliyyəti genişləndirilmişdir. Statistik məlumatlar onu deməyə əsas verir ki, Azərbaycana istirahətə gələn xarici turistlərin sayı ilbəlil artmaqdadır [3].

Ölkəmizdə turizm son dövrlərdə intensiv şəkildə tərəqqi edən iqtisadiyyatın filiallarından biridir. Dünyadakı 11 mövcud iqlim növündən 9-u, o cümlədən subtropik bölgələr və dağlıq yüksək dağ çəmənliklərini də nəzərə almaqla ölkə ərazimizdə təmsil olunur. Təbii müxtəlifliyə əlavə olaraq, ölkə tarixi abidələrlə zəngindir - 6000-dən çox mədəniyyət abidəsi, keçmişə toxunan və mədəniyyətləri araşdıran hər bir təəccüblü təsəvvür vardır.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Ölkəmiz turizm resurslarının xüsusi maraqlarını və turizmin tərəqqisini nəzərə alaraq formaları aşağıdakı kimi ümumiləşdirilə bilər: -mədəni, təhsil, biznes və özəl turizm (çimərlik, hadisə, ekoloji, kənd, ovçuluq və balıqçılıq, idman, sağlamlıq, elmi və s.). Çimərlik turizmini ən məşhur istirahət sahələrindən biri hesab etmək olar. Yerli turistlərin çoxu dənizdə istirahət etməyə üstünlük verirlər. Bu istiqamət Abşeron yarımadasında və ölkənin şimalında Nabranın turistik ərazisində aktiv olaraq tərəqqi edir. Ölkəmizin cənub bölgələrində çimərlik istirahətinin tərəqqisi məqsədlə böyük ümidlər var, ancaq meymaxananın və başqa turistik obyektlərinin infrastrukturunun olmaması tərəqqiyə əngəl törədir. Son zamanlarda xizək turizmi çox populyar olub və tələb olunan şəkildə inkişaf etdirilir. Bununla bağlı olaraq, Şahdağ layihəsi Azərbaycanın Qusar rayonunda həyata keçirilmişdir və bundan sonra infrastruktur və ekoloji baxımdan müasir mühəndislik və nəqliyyat infrastrukturunu nəticəsində müasir bir xizək qurğusu fəaliyyəti həyata keçirilmişdir.

Son 2 ilin təhlilindən görürükki , 2016-cı il ərzində ölkəmizə gələn xarici vətəndaşların sayı 2.248.773 nəfər olmuşdur, bu da 2015-ci il ilə müqayisədə 11.7 faiz artım olduğunu göstərir . 2016-cı ildə Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların ümumi sayında Rusiya, Gürcüstan, Türkiyə və İran vətəndaşları çoxluq təşkil edərək müvafiq olaraq 33, 22.5, 13,9 və 10.9 faiz təşkil etmişdir. Qeyd edəkki, ən çox turist gələn ölkə Rusiya Federasiyasından 744 125 nəfər , Gürcüstan 506 306 , Türkiyə 313 341 , İrandan gələnlərin sayı isə 248 632 nəfər təşkil etmişdir[2] .

Azərbaycana gələn xarici turistlərin sayı qeyd olunan ən yüksək göstərici 2017-ci il ərzində - 2 696 745 nəfərə çatmışdır. Belə yüksək artımın olunması 2017-ci ildə ölkədə turizmin inkişafı məqsədi ilə həyata keçirilən tədbirlərin mühüm rolu olmuşdur. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin təqdim etdiyi hesabatına əsasən , 2017-ci ildə ölkəmizə gələn xarici vətəndaşların sayı 2016-cı ilə müqayisədə 447 972 (təxminən 20%) nəfər artmışdır. Ölkəyə gələn xarici vətəndaşlardan Rusiya Federasiyası 2016-cı ildəki kimi birinci yerdədir və gələn turistlərin sayı artaraq 854 331 nəfər olmuşdur.Növbəti ən çox turist gələn ölkələr 538 213 turist Gürcüstan, 363 528 İran İslam Respublikası , 301 924 Türkiyə və BƏƏ 102 498 nəfər gəlmişdir qeyd edilmişdir [4] .

Azərbaycan vətəndaşları Rusiyaya gəlib-gedənlərin sayına görə ilk beşlikdədir. Nəticə etibarilə, Dövlət Sərhəd Xidmətinin informasiyalarına görə, 2018-ci ilin yanvar-aprel aylarında ölkəmiz dünyanın 182 ölkəsindən 847,6 min və yaxud keçən ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 13,4 faiz çox əcnəbi və vətəndaşlığı olmayan şəxslər təşkil etmişdir[1].

Dövlət Turizm Agentliyinin mətbuat xidməti məlumatına əsasən , 2018-ci ildə Azərbaycana 2 mln. 844,889 min əcnəbi turist səfər edib, bu 2017-ci illə müqayisədə 6% üstünlük təşkil edir.

Agentliyin məlumatında qeyd olunur 2018-ci il ərzində Azərbaycana səfər edən əcnəbi qonaqların sayı ümumilikdə 153 min artaraq 2,8 mln. nəfər təşkil etmişdir. Bu illərdə Azərbaycana səfər edən turistlərin yarısından çoxu Rusiya və Gürcüstanın payına düşüb. Bu ölkələrdən gələnlərin sayı 3% və 13,5% artaraq, müvafiq olaraq 878,391 min və 610,124 min nəfər təşkil etmişdir.

Ekspertlərin məlumatına görə, Rusiyadan gələn turistlərin sayının artması gözləniləndir. Ölkəmizə Rusiyadan gələn aviareyslərin sayının artması bu ölkə sakinlərinin bölgəmizə turist səfərlərinin çoxalmasının nəticəsidir. Rusiyanın son dövrlər ətraf ölkələr, həmçinin keçmiş postsovet məkanına turistik baxımından marağı artıb. Rusiyanın statistik göstəricilərindən də məlum olur ki, ən azı son 2 ildə keçmiş postsovet respublikalarına gələn rusiyalıların sayı ötən illərlə müqayisədə 2 dəfə artmışdır.

Bu gün üçün Azərbaycana ən çox turist göndərən ölkə Rusiyadır. Təbii ki , bunun bir çox obyektiv və subyektiv səbəbləri vardır. Moskvada rəsmi nümayəndəliyim bu proseslərdə fəal iştirak etmələrindən çox asılıdır. Əvvəllər Rusiyadan Azərbaycana və əksinə ölkəmizdən Rusiyaya biznes məqsədi ilə səfər edilirdisə, indi sırf səyahət tipli səfərlərin sayı çoxluq təşkil etməkdədir.

Rusiya turoperatorları Azərbaycana gəlmək istəyən turist tələbatının artdığını qeyd edirlər. Azərbaycan Rusiya vətəndaşların nə ilə cəlb edir və gələn turistlər əsasən haraya istirahət məqsədi ilə gəlirlər baxımından bir elmi araşdırma aparmalı oldum.

Ölkəmizdə yerləşən mehmanxanalar keyfiyyət və xidmət səviyyəsinə görə heçdə Avropadan geri qalmır , fərqli ekskursiya xidmətləri , yüksək səviyədə inkişaf etmiş sanatoriya-kurort kompleksləri Azərbaycan turizminin güclü tərəflərindən saymaq olar.

“Azərbaycan rusiyalı turistlər üçün səmərəli ölkədir. Burada Rusiyaya səmimi münasibət var, dil sərhəddi yoxdur, iqlim şəraiti, təbiətin müxtəlifliyi, rahatlıq və təhlükəsizlik səviyyəsi isə ən yüksək

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

tələblərə cavab verir". Bu sözləri Rusiya-Azərbaycan Parlamentlərarası dostluq qrupunun rəhbəri Dmitri Savelyev demişdir.

Rusiya bazarında Azərbaycanı daha yaxşı tanımaq məqsədi ilə Rusiyada TOUR A VENT adlı ilk turoperator yaradılmışdır. Azərbaycana müştərinin istəyindən və büdcəsində asılı ( bazar qiymətin aşmamaq şərti ilə) müxtəlif individual və ya marşrut turların , aviabilet , kurort və otellərin bronlaşdırılması , ekskursiya xidmətinin təşkili və s. xidmətlərin təşkil etməkdədir. TOUR A VENT – Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət Nazirliyi, Azərbaycan Havayolları , Silkway travel, Pasha Travel, Şahdağ Turizm Mərkəzi, Qafqaz Hotels & Resorts , Naftalan Qaşaltı otel və s. tərəfdaşları vardır.

“Tour a vent” direktoru olan Alla Arrieta məlumatına görə: “Rusiyadan Azərbaycana turist axını hər il 30 % artmaqdadır. Rusiya turistləri aktiv formada Azərbaycana gəlməkdədir, bir çoxu isə təkrar vizitlər edirlər. Böyük İpək yolu , Azərbaycanın qızıl üzüyü , qastronomik turlar , şərab turları , nar festivalı , “Muğam turizm” Beynəlxalq adında musiqi festivalı və s. tematik turlar hazırlayıyıq”[5].

Rusiya bazarı ölkəmiz üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir. Beləki, coğrafi mövqeyi baxımından - nəzərdən yaxınlıq, orta q milli-mədəni dəyərlər , viza prosedurun olmaması, xalqların uzun illərdir bir birinə qaynayıb qarışması, dil probleminin olmaması , ölkələr arası məsafə azlığı, Azərbaycanda turistin istirahəti üçün hər cür şəraitin olması Rusiyadan turist axınına zəmin yaradan mühüm amillər hesab edilir. UNESCO qurumu belə bir fikir irəli sürür ki, hədəf turistlər əksər vaxtlarda qısaməsafəli uçuşlar həyata keçirənlər olmalıdır. Əlavə olaraq, uzaq marşrutlar üzrə tibbi-sağlamlıq tipli təklifləri də gözdən keçirmək mümkündür. Misal üçün, naftalan nefti Rusiyada çox tanınmaqdadır . Artıq uzun illərdəki ölkəmizə müalicə məqsədi ilə Rusiyadan Naftalana axın vardır. Naftalanın neftlə müalicə üsulu haqqında Rusiya Elmlər Akademiyasının mətbu orqanı olan “Poisk” qəzetində geniş məqalə dərc edilmişdir. Məqalədə qeyd edilib ki , Naftalan neftinin əsəb, uroloji, dəri , ümumilikdə 70-dən çox xəstəliyi müalicə edir .

Uzaq məsafədən olan turistləri cəlb etmək üçün dövlətimiz sağlamlıq turizmindən əsasən, astma xəstəliyinin müalicə edilməsi üçün Duzdağdakı duz dağından əlverişli olaraq istifadə edə bilər. Ona görə ki, analoji turizm təklifini edə biləcək II bir turizm imkanı nəinki regionda, heç Avropa, Yaxın və Orta Şərqdə belə mövcud deyildir.

Rusiyanın Federal Turizm Agentliyinin rəhbəri Oleq Safonov öz müsahibələrinin birində Rusiya üçün Xəzər dənizində kruiz turizmin inkişaf etdirilməsinin maraqlı kəsb etdiyini, Şimali Qafqaz regionunda turizmin inkişafı barədə strategiyanın hazırlandığını və orada xüsusi yerin Xəzər dənizində kruiz səfərlərinin reallaşdırılmasına ayrıldığını söyləmişdir. Rusiya Agentliyinin bu fikri Qazaxıstan və İran tərəfindən də müsbət qəbul edilmişdir. Olduqca perspektivli görünən bu marşrut beynəlxalq kruiz firmalarının da maraqlına səbəb olmuşdur. Bu istiqamətdə artıq işlərin görülməyə başlanmışdır .

Xəzər dənizi sahilləri turizm baxımından böyük potensiala malikdir, kruizlərin təşkili turizm sektorunun inkişafına və rusiyadan gələn turistlərin sayının artmasına müsbət təsir göstərəcəkdir. Eyni zamanda Azərbaycan turistləri də bu turlar vasitəsi ilə Dərbənd, Həştərxan və digər yerlərə kruiz ilə səyahət edə biləcəklər. Rusiya əhalisinin sayının çoxluğunu nəzərə alsaq bu, ölkəmizdə turizmin inkişafı üçün bir şans hesab etmək olar. Təki Rusiya ilə deyil, Xəzəryanı dövlətlərin turizm şirkətilə müqavilə bağlayaraq kruiz səfərləri təşkil etmək olar. Əvvəllər İran İslam Respublikasının Ənzəli limanı ilə gəmi əlaqələrinin olması bu prosesin tez başlanılmasına təkan verir. Kruiz səyahətlərinin təşkili ölkəmizə daha çox gəlir gəlməsi deməkdir.

Azərbaycan Respublikasının turizm sektorunun inkişafının əsas istiqamətləri aşağıdakı fəaliyyətlərdən ibarətdir:

- rəqabət qabiliyyətli turist infrastrukturunun və turizm sənayesinin yaradılması;
- turistik obyektlərin beynəlxalq standartlara uyğun gəlməsi;
- xidmət sektorunda standartların hazırlanması, yeni yanaşmalar və onların tətbiqi;
- respublikanın turizm-istirahət zonalarının hüquqi statusunun müəyyənləşdirilməsi;
- respublikanın ərazisində turist marşrutlarının və turist zonalarının müəyyənləşdirilməsi;
- Otel idarəetməsi və təhsili sahəsində geniş təcrübəyə malik olan ölkələrlə əməkdaşlıq;
- Yerli yemək, xalq sənəti ilə bağlı Azərbaycanın müxtəlif bölgələrinin xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq, turizmin inkişafında milli yaşayışın istifadə edilməsi;
- Geniş reklam və informasiya fəaliyyətinin hazırlanması və həyata keçirilməsi;
- Xarici ölkələrdə (əsasən MDB ölkələrində) fəaliyyət göstərən tur operatorları ilə əməkdaşlıq.



### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, Azərbaycanca Turizm, Statistik məcmuə 2018.
2. <http://www.fed.az/az/news/read/8154>
3. [https://en.wikipedia.org/wiki/World\\_Travel\\_and\\_Tourism\\_Council](https://en.wikipedia.org/wiki/World_Travel_and_Tourism_Council).
4. <http://interfax.az/view/754691/az>
5. <http://touravent.ru/>

## ŞAHDAĞ VƏ TUFANDAĞ KOMPLEKSİNİN REGIONUN İNKİŞAFINDA TƏSİRİ

magistrant Əli SƏMƏDOV

b/m, doktorant Samirə ƏZİZOVA

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

**Abstract:** Taking into account the tourism potential of Azerbaijan, it is clear that the sector, which needs to be developed in Azerbaijan, is the tourism sector. Azerbaijan is one of the countries with potential for diversification of tourism. Winter tourism, which should be implemented in Azerbaijan, has a great potential. A number of tourism development activities have been implemented in our country. Currently, the tourism sector is among the developed sectors of the country. The development of winter tourism in the country provides socio-economic, as well as political benefits for the country. Promising regions for winter tourism in Azerbaijan are Guba-Khachmaz and Sheki-Zagatala regions. Finally, the level of monitoring of winter tourism in the world is high, and it is better for our country to benefit from neighbour countries and countries of Western Europe.

Looking back at 4-5 years, local tourists had little information about winter tourism, and winter tourism in Azerbaijan was not big enough, but now we see that, local people are more in line with foreigners.

If the winter tourism is developed, you can achieve economic and social benefits. For the development of winter tourism in Azerbaijan, first of all, it must be advertised in order to attract the attention of both domestic and foreign tourists. One of the other ways is to correctly assess the potential of a country using the experience of high-class countries in the field of winter tourism.

**Key words:** Winter tourism, Azerbaijan, tourism, potential, tourist.

Azərbaycan iki qış idman kompleksi yamaclarının uzunluğuna və qalxma kabinələrinin sayına görə il ərzində qış turizmi üzrə açıq hava idman növlərindən, o cümlədən xizəkçilikdən istifadəyə imkan verən günlərin sayı baxımından regionda mövcud digər alternativlərlə müqayisədə daha rəqabət qabiliyyətlidir.

Belə ki, “Şahdağ” Turizm Mərkəzi QSC (Qusar) 17 kilometrlik yamac və 9 ədəd qalxma kabinəsi təklifi ilə il ərzində təxminən 120 gün, “Tufandağ” Qış-Yay Turizm İstirahət Kompleksi (Qəbələ) isə 15 kilometrlik yamac, 5 ədəd qalxma kabinəsi təklifi ilə il ərzində təxminən 110 gün fəaliyyət göstərir. Eləcə də turizm obyektlərinə çıxışın asanlıqının qış turizminin inkişafına təkan verən əsas amillərdən biri olduğunu nəzərə aldıqda, ən yaxın hava limanından cəmi 25 km məsafədə yerləşən Qəbələ şəhərinin, qış çarter reysləri və uyğun qiymətə uçuşlardan istifadə edilməklə, region ölkələrindən olan və həftə sonu istirahət etmək istəyən turistlərin cəlb edilməsi üçün yaxşı seçim olduğu məlum olur[1].

Turizm yaratdığı maddi imkanlar, təbiətə və məşğulluğa təsirinə görə hər gün ölkəmizdə və dünyada inkişaf edən bir sektordur. Turizm sahəsi inkişaf etdikcə insanlar alternativ turizm axtarışlarına doğru meyl edirlər. Bu səbəbdən alternativ turizm investorların və sahibkarların diqqətini çəkir. Alternativ turizmin bir növü olan qış turizmi inkişaf edən alternativ turizm növləri arasında fərqli bir yerə sahibdir. Bunun əsl səbəbi isə insanların hər mövsüm axtarış etmələri və qış aylarında həyata keçirə biləcəkləri fəaliyyət növlərinin məhdud olmasıdır.

Turizm məhsulu çeşidlərinin artması ilə yeni axtarışlara başlayan investorlar üçün ən gözəl turizm növü qış turizmidir. Dəniz, qum, günəş üçlüyü və qış turizmi otelləri mövsümlük problemindən xilas edərək, mehmanxanaların bütün mövsümlərdə açıq qalmasına, yeni yaranan obyektlər isə məşğulluğun

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

təmin olunmasına şərait yaradırlar. Qış turizmi üçün əlverişli bölgələrdə yerləşən mehmanxanalar həyata keçirəcəkləri illik fəaliyyətlərini bir mövsümə sıxışdırmaq yerinə bütün bir ilə palyaşırdıqlarına görə cazibədarlıqlarını artırirlar. Qış turizmi tematikalı (sadəcə qışda xidmət göstərən şale-otellər) otellər isə yay aylarında mehmanxananın açıq olmasına çalışırlar. Bu vəziyyətin digər bir faydası isə alternativ turizm növlərinə yenilərinin əlavə olunmasıdır. Kənd turizmi yay aylarında ən çox yayılmış turizm növü olduğu halda, konqres turizmi də öz növbəsində kifayət qədər marağa səbəb olur.

Qış istirahəti zamanı dağ xizəklərindən, kayakdan, snouborddan, və ya xizəklə daşmadan istifadə edə bilərsiniz. Başqa sözlə desək, qış turizmi qarın bol olduğu bölgələrə səyahət, bu səyahətlərin müddəti 24 saatdan çox olacağı təqdirdə edilən qonaqlama və digər xidmətlərin olması zamanı yararlıdır. Turizmin bu növü olduqca aktivdir və bəzi hallarda ciddi fiziki hazırlıq tələb edir.

Azərbaycanda qış turizmi yeni sahə sayılır. Lakin hələ Sovet dövründə respublikamızda da turizmin bu növünə maraq göstərənlər olub. Son 10 ilə qədər Azərbaycanda qış turizmi inkişaf etmədiyi üçün Azərbaycan vətəndaşları qış mövsümündə dincəlmək üçün qış turizminin inkişaf etdiyi digər ölkələrə səyahət etmək məcburiyyətində idilər. Həmin dövrdə Şamaxı rayonunda, Pirqulu rəsədxanasının yaxınlığındakı ərazi xizək sürmək istəyənlər tərəfindən istifadə olunub.

Azərbaycana qış turizmi həyata keçirmək məqsədilə gələn turistlərin profilinə baxdığımız zaman bu insanların əsasən dağ-xizəkçilik idman növləri üçün gəldiyini görə bilərik. Bu səbəbdən turizm fəaliyyəti göstərmək istəyən bölgələrin bol qarlı dağ yamaclarına malik olması və yüksəkliyinin qış idman növləri üçün əlverişli olması əsas şərtidir. Azərbaycanın ən populyar qış turizm mərkəzləri sayılan “Şahdağ” və “Tufandağ” Qış-Yay Turizm Kompleksləri bu tələblərə yetərinə cavab verir. Əlavə olaraq yürüyüş (trekinq və haykinq), alpinizm, qayayadırmanma, buzadırmanma və digər fəaliyyətlərin mümkünlüyü bu bölgəyə əlavə turist axınına səbəb olur.

Regionlarda ən çox inkişaf etmiş xizək kurortları						
Xizək kurortunun adı	Ünvanı qiyməti <sup>1</sup>	Dağ-xizək enişi (m)	Liftlərin sayı	Fəaliyyət göstərdiyi günlərin sayı <sup>2</sup>	Yüksəklik (metr)	
Azərbaycan	Şahdağ	3,1	17	9	120	1430-2520
	Tufandağ	yoxdur	15	5	110	1400-2470
Türkiyə	Palantöken	3,4	72	15	135	2200-3140
	Sankamış	2,9	14	4	130	2160-2630
Rusiya	Roza Xutor	3,5	72	20	125	940-2320
	Mt. Elbrus	3,1	23	6	180	2350-3940
İran	Dizin	2,9	18	18	150	2530-3500
Gürcüstan	Qodauri	3,4	57	7	141	1990-3260
	Qoderdzi	3,0	8	2	131	1720-2400

Şəkil 3. Region ölkələrində qış turizm kurortlarının müqayisəli təhlili  
Mənbə: skiresort.info

Azərbaycanın Şimal-Qərbində başı qarlı Şahdağın ətəyində yerləşən vadilər diyarı Qusar rayonu turizm cəhətdən çox böyük təbii potensiala sahibdir.

Rayonun ərazisindəki Bazardüzü dağı (4466m) Azərbaycanın ən yüksək nöqtəsidir. Zəngin flora ilə seçilən rayon ərazisinin 20%-i meşələrlə örtülüdür. Çayların sahili boyunca geniş yarpaqlı ağaclardan; ağcaqayın ağaclarından ibarət tuqay meşələri yerləşmişdir. Bu meşələrdə sumax, əzgil, yemişan, itburnu, quşüzümü və digər müalicəvi bitkilər geniş yayılmışdır. Rayonun faunası da olduqca zəngindir. Burada ayı, canavar, çöl donuzu, dağ keçisi geniş yayılmışdır. Qusar rayonu ərazisində 15min ha sahəsi olan dövlət yasaqlığı fəaliyyət göstərir.

İl boyu qarlı örtülü olan Şahdağ mütəxəssislər tərəfindən qış turizmi üçün çox uyğun yer olaraq dəyərləndirilmişdir. Bu səbəbdən, burada Qış idmanları və Turizm mərkəzi yaratmaq fikri ortaya qoyulmuş və Azərbaycan turizm sahəsinin ən genişmiqyaslı və mühüm əhəmiyyətli layihəsi olan “Şahdağ” Turizm Mərkəzinin tikintisinə hazırlıq işləri 2006-cı ildən başlanmış, 2009-cu ilin sentyabrında Prezident İlham Əliyevin iştirakı ilə kompleksin təməli qoyulmuşdur. Artıq 2012-ci ilin qış mövsümündən mərkəz ilk turistləri qəbul etməyə başlamışdır. “Şahdağ” Turizm Mərkəzi 2012-ci ildə istifadəyə verilib. Mərkəz Azərbaycanın Böyük Qafqaz dağ silsiləsinin ətəyində, toxunulmayan

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

ekoloji sistemi və zəngin flora və fauna ilə tanınan Şahdağ Milli Parkının yaxınlığında yerləşir. Qusar “Şahdağ” Qış-Yay turizm kompleksi sayəsində ilin bütün fəsiləri boyunca fəaliyyət göstərir.

“Şahdağ” Qış-Yay turizm kompleksinin 1-ci məqsədi ölkədə turizmin və qış idmanlarının inkişafından, yerli və xarici turistlərə mükəmməl istirahət şəraitinin yaradılmasından ibarətdir.

Xizəkçilik və digər qış idman növləri burada əsas fəaliyyətlər olsa da, eyni zamanda yay mövsümündə də turistlərə xidmət göstərə biləcək qapalı idman zalları, aquapark və hovuzlar, əyləncə və oyun mərkəzləri və s fəaliyyətlər yer almışdır. Gələcəkdə tennis, futbol, basketbol, voleybol və qolf meydanlarının tikinti planı da işlənib hazırlanmışdır.

Ərazinin geoloji xüsusiyyətlərinə nəzər saldıığımız zaman “Şahdağ” Qış-Yay turizm kompleksi cənubda Mıxtökən dağının (3270m) ətəyində, Dağlıq Alayan kəndi ərazisində yerləşir. Ərazinin relyefi dik və yumşaq meyllərdən, bir neçə torpaq sürüşməsi olan səhələrdən ibarətdir.

Bu turizm mərkəzi həm iqtisadi, həm sosial, həm də siyasi cəhətdən ölkəyə bir çox faydalar verir. Ölkədə turizmin və qış idman növlərinin inkişafı, xarici turistlərin mükəmməl istirahətini təmin edən şəraitin yaradılması ilə ölkənin dünya səviyyəsində daha yaxşı tanınması və digər böyük üstünlüklər təmin edir.

Təmali xizəkçilik və digər qış idman növləri üzərində yaradılan “Şahdağ” Qış-Yay turizm kompleksi yay aylarında və qar olmayan digər mövsümlərdə də istirahət imkanlarını təmin edən bir sıra müəssisələr fəaliyyət göstərir.

“Şahdağ” Qış-Yay turizm kompleksində ən böyük önəm qış idman növlərinə, xüsusi olaraq xizəkçilik idmanının inkişaf etdirilməsinə verilir. Qış idman növlərinin inkişafı üçün ən önəmli faktorlardan biri xizəkçiləri pistin başlanğıcına qaldıran mexaniki qurğulardır.

“Şahdağ” Qış-Yay turizm kompleksində əsas yeri qış idman növlərindən sayılan xizəkçilik tutsa da burada tennis, futbol, basketbol, voleybol və qolf sahələrinin, atıcılıq mərkəzinin tikilməsi də planlaşdırılır. Bu da öz növbəsində kompleksin təkcə qış aylarında deyil, həmçinin yay zamanı da turistlərə xidmət göstərməsinə və Azərbaycanda turizm fəaliyyətlərinin il boyu aktiv olmasına şərait yaradacaqdır.

**Cədvəl. Xarici və yerli turistlərin illər üzrə bölgüsü**

Qış mövsümü	Ümumi say	Xarici turistlərin faiz nisbəti	Xizəkçilərin faiz nisbəti	Top 5 ölkə	Yay mövsümü	Ümumi say	Xarici turistlərin faiz nisbəti	Top 5 ölkə		
2012-2013	50 000-dən çox									
2013-2014	85 000-dən çox	10%								
2014-2015	100 000-dən çox	20%	37%	Böyük Britaniya	27%	2015	30 000-dən çox	15%-dən çox xarici	Türkiyə	18%
				ABŞ	12%				Böyük Britaniya	18%
				Rusiya	12%				Rusiya	13%
				Türkiyə	11%				ABŞ	6%
				İspaniya	4%				Almaniya	6%
2015-2016	75 000-dən çox	25%	40%	Rusiya	23%	2016	30 000-dən çox	50%-dən çox (onların 80%-ini isə ərəb ölkələrindən gələnlər)	BƏƏ	29%
				Böyük Britaniya	17%				Səudiyyə Ərəbistan	15%
				Türkiyə	10%				Pakistan	5%
				ABŞ	5%				İraq	3%
				BƏƏ	4%				Rusiya	3%
2016-2017	95 000-dən çox	40%	40%	Rusiya	30%	2017	40 000-dən çox	68%-dən çox (onların 83%-dən çoxunu isə ərəb ölkələrindən gələnlər)	Səudiyyə Ərəbistan	35%
				BƏƏ	26%				BƏƏ	30%
				Böyük Britaniya	6%				Oman	6%
				Türkiyə	4%				Küveyt	4%
				ABŞ	2%				İraq	3%
2017-2018	120 000-dən çox	50%	30%	BƏƏ	28%	2018				
				Rusiya	25%					
				Səudiyyə Ərəbistan	6%					
				Böyük Britaniya	4%					
				Qatar	3%					

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Cədvəldəki statistik göstəricilərə nəzər saldıqda qış mövsümündə 2012-ci ildən 2018-ci ilə kimi xarici turistlərin faiz nisbətinin artığının şahidi ola bilərik. Xizəkçilərin faiz nisbəti isə 2015-2017-ci illər arası 40% təşkil etmişdir. 2014-2015 – ci illərdə mərkəzə gələn turistlərin əksəriyyəti Böyük Britaniyanın, 2015-2017-ci illərdə Rusiyanın, 2017-2018-ci illərdə isə BƏƏ-nin payına düşür.

Yay mövsümünə diqqət yetirsək , turistlərin ümumi sayının 2015,2016-cı illərdə 30mindən artıq , 2017-ci ildə isə 40 mini keçdiyini aydın şəkildə görə bilərik. 2015-ci ildə kompleksə gələn xarici turistlərin 18%-i Türkiyədən , 2016-cı ildə 29%-i BƏƏ-dən ,2017-ci ildə isə 35%-i Səudiyyə Ərəbistanının payına düşür.

“Şahdağ” Qış-Yay turizm kompleksinin faydalarından əlavə bir sıra yan təsirləri də mövcuddur. Bunlara misal olaraq aşağıdakıları demək olar:

- Kompleksin elektrik ehtiyacını təmin etmək məqsədilə bölgədə qurulan köməkçi elektrik stansiyasının havanın çirklənməsinə səbəb ola biləcək tullantıları;
- Kompleksin fəaliyyəti zamanı havanın çirklənməsinə səbəb ola biləcək tullantılar;
- Kompleksin və turistlər tərəfindən atılan, bölgənin ekologiyasına zərər verə biləcək plastik tullantılar;
- Kompleksin,bölgə sularının ekologiyasına zərər vura biləcək çirkləndirici və bulanq sular;
- Kompleksin tikintisi və fəaliyyəti zamanı bu bölgədə əvvəldən alışılmış olan səssizliyin pozulması ; kimi yan təsirlər olacaqdır[6,s.160-172].

“Tufandağ” Qış-Yay Turizm İstirahət Kompleksi

Dağlıq bölgədə istirahətə yararlı şəraitə sahib olan bu turizm obyektini Qəbələ şəhərindən təxminən 4 km aralıda yerləşir[5].

“Tufandağ” Qış-Yay Turizm İstirahət Mərkəzinin başlıca məqsədi Azərbaycanda il boyu dağ turizmini inkişaf etdirmək, yerli və xarici turistlərin yüksək səviyyəli istirahətini həyata keçirtməkdir. Sözü gedən istirahət mərkəzi turistlərə ilboyu kanat gəzintisi, qış fəslində fərqli çətinlik səviyyəsi olan yollarda xizəklə sürüşməyi, xizəklə sürüşmə təlimi, xizəkçilik məktəbi, kafe, restoran, uşaq istirahət mərkəzi, otel və digər xidmətləri təklif edir;

“Tufandağ” Qış-Yay Turizm İstirahət Mərkəzi burada olan xidmətlərdən istifadə etmək istəyən yerli və xarici turistləri qəbul etməyə hazırdır. Bu xidmətlərdən fərdi və qrup şəklində mövcud olan bütün vasitələrlə (birbaşa, telefon, internet və digər) müraciət edərək istifadə etmək mümkündür.

Xizək yolu sistemi olan Trassa – treyl (yol – çığır) hər bir qonağın onun üçün mümkün olan enmə zolağını, mailliyini və çətinlik dərəcəsinə (yüksək, orta və ya aşağı çətinlik dərəcəsi) seçmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Dağ yamaclarının kənarı ilə və ya düzənlik sahələrdə enmə marşrutunun yaradılmasında bu texnikadan istifadə edilməsi həm səmərəli üsul olmaqla yanaşı həm də xizək sürənlər üçün müsbət təcrübənin formalaşmasında onlara yardımçı olur.

1000 metr şaquli eniş, 4 kanat xətti,15 km mükəmməl hazırlanmış xizək yamacları və Qafqaz dağlarının gözəl görünüşü sizi gözləyir.[8]

Hər bacarığın öz çağırışı var: xizək ayaqqablarını ilk dəfə geyinənlər üçün yaşıl və mavi yamaclardan ən çətin qara yamaclardək bütün çətinlik dərəcələrinə uyğun yollarda özünü sınağa bilərsiniz.

Qar maşınları yamacların çoxunu əhatə edir və bütün mövsümü xizək yollarını qarla örtərək sizə özünü yoxlamaq, xizəkdən ləzzət almaq və əylənmək üçün şərait yaradır.

Dağ-xizək idmanı bazasında enmə marşrutlarının seçimində Trassa sisteminin tətbiqi sayəsində qəza hallarının sayını minimuma endirilməsi və xizək sürənlərin bacarıqlarının kompleks qiymətləndirilməsi mümkündür.

Dağ-xizək qaldırıcılar küləyin sürəti və istiqaməti, yamacdan enmə imkanları, xizək sürənlərin başqa trassalardan aralı hərəkət etmə imkanları nəzərdən keçirərək, qonaqların seçilən bölgənin əlçatan hissələrinə münasib yollarla çatdırılması üçün nəzərdə tutulmuşdur. Həmçinin, yamaclarda şaquli hündürlük fərqləri və dağ-xizək qaldırıcılarının uzunluğu dağ-xizək zonasının rəqabət qabiliyyətinin əsas göstəricilərindən hesab olunur.

Xizək yolu sistemi bütün qonaqların ümumi uzunluğu 17 km-dən artıq olan enmə zolağında onun üçün münasib hesab edilən enmə mailliyini və çətinlik dərəcəsinə seçmək üçün nəzərdə tutulmuşdur.

Süni qar sistemi qeyd olunan ərazidə natural qar örtüyünün olmaması və qış aylarında orta temperaturun donma nöqtəsinə çatması səbəbindən və havanın nisbi rütubəti 80%-ya çatması halında bütün dağ-xizək trassasının enmə zolaqlarının süni qar yaratma sistemi ilə təchiz olumuşdur. Havanın

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

temperaturu -20 olduğu halda belə süni qar yaradan avadanlığın istifadəsi zamanı mövcud şəraitdə ərazidə lazımı miqdarda qar kütləsinin yaradılmasına nail olunur[5].

Xizək sezonu Tufandağda Dekabrın 15-dən Martın 31-nə qədər davam edir. 100 günlük qış mövsümündə turistlər xizək sürmə, kanat yollarında gəzinti, qar motosikleti və qarda gəzinti kimi əyləncələrdən istifadə bilirlər. Tufandağ kompleksinin xizək yamacları 1000 metr şaquli eniş, 15 kilometrlik xizək yolları və 4 kanat xətti ilə qonaqlara yaddaqalan anlar bəxş edir. Burada təzə-təzə xizək sürməyə başlayanlar, orta dərəcədə xizək sürənlər və professional xizək sürənlər üçün üçün müxtəlif rənglərdə xizək yamacları fəaliyyət göstərir. Burada təbii qarla yanaşı, mövsüm boyu işləyən qar generasiya avadanlıqları var ki, qarla örtülü xizək yamacları bütün sezon boyu qonaqlara yaddaqalan xizək təcrübəsi yaradır. Kurortun daxilində yerləşən xizək mərkəzi xizək avadanlıqlarını kirayə etmək olar. Burada həmçinin professional instruktorlardan xizək dərsləri almaq mümkündür[9].

Tufandağ qış-yay turizm mərkəzi qış fəslində xizək sevərlərin ən sevdiyi məkan olmaqla bərabər, yay fəslində dağlarda gəzinti, təbiəti seyr etmək üçün kanatla gəzinti və aktiv istirahət etmək istəyənlər üçün ən münasib məkandır. Kanat xəttləri ilə gəzinti 5km-dən çox məsafədə və 4 stansiya var. Bunlar, hündürlüyü 956m-1660m olan L2 Riverside stansiyası, hündürlüyü 1251-1660m olan L4 Qəbələ kanat yolu, hündürlüyü 1251-1410m olan L5 Duruca kanat yolu və hündürlüyü 1410-1920 metr olan L6 Yatmış Gözəl kanat yoludur[9].

Qış turizmi yalnız insanların asudə vaxtının səmərəli və faydalı keçirilməsini deyil, eyni zamanda inkişaf etdiyi bölgənin iqtisadiyyatının da inkişafını təmin edir. Bu baxımdan qış turizminin ölkə iqtisadiyyatına verdiyi aşağıdakı faydaları qeyd etmək mümkündür:

- İqtisadi cəhətdən inkişaf etməyən və inkişaf etmək imkanı olmayan bölgələrin və regionların inkişafına yardım edir;

- Xalqın həyat səviyyəsinin artmasına kömək edir;
- Turizmin müxtəlifliyinə təsiri böyükdür və turizm sektorunu mövsümlükdən xilas edir;
- Mövsümlilik problemi olan müəssisələrin azad edilməsinə yol açır;
- Çevrəsində olan yerli müəssisələrə maliyyə dəstəyi təmin edir;
- İnkişaf etdiyi bölgəyə insanların miqrasiya etməsinə səbəb olur

Faydaları ilə yanaşı ümumi təsirlərini də qeyd etmək olar:

- Əsasən dağlıq bölgələrdə həyata keçirildiyinə görə turistlərin təmiz hava qəbul etməsi və ərazinin digər yerlərinə ziyarətlərin artmasına səbəb olur;
- Bölgə sakinlərinin sosiallaşmasına gətirib çıxarır;
- Bölgədə iqtisadi inkişafın olmasını təmin edir;
- Xizəkçiliklə yanaşı digər idman növləri üçün də hər mövsüm düşərgə və kampların yaranmasını mümkün edir.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. "Azərbaycan Respublikasında İxtisaslaşmış Turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi", (elektron resurs)
2. Aydın, A. D. (2007), Sarıkamış'ın Kış Sporları Turizmi Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergi, Sayı:6
3. Azərbaycanda turizm sektoru: imkanlar, problemlər və perspektivlər yekun hesabat. ATİB, Bakı 2010.
4. Doyeon W. , Hyejin B., David J. S. (2008): " Relative Importance of Factors Involved in Choosing a Regional Ski Destination: Influence of Consumption Situation and Recreation Specialization". Journal of Sport & Tourism, 13:4, 249- 271
5. <http://www.qebele-ih.gov.az/page/80.html>
6. İBRAGIMOV, Murat (2001), Ürün Çeşitlendirmesi Açısından Kış Turizmi ve Almatı Çimbulak – Medeu Örneği, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
7. [www.shahdag.az](http://www.shahdag.az)
8. [www.tufandag.com](http://www.tufandag.com)
9. <http://visitgabala.com/az/infrastructure/tufandag-winter-summer-resort/>

**AZƏRBAYCANDA KONQRES TURİZMİNİN  
İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ**

**magistrant Aysel QULİYEVA**

**b/m Şəmsiyyə TAHİRBƏYOVA**

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

***Abstract:** The main aim of the research is to analyze strategy and prospects for development of congress tourism in Azerbaijan. Application of international experience of congress tourism to Azerbaijan shows that the country has rich tourism resources, placement objects, congress halls and modern transport infrastructure, allowing to develop many types of tourism. These factors and also the economic effect from the congress type events are considered the success of the congress tourism in Azerbaijan.*

***Key words:** congress, development, tourism, strategy, income, international experience.*

Konqres turizminin yüksək iqtisadi təsirlərini nəzərə alaraq, bu sənayenin idarə olunmasının şansa həvalə edilməyəcək şəkildə çox vacib və effektiv olduğu görülməkdədir. Turizmin bu növünün sağlam inkişafı və keyfiyyətinin yüksəldilməsi üçün etibarlı və müqayisə edilən informasiya sisteminin yaradılması zəruridir. Həm də turizm sənayesi ilə əlaqədar qlobal səviyyədə birgə tədqiqatların aparılması, digər sahələrlə əlaqələrin qurulması, 21-ci əsrin inkişafına səbəb olan universal məlumatın müxtəlifliyini müəyyən etmək, turizm marketinqi və ölkənin iqtisadi təsirləri ilə bağlı tədqiqatlar aparmaq və yaxşı hazırlanmış strategiyaların yaradılması sənayenin gələcəyi və inkişafı üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Konqres turizmin təsirləri turizm sektoru ilə məhdudlaşmayaraq bütövlükdə ölkə iqtisadiyyatına hərəkət gətirməkdədir. Regionlarda təşkil olunan kiçik miqyaslı görüşlər və konqres tədbirlərinin turizmdən əlavə bütün regionun iqtisadi inkişafına müsbət təsir göstərdiyi məlumdur. İqtisadçıların hesablamalarına görə turizm sənayesinin illik gəliri 80.7 milyard dollar, vergi payı isə 12 milyard dolların üzərindədir [5, s. 46].

Məşhur alman iqtisadçı Oppermann və Conun açıqlamasına əsasən, ABŞ-da konqres turizminin iqtisadiyyata təsirinin 225 milyard dollara çatdığı artıq öz təsdiqini tapmışdır. Digər iqtisadçılar Lii, Filip və Gedi isə, 2001-ci il hesabatları əsasında konqres turizm sənayesinin xərclərinin 93.6 milyard dollara çatdığını ifadə etmişlər [6, s. 71].

Konqres və görüşlər iqtisadiyyata müxtəlif şəkildə gəlir qazandırmıqdadır. Ümumiləşdirmə aparıldıqda, bu fayda hesabatlarında dolayı və birbaşa faydalar, əsas və ikinci dərəcəli gəlirlər olaraq qeyd alınır. Sözü gedən gəlirlər 3 əsas qaynaqdan əldə edilməkdədir. Bunlar: tikinti və digər obyektlərin investisiyaları; obyektlərin istismarı; konqres əməliyyatları; iştirakçılar və qonaqların xərcləridir [7s. 43].

Konqres iştirakçıları və ziyarətçilərin xərcləri ümumi olaraq istirahət məqsədilə səyahət edənlərə nəzərən daha yüksəkdir. Konqres turizm planlaşdırılması üçün aparılan bir araşdırmaya görə, bir iştirakçının ortalama xərci 2352 dollar, nəqliyyat üçün 843, yerləşdirmə üçün 691 dollar, istirahət üçün 417 dollar, əyləncə, yemək və içki üçün isə 401 dollar xərclədiyi hesablanmışdır [8].

Fenich, konqres, sərgi, və görüşlər sənayesinin iqtisadiyyat üzərində birbaşa təsir gücünə malik olduğunu bildirmişdir. Konqres görüşlərində iştirakçılar, ziyarətçilər, təşkilatçılar, sponsorlar və digər ziyarətçilər, mətbuat nümayəndələri xaricindəki digər iştirakçıların da əhəmiyyətli xərclər edərək yerli iqtisadiyyata fayda qazandırdığı görülməkdədir. Başqa sözlə, konqres turizm xərcləri konqres iştirakçıları və təşkilatçıların xərcləri ilə məhdudlaşmır, bura bütün bölgənin gəlirlərinə təsir göstərəcək elementlər daxil edilir. Bu səbəbdən bir çox turizm məkan idarəçiləri konqres və sərgi istiqamətli turizm fəaliyyətləri üçün sərmayələrini artırmaqdadır [7, s. 65].

Konqres turizminə dair beynəlxalq təcrübənin Azərbaycana tətbiqini iş prinsiplərinə görə özünü təsdiq etmiş Azərbaycan Konqreslər Bürosu (AKB) əsasında araşdıraq. Beləki, bir müddət bundan öncə Azərbaycan Konqreslər Bürosu İstanbulun Konqreslər bürosu modelində fəaliyyət göstərirdi. Modelə əsasən büro daimi üzvlərlə işləyir. Daimi üzvlər otellər, turizm agentlikləri (DMC), avia şirkətlər, görüş məkanları hesab olunur. Azərbaycan Konqreslər bürosu əməkdaşlıqlarını ödənişli

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

üzlük prinsipi ilə müəyyən etdiyi zamanlarda turizmin inkişafına istiqamətlənmiş bir çox işlər görmüşdü. Ödənişli modeldə hazırlanan konqres tədbirlərinin xərcini 60 % dövlət üzərinə götürürdüsə, bunun 40 %-i üzvlərdən alınan gəlir hesabına baş tuturdu.

Üzlük sisteminin vəziyyəti 2016-cı il milli valyuta devalvasiyası nəticəsində dəyişdi. Konqreslər Bürosuna üzv olan bir sıra şirkətlər (Victory Tour, ENC Tours, Geo Travel and Philosophy Travel) büdcənin azalması problemləri ilə üzləşərək Azərbaycan Görüşlər İttifaqını tərk etmək məcburiyyəti altında qaldılar. Buna baxmayaraq büroya üzlük arzusunda olan şirkətlər ödənişli üzlük prinsipinə qoşulmağı seçdilər. Məsələn, 2016-cı ilin noyabr ayından “BCD Global Travel Azerbaijan” Konqreslər Bürosunun üzvləri sırasına qoşuldu [2].

Hazırkı dövrə nəzər salsaq, Azərbaycan Konqreslər bürosu 2018-ci ildən ödənişsiz üzlük modelində işləyir. Bu konsept Gürcüstan modelinə olduqca yaxındır. Turizmə marağın artırılması və konqres turizm bazarına dinamiklik gətirən bu model günümüzdə aktualdır. Bildiyimiz kimi, konqres turizmi olduqca xərc tutumlu bir sahədir və bu tipli görüşlərin təşkilatçılığı da böyük xərclər hesabına başa gəlir. Dünyanın müxtəlif yerlərindəki insanlar bir qurultayı fərqli təcrübələrlə tamamlayaraq öz ölkələrinə qayıtdıqda özləri ilə zehinlərində konqres haqqında xüsusi bir təəssürat və duyğular daşımaqdadır. Buna görə, konqres təşkilatçıları konqres iştirakçıları səviyyəsində yaxşı təəssürat və təcrübə yarada biləcək məqamlara, eləcə də maddi mənfəətlə yanaşı xidmət keyfiyyətinə də diqqət yetirməlidirlər. Başqa sözlə, konqres proqramında iş nə qədər yaxşı qurularsa, konqresin faydası da bir o qədər uğurlu olacaqdır.

Beynəlxalq MICE mütəxəssisləri və jurnalistləri üçün mətbuat səfərləri təşkil edərkən və ya tender müsabiqəsində iştirak edərkən, bəzən qeyri-peşəkar yanaşmalara rast gəlinir. Buna əsasən, Azərbaycan Konqreslər Bürosu digər beynəlxalq təcrübələrini bölüşmək üçün potensialının artırılması proqramı (üzvləri üçün təlimlər), uğurlu biznes təklifi hazırlığı və bir neçə təlim təklif etmək potensialına malikdir. Hazırda MICE sektoruna cəlb olunan insanlar daha da artmaqdadır ki, onlar da bir-birləri arasında məlumat mübadiləsi yaratmışlar.

Əvvəlcə infrastruktur baxımından baxdıığımızda Azərbaycan biznes turizminin (və ya başqa sözlə, görüşlər sənayesi) inkişafında böyük potensiala malikdir. Yeni məkanlar, misal üçün çoxfunksiyalı Bakı Konqres Mərkəzi (3500 nəfərədək), mehmanxana qurumlarının yığıncaq imkanları hadisə planlaşdırıcıları üçün əsas seçim amillərindən biridir. Maksimum 3 gün davam edən konqres görüşləri üçün Azərbaycanın yeganə çox tutumlu obyektı Bakı Konqres Mərkəzidir. Mərkəzdə 17 konfrans zalı yaradılıb [48].

Son dövrlər yaradılmış Bakı Ekspo Mərkəzi, Heydər Əliyev Mərkəzini də bu siyahıya əlavə edə bilərik. Bütün bunlar bizim destinasiyamızı konqres turizmi istiqamətində daha yaxşı fərqləndirir. Bu cür görüşləri təşkil etmək və gələn qonaqları yerləşdirmək əsas məsələdir. Bunun üçün ölkədə olan mehmanxanalardakı yerləşmə tutumunu nəzərə almaq lazımdır. Azərbaycandakı mehmanxanaların xidmət səviyyəsinin göstərilmiş ulduza uyğun olmaması əsas problemlərdəndir. Odur ki, konqres tədbirlərinin təşkili zamanı xidmət səviyyəsini nəzərə almaq, yerləşmə obyektlərində nömrə sayına uyğun qonaqların gəlişini təmin etmək mütləqdir.

MICE birləşməsində hər bir sözü (görüş, təşviqat, konfrans və sərgilər) açarsaq, Azərbaycan hər bir işgüzar seqmentdə tədbirlərə ev sahibliyi etməyə çalışır (bir çox işgüzar konfranslar hər il baş verir). Beynəlxalq təcrübələrdən yararlanaraq Azərbaycan Konqreslər Bürosunun fəaliyyəti 3 istiqamətə aparılır: Təşviqlər, Korporativ Tədbirlər və Assosiasiya Görüşləri.

Assosiasiya yığıncaqları başqalarından fərqlənir. Beləki, qatılan nümayəndələr heyətlərinin nümayəndəlik haqlarını (iştirak haqları) özləri ödəyir lakin qonaq ölkənin xərclərini ödəməyə ehtiyacı yoxdur (hökumət və idman tədbirlərində başqadır). Amma bu görüşlərin təşkilatçılığı uzun müddət hazırlıq tələb edir (ən azı 2 il). Bu zaman əsas amil yerli nümayəndəlik (yerli birliyin / təşkilatın) olmasıdır. Bəzən Bakıda təşkil oluna biləcək konfranslar olur, amma heç bir nümayəndəliyin olmaması buna mane olur. Bu zaman beynəlxalq birliyin üzvləri olan alimlərin Azərbaycandakı öz yerli birliyini (əgər olmadıqda) qurulması üçün təşviq etməyə çalışırıq.

Əgər 10 il bundan əvvəl biz Azərbaycanı bir dünya xəritəsində göstərsəydik, yəqin ki əksəriyyət onu tanımayacaqdı, amma indi Azərbaycanı tanıyanların sayı artmaqdadır. Onlar daha çox Azərbaycanı beynəlxalq sərgilərdə görmüş, CNN və Euronews-da televiziya reklamlarını seyr etməklə Azərbaycan haqda məlumatlanmış, bir neçə dəfə konfrans və tədbirlər üçün Azərbaycana gələn insanların ağızdan eşitmişlər.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Milli strategiya baxımından deyil, ümumiyyətlə, Azərbaycan turizmi üçün təhlükələri nəzərdən keçirək. Regiondakı rəqiblərimiz, məsələn, Görüşlər Sənayesi infrastrukturunun inkişafı üzrə işləyən Gürcüstan 10-dan çox transmilli mehmanxananın tikilməsini planlaşdırır. Bundan əlavə, qonşu ölkələrin siyasi vəziyyəti də bizə mənfi təsir göstərir. Məsələn, İstanbulda bomba partlayışı zamanı Şahdağda təşkil edilməsi nəzərdə tutulan konfransı itirdik.

Nəqliyyat vasitələrimizdə də zəiflik və çatışmazlıq müşahidə olunur. Birbaşa uçuşlarımız azdır. Ancaq əsasən biznes səyyahları rahatlıq istəyirlər və bu məqamda yüksək standartlara cavab verən nəqliyyat vasitələrinin təşkilinə ehtiyac yaranır. Lakin sadələşdirilmiş viza rejimi, devalvasiyadan sonra qiymətlərin aşağı düşməsi, 3 ulduzlu otellərin tikintisinin planlaşdırılması biznes turizmini daha çox inkişaf etdirməyə şərait yaradacaq.

Həm də GCC ölkələri üçün viza rejiminin sadələşdirilməsi (Heydər Əliyev adına Hava limanında viza almaq), həm də istirahət və biznes turizm tərəflərindən Orta Şərq bazarında maraqların artmasına səbəb olmuşdur. Lakin qonşu Gürcüstan ilə müqayisə edərsək, Gürcüstan ölkəyə giriş üçün viza məhdudiyyətini qoymadığına görə əməkdaşlığa münasib ölkə hesab olunur. Viza problemlərinin öz həllini tapması, həmçinin ölkələr ilə beynəlxalq əməkdaşlıq istiqamətində yeniliklər Azərbaycanın konqres görüşlər sənayesindəki yerini üst sıralara daşıyacağı gözlənilir. Çünki bu sahədə yetəri qədər innovativ imkanlarımız olmaqla yanaşı, görüşlər üçün maddi texniki baza var və illər keçdikcə yaradılmaqdadır.

İnkişafın davamı kimi 2025-ci ilə qədər Azərbaycanın region daxilində ən dinamik hava limanlarından birinə malik olması hədəf olaraq qarşıya qoyulacaqdır və bu çərçivədə Avropanın böyük şəhərlərini əhatə edən birbaşa uçuşların sayının 50-dən 100-ə çatdırılması hədəflənəcəkdir. Hədəf bazarlarından daha çox turistin cəlb edilməsi məqsədilə qış və yay turizm mövsümü müddətində çarter reyslərinin də sayının artırılması əsas ideyalar arasında yer alır [1].

Azərbaycanda konqres turizminin inkişafı üçün böyük imkanlar var. Bu sahədə Azərbaycanda son dərəcədə geniş işlər görülür. Ölkədə hər il onlarla beynəlxalq səviyyəli tədbir keçirilir. Yeni bazarlar axtarışında olan bu sahə üzrə ixtisaslaşmış müəssisələr partnyorluq əlaqələrini beynəlxalq səviyyədə inkişaf etdirirlər. Əvvəl konqres tədbirlərinin təşkilatçısı qismində çıxış edən şirkətlərə nəzərən günümüzdə onların sayı artıb. Onların turistlərin cəlb edilməsi üçün həyata keçirdiyi bir sıra layihələr dünyada böyük marağa səbəb olub. Ölkəmizin beynəlxalq turizm sərgilərində iştirakı, dünyanın aparıcı televiziya kanallarında Azərbaycanın turizm potensialını əks etdirən reklam çarxlarının yerləşdirilməsi, müxtəlif ölkələrin turizm təmsilçiləri və media nümayəndələrinin ölkəmizə infoturlarının təşkili təmin edilir.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi, Bakı, 2016
2. Azərbaycan Konqreslər Bürosu tərəfindən 2016-cı il ərzində görülmüş işlər haqqında hesabat
3. "Azerbaijan Meeting Planner's Guide" broşuru
4. Aymanquy Yusuf (2006), Kongre turizmi və fuar organizasyonları, Detay Yayıncılık, Ankara
5. George G. Fenich (2001a, 2001b), Convention Tourism: International Research and Industry Perspectives
6. Convention, The Service Industries Journal, 27(1), p. 59–73
7. Hodur and Leistriz (2006), Estimating the Economic Impact of Event Tourism
8. <http://azcb.com/az/> Azərbaycan Konqreslər Bürosunun rəsmi saytı
9. <http://www.mct.gov.az/> Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət Nazirliyinin rəsmi saytı
10. <https://www.stat.gov.az/> Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi saytı
11. Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi (PDF) [Mənbə: <https://static.president.az/pdf/38542.pdf>]
12. Azərbaycanda biznes və konqres turizmi sürətlə irəliləyir [Mənbə: <http://azim.az/turizm/682-azrbaycanda-biznes-v-konqres-turizmi-surtl-irliyir.html>] (Daxil olma vaxtı – 06.10.2017)



## **AZƏRBAYCANDA TURİZM BAZARININ İNKİŞAF ETDİRİLMƏSİNDƏ İSPANIYA TƏCRÜBƏSİNDƏN İSTİFADƏ YOLLARI**

**magistrant Könül QULIYEVA**  
**c.ü.f.d. dos. Məmməd SADIQOV**  
*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *The main objective of the research is to explore the possibilities of using Spanish experience in the development of tourism market in Azerbaijan which is distinguished for its successful activity in this area. It is known that the determination of the direction of application of foreign experience in the tourism market of Azerbaijan is considered to be topical today. Progress in Azerbaijan's tourism market is one of the most important issues in the country's economic strategy. The article explored and analyzed the possibilities of using models of Spain applied in rural and social tourism as well as Catalonia tourism and the "Paradores" hotel concept in Azerbaijan.*

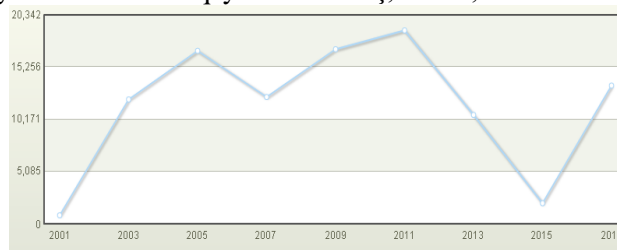
**Key words:** *tourism, tourism model, Azerbaijan tourism market, tourism offer, development*

Turizm bazarı turməhsul istehsal edənlərlə və ya turizm xidməti göstərənlərlə həmin məhsula, eləcə də xidmətə tələbatı olan insanların qarşılaşdıqları yerdir. Turizm bazarını xüsusi turist motivasiyası ilə turizm məhsulunu almaq istəyən real, potensial turistlərin və turməhsul istehsal edən istehsalçıların iqtisadi, hüquqi və sosial əlaqələrinə əsaslanan bir sistem kimi qəbul etmək mümkündür [6, c. 45]. Burada fəaliyyət turizm tələbi və təklifi arasında yaranan münasibətə əsasən tənzimlənir. Məlumdur ki, turizm bazarında uğurlu şəkildə fəaliyyətin əsası təqdim olunan cəlbedici turizm təklifindən asılıdır. Bu baxımdan dünya ölkələrinin turizm bazarında kəskin rəqabət apardığı müşahidə edilir.

Müasir dövrdə Azərbaycanda da turizm bazarının inkişaf etdirilməsi və burada müxtəlif turizm təkliflərinin həyata keçirilməsini ölkənin iqtisadi strategiyasının tərkib hissələrindən saymaq olar. Qeyd etmək lazımdır ki, turizmin ölkə ÜDM-da payı son illər artmaqdadır. Belə ki, 2017-ci ildə Azərbaycanda turizmin ÜDM-un formalaşmasına payı 2756,1 min manat təşkil etmişdir. Bu da ÜDM-un 4,2 %-ni təşkil edir. AR Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına əsasən, Azərbaycanda turizmin ÜDM-un formalaşmasında ümumi payı 2017-ci ildə 14,6 %, yəni 9,667,4 min manat olmuşdur və 2028-ci ildə onun 18,299,2 min manata çatacağı gözlənilir [8, p. 3].

Məlumdur ki, turizmin ölkədə inkişafı strateji hədəf rolunu oynayır və bu rolun qiymətləndirilməsi zamanı turizmin məşğulluğun təmin olunmasındakı payına da diqqət yetirilir. 2017-ci ilin statistik göstəricilərinə görə turizm 173500 iş yeri təqdim edib. 2028-ci ildə bu rəqəm 246000-a bərabər olacaq. Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycanın turizm bazarında təklif olunan məhsullara ziyarətçilərin çəkdiyi xərc 5590,3 min manat olmuşdur.

Azərbaycanın qəbul etdiyi turistlərlə bağlı statistik məlumatlar aşağıdakı şəkildə (Şəx. № 1) verilmişdir. Buradan məlum olur ki, 2001-ci ildə qəbul edilən turistlərin sayı 820.0 min nəfər, 2006-cı ildə ondan 17,6 dəfə çox, yəni 14472,0 min nəfər olmuşdur. 2007-ci ildən başlayaraq ölkəmizə gələn turistlərin sayı artaraq, 2012-ci ildə 23440.0 nəfərə çatmışdır [1, s.14]. **"The Wall Street Journal" yazır ki, 2012-ci ildə Azərbaycan Eurovision mahnı müsabiqəsinə ev sahibliyi etməklə müstəqillik illərində qazanmış olduğu tərəqqini beynəlxalq aləmə nümayiş etdirmək şansını əldə etdi. Həmin il ölkəmizə hadisə turizmi motivi ilə dünyanın müxtəlif ölkələrindən turistlər təşrif buyurdu [54].** 2017-ci ildə isə ölkəmizi ziyarət edən turistlərin sayı 2012-ci illə müqayisədə azalmış, 13455,0 min nəfərə bərabər olmuşdur.



**Şəx. № 1** Azərbaycanın qəbul etdiyi turistlərin sayı (min. nəfər)  
Mənbə: "Azərbaycanda turizm" / Statistik məcmuə / Bakı, 2018, s. 14

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Gürcüstan və Rusiyadan gələn turistlərin ümumi sayının 50%-dən çoxunu təşkil etmişdir. Pakistan və Hindistan bazarlarında son illər əhəmiyyətli dərəcədə artım müşahidə edilir. Yaxın Şərq, Türkiyə və İrandan gələn turistlərin sayında isə nisbətən azalma qeydə alınmışdır. Ölkəmizə gələn turistlərin məqsədləri müxtəlif istiqamətli olmuşdur. Statistik nəticələr onu deməyə əsas verir ki, istirahət, əyləncə və işgüzar məqsədlərlə səfərlər Azərbaycan turizm bazarında üstün mövqeyə malikdir. 2017-ci ildə bu məqsədlərlə müvafiq olaraq 839.3 və 834.4 min nəfər ölkəmizə təşrif buyurmuşdur.

Turizm resurslarının fərqliliyi ilin bütün fəsilərində Azərbaycanı müxtəlif turist motivləri ilə ziyarət etməyə imkan verir. Onların əsasında Azərbaycan turizm bazarında müxtəlif təkliflərin verilməsi, onlara tələbin yüksək olması üçün diqqət göstərilir. Bu istiqamətdə Azərbaycan turizm bazarında xarici təcrübənin tətbiqi imkanlarının müəyyənləşdirilməsi günümüzdə aktual məsələlərdən sayılır. Bu baxımdan qeyd etmək olar ki, dünya turizmində aparıcı mövqedə qərarlaşan və ölkəmizlə bir sıra bənzərliklərə malik olan İspaniyanın turizm bazarında qazandığı təcrübənin Azərbaycanda tətbiqi effektiv inkişafa yol açar.

Tarixi abidələrin müxtəlifliyi, zəngin folklor, xristian və islam aləminin sıx əlaqəsi, qədim şəhərlərin memarlıq üslubu, geniş və təkrarolunmaz qızıl qumlu çimərliklər, əlverişli iqlim komfortluğu, rəngarəng təbiət İspaniyanın dünyada turizmin əsas mərkəzlərindən birinə çevrilməsinə zəmin yaratmışdır. Əlverişli coğrafi-mövqeyi və turizm resurslarının rəngrəngliyi ilə yanaşı, həm də dövlətin turizm sənayesinin inkişafı, bu sənayenin tənzimlənməsi və ölkənin beynəlxalq turizm sektorunda təşviqi istiqamətində apardığı işlər nəticəsində İspaniya turizm bazarı və onun məhsulları dünyada yüksək tələbin olmasına görə fərqlənir. İspaniya turistlərə təmin etdiyi zəmanət, təhlükəsizlik istirahət və turizm sənayesinin göstərdiyi keyfiyyətli xidmətin sayəsində dünya turizm bazarında rəqibləri ilə müqayisədə bir sıra üstünlüklər əldə etmişdir. Dünya İqtisadi Forumu tərəfindən hazırlanan “Səyahət və Turizm Rəqabətçiliyi 2017” jurnalında İspaniya turizmdə rəqabət indeksinə görə birinci olmuşdur [7, p. 5-6]. Həmin jurnalda unikal mədəni və təbii resurslar, hava nəqliyyatı əlaqələri və aviasiya sisteminin inkişafı, turizmə güclü dövlət dəstəyi və effektiv turizm infrastrukturunu İspaniyanın dünya turizm bazarında müvəffəqiyyətini təmin edən amillər kimi vurğulanmışdır. Bununla yanaşı, Avropanın əsas turizm bazarlarına yaxınlığı, Avropa İttifaqı təhlükəsizliyi və stabilliyi, milli və beynəlxalq səviyyədə nəqliyyat infrastrukturunun inkişafı, turizm sənayesinin dinamik inkişafı, Avropada həyat keyfiyyətinin yüksək olması da ölkənin turizmdə rəqabətə davamlılığına müsbət təsir edən amillər kimi qeyd edilə bilər.

İspaniyanın turizmin bazar infrastrukturunda əldə etdiyi üstünlüklər gələn turistlərin sayında aydın şəkildə hiss olunur. Aşağıdakı cədvəldə 2009-cu ildən bəri müxtəlif illərdə İspaniyaya ziyarət edən turistlərin sayı və müvafiq olaraq turist sayında olan artım ifadə edilmişdir (Cədvəl № 1). Cədvəldən göründüyü kimi 2017-ci ildə 2016-cı illə müqayisədə 8.6% artım olmuşdur.

Cədvəl № 1 İspaniyaya gələn turistlərin artım dinamikası

İllər	Turist sayı (mln.)	Əvvəlki ilə görə fərq %
2009	52.17	8.8
2011	56.17	6.6
2013	60.67	5.6
2015	68.80	5.2
2017	81.79	8.6

Mənbə: TÜROB Fuar Sonuç Raporu. 2018 Fıtur. Madrid Turizm Fuarı. s. 7

Turistlərin İspaniyaya səfər etməkdə əsas məqsədləri istirahətlə yanaşı tətillə keçirməkdir. Tətillə məqsədlərlə ölkəyə səfər edənlərin sayında 2017-ci ildə əvvəlki ilə nisbətən 10,5 % artım yaşandı. 71 mln.-dan çox turist məhz bu məqsədlə ölkəni ziyarət etmişdir [5, s. 8]. Müxtəlif məqsədlərlə səfər edən turistlərə İspaniya turizm bazarında tətbiq edilən modellərin əsasında cəlbedici turizm təklifi təqdim olunur. Turizm bazarı modelinin müxtəlif nümunələrindən Azərbaycanda istifadə etmək bu sahədə tərəqqi etməyə imkan verə bilər.

**Sosial turizm.** İspaniyanın tətbiq etdiyi bu modeldə əsas prinsip olaraq sosial fayda qəbul edilir. Modeldə tətbiq edilən İMSERSO proqramına əsaslanaraq turizm obyektləri və mərkəzləri qızgın mövsüm olmayan dövrdə cəlbedici kompaniyalarla sosial turizm istehlakçılara xidmət göstərir. Beləliklə, həm sosial turizm istehlakçıları olduqca uyğun qiymətə tətillə imkanı əldə edir, həm də mövsüm bitdiyinə görə iş yerini tərk etmək məcburiyyətində qalan işçilərin davamlı əmək fəaliyyəti

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

təmin olunur [9]. İMSERSO proqramının maliyyələşdirilməsində sosial turizm istehlakçılarının payı 70 %, dövlət sektorunun payı isə 30% qiymətləndirilir. Proqramdan istifadə üçün bəzi şərtlər var. Proqram istifadəçiləri kimlər ola bilər: yaşı 65-dən çox olan İspaniya vətəndaşları; yaşı 55 və 55-dən çox olan, dul olduğuna görə təqaüd alan şəxslər; yaşı 60 və 60-dan çox olan, dövlət tərəfindən əlillik təqaüdü alanlar. Bundan əlavə, bu kateqoriyalara uyğun olan şəxslər istirahətə özləri ilə bərabər bir nəfəri də apara bilərlər. Həmin şəxsin də İspaniya vətəndaşı olması lazımdır. İmserso proqramı vasitəsilə oktyabr-iyun ayları ərzində Əndəlüs, Kataloniya, Valensiya, Mursiya, Kanar və Balear adalarına səfərlər təşkil edilir. Turistlər 3 və 4 ulduzlu otellərdə gecələyirlər. Adətən bu növ səfərlər çarter reyslər vasitəsilə reallaşır və İMSERSO tərəfindən maliyyələşir. Səfərlər 8, 10, 15 gün davam edə bilər. Səfər başlamamışdan 45 gün əvvəl 12 avro (bir şəxs üçün) məbləğində ilkin ödəniş həyata keçirilməlidir.

AR Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyi və AR DTA-nin iştirakı ilə ölkəmizdə bu modelin tətbiq edilməsi əhalinin aşağı büdcəyə malik hissəsi uyğun qiymətlərlə turizm səfərlərində iştirak etmək imkanını əldə edər, həm də mövsüm bitdiyinə görə iş yerini tərk etmək məcburiyyətində qalan işçilərin davamlı əmək fəaliyyəti təmin olunur. Milli xüsusiyyətlər nəzərə alınaraq sosial turizm modelinin ölkəmizdə tətbiq edilməsi təqaüdcülər və uşaqlar üçün turizmde mövcud olan problemləri aradan qaldıra, həmçinin bu sahədə müəyyən canlanmaya gətirib çıxara bilər.

**Kənd turizmi.** İspaniyada kənd turizmi 1960-cı illərdə ucuz bir tətillik kimi başa düşülürdü. Bu dövrdə kənd evlərinin bərpası və qonaqlara göstərilən xidmətin keyfiyyətli olması üçün bəzi işlər görüldü. Nəticədə İspaniyada kənd turizminin inkişafı son 20 ildə sürətlənməyə başladı. 1994-cü ildə 1074 olan kənd turizm müəssisəsi varsa, 2003-cü ildə artıq onların sayı 6534-ə çatdı. Bu turizm növünün inkişafına hökumət xüsusi diqqət göstərirdi. Bunun səbəbləri aşağıda qeyd edilmişdir:

Birincisi, İspaniyada kənd yerlərindən şəhərlərə, xüsusilə Madrid və Barselona kimi şəhərlərə köçmələr 1950-ci illərin sonundan başladı və 1980-ci ilə kimi davam etdi. Kənd yerlərində əhalinin sayının azalması müşahidə edilirdi. Bu prosesin qarşısını almaq və kənd yerlərində əhalinin sayının davamlı bir səviyyədə saxlamaq üçün kənd turizminin tez vaxtda qəbul edilməsi lazım idi. İkincisi, kənd turizm iqtisadi diversifikasiyasını təmin edən fəaliyyət növü idi. Bu səbəbdən irəli gələrək İspaniyada kənd turizmi Avropanın digər yerlərində olduğu kimi ailə bizneslərinə əsaslandırılması qərara alındı. Üçüncüsü, İspaniyada kənd turizmi sağlam qida, ətraf mühit və təbiəti qorumaq prinsiplərini hədəf almışdı. Bu amil də kütləvi turizmde aparıcı mövqedə olan ölkə üçün qiymətli idi [4, s. 43-44].

İspaniyada kənd turizmi gerçək plan və layihələrlə inkişaf etdirilir. Xüsusilə, dağlıq rayonlarda o, alternativ turizm növü kimi inkişafdadır. Heyvandarlığın dominant olduğu Ribagorça və Sabrarbe kantonlarına şəhərlərə köç səbəbilə əhalinin sayının azalması ölkə təsərrüfatına ciddi təsir etmişdir. Bu məsələlərdən yola çıxaraq bu və ya problemlə situasiyaların yaşandığı İspaniyanın digər regionlarında əlavə tədbirlər keçirmək qərarlaşdırılmışdır. Hər şeydən öncə, kənd yerlərində təbii qaynaqların dəyərləndirilməsi aparılmışdır və müxtəlif layihələr həyata keçirilmişdir. Bunlardan biri dağ kəndlilərinin əvvəlki yurdlarına yönəldib əraziyə kənd turizmini cəlb etmək idi. Bu baxımdan biri texniki (mühasibatlıq, fransızca, şəhərləşmə, animasiya, qanunvericilik haqqında), digəri isə eksperimental (kənd turizm nümunələri ilə) olmaqla iki plan hazırlanmış və realizə olunmuşdur. Həmçinin, əhaliyə dil, mətbəx, əl sənətləri sahəsində təlimlər verilmişdir. Nəhayət, 1989-cu ildə İspaniyada 14 ev kənd turizminə açıldı və layihənin işlətmə fazası başlandı. 1992-ci il qış tətillik dövründə, həftə sonları və avqustda kənd evlərində doluluq 100% idi.

İspaniyanın kənd turizmində fərqli xüsusiyyətləri ilə ön plana çıxan kiçik məskunlaşma ərazisi Montana de Navara dır. Montana de Navara kənd turizmi baxımından İspaniyada böyük önəm kəsb edir. Navarre-də 2004-cü ildən ABELORE aqroturizm assosiasiyası fəaliyyət göstərir və hal-hazırda 36 fermer evi əhatə edir. [www.agroturismosnavarra.com](http://www.agroturismosnavarra.com) saytıdan [11] ərazidə hansı aylarda hansı fəaliyyət növü ilə məşğul olduğuna dair məlumat əldə etmək və səyahəti ona uyğun olaraq təşkil etmək mümkündür. Fəaliyyət növlərinə kəndli fermalarda heyvanların saxlanması və onlara qulluq, bağ və güllərin qayğısına qalmaq, tarladan məhsulların toplanması, məhsullarını hazırlanması (pendir, qaymaq və s.), taxılın yetişdirilməsi daxildir. Saytdan turistlər onlara uyğun fəaliyyət növlərini seçə bilərlər.

İspaniyada 1990-cı illərdən sonra nəşr olunan hesabatlarda kənd yerlərindən şəhərlərə olan köçün azaldığı, kənd yerlərində iqtisadi müxtəlifliyin yarandığı, həmçinin kənd turizm fəaliyyəti ilə şəhər və kənddə yaşayan əhali arasında müsbət istiqamətdə mədəni mübadilələrin yaşandığı qeyd edilir. Bununla da İspaniyada kənd turizminin öz məqsədlərinə çatdığını düşünə bilərik.

Azərbaycanda İspaniya kənd turizm modelinin tətbiqi istiqamətində bu turizm növü və ətraf mühitlə bağlı maariflənmə, ənənəvi əl sənətkarlarına dəstək, xalq mədəniyyətinin turistlərə təqdim

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

etmə, fiziki məşğələlərin həyata keçirilməsi üçün ətraf mühitə uyğun qapalı və açıq məkanların yaradılması, kənd evlərinin tikilməsi və ya təmir etdirilməsi, rekreasiya fəaliyyətləri və yürüş yolları təşkil edilməsi, kənd turizminin mirası olaraq anbar və dəyirmanların işlək vəziyyətinə gətirilməsi, kəndlərdə hansı aylarda hansı fəaliyyət növü ilə məşğul olduğuna dair məlumat əldə etmək üçün informasiya portalının formalaşdırılması fikrimcə, inkişaf üçün görülməsi vacib olan başlıca vasitədir. Azərbaycanda modelin formalaşdırılması və tətbiqi kənd yerlərində əhalinin sayının azalmasının, kənd təsərrüfatına ciddi zərərin yetirilməsinin, münbit torpaqlardan istifadə edilməməsinin, mədəni dəyərlərin itirilməsinin qarşısının alınmasında müsbət nəticələrin əldə olunmasına kömək ola bilər. Azərbaycanda da kənd turizminin inkişafına İspaniyadakı kimi dövlət səviyyəsində xüsusi diqqət yetirilməsi və Dövlət Turizm Agentliyi Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi ilə birgə müəyyən proqramların qəbul edilməsi diqqətdə olmalıdır.

**Kataloniya modeli.** The Catalan Tourist Board (CTB) Kataloniya hökuməti tərəfindən 2007-ci ildə yaradılıb və dövlətin turizmin təbliği siyasətinin realizə edilməsinə görə məsuliyyət daşıyır. CTB rəsmi orqandır, dövlətlə sıx əməkdaşlıq edir və “Catalunya” brendini dünyada təbliğ edir. CTB-nin məqsədi Kataloniyanın turizm sənayesinin keyfiyyətinə, sosial və iqtisadi gəlirliliyinə əsaslanan aparıcı turizm obyektini kimi onun təbliğ olunmasıdır [10]. Kataloniyada davamlı turizmin inkişafına xüsusi yanaşma var. Məlumdur ki, davamlı turizm mədəniyyətin qorunmasına təsir edir və yerli əhalinin turizm iqtisadiyyatına faydalarını maksimum dərəcədə artırmağa və ondan istifadəyə yönəlmiş tədbirləri ehtiva edir. Bu baxımdan, Kataloniya mədəni, idman, kənd, qastronomik, ekoturizmdə müxtəlif fəaliyyət növləri və məhsullar təklif etməyə çalışır.

Kataloniyanın paytaxtında 2015-2016-cı illərdə Barselona dizayn mərkəzi tərəfindən şəhəri insanların təsəvvüründə canlandırmaq üçün bəzi sözlərdən istifadə olunurdu: kreativ, canlı, dinamik, mədəni, innovativ, tarixi və s. Bu sözlər şəhəri simvolizə edir və insanların fikrində onu görmək istəyini artırır. Təbii ki, bunda marketinq-reklam kompaniyalarının əvəzsiz rolu var idi.

Kataloniya və Barselonada tətbiq edilən turizmin inkişafı modelindən şimal turizm marşrutuna daxil olan rayonlarda-Xaçmazda qastronomik (dolma festivalı), Qusarda qış və kənd turizmi, Qubada müxtəlif turizm növləri üzrə yararlanmaq mümkündür. Xüsusilə, Qubada turizm imkanlarının genişliyi onu tolerantlıq nümunəsi, füsunkar təbiət, fərqli turizm obyektlərinə malik məkan, alma festivalı, Xınalıq, səmimiyyət, fərqli atmosfer, qara turizm və s. kimi rəmzlərlə təbliğ etməyə imkan verir. Bildiyimiz kimi, Quba şimal turizm marşrutunda Azərbaycana gələn turistlərin üz tutduqları əsas şəhərlərdəndir. Bura səfər əsasən, tətil, rekresiya və istirahət məqsədilə həyata keçirilir.

Qubanın Azərbaycan turizm bazarında cari vəziyyətinin öyrənilməsi və onun turizm potensialının dəyərləndirilməsi üçün “Product development”, “SWOT”, “PEST” bazar təhlillərini aparaq:

### “Product development”

Əsas məhsul — Rekreasiya turizmi, istirahət məqsədli səfərlər, təbiətlə bağlı olan turizm — ekoturizm. Qubada turistlərin marağına səbəb olan mənzərəli guşələr çoxdur. Balbulaq, Afurca şlaləsi, Təbii minarə, Çənlibel gölü, Qəçrəş kəndi, həmçinin dərinliyi 400-600 m olan Təngəaltı yarıqanı xüsusilə populyar olub turistlərdə daha çox maraq doğurur. Ümumilikdə, Qubada 60-dan çox təbiət abidəsi var və onlar ekoturizm əhəmiyyətinə malikdirlər. Qubada təbiətin mənzərəli, fauna və flora aləminin isə zəngin olması bura ekoturistlərin cəlb edilməsinə imkan verə bilər [3, s. 237-238].

-Əlavə məhsul — Mədəni-tarixi və qara turizm, hadisə turizmi: Alma festivalı

Quba Turizm İnformasiya Mərkəzi və Bakıdakı turşirkətlər tərəfindən Tağlı körpü, Cümə və Səkinəxanım məscidi, Qırmızı qəsəbə, Quba tarix diyarşünaslıq muzeyinə, Azərxaçça ASC Quba filialına, Gümbəzli hamama, Quba meydanı, Nizami parkına ekskursiyalar təşkil edilir. Xınalıq kəndi tarixi əhəmiyyətinə görə xüsusilə seçilir və Quba deyəndə fikirlərdə ilk olaraq o, xatırlanır. Xınalıq Qubanın simvoluna çevrilmişdir. Xınalıqda yaşayan etnosun folkloru, adət-ənənələri, özünəməxsus yaşayış tərzini gələn turist və qonaqlarda böyük maraq oyadır.

Qubaya gələn turistlərə soyqırım memorial kompleksinə də ekskursiya təşkil olunur. Onun ətrafındakı ərəzidə Qubanın əsas simvolu — alma ağacları əkilmişdir. Kompleks yerə batırılmış iki qılinc formasında inşa edilmişdir. Bununla da o, sanki “Qılınclar yerdə, torpaq altında ola bilər, Həqiqət yox!” düşüncəsini, ismarıcını insanlara çatdırır. Əvvəllər tapılan sümükləri görmək mümkün idi, lakin bunun İslam inancına zidd olduğu düşünülərək onları torpağa basdırdılar. Hal-hazırda onların üzərində xatirə yeri var. Bu məkanın sırf qara turizm obyektini kimi təbliğ etdirilməsini zəruri hesab etmək lazımdır.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Qubada Alma festivalı 2012-ci ildən təşkil edilir. Festivalda rayonun adət-ənənəsi, rayonda becərilən alma sortları, ondan hazırlanan şirniyyat və içkilər nümayiş etdirilir. Lakin, bu festival fikrimizcə, hələ ki, gözlənilənləri tam doğrultmur.

**Cədvəl № 2 SWOT (GZİT təhlil)**

<p><b>-S</b> Şimal turizm marşrutunun əsas rayonu; Bakıya yaxın olması; Təbii turizm-rekreasiya ehtiyatları; Tarixi-mədəni zənginlik; "Activity circle"-25-50 km olması; Rayon daxilində iki turizm marşrutunun (Quba-Xınalıq və Quba-Afurca) olması; Fərqli turizm obyektləri (Xınalıq, Quba soyqırım memorial kompleksi).</p>
<p><b>-W</b> Turizm müəssisələrində çalışanların dil biliklərinin zəif olması, turizm biliklərinin olmaması; Otellərinin əksəriyyətinin ailə biznesinə məxsus olması-qohumluq prinsipinin çox yayılması, bir işçinin müxtəlif vəzifələri həyata keçirməsi və işində peşəkar olmaması; Uzunmüddətli inkişaf planının olmaması; Turizmin bir istiqamət (təbiət) üzrə cəmləşməsi; Bəzi otellərdə bronlaşdırma sisteminin işlədilməməsi; Rəqabətin keyfiyyətə görə deyil, qiymətə görə aparılması; İnfrastrukturun və kommunikasiya sisteminin saz vəziyyətdə olmaması; Quba Turizm İnformasiya Mərkəzinin saytının işləməməsi.</p>
<p><b>-O</b> Fərqli turizm məhsulunun bir rayon ərazisində təqdim edilməsi imkanı: Dini turizm. Qubada müsəlman, xristian, yəhudilərin müqəddəs hesab etdikləri məscid, kilsə və sinaqoqun bir ərazidə yerləşməsi; Rayon üçün yeni turizm istiqamətlərinin formalaşması-etnik, hadisə (xalça), qastronomik turizm; Onların turməhsul halına salınması və xüsusi olaraq adlandırılması. Bu, təşviq baxımından önəmlidir. Çünki turizmde hər hansı ad, rəməz, işarə çox qiymətli ola bilər. "B+leisure" turizm formasının inkişaf imkanları; Ədəbi turlar. Quba (Xınalıq) "Əli və Nino" turizm marşrutunun bir hissəsini təşkil edir. A. A. Bakixanovun ev muzeyi Qubada yerləşir. Şimal rayonları üzrə ədəbiyyat sevnələr üçün turməhsul hazırlamaq mümkündür (Xızıda Cəfər Cabbarlının ev muzeyi yerləşir). İdman turizmi. Quba rayonunun Qalayxudat kəndi yaxınlığındakı Kam dağlıq massivinin tədqiqi nəticəsində şimal yamacda bouldering (qayayadırmanma) üçün perspektivi olan qaya divarları (room) aşkar olunub. Dövlət dəstəyinin artırılması sayəsində kəndli-fermer-turizm modelinin və aqroturizmin inkişafı.</p>
<p><b>-T</b> Ləzgi və yəhudilərlə milli zəmində etnik münaqişələr; İnflyasiya; Turizm müəssisələrinin lisenziyalaşdırılması şərtlərinin çətinləşməsi; Rəqabətin güclənməsi: Yerli — lokal rəqiblər-Qusar, Xaçmaz (Nabran); Milli — Qəbələ, Şəki, Lənkəran, Qax; Beynəlxalq — Rusiya, Gürcüstan, Türkiyə</p>

**Cədvəl № 3 "PEST" təhlil**

<p><b>-P</b> Xınalığa dövlət dəstəyinin artırılması; Ərazidə mehmanxana yoxdur. Qonaqlar yerli sakinlərin evlərində gecəlayır. Yerlilərin mənzil şəraitinin yaxşılaşdırılması; Özəl və dövlət əlaqələrinin mütəşəkkil olmaması; Etnik münaqişələrin baş vermə ehtimalı; Dövlət tərəfindən yol və yerləşdirmə şəbəkəsinin inkişafı; Siyasi stabilliyin olması.</p>
<p><b>-E</b> Turizmin inkişafı üçün əlverişli iqtisadi mühitin formalaşması; Qubanın turizm mərkəzi kimi ölkə ÜDM-na qatdığı dəyər; Mövsümlərəarası dövrdə qiymət siyasəti; Otel və restoranların daimi qonaqlar üçün endirim kartları; Turizmde çalışan işçilərin orta aylıq əmək haqqının 150-250 AZN olması.</p>
<p><b>-S</b> Qubanın sosial həyatında turizmin mövqeyi; Əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsində turizmin rolu; Rayonun tarixi keçmişinin və əhalisinin milli xüsusiyyətlərinin turizm vasitəsilə turistlərə çatdırılması.</p>
<p><b>-T</b> Bəzi otellərdə elektron kilidlərin olmaması; İnternet saytlarının normal işləməməsi və informasiyaların yenilənməməsi; WIFI şəbəkəsinin zəif olması; Otellərin təklif etdiyi turist avtobuslarının natəmizliyi və köhnə olması.</p>

Aparılan bazar araşdırmalarından məlum olur ki, Qubanın turizm ehtiyatları bazarda bir çox turizm növlərinin inkişaf etdirilməsinə zəmin yaradır. Lakin buna baxmayaraq, onlar lazımi və sistemli şəkildə, ayrıca turməhsul kimi istifadə edilmir. Qubada yeni yaradılan destinasiya menecmenti təşkilatının potensialdan lazımi şəkildə istifadə edəcəyinə və Bakıdan savayı Quba-Xaçmaz, eləcə də digər regionlara xüsusi diqqətin artırılmasına ümid böyükdür. Regionların turizm resurslarına əsaslanaraq bazarda müxtəlif turizm məhsullarının təklifi turistlərin ölkədə keçirdikləri turgünlərin sayına da əhəmiyyətli təsir edə bilər. Bu da son nəticədə, turizmin regionun iqtisadiyyatına verdiyi faydanı artırılmasına kömək edə bilər.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

İspaniya turizm bazarında fəaliyyət göstərən Paradores şəbəkə otelləri çox fərqli dizayn və idarəetmə modelinə malik yerləşdirmə məkanıdır. Bu otellərin-paradorların əksəriyyəti tarixi əhəmiyyət daşıyan binalarda — qəsir, qala və köhnə saraylarda yerləşir. Paradores konsepsiyası turistləri cəlb etmək üçün effektiv bir motiv olmaqdan əlavə, milli irsin, mirasın qorunması üçün vəsaitlərin yığılmasını daha qabarıq şəkildə əks etdirən bir vasitə kimi qəbul edilir. Bütün proses dövlət nəzarəti altında həyata keçirilir. Bu şəbəkəyə daxil olan bəzi otellərdə muzey, sərgi və qalereyalar fəaliyyət göstərir. Bəzilərində hətta turistlərə rəngli keramikadan əşyaların hazırlanması və ya kitab cildlənməsi üzrə master-klasslar keçirilir.-Azərbaycanda da bu otelin bəzi konsepsiyalarından istifadə edilə bilər. Ölkəmizdə buna bənzər mehmanxana şəbəkəsi yaradıla bilər və ya otellərdə xalça toxuculuğu, duluşçuluq, həsir toxuma, misgərlik üzrə master-klasslar təşkil olunması mümkündür. Eyni zamanda, otellərdə bu sənət növlərinin daha çox tərəqqi etdiyi rayonlara təşkil edilən ekskursiyalar haqqında turistlərə ətraflı məlumat çatdırıla bilər. Bu baxımdan Şəki, Masallı, İsmayılı, Göygöl və Qubaya müxtəlif sənətkarlıq ənənələrini özündə ehtiva edən mədəni turizm marşrutları hazırlamaq olar [2, s. 7].

Nəticə olaraq qeyd etmək olar ki, Azərbaycanın malik olduğu turizm ehtiyatlarına əsasən İspaniyadakı kimi modellərin formalaşdırılması, turizmin bazar infrastrukturunun təkmilləşdirilməsi və bütün bunların sistemli şəkildə reallaşdırılması ilə ölkəmizdə turizm sənayesinin və turizm bazarının daha da inkişaf etdirilməsinə nail olmaq olar.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi . “Azərbaycanda turizm” / Statistik məcmuə / Bakı, 2018, s. 136
2. Azərbaycanın sənətkarlıq paytaxtları: (Şəki, İsmayılı, Quba, Göygöl, Abşeron) tövsiyə bibliografiyası /tərt. ed. N.Tahirova; F.Köçərli adına Respublika Uşaq Kitabxanası. Bakı, 2017. s. 30
3. Əsgərov Ə. T., Bilalov B. Ə, Gülaliev Ç. G. Ekoloji turizm (Dərs vəsaiti). Bakı: Adiloğlu, 2011, s. 276
4. Aydın O., AB'de Kırsal Turizmde İlk 5 Ülke ve Türkiye'de Kırsal Turizm. // “KMÜ Sosial və Ekonomik Araştırmalar Dergisi” 14 (23): Karaman, 2012, s. 39-46
5. TÜROB Fuar Sonuç Raporu. 2018 FİTUR. Madrid turizm fuarı. s. 12
6. Морозов М. А., Морозова Н. С., Карпова Г. А., Хорева Л. В. Экономика туризма (учебник). Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014, с. 320
7. World Economic Forum. The Travel & Tourism Competitiveness Report. Geneva.2017, p. 387
8. World travel and tourism council: TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT AZERBAIJAN 2018. London, 2018, p. 24
9. [http://imserso.es/imserso\\_06/el\\_imserso/informes\\_anuales/informe2017/index.htm](http://imserso.es/imserso_06/el_imserso/informes_anuales/informe2017/index.htm)(13.02.2019)
10. <http://act.gencat.cat/act-about-us/act-about-the-catalan-tourist-board/?lang=en> (18.02.2019)
11. <http://www.agroturismosnavarra.com/en/activities/tend-the-vegetable-and-flower-gardens/> (13.02.2019)

## TURİZMİN ELMİ-KULTUROLOJİ MAHİYYƏTİ VƏ İNKİŞAFI

magistrant Emin HƏSƏNLİ

i.ü.f.d. B.QILINCOV

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *The Tourism Development Program is developed on the basis of a comprehensive approach in all countries. More precisely, this type of program is intended for national, regional and international factors. This way the program can be used both locally and internationally. On the other hand, the activity of international tourism companies is also aimed at improving the living standards of the local population. New jobs are created for people, and many new creative products are created.*

**Keywords:** *Tourism Development Program, national, regional and international factors, locally and internationally, the activity of international tourism companies, local population, creative products.*

Turizm əsasən sosial-iqtisadi sahə kimi XIX əsrin ortalarından inkişaf etməyə başlamışdır. Bu dövrə qədər isə turizm fərdi gəzinti və səyahət xarakteri daşımış, qeydiyyatda düşmədən müxtəlif əraziləri, ölkələri gəzən adamlara «turist» demişlər. 1954-cü ildə Birləşmiş Millətlər Təşkilatının

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

yığıncağında «Turizm» sözü müzakirə olunmuş, onun beynəlxalq mahiyyəti, kulturoloji və sosial-iqtisadi əhəmiyyəti müəyyənləşdirilmişdir. Yəni BMT-nin 1963-cü ildə keçirilən Roma konfransında isə «turist» anlayışına konkret tərif vermək cəhdi edilmişdir. Sözsüz ki, bu konfransda turizmə konkret tərif verə bilməmişlər. Lakin hal-hazırda turizm bütün dünya miqyasında sosial-iqtisadi və kulturoloji sahə kimi inkişaf etdiyinə görə onun haqqında müxtəlif elmi ədəbiyyatlar meydana gəlmişdir. Bu istiqamətdə Azərbaycan alimlərinin də müəyyən nailiyyətləri vardır. Bunlardan S.T. Yeqanlı, E.M. Hacıyev, C.A.Məmmədovun B.Ə.Bilalovun və başqalarının adlarını xüsusi olaraq qeyd etmək olar.

Turizmin inkişaf proqramı bütün ölkələrdə kompleks yanaşma prinsipləri əsasında hazırlanır. Daha doğrusu bu tipli proqramda milli, regional və beynəlxalq amillər nəzərdə tutulur. Proqramın bu şəkildə hazırlanması həm yerli, həm də beynəlxalq amillərdən istifadə etmək imkanı yaradır. Digər tərəfdən beynəlxalq turizm şirkətlərinin fəaliyyəti də yerli əhalinin yaşayış səviyyəsinin yaxşılaşdırılmasına istiqamətləndirilir. İnsanlara yeni iş yerləri yaradılır, eyni zamanda onların bir çox yaradıcılıq məhsullarının yeni satış bazarı açılır. Belə ki, əksər turistlər, səfər etdiyi ölkələrin milli adət və ənənələri, xalq yaradıcılığı nümunələri ilə çox maraqlanırlar. Həmçinin, beynəlxalq turizm insanlar arasında nəinki mədəni, siyasi, iqtisadi əlaqələr yaradır, həmçinin, dostluq və qardaşlıq münasibələrinin möhkəmlənməsinə də müsbət təsir göstərir. Bu sahədə beynəlmiləl əlamətlər milli elementlərlə zənginləşir. Sözsüz ki, bu zənginləşmə beynəlxalq mühiti daha da sabitləşdirir və turizmin azad inkişafına mane olan regional amilləri aradan qaldırır.

Ümumiyyətlə, turizmin inkişafı aşağıdakı istiqamətlərdə sosial, iqtisadi və texnoloji əhəmiyyət kəsb edir:

- ✓ Turizmin təşkili əsasında yeni iş yerləri açılır və müəssisələr yaranır.
- ✓ Yerli əhalinin əlavə gəlir və qazanc əldə etmək imkanları meydana gəlir.
- ✓ Yerli mallara daha çox istehsal tələbatı yaranır. Yeni bazar açılır.
- ✓ Ölkədə turizmin inkişafının yeni infrastrukturunu formalaşdırır. Həmçinin, bütün xidmət obyektləri, kommunal sahələr modernləşdirilir.
- ✓ Turizmin inkişafı ilə əlaqədar olan yeni ixtisaslar və texnologiyalar meydana gəlir.
- ✓ Ətraf mühitin qorunmasının əhəmiyyəti daha düzgün dərk olunur və bu istiqamətdə cəmiyyət tərəfindən əsaslı işlər görülür.
- ✓ Torpağa münasibət yaxşı mənada köklü şəkildə dəyişir, ona qayğı artır.
- ✓ Dövlət səviyyəsində səhiyyə xidməti də yeni keyfiyyət zəminində inkişaf etdirilir və dünya standartlarına uyğunlaşdırılır. Beləliklə də, cəmiyyətin həyatında əsaslı inkişaf baş verir.

Turizmin inkişafına diqqət yetirərkən belə bir sual da meydana çıxır. Turizm ətraf mühitə zərər yetirə bilirmi? Əslində elmi əsaslarla, konkret proqramlarla həyata keçirilən turizm heç vaxt ətraf mühitə zərər gətirə bilməz. Bu şərtlə ki, yerli resurslar turizm səfərlərində iştirak edən insanların da tələbatlarına uyğunlaşdırılsın. Onların axını yerli insanlar üçün problemlər yaratmasın. Yəni turizmin təşkili ilə bağlı olan bütün problemlər vaxtında öz həllini tapa bilsin. Bunun üçün hər bir ölkədə kifayət qədər görüləsi işlər vardır. Bu görüləsi işlər turizmin inkişafının aşağıdakı amillərindən ibarətdir:

- Görməli yerlərin abadlaşdırılması və istirahətin təşkilinin müasir tələbatla uyğun olan formaları;
- Turistlərin qidalanması üçün yerlərin yaradılması, onlara yüksək xidmət infrastrukturunun təşkili;
- Nəqliyyat vasitələrinin xidmət tələblərinə uyğunlaşdırılması. Bu vasitələrdən istifadə edərkən texniki təhlükəsizliyə əməl edilməsi;
- Yerli baza infrastrukturalarının turistlərin tələbatına uyğunlaşdırılması. Su, elektrik, qaz təchizatının, kanalizasiyaların, telekommunikasiya sisteminin lazımı səviyyədə olması;
- Təbiət qoynuna gəzintilər zamanı tullantılarla ətraf mühitin çirklənməsinin qarşısının alınması;
- Səfərlər zamanı görməli yerlər haqqında informasiya xidmətinin təşkili;
- Turistlərin təhlükəsizlik xidmətinin təşkili.

Tələb olunan bu inkişaf amillərinin düzgün yerinə yetirilməsi xidmətin konkret standartlara uyğunlaşdırılmasından çox 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.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Azərbaycan müstəqillik əldə etdikdən sonra ölkədə ictimai quruluş dəyişmiş, bazar iqtisadiyyatı şəraitinə uyğun olaraq turizmin təşkilində də azad fəaliyyət prinsipləri xüsusi yer tutmağa başlamışdır. Belə ki, indi ayrı-ayrı şəxslər tərəfindən xüsusi xidmət obyektləri və müəssisələri yaradılır. Ölkədə bir-birindən asılı olmayan dövlət və qeyri- dövlət turizm assosiasiyaları fəaliyyət göstərir. Lakin onların fəaliyyətləri xüsusi müqavilələr əsasında əlaqələndirilir, beynəlxalq turizmin tələblərinə uyğunlaşdırılır. Məsələn, turizm ilə məşğul olan dövlət assosiasiyaları turizm sənayesi ilə məşğul olan sahibkarlarla iş birliyi qurur. Bu iş birliyi əsasında hər iki təşkilat bəhrələnir və eyni zamanda yerli əhalinin yaşayış səviyyəsinin yüksəlməsinə təsir göstərən iqtisadi nailiyyətlər əldə edir. Belə ki, turizm sənayesinin istehsal etdiyi məhsulların satışından əldə olunan gəlirlər hesabına həm burada işləyən insanların vəziyyəti yaxşılaşır, həm də bəzi sosial narazılıqlar aradan qalxır.

Qeyd etmək lazımdır ki, turizm marşrutuna daxil edilən rayonların iqtisadi-mədəni səviyyəsi turizmin təşkilinin müasir tələblərinə uyğun gəlməlidir. İlk növbədə həmin rayonlarda turizmin inkişafına imkan yaradan yerli resurslar olmalıdır. Əgər hər hansı bir rayonun iqtisadi bazası zəifdirsə və bu rayonlarda turistlərin rahatlığına təminat yarada biləcək infrastrukturular yoxdursa həmin rayonun turizm marşrutuna daxil edilməsi vacib deyil. Yeni rayon ərazisində turistlərin gəzintiləri təşkil olunan nəqliyyat yolları bərhad vəziyyətdədirsə və əgər burada gecələməyə bütün kommunal şəraiti olan otellər yoxdursa, belə rayonun turizm marşrutuna daxil edilməsi həm problemlər yaradar, həm də turizmi təşkil edən təşkilatın imicini heçə endirir. Buna görə də turizmin təşkili kompleks xarakter daşımalı, onun problemləri konkret layihələr əsasında aradan qaldırılmalı, eyni zamanda turizmin təşkilinə dövlət əhəmiyyətli iş kimi yanaşılmalıdır. Məhz turizmi təşkil edən ölkənin təşkilatçılığı sayəsində bütün ərazilərdə abadlıq işləri aparılmalı, ayrı-ayrı bölgələrin turistləri qəbul etmək hazırlığı artırılmalıdır. Ölkənin hər yerində abadlıq işlərinə yerli icra orqanlarının qayğı göstərməsi turizmin inkişafına müsbət təsir edir, burada yaşayan insanların iqtisadi imkanlarını artırır, həm də əksər rayonların işıq, qaz, su, yol və s. problemlərini həll edir. Eyni zamanda turizmin inkişafı dövlət büdcəsinə də xeyli miqdarda gəlir gətirir. Digər tərəfdən ölkənin ekoloji problemləri həll olunur. Aparılan abadlıq işləri ətraf mühitin zərərli tullantılardan təmizlənməsinə və yaşıllıqların artırılmasına da səbəb olur.

Bir şeyi nəzərə almaq lazımdır ki, dünya miqyasında turizm inkişaf etdikcə onun ekologiya və iqtisadiyyatla vəhdət təşkil etməsi qabarıq şəkildə nəzərə çarpır. Bu üç sahə daima bir-birini tamamlayır, onları bir-birindən ayrı təsəvvür etmək mümkün deyildir, hətta bu sahələrdən birinin zəifləməsi digər sahənin də vəziyyətinə təsir edir. Məsələn, iqtisadi inkişafda baş verən geriliklər ekoloji tarazlaşdırmaya və turizmin inkişafına da mənfi təsir göstərir.

Turizmin təşkilinin kompleks şəkildə planlaşdırılması bu sahənin idarə olunmasının əsas komponentlərindən biridir. İdarəetmə prosesində təşkil olduğu yerin ətraf mühiti və sosial-mədəni xüsusiyyətləri nəzərə alınır. Onu da nəzərə almaq lazımdır ki, qorunan bu amillər - yəni ərazinin ətraf mühiti və sosial-mədəni vəziyyəti turistləri özünə cəlb edən ən başlıca amillərdir. Belə ki cazibədar mənzərə, zəngin memarlıq abidələri, təmiz hava, çaylar və göllər, əyləncəli yerlər və başqa diqqəti cəlb edən təbiicoğrafi mühit turizmin təşkilinin imkanlarını reallaşdırır. Belə göstəricilərə malik olan ərazilərdə turizm işinin təşkilinə daha az vəsait sərf etməklə çox qazanc əldə etmək mümkündür. Bu şərtlə ki, turistlərin rahatlığına yaradılan kommunal şərait onları qane etsin. Çünki təkcə gözəl, cazibəli təbiicoğrafi görkəmlə turistləri qane etmək qeyri mümkündür.

Turist müəyyən planlaşdırılmış əraziyə təkcə seyr,tamaşa, yaxud boş vaxtını əyləncələrlə keçirmək üçün gəlmir. Hər bir turist öz fərdi maraqlarından asılı olaraq gəzdiyi yerlərin tarixini, mədəniyyətini, milli xüsusiyyətlərini, adət və ənənələrini və s. yerli maraqlı cəhətləri öyrənməyə can atır. Bu cəhd onun dünyagörüşünü, mənəviyyatını, estetik duyumunu zənginləşdirir. O, uzun müddət gəzdiyi yerlərin yadda qalan təəssüratlarından həzz almaq istəyir. Məhz, təşkilatçı, turizm işini təşkil edərkən və onu planlaşdırarkən bu vacib amilləri nəzərdən qaçırmamalıdır. Belə ki, bu amillər birbaşa turistin mənəvi tələbləri ilə bağlıdır. Onun mənəvi tələblərini öyrənib təmin etmək isə turizm təşkilatçısının borcudur. Bu məqsədlə turizm təşkilatçısı ətrafda mövcud olan flora və faunanı, arxeoloji qazıntılar zamanı əldə olunmuş tarix və mədəniyyət nümunələrini, qədim tarixə və orijinal görkəmə malik olan memarlıq abidələrini dərindən öyrənməlidir. Onlar əsasında ekskursiya mətnləri hazırlamalıdır. Bundan başqa yerli əhalinin etnoqrafiyası, folkloru, adət və ənənələri haqqında məlumatlar toplamalıdır. Təbii ki, hər bir ərazinin və bölgənin özünəməxsus rəqsləri, milli geyimləri, xalq sənəti nümunələri, folkloru vardır. Nəzərə almaq lazımdır ki, bu иньясянтя sahələri də turisti təbiətin gözəlliklərindən az maraqlandırmır.



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Turistlərin xalqın mədəni irsinə olan marağı tarix və mədəniyyət abidələrinin qorunub mühafizə olunmasını daha da reallaşdırır. Turizm mərkəzləri tarix və mədəniyyət abidələrinin əhəmiyyətini, həm də kommersiya maraqlarına uyğun olaraq qiymətləndirməyə və onların mühafizə olunması imkanlarını genişləndirməyə məhkumdurlar. Məsələn, möhtəşəm qalaların, məbədlərin, körpülərin dağıdılıb məhv edilməsi ərazinin mədəni əhəmiyyətini itirər, turistlərin maraq dairələrini nəzərə cərpacaq dərəcədə məhdudlaşdırma bilər. Bunun da nəticəsində turizm təşkilatçılarının iqtisadi maraqlarına kifayət qədər ziyan dəyər və onlar özlərinin fəaliyyətlərini dayandırməğa məcbur olurlar.

Əsaslı inkişaf modeli olan turizmin konkret məqsədləri olmalıdır. Bütün turizm təşkilatçıları da həmin məqsədlər uğrunda fəaliyyət göstərməlidirlər. Turizmin inkişaf modeli aşağıdakı məqsədlər istiqamətində qurulmalıdır:

- Əhalinin yaşayış səviyyəsini yüksəldə biləcək variantlar düşünəlməli, bu variantlar tez bir zamanda insanların iqtisadi və mədəni səviyyəsinin yaxşılaşmasına müsbət təsir göstərməlidir;
- Turist marşrutları kənarından gələnəri razı salmalı, onların zövqünün və dünyagörüşlərinin inkişafına müsbət təsir etməlidir;
- Ətraf mühit nəinki qorunmalı, eyni zamanda gözəlləşdirilməlidir. Yollar abadlaşdırılmalı, otellərdə turistlər üçün bütün rahatlıqlar yaradılmalıdır;
- Ardıcıl olaraq turizmin təbii, mədəni və sosial sahələrə təsir vasitələri öyrənilməli, onlar iş prosesinə tətbiq edilməlidir. Bu vəzifənin həyata keçirilməsi prosesində beynəlxalq turizm təcrübəsindən də istifadə olunmalıdır;
- Yerli sektorlarla iş birliyi yaradılmalı, onların fəaliyyəti ilə turizm təşkilatlarının fəaliyyəti iqtisadi maraqlar kontekstində əlaqələndirilməlidir. Bu qarşılıqlı iş prosesi hər iki tərəfin maraqlarına cavab verməlidir.

Turizmin təşkili prosesində bir çox yerli sektorlar külli miqdarda gəlir əldə edirlər. Bu yerli sektorların siyahısına mehmanxanaları, kiçik şəxsi otelləri, müxtəlif ictimai iaşə mərkəzlərini, nəqliyyat vasitələrini, xalq yaradıcılıq müəssisələrini, ekskursiya-informasiya mərkəzlərini və s. aid etmək olar.

Deməli, turizm mahiyyət etibarilə ayrı-ayrı strukturların fəaliyyəti əsasında ölkəyə valyuta axınına imkan yaradır və eyni zamanda yerli məhsulların istehsalına kapital qoyuluşunu təmin edir. Bu prosesin həyata keçirilməsində idarəetmənin konkret vəzifələrindən istifadə olunur. Buna görə də turizmin təşkilatçısı ilk növbədə idarəetmənin təşkilatı quruluşunu bilməli, bu sahəyə aid ədəbiyyatlar oxumalı, turizm sahəsi üzrə ixtisaslaşmanın optimal tələblərini yerinə yetirməlidir.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. B.Ə.Bilalov, Ç.G.Gülaliev – “Turizmin əsasları”. Bakı – 2015
2. <https://www.arxiv.mtk.az>
3. S.T.Yeganlı, E.T.Hacıyev. “Turizm”, Bakı – 2006
4. A.Mustafayev. “Azərbaycanın maddi mədəniyyəti”. Şərq-Qərb
5. Məsim Abadov. “Azərbaycan turizmi və onun inkişaf problemləri”. Bakı – 2014
6. B.Ə.Bilalov. “Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi”

## MÜASİR İPƏK YOLUNUN TURİZM İMKANLARI

**magistrant Könül HƏŞİMOVA**  
**c.ü.f.d, dosent Məmməd SADIQOV**  
*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *The transport element considered to be a part of the tourism sector will make a significant contribution to Azerbaijan's tourism through the Europe-Caucasus-Asia international transport corridor. The article notes that modern Silk Road countries are realizing the opportunities of the joint Silk Road pilot tourism project to develop tourism. Travel agencies and tour operators are crucial in terms of tourism revival in these regions. This article explores the opportunities created by the modern Silk Road program in tourism and the cultural heritage of the world. The article analyzes*

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

*tourism promotion projects and achievements in the modern Silk Road countries within the framework of UNWTO and UNESCO cooperation. The results of the "Silk Road Initiative" program's impact on intercultural dialogue are shown. Intercultural dialogue and cooperation among nations have been defined in tourism.*

**Key words:** TRACECA, integration, tour package, transit junction, cultural tourism

Təxminən iki min illik tarixi keçmişə malik İpək Yolu yollar şəbəkəsi qiymətli mal və məhsulların, xüsusilə, şərq ölkələri tərəfindən istehsal olunan qərbin ehtiyaclarına cavab verən ipək məhsullarının bazarını yaratmaq üçün tarix boyunca davamlı inkişaf göstərib. İki min illik geniş qədim tarixinə rəğmən, İpək Yolunun anlayış olaraq istifadəsi ilk dəfə XVIII əsrin II yarısında almaniyalı alim Ferdinad Von Richthofen tərəfindən 1877-ci ildə istifadə edilib [3s.441].

Turizmi inkişaf etdirən nəqliyyat əsrlər boyu mədəni, siyasi, sosial mənada əlaqələrin saxlandığı ən əsas ünsürlərdən olmuşdur. İpək Yolu avtomobil yolu, dəmiryolu, dəniz yolları ilə sıx-sıx kəsişmiş və ətrafa inteqrasiya etmişdir. Əsrlər boyu varlığını saxlayan İpək Yolu işğalçılar, tacirlər, missionerlər, coğrafiyaçılar və son zamanlarda isə turistlər tərəfindən səyahət və kəşf olunur. Dünyada dəyişən hər şey kimi İpək Yolu da tarix boyu dəyişməyə məruz qalmışdır və bu gün müasir İpək Yolu proqramına dünya ölkələrinin göstərdiyi maraq da gündən-günə artmaqda davam edir.

Müasir zamanda İpək Yolu layihəsi təkrar gündəmədir və YUNESKO ilə başlayan maraq BMÜTT ilə artmaqda davam edir. Hər iki qurumun bu mövzuda qarşılıqlı əlaqədə olan ortaq İpək Yolu layihələri var. İpək Yolu Asiyanı Avropaya bağlayan ticarət yolu olmaqdan əlavə, bölgədə yaşayan dinlərin, irqlərin, mədəniyyətin də izlərini daşıyır və inanılmaz tarixi və mədəni zənginlik təqdim edir.

İpək Yolu sülh istiqamətli missiyaların həyata keçirilməsində əsas vasitədir. Şərqlə-Qərbi əlaqələndirən İpək yolunun əhəmiyyəti yalnız beynəlxalq ticarətlə məhdudlaşmır, o eyni zamanda müxtəlif xalqların mədəni münasibətlərinin inkişafında, siyasi diplomatik əlaqələrin qurulmasında, insanların regionlararası səyahət etmək istəklərinin yaranmasında əsas rol oynayır. H.Əliyevin dediyi kimi: "Tarixi İpək Yolu keçmişdən başlasa da gələcəyə gedən yoldur. O yeni müstəqil dövlətlərin istiqbalının və suverenliyinin möhkəmlənməsinə, müxtəlif xalqların yaxınlaşmasına və qarşılıqlı şəkildə zənginləşməsinə təkan verəcək. Sülhün, regionda sabitliyin, təhlükəsizliyin təmin olunmasına xidmət edəcək" [2, s.2].

İpək Yolu iştirakçı ölkələr arasında yalnız əmtəə mübadiləsinə təşviq etmirdi, o, eyni zamanda mədəni mübadiləni də təşviq edirdi. Məsələn, qədim Hindistanda Kuşan imperiyasının dini olan buddizm, rahiblərin tacir karvanları ilə səyahətində Çin mədəniyyətinə nüfuz etmişdi. Tarixi yolun bərpası ilə əlaqədar nəqliyyat yollarının Azərbaycandan da keçməsi, türk dünyası ölkələrinin dərin mədəni-etnik və dini-humanitar əlaqələrini bir-birinə sıx bağlamışdır. Eyni zamanda, turizmi inkişaf etdirən amillərdəndir. Günümüzdə İpək Yolu üzərində yerləşən proqram ölkələri, nəqliyyat dəhlizi çərçivəsində əməkdaşlıq şərtləri ilə səyahəti stimullaşdırırlar.

Beynəlxalq turizm və ya daxili turizm nəqliyyatında istifadə olunan marşrutların yaratdığı müəyyən sərhədlər zamanla qəlibləşərək turizm dəhlizi halına gəlir. Turizmdə nəqliyyat dəhlizləri müəyyən bir sərhəd daxilində bir neçə bölgəni, regionu əhatə edərək, turizmdə ümumiləşmə məqsədinə uyğun olaraq, milyonlarla turisti kilometrərlə məsafədə səyahət etdirir. Bəzi nəqliyyat dəhlizləri hətta tematik dəhliz kimi də turistlərin diqqətini cərkərək fəaliyyət göstərir. Azərbaycanda da müasir yeni "İpək Yolu" marşrutunun inkişaf etdirilməsi üçün xarici ölkələrin sınaqdan keçmiş turizmdə nəqliyyat dəhlizləri strategiyasından istifadə olunmalı, TRASEKA-nın iştirakçı ölkələri ilə əməkdaşlıq saxlanılmalı, turizmdə bir sıra güzəştli siyasətin aparılması əsas şərtidir. Ümumiyyətlə, turizm nəqliyyatında ən məşhur konsepsiya tematik turist marşrutlarıdır. Bu marşrutlar mənzərəli yol boyu ziyarətçiləri turist xidmətlərindən yararlandıraraq bir turizm destinasiyasına çatdıran yoldur. Nəqliyyat dəhlizlərində turist marşrutlarının təyin olunması turist axınlarını müəyyən istiqamət üzrə yönləndirir.

Ümumiyyətlə, keçmiş sovet ölkələrinin müstəqiliyi turizmdə "Mədəni Marşrut"-lara maraq yaratmışdır və turizmdə mədəni məqsədlər üçün yeni imkanlara qapı açır. Turizmdə mədəni marşrutlar turistlərin interaktiv fəaliyyəti və coğrafi, mədəni aspektlərin qarşılıqlı təsiri vasitəsilə yaranır. Turistlər mədəni irslə daha dərin əlaqəyə malik olduqlarına inanırlar. Buna görə də bəzi turistlər mədəni marşrutları epik səyahətlər haqqında şəhadətnamə adlandırırlar və bu gün sülh mədəniyyətini təşviq etmək üçün onlardan istifadə olunur.

TRASEKA layihəsinin gerçəkləşdirilməsindəki tədbirlər nəinki elmi-mədəni dəyərin mübadiləsinə, müxtəlif mədəniyyətlərin bir-birinə yaxınlaşmasına səbəb olur. Bilindiyi kimi, turizmin türk dünyasında

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

kütləvi hal almasına, nəticədə isə iştirakçı ölkələrin büdcələrinin zəngin olmasına təsir göstərir. Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, TRASEKA nəinki mədəniyyətlərarası dialoqun təşəkkülünə, eyni zamanda iştirakçı ölkələrin humanitar prinsiplərinin gerçəkləşdirilməsindəki xidmətlərdə də öz əhəmiyyətini biruzə verir. TRASEKA layihəsinə üzv olmuş ölkələrlə mədəni, humanitar əlaqələrin geniş ölçüdə olması, təbii ki, öz növbəsində bu ölkə xalqlarının qarşılıqlı yaxınlaşmasına səbəb olur. Regionun münaqişə ocaqlarında turizmin inkişafı üçün sabitliyin yaranmasında da layihənin rolu əvəzənilməzdir.

TRASEKA layihəsinin yaranması ilə bu yolun əhatə etdiyi ərazilərdə turizmin inkişaf imkanları olan yerli, milli dəyərlərin, bir-birinə oxşarlığı və tanışlığı regionda sülh-sabitlik əlaqəsinin əsaslı surətdə yüksəlməsinə təkan verib. Müasir nəqliyyat dəhlizi olan TRASEKA Asiyanın quraq çöllərindən Aralıq dənizinə qədər geniş məsafədəki ölkələrdə yalnız ticarəti deyil, həmçinin eyni zamanda, turizmi də regionda kütləviləşdirən layihə olmuşdur. Yüksək təbii sərvətlərlə zəngin potensialı olan Qafqaz və Xəzər ölkələri bu layihə ilə ümümdünyə təsərrüfat sistemində aktiv qoşulmaqla sosial-iqtisadi tərəqqidə yeni imkanlar əldə edirlər.

Azərbaycan üçün layihəyə nəzər saldıqda yaxın zamanlarda Azərbaycanın ciddi bir turizm mərkəzi olmağa başladığını görürük. Azərbaycan dünyadakı əhəmiyyətli turizm destinasiyalarından biri kimi qəbul olunmaq üçün nəqliyyat dəhlizləri sahəsində böyük sərmayələr qoydu. TRASEKA layihəsi geniş coğrafiyada türk dünyasının bütün tərəfləri üçün birləşməyə gedən yolda xüsusilə, mədəni turizmi təkmilləşdirəcək vacib bir vasitə olacaqdır. Dolayısı ilə desək, türk dünyası coğrafiyası Çindən Qərbə uzanan tarixi İpək Yolu ilə üst-üstə düşür və son zamanlarda İpək Yolu turizm markası olaraq ön plana çıxır. Türk dünyasındakı turizm fəaliyyətləri eyni zamanda İpək Yolundakı turizm fəaliyyətləri olaraq da qiymətləndirilə bilər. Məsələn, “National geographic” İpək yolu sənədli filmi hazırlayır və İpək Yolunun başlanğıc nöqtəsində uyğur türklərinin məscidlərini, bayramlarını mədəniyyət ünsürü olaraq təqdim edir [4,s.2]. Bənzər şəkildə fərqli illərdə hazırlanan İpək Yolu sənədli filmləri bütün dünyaya səs gətirən türk dünyasının tanınma reklamını etmişdir.

Türk dünyasında İpək Yolu mədəni turizmin markasıdır. Bu yolun məntəqələrində elm, mistik inanclar dinlər yayılma fürsəti tapdılar. Ümumiyyətlə, tarixi yol boyu iqtisadiyyat canlandı, şəhərlər inşa edildi, mədəniyyətlər isə təkmilləşdi. Çin mədəniyyətində bir çox icad və kəşf buradan dünyaya yayılıb. Mərkəzi Asiyadan Şimala, Cənuba, Qərbə uzanan ticarət yolları da orta əsrlər boyu canlılıq qazanıb. Bu canlılıq əsnasında meydana gələn ticari və mədəni hərəkətlənmə bu ərazilərdə memarlığının abad edilməsinə yol açmışdır. Mərkəzi Asiya böyük bir mədəniyyət mərkəzi olmuşdur və dünyanın ən gözoxşayan memarlıq üslublu şəhərləri burada qurulmuşdur. İpək Yolunun bərpası ilə həm mədəni mirasın üzə çıxarılması, həm də buna bağlı olan turizmin hərəkətləndirilməsi üçün layihələr gündəmə gəlmişdir.

Beynəlxalq təşkilatlar, xüsusilə YUNESKO dialoq yolları proqramı əhatəsində 1987-ci ildə “Böyük İpək Yolu” proqramını başlatmışdır. Bu layihə əhatəsində elmi və mədəni nəşrlər çap etdirmişdir. BMÜTT isə 1993-cü ildə İndoneziyadakı ümümi iclasında mövzunu gündəmə alaraq İpək Yolu turizm anlayışını tanıdacaq uzun vədəli turizm proqramının həyata keçirilməsinə qərar verdi. İpək Yolunun simvolik şəhəri olan Səmərqənddə 1994-cü il “İpək Yolu Turizmi Səmərqənd Deklarasiyası” ilk addım olaraq imzalandı. 2000-ci ildə isə YUNESKO tərəfindən “Böyük İpək Yolu” yəni, “TRASEKA ili” elan olundu. 2002-ci il Özbəkistanın Buxara şəhərində “Buxara Deklarasiyası” ilə “İpək Yolu Turizm Ofisinin” Səmərqənddə qurulması qərara alındı [1,s.4].

Bu gün müasir İpək Yolunda dünyanın diqqətini çəkən möhtəşəm memarlıq əsərləri turizmin cazibəsini artırmaqdadır. Türk xalqları üçün xüsusi məna kəsb edən bir çox memarlıq şəhərləri YUNESKO tərəfdən qorunması labüd olan dünya mədəni miras siyahısına əlavə edilmişdir. Bu mədəni mirasın turizm məqsədli dəyərləndirilməsi üçün BMÜTT də “İpək Yolu Təşəbbüsü” adlı proqram başlatmışdır. Bu proqram əhatəsində çalışmalar davam etməkdə olub və 2010-cu ildən etibarən İpək Yolu turizmini bir marka halına gətirmək üçün fəaliyyət planı çıxarılmışdır. Türk dünyasının bir-birini tanımasına vəsilə olan çalışmalar növbəti illərin fəaliyyət planının da hazırlanmasına səbəb oldu.

Azərbaycan baxımından İpək Yolu mədəni mirası son dərəcə əhəmiyyətlidir. İpək Yolu mirası kimi məscidlər, divanxanalar, karvansaraylar Mərkəzi Asiyadan Aralıq dənizinə mədəni körpünün kimliyini daşıyır. Yenidən canlanmağa başlayan İpək Yolunun əsas marşrutu geniş ərazidə türk mədəniyyətinin coğrafiyası üzərindədir. Bu sahədə görüləcək hər cür layihələr Türk dünyasındakı yaxınlaşmanı artıracaqdır. Xüsusilə, İpək Yolu turizmi ilə atılacaq addımlar fərqli coğrafiyalarda

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

yaşayan türk birliklərinin bir-birini daha yaxından tanımasına vəsilə olacaqdır. Bu vəziyyət müxtəlif mədəniyyətlərin bənzərliyinin tanınması ilə birləşmənin və əməkdaşlığın gücləndirilməsində son dərəcə əhəmiyyətlidir.

Qərbin diqqətini xüsusilə çəkən İpək Yolu üzərində yer alan ölkələrin turist səyahətlərini planlayarkən bir turda bir neçə ölkəni səyahət etmə imkanlarının olmasıdır. Xarici turistə bir paketdə bir neçə ölkəni səyahət etmə imkanı təqdim olursa turistlər üçün cəlbedici paket, yeni İpək Yolu tur paketinin üstünlüyü olar. Yeni İpək Yolu ortaq tur paketi proqramını reallaşdırmaq qərarı Qazaxıstan, Türkiyə, Azərbaycan və Qırğızıstanı əhatə edir ki, bu proqram da turizm sahəsinin inkişafına müəyyən bir ölçüdə pay qatacağı düşünülməkdədir. YUNESKO tərəfindən dəstəklənən, Azərbaycanın da iştirak etdiyi İpək Yolu online platforması adlı proqram isə 2013-cü ildən etibarən həyata keçirilir. Həmin proqram sayəsində İpək Yolu üzərindəki əsas dövlətlər tarixi və mədəni miraslarını virtual aləmdə turistlərə öncədən nümayiş etdirirlər. Tarixi dəhlizin bərpası ilə YUNESKO tərəfindən dəstəklənən digər əhəmiyyətli layihələrdən biri “İpək Yolu Abidələrinin Ümümdünya İrs Siyahısında Nominasiyası” adı ilə hallanır [6]. Azərbaycanda Qobustan qayaüstü təsvirlərinin, İçərişəhər memarlıq kompleksinin bu siyahıda yer alması, zəngin maddi-mədəni irsi ilə turizmde nailiyyətlər əldə etməsinə səbəb olur.

2014-cü il Türkdilli Dövlətlərin Əməkdaşlıq Şurası Bodrum zirvə görüşündə Azərbaycan, Türkiyə, Qazaxıstan, Qırğızıstan rəhbərlərinin razılığı ilə “Müasir İpək Yolu” turizm paketi layihəsini reallaşdırmağı qərara aldılar. Dörd ölkə üzrə təşkil olunan turun müddətinin hələlik 14 gün davam etdirilməsi nəzərdə tutulur[7]. Bu layihə turizmde gəlir əldə etməkdən daha çox müasir İpək Yolu xəttinin təbliği funksiyasını daşıyır. Bu layihə çərçivəsində turizm iqtisadiyyatında əməkdaşlığın genişlənməsi düşünülür. İstanbuldan başlayan turlar Azərbaycan, Qırğızıstan səfərindən sonra Qazaxıstanda yekunlaşır. Müasir İpək Yolu turizm paketi layihəsi Naftalan, Gəncə, Şəki, Qəbələ, Bakı şəhərlərini əhatələməklə, turizm imkanlarını, mədəniyyəti tanıtmaqla turistlər üçün maraqlı məkan obrazı yaradır.

İpək Yolunun dünya sivilizasiyalarının inkişafında apardığı rolun əhəmiyyətini nəzərə alaraq YUNESKO bu bərdə hər il fərqli layihələr həyata keçirir. 2018-ci il bu təşkilat “İpək Yolu diyalog yolunun kompleks tətqiqi” adlı proqramının 30 illiyini qeyd etmişdi. Həmin proqram çərçivəsində İpək Yolu marşrut xətləri ilə ekspedisiya təşkil edilib Yaponiya, Çin, Monqolustan, Nepal, Özbəkistan, Azərbaycan, İran kimi dövlətlərdə tarixi yolun elmi mərkəzləri yaradılıb və şəhərlərin turizm destinasiyaları baxımından cəlbediciliyi ilə bağlı əsərlər nəşr etdirilib. Azərbaycan İpək Yolu ilə bağlı layihə və proqramlara aktiv qoşulmaq və potensialdan faydalanmaq üçün YUNESKO ilə əməkdaşlıq fəaliyyətini səmərəli şəkildə təşkil edir. Mütəmadi olaraq Azərbaycanda həyata keçirilən “İpək Yolu Beynəlxalq Musiqi Festivalı”, “İpək Yolu Sərgisi” turizm baxımından ölkənin regionda tanınması üçün üstünlükdür [8]. Onu da qeyd edək ki, hər il “Böyük İpək Yolu” Beynəlxalq Gənclər İttifaqı Azərbaycanda fərqli dövlətlərdən olan gənclərin yaradıcılıq fəaliyyət forumlarını və səyahət seminarlarını bir-birləri ilə bölüşmələrinə və tanıtmaqlarına imkan yaradır.

Azərbaycan da daxil olmaqla 34 ölkənin qatıldığı 2010-2017-ci illəri əhatə edən BMÜTT-in İpək Yolu proqramı dövlət və özəl sektor arasında güclü tərəfdaşlıq quraraq, İpək Yolunu bir səyahət markası kimi genişləndirdi. Bu proqram sayəsində Turizmde birlikdə tətqiqat, birlikdə potensialın istifadəsi, tarixi marşrutlarda turizmi təbliğ etmək kimi ölkələr arasında müsbət nəticələrə nail olunub. TRASEKA beynəlxalq dəhlizi çərçivəsində BMÜTT-in dəstəklədiyi müasir İpək Yolu proqramına görə İpək Yolu beynəlxalq səviyyədə tanınan, birbaşa səyahət təcrübəsidir. Təşkilatın İpək Yolu layihəsi dövlətlərin birlikdə təşəbbüsü ilə İpək Yolu marşrutu əhatəsində turizmin davamlı inkişafını təmin etməkdədir. Həmçinin layihə Azərbaycanda turizm sektoruna sərvət qazandıran sərmayələrin artırılmasını dəstəkləyir və TRASEKA ölkələrini ümumi qazanc üçün qarşılıqlı əlaqədə birləşdirir. Nəticədə, Azərbaycanda İpək Yolu turizmde mədəni münasibətlərin inkişafına və ətraf mühitin yaxşı idarə olunmasına istiqamətləndirilərək, subregionda xalqlararası mədəni anlayışı və sülhü inkişaf etdirmək üçün vasitədir.

Hazırda Azərbaycanda turistlərə təklif olunan ən mükəmməl turizm xidmətləri antik İpək Yolu şəhərlərini araşdırmaq, İpək Yolunda YUNESKO-nun Dünya İrsini səyahət etmək, milli festivallara və hadisələrə qoşulmaq, incəsənət qalereyaları, muzeyləri ziyarət etməkdir. Bu gün Azərbaycanda BMT-nin Təhsil, Elm və Mədəniyyət Təşkilatı tərəfindən müəyyənləşdirilən İpək Yolu marşrutu və ya “Miras Dəhlizləri” iqtisadi mənfəət, fayda təklif etmək və turizmi inkişaf etdirmək yolu ilə mədəni mübadilə keçmək potensialına malikdir.

Azərbaycanda İpək Yolunun şəhərlərinin mədəni mirası turizm üçün inanılmaz imkanlar yaradır. Azərbaycan İpək Yolu proqramına 2010-cu ildə qoşulandan bəri, hədəflərini TRASEKA dəhlizi

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

çərçivəsində şəhər turizminin inkişafına, mədəni turizmə istiqamətləndirib [5]. Azərbaycan Ümumdünya Turizm Təşkilatı və YUNESKO-nun sıx əməkdaşlıqlı İpək Yolu layihələrində turizm potensialının istifadəsinin artırılması məqsədilə ciddi işlərə başlamışdır. İpək Yolu şəhərləri istiqamətində yerləşmiş maddi-mədəni irs, Bakıdan əlavə yeni turizm destinasiyalarının yaradılmasına imkan yaradır. Bu səbəblə, Azərbaycan turizmin uğurlu inkişafı naminə yol boyu investisiya imkanları və infrastrukturun təkmilləşdirilməsi istiqamətində davamlı inkişaf və ətraf mühitin qorunması siyasətini yerinə yetirir.

Ümumumiyətlə, bu gün Azərbaycanın sahib olduğu turizm potensialı müasir İpək Yolu proqramı əhatəsindəki nəqliyyat proqramları ilə uyğun hala gətirilərək, tarixi, mədəni bağlarımız olan türk dövlətlərinin yer aldığı yeni bazarlara istiqamətləndirilir. İpək Yolu keçdiyi marşrutlardakı destinasiyaların tanınmasında və bazara çıxarılmasında aktiv rol oynayacaqdır. Azərbaycanda turizmin inkişafı imkanları üçün şərqin və qərbin fərqli mədəniyyətlərinin harmonik birləşməsinə İpək Yolu turizm marşrutunda turistlərə düzgün təqdim etmək lazımdır.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Azərbaycan Respublikasında logistika və ticarətin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi 67 s.
2. Həmidov H. İpək Yolu və Azərbaycanın strateji maraqları. Bakı: Gənclik, 2007, 143 s.
3. Atasoy Fahri. Yüksələn İpək Yolu III cilt Ankara:2016, 1152 s.
4. Atasoy Fahri. Doga kultur tarix turizmin birlige katkısı. Ankara:2012, 7s.
5. UNWTO Silk Road action plan 2014 / 2015
6. <http://www.respublica-news.az/index.php/dig-r-x-b-rl-r/dig-r-x-b-rl-r/item/19475-azaerbaydzan-n-tarikhi-ipaek-yolu-taedzrubaesi-vae-perspektivlaeri>
7. <http://www.anl.az/down/meqale/medeniyyet/2017/may/540657.htm>
8. <http://www.silkroad-az.com/az/festival5/meqaleler>

## AZƏRBAYCANDA KURORT-REKREASIYA TURİZMİ ÜZRƏ SAHİBKARLIQ FƏALİYYƏTİNİN STİMULLAŞDIRILMASI İSTİQAMƏTLƏRİ

**BAGİROV Cəlil Arif oğlu**

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *Issues of entrepreneurship development are considered as one of the main directions of efficient use of investments in the tourism sphere. Thus, the successful organization of the activity, the situation of the market, the competitors' strategy without any comprehensive investigation or analysis does not give rise to the results. In this regard, issues such as studying the tourism potential, determining the tourist's taste or needs, taking into consideration market requirements in the organization of services, and conducting statistical analyzes are the necessary steps for the development of entrepreneurial activity in tourism. In other words, it is only possible to maintain sustainable and dynamic business success in any area, including tourism.*

**Key words:** *entrepreneurial activity in tourism, recreation tourism, entrepreneurial activity in resort and recreation tourism, balneology tourism, tourist-recreational tourism zones, stimulation of tourism entrepreneurship*

Asudə vaxtın səmərəli keçirilməsi üçün insanların bir yerdən başqa yerə ödənişli fəaliyyətlə məşğul olmamaq şərtilə səyahəti kimi nəzərdə tutulan turizm fəaliyyəti qloballaşan dünyanın əsas fenomeninə çevrilmişdir. Gərgin iş proseslərinin, stressli çalışma tərzinin insanların zaman-zaman səhhətlərində bərpaediciliyə ehtiyac duymasına gətirib çıxarır. Və əlbəttə ki, insanlar yaradılış etibarilə sosial varlıq hesab edildiklərinə görə həm istirahəti, həm əyləncəni, həm sağlamlığın bərpasının eyni vaxtda gerçəkləşdirilməsinə üstünlük verirlər. Bu nöqtəyi-nəzərdən, Azərbaycanın zəngin kurort-rekreasiya ehtiyatlarına malik olması ölkədə ixtisaslaşdırılmış turizm-rekreasiya zonalarının yaradılması üçün meyarların qəbul edilməsinə, özəl və dövlət əhəmiyyətli investisiya layihələrinin

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

işlənib hazırlanmasına istiqamətlənmiş iqtisadi mexanizmlərin stimullaşdırılmasına şərait yaradır. Rekreasiya əhəmiyyətli resursların tədqiqi, standartlaşdırılması, investisiya təşviqi sənədinə uyğun təsnifatlaşdırılması bu sahəyə həm xarici investisiyanın cəlb edilməsinə, həm də daxili investisiyanın cəlb olunmasına gətirib çıxaracaqdır. Azərbaycanda həm ənənəvi, həm də müasir müalicə imkanları mövcuddur. Ölkədə isti və mineral bulaqların sayı kifayət qədərdir və bunlardan İstisu, Turşsu, Badamlı, Qalaaltı, Şıxburnu, Suraxanı suları ən məşhur müalicəvi su mənbələrindəndir. Eləcə də Azərbaycanın ən mühüm kurort resurslarından biri Naftalan neftidir. Naftalan neftindən yel xəstəliyinin, damarlarda və hərəkət orqanlarında olan xəstəliklərin, həmçinin maddələr mübadiləsinin pozulması, dəri və ginekoloji xəstəliklərin müalicəsi zamanı istifadə olunur. Eyni zamanda, Naxçıvan Muxtar Respublikası unikal duz dağı ilə çox məşhurdur. Bu təbii resursların iqtisadi cəhətdən müasir standartlar gözlənilməklə turizm məhsulu kimi işlənib hazırlanmasına, sadəcə yerli deyil, eyni zamanda xarici turistlərin diqqətini cəlb edəcək strategiyaların hazırlanması və tətbiqinə böyük ehtiyac var. Beynəlxalq turizmdən əldə edilən valyutanın ölkədə digər turizm məhsullarının yaradılmasına yönləndirilməsi tələb və təklif nəzərə alınaraq planlaşdırılan investisiya təşviqini meydana çıxarır. Kurort-rekreasiya turizm növünün inkişafı istiqamətində dünya təcrübəsində böyük uğurlara imza atan ölkələrdən olan Türkiyəyə 2017-ci ilin statistik göstəricilərinə görə 470 minə yaxın insan sırf müalicə məqsədilə səfərlər edib. Xaricdən gələn turist sayının ölkə əhalisinin sayına nisbətində görə Gürcüstan daha irəlində görünür. 2017-ci ilin statistik nəticələrinə görə Gürcüstana yalnız xaricdən gələn turistlərin sayı 600 min nəfəri keçmişdir. Əlbəttə ki, ölkəmizdə də xaricdən gələn turistlərin sayında ciddi irəliləyişlər müşahidə olunmaqdadır. Azərbaycanın unikal turizm resursu kimi tanınan Naftalan nefti və bu tipli müalicə ocaqlarının investisiya layihələrində iştirakı və maliyyələşdirilməsi diqqət mərkəzində olmalıdır. [4]

Xəzər dənizi ölkənin turizm sektoruna təkan vermək potensialına malikdir. Bu istiqamətdə turistlər üçün cəlbediciliyi artırmaq məqsədilə çimərliklərə beynəlxalq təcrübədə olduğu kimi mavi bayraq nişanının verilməsi üzrə səylər genişləndirilərək, Xəzər dənizinin region daxilində ən çox üstünlük verilən yay turizm məkanına çevrilməsi ilə bağlı tədbirlər görülməkdədir. Buraya Xəzər dənizinin təmizlənməsi və yaxınlıqdakı obyektlər üçün tənzimlənən tullantı emalı qurğularının yaradılması daxildir. Bundan əlavə, həm də qonşu ölkələrə gedən turistlər üçün müvəqqəti dayanacaq məkanı kimi birgünlük və ya daha uzunmüddətli səfərlərlə Xəzər dənizində kruiz turlarının təşkilində Bakının mühüm rol oynaması qarşıya məqsəd kimi qoyulacaqdır. [2]

Azərbaycanın turizm-rekreasiya əhəmiyyətli zonalarından “Bakı-Abşeron turizm bölgəsi” Azərbaycan əhalisinin sıx məskunlaşdığı, plansız urbanizasiyalaşmanın müşahidə olunduğu, paytaxtın yerləşdiyi ərazidir, Xəzər sahili ərazilər çimərlik turizminin ixtisaslaşdığı zonadır. Bu ərazinin rekreasiya ehtiyatlarının işlənib hazırlanması ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair strateji yol xəritəsində də nəzərə alınmışdır. [1]

Turizm sferasında investisiyalardan səmərəli istifadənin başlıca istiqamətlərindən biri kimi sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi məsələləri nəzərdən keçirilir. Belə ki, fəaliyyət mühitini, bazarın durumunu, rəqiblərin strategiyasını maksimum əhatəli şəkildə tədqiq edilmədən, təhlil etmədən uğurlu fəaliyyətin təşkili nəticə vermir. Bu baxımdan da, turizm potensialının öyrənilməsi, turistin zövq və ya tələbatının müəyyənləşdirilməsi, xidmətlərin təşkilində bazarın tələblərinin nəzərə alınması, statistik təhlillərin aparılması kimi məsələlər turizm sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsi baxımından zəruri addımlardır. Başqa sözlə desək, yalnız bu halda istənilən sahədə, o cümlədən turizm sferasında sahibkarlıq fəaliyyətinin davamlı və dinamik uğurlarını təmin etmək mümkündür. [3]

Azərbaycan üçün əsas turizm bazarı imkanları kimi müəyyənləşdirilmiş olan 6 istiqamət:

- Azərbaycan (yerli turistlər üçün);
- Türkiyə, Gürcüstan, Rusiya, İran daxil olmaqla qonşu ölkələr;
- Səudiyyə Ərəbistanı, Bəhreyn, Küveyt, İraq, Oman, Qətər, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri də daxil olmaqla Fars körfəzi regionu ölkələri;
- Qazaxıstan, Ukrayna və Özbəkistan da daxil olmaqla MDB ölkələri;
- Kanada, Çin, Avropa İttifaqı, Hindistan, Yaponiya, Cənubi Koreya və Amerika

Birləşmiş Ştatları da daxil olmaqla kütləvi turizm ölkələri həm turizm məhsullarının müasir turizm bazarı standartlarına uyğunlaşmasını, həm də ölkəyə sərmayə yatırımı stimullaşdıran addımlardan biri kimi dəyərləndirmək olar. Azərbaycanın turizm sektoruna xaricdən tələbat daha çox Gürcüstan, İran, Türkiyə və Rusiya kimi qonşu ölkələrdəndir və bu ölkələrin də hər birindən

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Azərbaycana 2015-ci ildə 100 min nəfərdən çox turist axını olmuşdur. Coğrafi yaxınlıq, ümumi mədəni dəyərlər və Azərbaycan əsilli əhalisinin olması bu ölkələrdən yüksək turist axınına səbəb olan amillərdəndir. Eyni zamanda, bu göstərici Azərbaycana qohum ziyarətinə gələn etnik azərbaycanlıları da əhatə edir. Ümumiyyətlə, dörd region ölkəsindən olan turist səfərləri üzrə Azərbaycan, ən əsas turizm mərkəzlərindən biri olmaqla, Gürcüstan və Türkiyənin başlıca rəqiblərindəndir. Bununla belə, Gürcüstandan Türkiyəyə gedən turistlərin sayı Gürcüstandan Azərbaycana gələn turistlərin sayından üç dəfə, İrandan Türkiyəyə gedən turistlərin sayı isə İrandan Azərbaycana gələn turistlərin sayından 10 dəfə çoxdur. [4]

2013-2018-ci illər ərzində bəzi qonşu ölkələrdən Azərbaycana gələn xarici ölkə vətəndaşlarının sayında artım müşahidə edilmişdir. Belə ki, Türkiyədən gələn ziyarətçilərin sayında 8 faiz, Rusiyadan gələn ziyarətçilərin sayında 2 faiz və Gürcüstandan gələn ziyarətçilərin sayında 1 faiz illik sabit artım tempi müşahidə olunmuşdur. Bununla belə, həmin illər ərzində İrandan Azərbaycana gələn ziyarətçilərin illik sabit artım tempində 12 faiz azalma əlavə araşdırma mövzudur. Eynilə Türkiyə kimi, Azərbaycan da Gürcüstan, İran və Rusiya kimi ölkələrdən gələn turist sayı üzrə artım tempinin yüksəldilməsini hədəf kimi müəyyənləşdirərək, həmin ölkələrdən Azərbaycanın turizm sektorunda mühüm əhəmiyyət kəsb edən mədəni irs baxımından yaxın olan turistlərin cəlb edilməsində maraqlı ola bilər. Vizanın əldə edilməsinin asanlıq, güclü biznes və mədəni əlaqələri, Avropanın üçüncü ən böyük hava limanı olan İstanbul Atatürk Hava Limanı ilə Heydər Əliyev Beynəlxalq Hava Limanı arasında müntəzəm və nisbətən uyğun qiymətə uçuşların olmasına görə Azərbaycanda turizm sektorunun inkişafı nöqtəyi-nəzərindən Türkiyə də xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Eyni zamanda, Rusiyada iki milyon, İranda on milyonlarla, Gürcüstanda isə yarım milyondan çox etnik azərbaycanlının yaşadığını nəzərə aldıqda, gələcək illərdə qonşu ölkələrdən daha çox turist cəlb etmə potensialının olduğunu görmək mümkündür. [1]

Azərbaycanın məqsədyönlü brendinq tədbirlərinin həyata keçirilməsi, əlaqələrinin artırılması, infrastrukturunun yaxşılaşdırılması ilə bərabər, cəlbedici turizm məkanlarının müxtəlifliyinin və xidmət keyfiyyətinin artırılması ölkəni beynəlxalq turizm məqsədləri üçün cəlbedici turizm mərkəzinə çevirmək niyyətinin reallaşdırılmasına şərait yaradacaqdır. Bu yolla Azərbaycana dünyanın hər yerindən potensial turistlərin cəlb olunması təmin ediləcək və onlar üçün yaddaşlardan silinməyən unikal səyahət imkanları yaradılacaqdır. Xüsusilə, 2025-ci ildən sonrakı dövr üçün perspektivin tərkib hissəsini, Azərbaycanın dünya turizm sektorunda ən çox üstünlük verilən 20 turizm məkanından biri olmaq niyyəti təşkil edir. Bu məqsədlə əsas tələbatın olduğu şəhər və ölkələrdə, eləcə də məşhur onlayn platformalarda yüksəkəhdəfli və yaxşı tənzimlənən marketinq tədbirlərinə başlanacaqdır. Bu cür tədbirlər fərqli mövzulara həsr olunacaq və kifayət qədər məlumatlı olacaqdır. Bunlarla yanaşı, Avropa və Asiyanın qovuşma nöqtəsində yerləşən Azərbaycanın coğrafi potensialı onun dünyanın ən çox əlaqələrə malik ölkələrdən birinə çevrilməsinə şərait yarada bilər. Uzunmüddətli perspektivdə Azərbaycanın səyahətçilər üçün regional qovşağa ("hub") çevrilməsi məqsədlə logistik infrastrukturun bu üstünlüyündən istifadə ediləcəkdir. Belə ki, liberallaşdırılmış və rəqabətli aviasiya sektoru sayəsində 8 milyondan artıq sərnişini qəbul edə və yola sala biləcək təbii uçuş zonasına çevirmək hədəfi müəyyən edilmişdir. Bu, Heydər Əliyev Beynəlxalq Hava Limanı vasitəsilə sərnişin nəqliyyatının hazırkı səviyyəsini təxminən dörd qat artırmaqla Bakını həm işgüzar, həm də istirahət məqsədilə gələn turistlər üçün tranzit dayanacaq məntəqəsinə çevirəcəkdir. Azərbaycandan keçməklə səyahət edən sərnişinlərin sayındakı bu artım ölkəyə gələn turistlərin sayında da təbii artım effekti yaradacaqdır. Bu tendensiya həm də yerli biznesin qlobal şirkətlərə daha çox açıqlığını təmin etdiyi üçün Azərbaycanın gələcəkdə digər sektorlar üzrə də şəkəyə çevrilməsini dəstəkləyəcəkdir (məsələn, sağlamlıq və təhsil). [2]

Təbii gözəlliklər üçün ənənəvi turizm konsepsiyası, mədəni irs və yay istirahət guşələrindən əlavə, Azərbaycanın istirahət və idman turizmi sahəsində də tanınması üçün əməli addımlar atılacaqdır. Belə ki, genişmiqyaslı tədbirlərin keçirilməsi nəticəsində təşkilatlanma imkanlarının artırılması daha çox musiqi festivallarına, beynəlxalq mədəniyyət tədbirlərinə və idman yarışlarına ev sahibliyi etməyə imkan yaradacaqdır. Bu tədbirlərə gələn turistlərin yüksək keyfiyyətli əyləncə məkanlarına cəlb olunmasını təmin etmək məqsədilə ticarət mərkəzləri, restoranlar, əyləncə parkları və mərkəzləri kimi müxtəlif endirimli alternativlər təklif ediləcəkdir. Xüsusilə, bu sahələrin inkişaf etdirilməsində kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətinin rolunun artırılması, turizm məhsulları istehsalının çeşidinin beynəlxalq standartlara cavab verməsi üçün İKT imkanlarından geniş istifadə edilməsi turizm sektoru üçün rezonans yaradacaqdır.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. "Azərbaycanda ixtisaslaşdırılmış turizm sənayesinin inkişafına dair strateji yol xəritəsi".
2. Abbasova F.Q. Azərbaycanın rekreasiya potensialı və turizmin inkişafı // "Milli iqtisadiyyatın problemləri", Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası İqtisadiyyat İnstitutu, I buraxılış, 2008. s.265-271
3. Биржаков М.Б. Введение в туризм. СПб «Издательский дом Герда», 2007 г, с.576-578
4. <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>

## AVROPALI TURİSTLƏR ÜÇÜN MƏDƏNİ TUR İMKANLARI

**magistrant YAQUBZADƏ Nərmin**  
*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *Europe is a well-established market for cultural tourism. European holidaymakers are increasingly interested in discovering new destinations, especially if these offer authentic activities that teach them about local culture. This makes cultural tourism a promising sector for developing country destinations. Internet presence is important, as European cultural tourists often book their holidays directly.*

**Key words:** *cultural tourism, cultural product, motivated cultural tourists, incidental cultural tourist, authenticity.*

Avropa mədəni turlar üçün önəmli bir bazardır. Ən çox avropalı səyyahlar yeni destinasiyaların kəşf edilməsinə maraqlı göstərilirlər. Xüsusilə də, əgər bu məkanlar yerli mədəniyyət haqqında onlara orijinal fəaliyyətlər mənimsəməyə imkan yaradarsa... Bu maraqlı da mədəni turizmi inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün perspektivli bir sektora çevirir. Həm öz istəyi ilə, həm də təsadüfən turlara qoşulanlar üçün çeşidli mədəni komponentlər təklif edilir. Təbii ki, internetin mövcudluğu da vacibdir, çünki mədəni turlara çıxanlar adətən tətilləri birbaşa internet vasitəsilə sifariş edirlər.

### Məhsul nədir?

Mədəni turlar mədəni irsi, landşaftı, adət-ənənəni, yerli əhalinin həyat tərzini mənimsəmək üçün nəzərdə tutulan beynəlxalq turlardır. Mədəni irsin kəşfi bu turlara çıxan Avropalı turistlər üçün ortaqlıq bir anlayışdır. Mədəni turların fəaliyyət növlərinə memarlıq və arxeologiya, incəsənət heykəltarlıq ustalıq, və qalareyalar, botanika bağları, qala və qəsrlər, kulinariya, tarixi məkanlar, muzey və sərğilər, musiqi festivalları, milli parklar və vətəni heyvan aləmi, dini məqbərələr daxildir.

### Turistlər

Mədəni resurslara olan maraqlarına görə mədəni tur iştirakçıları iki yerə ayrılır:

1. Motivasiyalı mədəni turistlər: bu qrup turistlər adətən ali təhsilli, yüksək gəlirli, mədəni obyektlərə böyük maraqlı olan, sosial və ətraf mühit problemləri ilə bağlı tədbirlərdə yaxından iştirak edənlər insanlardır.

Onların səyahət etməkdə başlıca məqsədləri yerli mədəniyyəti öyrənmək və canlı yaşamaqdır. Motivasiyalı mədəni tur iştirakçıları səyahətə çıxmamışdan əvvəl hazırlıqlı olmağı sevirlər. Gedəcəkləri destinasiyaları ətraflı şəkildə araşdırırlar. Mümkün qədər çox destinasiya araşdırıb öyrənməyə çalışırlar. Bu qrup turistlər olduqca tələbkar olurlar.

### Təkliflər:

- Təklif olunan turun keyfiyyətinə diqqət edilməlidir: Məsələn, bunlara mədəni tur üçün hazırladığınız, turpaketə daxil etdiyiniz yerləşmə müəssisələri və restoranların keyfiyyəti daxildir.

- Seçdiyiniz destinasiya və onun tarixi haqqında mümkün qədər çox məlumatlı olmağa çalışın. Peşəkar bələdçilər seçin, həmçinin, ətraflı ekskursiya proqramı hazırlamağa çalışın. Kiçik nüanslara diqqət edin. Tur paketinizdə mədəni tədbirlərin çeşidliliyinə diqqət edin. Digərlərindən fərqlənən mədəni turmarşurur hazırlayın.

2. Həvəskar (ikinci dərəcəli) mədəni tur iştirakçıları: bu qrup turistlər öz tətillərinə mədəni komponentlər əlavə etməyi sevirlər. Baxmayaraq ki, onların səyahət məqsədləri fərqlidir, ola bilər ki, onlar öz planlarına uyğun mədəni tədbirlərdə iştirak etsinlər.

### Təkliflər:



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

- İstəyə uyğun mədəni komponentlərdən ibarət ümumi turpaketlərin hazırlanması
- Həvəskar mədəni tur iştirakçılarının görə biləcəyi yerlərdə turpaketlərin reklamının təşkil edilməlidir. Məsələn, otel və restoranlarda broşurların paylanması...

Mədəni tur iştirakçıları yaş dövrlərinə görə də bölünürlər. Hər yaş dövrünün fərqli maraqları vardır.

Gənc və hiperaktiv yaş dövrünü əhatə edən turistlər(20-39): bu yaş dövrünü əsasən qrup şəklində səyahətə çıxmış turistlər təşkil edir. Bu qruplar əsasən günəş və çimərlik turlarına üstünlük verirlər. Buna baxmayaraq, onlar bir müddət sonra mədəni tədbirlərdə də iştirak edirlər. Qadınlar kişilərdən daha çox mədəni fəaliyyətlərə meyilli olurlar. Kişilər daha çox macəra yönümlü fəaliyyətlərə üstünlük verirlər. Bu yaş dövrünə məxsus şəxslərin təxminən 1/3-i böyük istəklə mədəni turlarda iştirak edirlər.

Təkliflər:

- Gənclər üçün turpaketlər hazırlamağa çalışın. Məsələn, günəş və çimərlik turlarına mədəni aspektlər əlavə etməyə çalışın. Yerləşdirmə müəssisələri turistlərə milli musiqilərdən ibarət gecə əyləncələri təklif etməlidirlər.

Orta yaş dövrünü əhatə edən turistlər(40-54): Mədəni turlarda iştirak edənlərin əksər hissəsini bu yaş dövrünə məxsus turistlər təşkil edir. Onlar mədəni turlara ən çox maraq göstərən yaş qruplarıdır.

Təkliflər:

- Məsləhət üçün həvəskar mədəni tur iştirakçıları nümünə olara göstərmək olar.

Yaşlı nəsil: Avropada 55- 70 yaş arası turist qrupu olduqca çoxdur. Bu yaş qrupunu əhatə edən turistlərin digər yaş qruplarına nisbətən daha çox vaxtı və pulu olur. Bu dövrdə onların övladları ayrı yaşamağa başlayır və bu dövrdə onlar da təqaüd dövrünə çıxmış olurlar. Mədəni turlar bu qrup insanlar üçün ən məşhur tətillər hesab olunur. Onlar adətən ildə bir dəfə səyahətə çıxırlar və əsasən mədəni tədbirlərin üstünlük təşkil etdiyi tətillər seçirlər. Bu turistlər ölmədən öncə ən çox görmək istədikləri destinasiyalara səyahət edirlər. Keyfiyyət onlar üçün önəmlidir. Rahtlığı digər bütün faktorlardan üstün tuturlar.

Təkliflər:

- Keyfiyyət məsələsinə diqqət yetirin. Sakit və rahat tipli yerlərə üstünlük verin. Mədəni tədbir və irs haqqında mümkün qədər çox məlumat verməyə çalışın. Bu yaş dövrünə məxsus turistləri ölkənizin səyahət üçün tam təhlükəsiz bir yer olduğuna inandırın. Xarici işlər nazirliyi və ya səfirliklərdən məlumat almağa çalışın.

- Yaşlı nəsil turistlər səyahətləri zamanı onları nələrin gözləyəcəyini bilmək istərlər. Onları gündəlik qrafiklə tanış edin.

- Yerləşdirmə müəssisələri əsas diqqəti rahatlığa verməlidirlər. Məsələn: tibbi müayinə üçün rahat şərait təşkil edilməlidir. Ehtiyac olduğu təqdirdə tibbi dəstək almaq lazımdır. Müntəzəm ehtiyac fasilələri verilməlidir. Rahat yataq və baqaj xidməti olmalıdır.

Uşaqlı ailələr (25- 50 yaş qrupunu əhatə edən valideynlər): əksər ailələr eyni anda həm mədəni tədbir, həm də komfortlu tətilləri kombinasiya edə biləcəyi turpaketlər seçirlər, çünki valideynlər öz uşaqlarını başqa mədəniyyətlərlə tanış etmək istəyirlər. Həm kiçik yaşlı, həm də yeniyetmə uşaqlı ailələr maraqlı qruplardır. Seçdikləri destinasiyada sağlamlıq, təhlükəsizlik və rahatlıq onlar üçün olduqca vacibdir.

Təkliflər:

- Hazırladığınız turpaket uşaqlar üçün də maraq kəsb etməlidir.
- Uşaqlı ailələr üzümə hovuzu olan yerləşmə müəssisələrinə üstünlük verirlər. Uşaqlarının həm əyləncəyi, həm də öyrənəcəyi fəaliyyət növləri olacaq bir turpaket təklif etməyə çalışın.

### **Ərzaq tələbatı**

Ərzaq tələbatı Avropalı mədəni tur iştirakçılarının, xüsusilə mühüm hesab etdiyi aspektlərdəndir. İnkişafda olan ölkələrin tur müəssisələrinin bu tələbatı necə qarşılıyacağı onları ən çox düşündürən məqamlardandır.

### **Destinasiyalar**

Mədəni destinasiyaların cəlbediciliyi insandan insana dəyişir. Əksər avropalılar diqqətini ilk olaraq, Avropanın mədəni əyləncə yerlərinə yönəldirlər. Daha sonra digər daha uzaq məsafələrə səyahət etməyi düşünürlər.

Təkliflər:

## **TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS**

- Avropalı tur operatorları öz destinasiyalarınıza dəvət etməyə çalışın. Təklif oluna bilən ən yaxşı mədəni tur imkanlarını təklif edin.

### **Təhlükəsizlik**

#### **Sağlamlıq və təhlükəsizlik tədbirləri**

Sağlamlıq və təhlükəsizlik Avropalı mədəni tur iştirakçıları üçün vacib meyarlardandır. Onlar tez-tez getdikləri destinasiyaların təhlükəsizliyini sorğulayırlar. Onlar sürücülər haqqında və onların nə dərəcədə təhlükəsizliyə riayət edəcəyi barədə məlumat əldə etmək istəyirlər. Otaqlardakı natəmizlik və tüstü detektorları destinasiyalardan narahatlıq yaradan səbəblərdəndir. Bu tətildən sonra xoşagəlməz xatirələrin nəticəsi ola bilər.

Təkliflər:

Sağlamlıq və təhlükəsizliyə diqqət yetirin. Aşağıda göstərilənlərə diqqət edilməlidir:

- Maşın və avadanlıqları müntəzəm yoxlanırdan keçirin.
- Tüstü detektorları və yanğıın çıxışlarının olmasına diqqət edin.

İlk yardım çıxışlarının istifadəyə yararlılığı yoxlanılmalıdır. İlk yardım çantalarının olmalıdır.

- Yaxşı sürücülər seçin.

### **Siyasi sabitlik**

Siyasi sabitlik avropalı turistlər çox vacib faktordur, çünki bəzi inkişafda olan ölkələrdə bu sabitlik yoxdur. Əksər kommertiya yönümlü tur operatorlar xarici işlər nazirliyinin qeyri-stabil saydığı ölkələrə tur təklifi etmirlər. Bu səbəbdən də Mali, Misir, Venezuela kimi ölkələrə təşkil olunan tətillərdə kəskin azalma müşahidə olunur.

Təkliflər:

- Yaşadığınız bölgənin təhlükəsizlik şəraitinin stabilliyi barədə müştərilərinizi daim məlumatlandırın. Məsələn, sosial şəbəkələr və işçi heyətiniz vasitəsilə bu tip fəaliyyətləri gerçəkləşdirə bilərsiniz.

- Müştərilərinizin təhlükəsizliklə bağlı təcrübələrini öz internet səhifənizdə paylaşın. Onların təhlükəsizliyi hansı məqamlarda ehtiyac duyduqlarını öyrənməyə çalışın, çünki insanlar daha çox səfərdə olanların fikirlərinə üstünlük verirlər. Əgər sizin regionunuz təhlükəli bölgə hesab edilirsə, tur operatorlar ora turtəşkil etməkdən çəkinəcəklər. Bu halda könüllü təşkilatlara və ya fərdi səyahət edənlərə müraciət edin.

- Hədəf seçdiyiniz ölkənin, məsələn, Niderlan, İsveçrə, Birləşmiş Krallıq kimi ölkələrin xarici işlər nazirliyinin internet səhifələrində öz ölkənizin cari təhlükəsizlik statusunu yoxlayın.

### **Pul**

Mədəni turlar tez-tez qiymət dəyişikliyinə məruz qalır. Pullarına qənaət etmək üçün Avropalı turistlər daha ucuz və qısa müddətli tətillərə üz tuturlar. Buna baxmayaraq, inkişafda olan ölkələrə edilən mədəni turlar üçün bu adi hal deyil. Turistlər anlayırlar ki, bu tətillər çox da baha deyil. Onlar daha keyfiyyətli bir təcrübə qazanmaq üçün daha çox xərc etməli olduqlarını başa düşürlər.

Təkliflər:

- Öz destinasiyanızın orjinal tarixi və mədəni irsi yerlərini ön plana çəkin.
- Məhsul qiymətlərində bacardığınız qədər ədalətli olun. Müştərilərin xoşagəlməz hallarla (məsələn, reklam olunandan daha çox xərcinin çıxması) qarşılaşmasının qarşısını almağa çalışın.

### **Davamlılıq**

Turizm müəssisələrinin təbiəti mühafizə tədbirləri də Avropalı turistlərin diqqətini çəkən amillərdəndir. Buna baxmayaraq, çox az qisim insanlar həqiqətən də öz davamlı siyasətinə uyğun turizm təsisçisi seçirlər. Mədəni turların iştirakçıları kommunikasiya əsaslı, təbiət və əyləncə məqsədilə turlara çıxanlara nisbətən davamlılığa daha az əhəmiyyət verirlər. Buna baxmayaraq, əgər siz onlara davamlı səyahət etmə səbəbləri təklif edə bilərsiniz, onlar bunu qiymətləndirəcəkdirlər.

Təkliflər:

- Davamlı və təbiəti mühafizə tədbirlərini kompleks şəkildə təklif etməyə çalışın. Məsələn: su kranlarından istifadə, yerli məhsullardan istifadə, günəş enerjisindən istifadə

- Yerləşdirmə müəssisələri öz qonaqlarına təklif edilən resurslardan daha qənaətli istifadəyə cəlb etməlidir.

### **Dəyişkən təkliflər**

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Avropalı turistlər daha çox dəyişkənlik axtarırlar. Onlar getdikcə fərqli komponentləri birləşdirərək öz tətillərini hazırlayırlar. Turoperatorlar standart və seçimə uyğun turpaketlər hazırlayırlar. Bu komponentlərlə müştərilər vahid kompleks bir tətillə hazırlaya bilirlər.

Təkliflər:

- Turoperatorlar da çevik olmalıdırlar. Müştərilərin kombinasiyalı edə biləcəyi müxtəlif çeşidli fəaliyyət və yerləşdirmə müəssisələri təklif edə bilərsiniz.

- Çimərlik tətilləri mədəni turlarla kombinasiyalı olduqda daha maraqlı olur.

### **Mədəni turizm üçün Avropa marketlərində hansı trendlər imkanlar təklif edir?**

Dünya Turizm Təşkilatı mədəni turizmin dünya turizminin təxminən 40%-ni təşkil etdiyini bildirmişdir. olaraq hesablamışdır. Avropalı mədəni tur iştirakçıları yerli əhaliylə ünsiyyətdə olmağa üstünlük verirlər. Onlar gündəlik mövzular haqqında yerli əhalinin ideya və fikirlərini öyrənməyə çalışırlar. Mədəni tura çıxan turistlər ancaq uzaqdan baxmqla mədəni həyatı müşahidə etməyi sevmirlər. Belə ki, onlar müşahidə etməkdən daha çox, özləri də yerli əhalinin gündəlik həyatında onlara kömək etməklə yaxından iştirak etmiş olurlar.

Təkliflər:

- Turistlərə yerli əhali ilə ünsiyyət qurma imkanları təklif edir. Öz marketing fəaliyyətinizdə bu imkanları ön plana çəkin.

- Öz rəsmi dillərindən asılı olaraq, Avropalı turistlər yerli əhali ilə ünsiyyətdə olması üçün tərcüməçiyə ehtiyac ola bilər. “Day Translation” tərcüməçilərin turizmde rolu, həmçinin peşəkar tərcümə üçün bir sıra təkliflər verirlər.

### **Orijinallıq**

Son zamanlar orijinallıq turizmde başlıca faktorlarından birinə çevrilmişdir. Mədəni turla iştirakçıların orijinallıq üçün müvafiq yüksək standartları vardır. Onlar yerli əhaliyə məxsus mədəni aspektləri xoşlayırlar. Həm orijinallığın, həm də, paket turların bir arada olduğu turlara tələbat vardır. Burada, orijinallıq dedikdə fərdi turistlərin özlərinin etdikləri fəaliyyətlərdir. Məsələn, turistlərin çox səfər etmədikləri məkanlara getməyi misal göstərmək olar. Bura, həmçinin, məşhur mədəni tədbirlərə edilən fərdi səyahətlər də daxildir. Paket şəklində olan turlar isə tur qrupları tərəfindən edilir. Burada mədəni təcrübələr tur paketinin bir hissəsidir.

Təkliflər:

- Öz regionunuzun orijinallığını ön plana çəkin. Turistlərə yerli əhalinin gündəlik həyatını canlı yaşayaraq müşahidə edə biləcəklərini bildirin

- Yerləşdirmə müəssisələri yerli abuhavanı duyması üçün turistləri qonaq evləri ilə təmin edə bilər.

- Turistləri rutin səfərlərinə tam zidd olacaq təcrübələr yaşayacağına inandırın.

- Onları yerli mədəniyyətlə iç-içə ola biləcəyi bir məkanda qalacaqlarına inandırın. Məsələn: yerli sakinlərə milli mətbəxlərinə məxsus təamlar bişirəcəklərini bildirin.

- Mədəni festivallarda və dini mərasimlərdə iştiraklarına şərait yaradın.

### **Tarixi və mədəni irsi yerlər**

Tarixi və mədəni irsi yerlərə edilən mədəni turlar mədəni turizm bazarında üstünlük təşkil edir. Mədəni tədbirlərlə bağlı məşhur turlara görməli yerlərə edilən turlar, dini məkanlara ziyarət, muzey və sərğilərə ziyarət, qəsrlər və saraylara ziyarətlər daxildir. Bu kimi fəaliyyətlərin gələcəkdə məşhur olması gözlənilir.

Təkliflər:

- Sizin destinasiyalarınıza təkliflərin gəlməsi üçün bütün maraqlı tarixi və irsi yerlərin inventarı hazırlanmalıdır.

- Bölgənizdə olan tədbirlərin siyahısını da hazırlamalısınız. Bu siyahını ya Avropalı tur operatorlara, ya da onların internet səhifələrinə təqdim etməlisiniz.

### **Öyrədici turlar üçün inkişaf etməkdə olan bazar**

Öyrədici turizm növbəti illərdə inkişaf etməsi gözlənilən niş turizmdir. Mədəni biliklər əldə etmək öyrədici səfərin əsas məqsədidir. Bu turlar destinasiya haqqında dərin biliklər qazanmağa kömək edir. Əsasən, arxeoloqlar onlara rəhbərlik edir.

Təkliflər:

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

- Öz destinasiyanız və onun mədəni irsi haqqında hərtərəfli biliklərə yiyələnin. Peşəkar bələdçilərə sərmayə qoyun. Öyrənmə məqsədi ilə səfərə çıxanların sizin destinasiya haqqında yaxşı fikirlərə sahib olmasına şərait yaradın. Onlayn axtarışdan maksimum istifadə etməyə çalışın.

Avropalı mədəni tur iştirakçıları əsasən öz səfərlərini onlayn edirlər. Xüsusilə bu səfərdə olmuş insanlar tərəfindən motivasiya olunurlar. İnformasiya toplamaq və təcrübələrini paylaşmaq üçün, onlar aşağıdakı mənbələrdən istifadə edirlər:

- Tripadvisor və Holiday kimi internet səhifələri
- Responsible Travel kimi səyahət forumları
- Instagram, Facebook, Twitter və Youtube kimi sosial şəbəkələr.

Ailə və dost-tanışın verdiyi təkliflər də, həmçinin, vacibdir. Onlayn axtarış son beş ildə getdikcə ən çox istifadə olunan trendə çevrilmişdir. Gələcək illərdə bu ən vacib axtarış sistemi olacaqdır.

Təkliflər:

- İnternetin mövcudluğu və onlayn marketinq strategiyasından istifadə edin. Sosial media da bura daxildir. Şəkil və videolar turistlərə virtual da olsa, sizin destinasiyalarınızı tanıtmğa kömək edir. Bunlar sizin fəaliyyətlərinizi daim aktiv saxlayır.

- Şirkətiniz və destinasiyanız üçün səfirlik kimi müştərilərdən istifadə edin. Onları öz təcrübələrini, şəkil və videolarını sosial şəbəkələrdə paylaşmasına şərait yaradın. Onlar həmçinin blog və rəylər də yazı bilərlər.

### Avropa bazarında hansı rəqabət formalarına rast gəlinir?

Dünya mədəni irs yerləri mədəni turizm bölgələrinə böyük bir rəqabət üstünlüyü verir. UNESCO hal-hazırda turizmin inkişafı zəmnində dünya irsini qorumaq məqsədilə Dünya irsi və davamlı turizm proqramını həyata keçirir.

Təkliflər:

- Əgər məhsulunuz UNESCO-nun mədəni irsi ilə əlaqədardırsa, bunu aydın şəkildə ön plana çəkin. Bu amilin ancaq sizin destinasiyanıza məxsus bir anlayış olduğunu vurğulayın.

### Səyahət və Turizm rəqabət indeksi

UNESCO-nun dünya mədəni irs yerlərinə Səyahət və Turizm rəqabət indeksi də daxildir. TTCİ sizə öz bölgənizin rəqabətə davamlılığını bir turizm bazarı kimi müşahidə etməyinizə kömək edəcəkdir. Bu aşağıda göstərilən amillərlə özünü göstərir:

- Əlverişli ətraf mühit
- Səyahət və Turizm Siyasəti və Əlvrişli
- İnfrastruktur
- Təbii və Mədəni Resurlar.

TTCİ turoperatorlara hansı ölkə və regionun yeni turizm bölgəsi olaraq cəlbedici olduğunu göstərir. Mədəni Resurslar və Biznes səfərləri destinasiyanın mədəni cəlbediciliyi üçün əsas göstəricidir. Bu sizə öz mədəni rəqabətliyinizi nəzərdən keçirməyə kömək edir.

Təkliflər:

- Ölkənizin digər ölkələr üzərində aparıcı rəqabət üstünlüklərini müəyyən edib, bu istiqamətə diqqətinizi yönəldin.
- Ölkənizin digər ölkələrlə müqayisədə performansını müqayisə etmək üçün TCCİ-dən istifadə edin. Hansı sahələrdə bu daha yaxşı özünü göstərir? Öz marketinq göstəricinizdə bunu vurğulayın.

### Avropa bazarında mədəni turizm məhsulunuzu hansı yollarla əldə edə bilərsiniz?

Konkret bir sferada mütəxəssisləşmiş tur operatorların seçilməsi məqsədəuyğundur. Mədəni turizm sahəsində mütəxəssisləşmiş Avropalı turoperatorlar ən yaxşı imkanları təqdim edə bilərlər. Siz ticarət assosiasiyaları, müxtəlif tədbirlər və databazalar vasitəsilə onları müəyyən edə bilərsiniz. Nümunə olaraq aşağıdakıları göstərmək olar:

- ECTAA – Hər bir Avropa ölkəsi üçün tur agent və operatorların milli assosiasiyası.
- ITB – İllik turizm ticarət formu, Mart, Berlin.
- Top Resa – İllik turizm ticarət formu, Sentyabr, Paris.
- Tourism Review – Beynəlxalq tur operatorların rəhbərliyi ilə keçirilən turizm portalı. tourism portal with international tour operator directory.
- World Travel Market – İllik turizm ticarət formu, Noyabr, London.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Avropalı mədəni tur iştirakçıları birbaşa səfər edəcəkləri yerin servis təminatçıları vasitəsilə öz turlarını sifariş edir. Birbaşa satış imkanınızı inkişaf etdirmək üçün siz öz məhsulunuzu turizmlə bağlı internet səhifələrində / portallarında tanıda bilərsiniz. Məsələn, “Columbus Travel”, “GoNOMAD”, “The Culture Trip”.

### Mədəni turizm məhsulları üçün arzu olunan bazar qiymətləri nədir?

Tursitlərin səyahət etmək üçün müxtəlif destinasiya və tətillər seçmələri olur. Bu turizmi qiymət baxımından rəqabətçil bir sənayeyə çevirir. Uzun müddətli səyahətlərin qiyməti üç amildən asılıdır:

1. Yaşadığınız ölkə ilə gedəcəyiniz ölkənin valyutaları arasında mübadilə fərqi.
2. Gedəcəyiniz ölkəyə və ya ölkədən transport xərcləri.
3. Turistlərin gedəcəkləri ölkədə istehlak etdikləri məhsul və xidmətlərin qiyməti.

Avropalı turoperatorlar öz turizm məhsullarının alışı qiymətlərini gizlədirlər. Sənaye ekspertlərinin fikirlərinə əsasən, turoperatorların gəlirləri 10-25% arası dəyişir. Turpaketin qiymətləri də dəyişkəndir, çünki onlar əlverişlilik, destinasiya, nəqliyyat vasitəsinin növü, səyahət müddəti, turistlərin sayı, qalma müddəti, yerləşmə müəssisəsinin növü faktorlardan asılıdır.

Təkliflər:

- Hansı ölkələrin sizin destinasiyalarınıza daha ucuz uçuşları olduğunu yoxlaya bilərsiniz. Məsələn, “Skyskaner”. Bu sizə həmin ölkələrdə rəqabətə davamlı üstünlüklər verəcəkdir.

- Siz “Lonely Planet”, “History & Culture” kimi portallar vasitəsilə mədəni tur məhsulları üçün təklif olunan qiymətləri müqayisə edə bilərsiniz. “Tourism Boost” da tur və yerləşdirmə müəssisələrinin qiymətləndirilməsi ilə bağlı bir sıra faydalı online təklifləri vardır. Bu da sizə turizm məhsulunuzun kar və gəlirlərinin eyniləşdiyi zamanı və ideal alış qiymətini müəyyənləşdirməyə kömək edə bilər.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Nuryanti, W., 1996. ‘Heritage and Postmodern tourism’, Annals of Tourism Research (səh. 249-250)
2. Richards, G., 1996, Cultural Tourism in Europe, First printed U.K., Cab International (səh.5)
3. Schweitzer, C., 1999. ‘Cultural tourism: The Hot Ticket to Cool Meetings’, Association Management (səh. 5-6)
4. Schweitzer, C., 1999. ‘Cultural tourism: The Hot Ticket to Cool Meetings’, Association Management (səh. 20-21)
5. <https://www.igi-global.com/dictionary/creative-tourism-and-cultural-heritage/39259>
6. <https://www.cbi.eu>

## KRUİZ TURİZMİNİN TARİXÇƏSİ VƏ İNKİŞAFI

magistrant Mətin RƏHİMOV

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

**Abstract:** In this project study, the importance of cruise tourism is mentioned as a type of tourism in the developing world by being explained the definition, historical development and characteristics of cruise tourism. Statistical information related to cruise tourism in the world were used. Cruise tourism is a marine-based tourism according to the activities in the field variety. Service is provided in two ways: both in luxury-equipped ships and in a range of cities and ports experienced by ship. Passengers in the ship, a five-star hospitality business-quality accommodation, dining, recreation and entertainment services, such as can get. They can attend sightseeing tours, shopping, festivals and celebrations at the ports, cities and countries touched by ship.

There are many regions and route navigations applied to cruise ship trips in various density in the world. These can be examined on the geography of the world by divided into regions. The most intense region of demand for cruise tourism is the Caribbean Region in North America in the world. This region is followed by European regions.

**Key Words:** Sea, travel, port, geography, cruise, ship

**Giriş:** Kruiz turizmində də liman ziyarətləri, limana yaxın yerlərdə ziyarət və alış-verişdən ibarət fəaliyyətlər vardır. Kruiz turizmin təməlinə dəniz və gəmi səyahəti vardır. Gəmi səyahəti, gəmidə təqdim edilən hər cür xidmət və liman ziyarətlərindən ibarət bir turistik məhsul olaraq kruiz turizmi, həmçinin digər nəqliyyat və yerləşmə xidmətlərindən də faydalanmaqdadır. Kruiz səyahəti müəyyən

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

limanlardan başlayır. Müəyyən sayda limanlar arasında və müəyyən müddətdə davam edəcək olan səyahətin əvvəlində və sonrasında, iştirakçıların nəqliyyatı və yerləşdirilməsi və digər turistik məhsul komponentləri ilə təmin edilməsi nəzərdə tutulub.

"Cruise" sözü İngiliscədə tərcümədə mənə olaraq "yol almaq, kruiz etmək, gəmi ilə gəzmək" şəklində ifadə edilməkdədir. "Cruiser" sözü də "gəmi ilə edilən səyahət" mənasını verməkdədir. Beynəlxalq Kruiz Xəttləri Birliyi (Cruise Lines International Association, Clia) kruiz turizminin tərifini bu şəkildə etmişdir: "Səyahəti proqramlaşdırılmış, dərin sulara iki gün ya da daha çox qalan, ən az 100 sərnişin tutumlu gəmilərdir" ([www.cruising.org](http://www.cruising.org)). Bu tərifə görə yük daşıyan gəmilərlə qısa məsafəli dövr edən operatorlar, bərələr və gəmilərin bu tərifdən əhatə xarici tutulduğu görülməkdədir. Məsələn Yunan adaları arasında və ya Yunan adalarıyla Türkiyə limanları arasında gündəlik sərnişin daşıyan ya da qısa dövr edən gəmilərin ya da bərələr, kruiz turizmə daxil olması mümkün deyil. Kruiz səyahət, qonaqların müəyyən bir marşrutu izləməkdən çox dəyişik destinasyonları ziyarət etmək üzrə, əsas məqsədi normal olaraq daşıma deyil, qonaqları ağırlamaq olan bir gəmiyə, boş zamanlarını qiymətləndirmək üçün, bir ödəniş ödəyərək minmək surətiylə edilən seyahətlərdir. Bu tərifə görə də, kruiz turizminin məqsədi daşıma və ya nəqliyyat deyil, turistlərə istəyinə cavab verəcək hər cür xidmət təchizatına sahib olan böyük gəmilərlə edilən dəniz səyahətləri, kruiz turist məhsulunun ana oxunu meydana gətirməkdədir. Kruiz səyahət əvvəla bütün gəmi personalının xidmət təqdim etdiyi əyləncəli bir tətillə təcrübəsidir. Kruiz səyahətlərinin mərkəzində, bir rahatlama arzusu, hər şeydən uzaqlaşmaq, təcrübələr yaşamaq, öyrənmək və əyləncə iştirak etməkdədir.

Kruiz səyahətləri sənayesi ilk sərnişin gəmilərinin ortaya çıxışından günümüzdə qədər diqqətə çarpan bir inkişaf göstərmişdir. Bu dəyişmə və inkişafa, gəzinti səfərləri, transatlantik gəmi səyahətləri, döyüş gəmilərinin yerini sərnişin gəmilərinə verməsi və müasir kruiz gəmi səyahətlərinin başlaması daxil olmaqdadır. Bu sənaye indiki vaxtda turizm sənayesi içərisində ən sürətli inkişaf göstərən bir mövqeyə gəlmişdir. Kruiz gəmi səyahətlərinin cazibəsini göstərən beş xarakteristik xüsusiyyəti belə sıralaya bilərik.

- Sərnişinlərə digər səyahət növlərinə görə, qısa bir müddət içərisində müxtəlif yerləri problemsiz bir şəkildə ziyarət etmə imkanı verir.
- Gəmilər öz özlərinə çatan bir təchizata malikdir.
- Sərnişin gəmiləri əyləncəli zaman keçirməyə istiqamətli xidmət verən personal və rəhbərlik tərəfindən idarə olunmaqdadır.
- . Yüksək keyfiyyətli yemək və içkilər zərif bir şəkildə xidmət edilir.
- Hər kəs səyahətini başladığı yerdə bitirir.

Dənizlər ilə insanlar arasındakı əlaqələrə baxdığımızda, insanlıq tarixinin axışı ərzində dənizlərin insanlar üçün imtina edilməz bir istək olduğunu görməkdəyik. Dünya üzərində hökm sürmüş bütün mədəniyyət və cəmiyyətlərin birbaşa və ya bilvasitə bir şəkildə dəniz və dəniz nəqliyyatı ilə maraqlandığı tarixi sənədlərdə görülməkdədir. Toplumlar dənizləri özləri üçün sonsuz bir qaynaq olaraq görmüşlər və bərəkətlərindən faydalanmağa çalışmışlar. Dənizlərdən istifadə insanlıq tarixinin ilk mərhələlərində daha çox yemək təmin etmə və bu yolla dolanışığını təmin etmək şəklində reallaşmaqda idi. Mədəniyyətlərin inkişafı və texnologiyanın irəliləməsi ilə dənizləri keçə biləcək tutum və böyüklükdə dəniz nəqliyyat vasitələri inşa edilməyə başlanmışdır. Bu dəniz nəqliyyat vasitələrinin istifadə edilməyə başlanması insanlıq tarixində nəqliyyat və kəşflər baxımından bir dönüş nöqtəsi meydana gətirməkdədir. Çünki xüsusilə, dəniz yolu sayəsində cəmiyyətlər bir-birləriylə ünsiyyət quraraq, aralarındakı ticarət əlaqələri inkişaf etdirmişlər və yaxınlaşmışlardır. Yeni bölgələr və kəşflər həmişə dənizlərin keçilməsi və dəniz nəqliyyat vasitələrinin istifadə edilməsiylə reallaşmışdır.

Dəniz yolları inkişafa başladığı zamanlarda ilk olaraq ticarət və kəşf məqsədiylə istifadə edilmişdir. Ölkələr arasında reallaşan ticarətin böyük bir qismi dəniz yolu ilə edilmişdir. Bunun səbəbləri olaraq dəniz yolunun kommersiya mal daşıma həcmnin böyüklüyü, etibarlı olması, davamlılığı, xərcinin aşağılığı və zamanının texnologiyası baxımından alternativsiz olması göstərilə bilər. 19-cu əsrdən etibarən başlayan sənaye inqilabı ilə bir çox sahədə böyük dəyişikliklər və yeni inkişaflar yaşanmağa başlamışdır. Xüsusilə nəqliyyat sektoru buxarla çalışan mühərriklərin icad edilməsiylə özünü böyük bir dəyişikliyin içində tapmışdır. Yeni buxarlı motorlarıyla dəniz nəqliyyat vasitələri, həm sürətlənmiş, həm də yük və sərnişin daşıma tutumları artmışdır. Mədəniyyətin sürətlə inkişafı Avropa və Amerika qitələri arasında sürətli və böyük miqdarda yük və insan daşınması başlamışdır. Xüsusilə yeni qitə Amerikaya köç etmək istəyən və buradakı zəngin qaynaqlardan yararlanaraq özlərinə yeni bir həyat qurmaq istəyən Orta Sinif Avropa İnsan Cəmiyyətlərindəki kütlələr halında dəniz yolunu istifadə edərək böyük bir köç hərəkəti başlatmışlardır.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Texnologiya sahəsindəki inkişaflar yalnız dənizyolu nəqliyyatlarında yaşanmamış, neft törəməsi yanacaqlarından istifadəli mühərriklərin icad edilməsiylə dəmiryolu və daha sonra da quru və hava nəqliyyat vasitələrindən səyahətlərdə istifadə edilməyə başlanmışdır. Dünya üzərində qəbul edilən ilk toplu və nizamlı sənişin daşıma fəaliyyətinin 1841-ci ildə İngilis din və iş adamı Thomas Cook tərəfindən 571 nəfərlik bir turist karvanını Leicester şəhərindən 20 kilometr uzaqlıqda təşkil edilən bir festivala topluca aparması müasir mənada ilk rəsmi turizm hərəkəti olaraq qəbul edilməkdə və turizm fəaliyyətlərinin başlanğıcı olaraq görülməkdədir. Lakin rəsmi olaraq dənizyolu ilə sənişin daşımacılığında belə kütləvi və nizamlı bir tur təşkilatının nə zaman tam olaraq edildiyi mövzusunda ziddiyyətlər mövcuttur. Dəniz nəqliyyatının tarixinə baxıldığında, Avropadan Amerikaya edilən sıx köç dalğasına cavab vermək məqsədiylə ilk ciddi dənizyolu sənişin daşımaları səylərinin ortaya çıxdığı görülməkdədir. Bu dövrdə, həm yüksək sənişin tutumu olan, həm sürətli, həm də güzəştli daşımalar həyata keçirən gəmilərdən istifadə olunurdu. 18-ci əsrdə başlayan kölə və immiqrant daşımaları, 19-cü əsrə gəlindəyində hər səfərdə 2000 adamın daşındığı tutuma çatmışdır. Cunard, White Star, Red Star, Atlantic Transport, Norddeutscher LLOYDE, Dominion Leyland, The French Line, Anchor Steamship, Hamburg-American kimi dənizçilik firmaları, 1500 ilə 2000 sənişin tutumuna sahib gəmiləriylə Şimali Avropa və Aralıq dənizi limanlarından Amerika'ya insan daşımışlar. Bu illər İtaliyadan Amerikaya köçlərin sürətləndiyi bir dövrdür. Şimali Atlantikin tonajı 10.000 ilə 27.000 arasında dəyişən gəmiləri bir səfərdə 6500 sənişin daşıma tutumuna çatmışdı. Bu gəmilər 3000 nəfər birinci mövqeyi təmsil edən şəxsləri, 3500 nəfər ikinci mövqeyi təmsil edən sənişini daşıyırdı. Eyni zamanda təşkil edilən bu səfərlər dənizyolu sənişin daşımacılığında tariflərə əsaslanan sənişin daşımacılığının qabaqcılı qəbul edilmişdir. Dənizyolu nəqliyyatı söz mövzusu dövrlərdə sənişin və yük daşımacılığının yanında poçt daşımaları da etdiyindən bir müddət poçt gəmisi olaraq da adlandırılmışdır.

Amerikada ilk dəniz gəzintisi, 1867-ci ildə edilən New Yorkdan hərəkət edən buxarlı gəmi "Quacker City" ilə reallaşdırılmışdır. Bu səyahətin satdığı "Müqəddəs Torpaqlar, Misir, Kırım, Yunanıstan və aradakı istənilən yerlərə gəzinti" olaraq həyata keçirilir. Bu mərhələdə müştərilərin marağını çəkən müxtəlif yerlərə nisbi olaraq asan və etibarlı bir şəkildə səyahət edə bilməsi düşüncəsidir. Dünya üzərində səyahət və turizmin böyüməsi, 19-cu əsrdə buxarlı gəmilər və dəmir yollarının ortaya çıxışı kimi etibarlı bir nəqliyyat sisteminin ortaya çıxışı ilə inkişaf göstərmişdir. Turizm, bundan başqa, şəhərləşmə, zənginlik və təhsildəki artım və ölkədəki, dənizdəki və xarici yerləri görmə istəyindən faydalanmışdır. Bunların nəticəsində, daşımacılığa olan tələb artmışdır və bu da gəmiçilik sənayesinin təməllərini atmışdır.

Dəniz turizmi içində qiymətləndirilən kruiz gəmilərlə sənişin daşımaları ilk dəfə Albert Balin tərəfindən 19-cu əsrin sonlarında, 1890-cı ildə həyata keçirilmişdir. O illərdə sənişin və yük gəmiləri arasında təchizat və xidmət baxımından tam bir fərq olmadığından bu səfərlər dünya üzərində böyük bir maraq yaratmamışdır. Birinci Dünya Müharibəsindən sonra Amerika Birləşmiş Ştatlarına edilən köçlərin məhdudlaşdırılması və təyyarə texnologiyasındakı inkişaf nəticəsində Avropa ilə Amerika arasında edilən tarifəli transatlantik səfərlərinə olan tələb azalmağa başlamışdır. Təyyarələrin qitələrarası məsafələri çox daha qısa müddətlərdə qət edə bilməsi, nəqliyyat sahəsindəki rəqabətin havayolunun lehinə dönməsinə səbəb olmuşdur. Məsələn, Le Havre- Southampton- New York arası məsafəni bir transatlantik gəmisi 3,5 gündə tamamlayarkən, təyyarə ilə eyni məsafə 6-8 saata qədər düşür.

White Star şirkətinin strategiyası, daha səssiz və daha etibarlı bir səyahət təmin edən daha əvvəl okeanlar arası marşrutdan səyahət edən digər bütün gəmilərdən daha böyük və daha təhlükəsiz gəmilər inşa edərək və onları üzdürərək sənişin daşımacılığında fərq yaratmaqdır. Hər biri 40 ton ağırlığında 3 yeni gəmi inşa etmə qərarı, çox yaxşı bilinən bir fəlakət olan "Titanic" gəmisinin batması ilə nəticələnmişdir. "Olympic", "Titanic" və "Britannic" adını alacaq olan nəhəng gəmilər tam bir "üzən saray idi.. O dövrdəki təhlükəsizlik qaydalarına görə gəmidəki sənişinlərin sayının yarısını daşıyacaq qədər təcili yardım qayığı saxlanması kafi idi. Bu qayda da White Star Dənizyollarına strategiyasını həyata keçirmə imkanı vermişdir. İlk gəminin 1911-ci ildə etdiyi ilk səfər çox uğurlu olsa da, daha sonra gəmiçilik tarixinin ən böyük faciəsinə səbəb olacaq və tarixə keçmişdir. Titanic 2228 sənişin və ekipaj ilə 1912-ci ildə 10 May 1912 tarixində Southampton'dan hərəkət etdi. Gəmi Şimali Atlantikdə bir aysberqə çarpdı və batdı. Yalnız 705 sənişin qəzadan canlı xilas oldu. Ağillara sığmayan olmuşdu, əsla batmaz deyilən "Titanic" batmışdır. Bu unudulmaz və tragik "Titanic" qəzasından sonra, transatlantik istiqamətini daha cənuba sürüşdürmək, su keçirməz gəmi bölgələrini yüksəltmək və daha

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

çox təcili yardım botunun əlavəsi kimi sənişin təhlükəsizliyi ilə əlaqədar bir neçə dəyişiklik edilmişdir. Bu yeniliklər Almaniyanın yeni nəsil gəmiləri olan "Imperator", "Vaterland" və "Bismark" gəmilərində həyata keçirilmişdir. Daha etibarlı bir sistemə əlavə olaraq, su keçirməyə qarşı daha yaxşı tədbirlər alınmış və daha çox təcili yardım botu əlavə olunmuşdur.

Çağdaş mənada dəniz səfərlərinin ilk addımlarından bir digər nümunə də Hamburg-Amerika Dənizyollarının ildə bir edilən dünyanı ətrafını 125 gündə gəzən tək tarifəli dəniz gəzintisi tətbiqidir. 1912-ci ildə "Deutschland" gəmisinin "Victoria Lousie'e" çevrilməsi əsnasında, bu dəniz yolu şirkətinin geniş əlavə otaqlara investisiya etməsi, il boyu davam edəcək olan dəniz gəzintisinə ilk addım atması kimi bilinir. Bundan başqa, gəminin xarici boyasının ağ olmasında diqqətimizi çəkməkdədir ki bu o dövrlərdə bir ilkdir. İşığı daha yaxşı əks etdirdiyi üçün və gəminin günəşli Kariblərdə səyahət etməsi məqsəd qoyulduğu üçün, ağ seçilmişdir. Üstün istilik əks etdirmə xüsusiyyətləri və cazibədarlığı səbəbiylə ağ gəmilər indiki vaxtda hələdə üstünlük təşkil etməkdədir. 1914-cü ildə müharibənin baş verməsi dəniz yolu ilə sənişin daşımacılığının azalmasına səbəb olmuşdur. Sənişin gəmiləri, əsgər və zirehli texnika daşıyan gəmilərə çevrilmişdir. Birinci dünya müharibəsində sonra, transatlantikdə səfərlər köhnə gəmilərlə qaldığı yerdən davam etmişdir. Güclü marketinq köməyiylə köçkünlərin yerini məşhur döyüşlərin edildiyi yerləri görmək istəyən müəllimlər, tələbələr və turistlər almışdır. 1919-cü ildə Birləşmiş dövlətlər hökuməti bu vəziyyətə qarşı tədbir alınmış və qadağan gətirilmişdir. Buna görə Transatlantik səyahəti üçün başqa bir təşviqat yaradıldı. Bütün bu meyllərdən faydalanmaq üçün gəmilərin dizaynlarında bir dəyişiklik etmək lazım olurdu. Günümüz səyahət gəmilərinə bənzəyən yeni dizaynı gəmilərin istehsalına doğru ilk addımları atıldı. Daha çox gəmi hazırlandıqca, təcrübə artmış beləliklə daha böyük, daha komfortlu və hətta gəmilər lüks hala gəlmişlər. Köçəri kabinələr "üçüncü-sınıf" və ya "turist sınıf" yerləşmələrinə çevrilmiş və barlar və kokteyl salonları əlavə olunmuşdur. Deck tennis, bilyard, əyləncə fəaliyyətləri təşkil edilmişdir. Bu yolla okeanlar arası səyahət edən gəmilərin həyəcan verici yerlər olduğu imici yaradılmışdır. Bu inkişafarla əlaqədar olaraq belə rəylər mövcud idi; "Qısacası, dənizdə bir həftə keçirmək artıq qorxulacaq bir şey deyildi, əksinə moda halına gəlməyə başlamışdır." Bunun nəticəsində bu dövrdəki transatlantik səyahətlər, dünyanın hər yerindən, zəngin, güclü və məşhur insanları özünə cəlb etmişdir. Okeanlar arası səyahətlər, qorxulan, narahat və həyatı təhdid edən bir təcrübə olmaqdan çıxıb möhtəşəm bir səyahətə çevrilmişdir.

1929-cü ildə yaşanan və böyük böhran illəri kimi adlandırılan, bütün dünyanı sarsıdan iqtisadi böhran illəri əsnasında, operatorlar itkilərini azaltmaq üçün Atlantik ətrafı səyahətlərə alternativ axtardılar və gəmilərini daha qısa dəniz gəzintilərinə göndərdilər. Bahama adalarına daha qısa və daha ucuz içki gəzintiləri təşkil edildi və bunun nəticəsində əslində yeni bir sektor kəşf edildi. Artıq maraqlı mərkəzi Atlantik okeanının o biri tərəfinə gedən dəniz gəzintiləri deyil, Atlantik Okeanına gedən dəniz gəzintiləri idi. Cunard Dənizyolları ən böyük və ən məşhur iki gəmisini, "Queen Mary" (1934) və "Queen Elizabeth" i (1940) suya endirdi ki bunlardan "Queen Elizabeth" 1992-ci ilə qədər edilən ən böyük sənişin gəmisi idi. (80.000 ton). İki döyüş arasında dəniz gəzintisi daha məşhur hala gəlməyə başlamışdır .

1930-cü ildə, kruiz səfərlərə dövlət dəstəyi təmin edən Almaniya sayəsində, kruiz turizmi çox böyük bir inkişaf göstərmişdir. Bu səfərlərə daha çox iştirakı təmin edə bilmək üçün, dövlət "əylən güc qazan" şüarını yaymağa başlamışdır. Ancaq İkinci Dünya müharibəsində Almaniyanın döyüşü məğlub bitirməsi üzərinə kruiz səfərlər ortadan qalxmışdır. İkinci Dünya Müharibəsindən sonra Yunanlı Gəmi sahibləri kruiz gəmi səfərlərini başladılar. Amerikalılar gəzmək-görmək-istirahət arzusunu döyüşdən sonra təkrar təşkil edilən kruiz gəmi səyahətlərində bir turizm və səyahət şüarı olaraq istiqamətləndirmədə çox müvəffəqiyyətli olmuşlar. "Semiramis" adlı gəmi ilə həyata keçirilən bu səfərlər böyük maraqlı görmüşdür.

İkinci dünya müharibəsindən dərhal sonra, transatlantik daşımaları üçün bir tələb partlaması meydana. Avropa'nın yenidən inşası, həm turistlər həm də iş səyahəti edənlər üçün və immiqrantlar üçün Avropaya daşımacılığa gedərək artan bir tələb artımını təşviq etmişdir. 1951-ci ildə New Yorkdan Bermudaya davamlı bir həftəlik dəniz gəzintisi proqramı tətbiq edən ilk dənizyolu şirkətinin "Furness-Wilthy" olduğunu bilinməkdədir. (Gözəl, 2006: 26) Bu ilk gəmi səyahətləri Transatlantik səfərlərin olmadığı qış aylarında edilməkdə idi. Səyahət mövsümü Miladda başlayır və mart ayına qədər davam etməkdə idi. Bu zamanlarda dəniz gəzintisi müəyyən bir tətillə atraksiyonu olmuşdur. Rahatlıq və asanlıq sahib yeni müasir sənişin gəmiləri 1957-ci ildə xidmətə girdi. Dəniz gəzintisi gəmisi, tam



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

fərdi baxımın yanında, rahatlıq, xidmət və mətbəx baxımından ən üst səviyyədə xidmət verməyi qarşısına məqsəd qoymuşdur.

Gəmi ilə səyahət yalnız klassik mənada bir dəniz gəzintisi deyil. İndiki vaxtda bütün turizm məhsullarını əhatə edəcək şəkildə genişlənmiş və məzmununa yeni anlayışlar ilə xidmətlər qatararaq getdikcə böyüyərək genişlənir. Gəmilər, təqdim edilən xidmətlərin müxtəlifliyi və əhatəsi səbəbiylə daha böyük və sənişin tutumu daha çox olaraq inşa edilir. Kamara tutumları isə xüsusi suit kameralar xaricində təqdim edilən xidmətlərin müxtəlifliyi nəticəsində kiçilməkdə lakin funksionallıq və dizayn işləri ilə keyfiyyət dəyişmişdir. Baxım, keyfiyyət, təhlükəsizlik və gigiyenaya daha çox əhəmiyyət verilir. Yeni dövr ilə birlikdə dəniz gəzintiləri yalnız dənizlərdə gəzərək ənənəvi olaraq təqdim edilən yaşayış və yemə-içmə xidmətlərindən faydalanmaqda sıyrılaraq çıxmış və əyləncə, idman, istirahət, alış-veriş, ünsiyyət kimi imkanları təqdim edən az qala kiçik bir məskunlaşma mərkəzi halına gəlmişdir. Otaq tutumları isə xüsusi suit otaqlar xaricində təqdim edilən xidmətlərin müxtəlifliyi nəticəsində kiçilməkdə lakin funksionallıq və dizayn işləri ilə keyfiyyət dəyişmişdir. Baxım, keyfiyyət, təhlükəsizlik və gigiyenaya daha çox əhəmiyyət verilir. Yeni dövr ilə birlikdə dəniz gəzintiləri yalnız dənizlərdə gəzərək ənənəvi olaraq təqdim edilən yaşayış və yemə-içmə xidmətlərindən faydalanmaqda olan əhatədən çıxmış və əyləncə, idman, istirahət, alış-veriş, ünsiyyət kimi imkanları təqdim edən az qala kiçik bir məskunlaşma mərkəzi halına gəlmişdir. Yaxın zamana qədər dəniz gəzintisi tətlinin cazibəsi ənənəyə söykənən əsaslarda idi. Dəniz gəzintisi təcrübəsi komfortlu bir istirahət etmədən əlavə olaraq, həyatı zənginləşdirən bir təcrübə halına gəlmişdir. Sənişinləri əyləndirməyə, səhiyyə və formada qalma təsislərinə daha çox əhəmiyyət verilir.

Müasir mənada kruiz turizminin quruluşu və işlədilməyə başlaması baxımından 1966-cı ildə Ted Arison və Knut Kloster tərəfindən qurulan "Norwegian Cruise Line" şirkətinin fəaliyyətinə başlaması çox əhəmiyyətli bir dönüş nöqtəsidir. İl ərzində mütəmadi olaraq Mayamidən Karaiblərə səfərlər edən dörd gəmilik müasir flotuyla bu şirkət hal-hazırda bilinən şəkliylə dəniz gəzintisi operatorluğu başlanğıcını təmsil edir. Kruiz turizmi mövzusunda müasir mənada bu inkişafı bir başqa nəhəng şirkət "Royal Caribbean Cruise Lines (RCCL)" 1967-ci ildə qurulması təqib etmişdir. Bu gün, 42 gəmisi və 5 fərqli marka altında Dünya Kruiz Turizm Bazarının % 25.6 'sını əlində tutmaqdadır. 1924-cü ildə gəmi nəqliyyat şirkəti (cargo ship) olaraq qurulan İtalyan Costa Cruises, dəniz gəzintisi istismarında bir inqilab yaratmışdır. Amerikada dəniz gəzintisi işinə girən bu İtalyan şirkəti müştərilərinə paket olaraq hava-dəniz tətilləri satan ilk şirkətdir. Dəniz səfərini hava yolu nəqliyyatı ilə birlikdə satmaq "hava-dəniz" proqramını yaradırki bu günümüz dəniz səfərinin çox əhəmiyyətli bir parçası olmuşdur.

Carnival Cruise Lines şirkəti 1996-cı ildə dünyanın ilk 100.000 tonluq gəmisi olan 3.350 adam tutumlu "Destiny" gəmisinin suya endirilməsi ilə böyüklükləri və xüsusiyyətləri sayəsində əyləncə parkları və böyük otellərlə rəqabətə başlayan mega-gəmilərin təməllərini atmışdır. Uçuş və dəniz gəzintisi paketlərinə uyğun qiymətlər biçən Carnival şirkəti bazara girməyə davam etməkdədir. Bu strategiya sonrasında gələn tələb dəniz gəzintisində tam bir imperatorluq qurulmasına köməkçi olmuşdur. 1975-ci ildə qurulan və 25 böyük kruiz turizm şirkətinin üzv olduğu, "Beynəlxalq Kruiz Xətləri Birliyi, Cruise Lines International Association, (Clia)" Dünya kruiz turizmi sektorunda söz sahibi olan ən böyük təşkilatdır.

Müasir kruiz sənişin gəmilərinin qabaqcılı olaraq saya biləcəyimiz gəmi Cunard Line şirkətinin 1969-cü ildə ilk səfərinə başlayan Queen Elizabeth II gəmisidir. Bu gəmi uzun illər 70.327 gross ton ağırlığı və 1800 nəfərlik sənişin tutumu ilə dünyanın ən böyük sənişin gəmisi olaraq uzun illər xidmət vermişdir. 2008-ci ildə isə son səfərini tamamlayaraq Birləşmiş Ərəb Əmrlərinin Dubay şəhərində Port Rashid limanına çəkilmişdir. İndiki vaxtda fəaliyyət göstərməməsinə baxmayaraq, bu gəmi kruiz səyahətlərinin tarixçəsində bir əfsanə halındadır. Cunard Line bu gəminin yeni versiyası olaraq 2004-cü ildə 150.000 gross ton və 3000 nəfərlik sənişin tutumu olan Queen Mary II gəmisini xidmətə vermişdir.

Kruiz su səyahətlərinin bir növü olub, marşrut üzərində yerləşən ölkələrin limanlarına ekskursiyaların təşkili məqsədilə baş vurmaqla həyata keçirilir. Kruizi başqa turlardan fərqləndirən əsas xüsusiyyət hərəkətin (daşınmanın), yerləşmənin, qidalanmanın və istirahətin bir məkanda- kruiz gəmisində olmasıdır. Ona görə də müasir kruiz gəmisi sənişinlərin yaşayışı üçün lazım olan xidmətləri, qidalanmanı, istirahəti həyata keçirmək üçün xüsusi infrastruktura malik olmalıdır.

**Nəticə:** İnsanlar keçmişdən dövrümüze qədər müxtəlif məqsəd və ehtiyaclar nəticəsində davamlı olaraq səyahət etmişlər. Başlanğıcda daha çox fərdi mənada edilən bu səyahətlər, nəqliyyat vasitələrində meydana gələn inkişaf nəticəsində kütləvi səyahətlərə çevrildi. İndiki vaxtda turizm fəaliyyəti çox istiqamətli "Turizm Sənayesi" anlayışı ilə ifadə edilməkdədir.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

İnsanlar əvvəllər quru, dəniz daha sonraları da mühərrik gücünün icad edilməsiylə dəmiryolu və hava daşıma vasitələrindən ehtiyacları istiqamətində istifadə etməyə başladılar. Bu inkişaf indiki vaxtda və gələcəkdə də davamlı olacaq.

Gələcəkdə insanları təsir edə biləcək səyahət və turizm fəaliyyətləri araşdırıldığında, kruiz turizminin əhəmiyyətinin getdikcə artacağını təxmin edə bilərik. Çünki insanlar özlərini turizmə istiqamətləndirən səbəblər içərisində həmişə yeni və fərqli axtarışlar içindədirlər. Özlərinə təqdim edilən məhsul və xidmətlər, digərlərindən fərqli, onlara təsir edə biləcək, monotonluqdan uzaqlaşdıracaq, başqaları ilə ünsiyyət qura biləcək turizm növləri axtarışındadırlar. Məhz kruiz turizmi, təqdim etmiş olduğu və gələcəkdə də təqdim edəcəyi məhsul və xidmətlərlə insanları təsir etməyə davam edəcək.

Kruiz turizmindən istifadə nəticəsində turist dünyanın hər gün fərqli bir bölgəsi və ya şəhərində yaşamaq, buraları gəzmək, görmək, fərqli mədəniyyətləri tanımaq, təbii gözəllikləri görmə imkanı əldə edir. Bu səbəblərlə dünya üzərində hər il kruiz turizminə tələb getdikcə artmaqda və özünü davamlı yeniləyən bir sektor olaraq bu potensialını da gələcəkdə də qoruyacağı düşünülməkdədir.

Dünya üzərində fəaliyyətdə olan kruiz turizm firmaları, əksəriyyətlə bu işi uzun zamandan bəri edən, təcrübəli və maliyyə gücü yüksək şirkətlərdir. Ümumiyyətlə Karib dənizi, Havay adaları və Avropada cəmlənmişdir. Lakin, beynəlxalq razılaşmalarla dünyanın fərqli ölkələrində də nümayəndəlikləri və ya yerli tərəfdaşları var. Bu səbəbdəndə satılan paket turlarla, istədiyiniz şəhər və limanda kruiz gəmilərlə səyahətə çıxıla bilər. Gələcəkdə kruiz turizmi həm sərnəşin sayıyla həm də yüksələn xidmət keyfiyyəti və turistik məhsul müxtəlifliyi ilə müasir turizm anlayışının ən əhəmiyyətli turizm növlərindən biri olacaq.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. ALACA Bekir Aydemir, Turizm Politikası, Turizmin Türk Ekonomisindəki Yeri, Sorunları və Çözüm Önerileri, Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üni., Sivas, 1997, s:2
2. AYDIN Şule, Kongre Turizmi ve Türkiye'nin Kongre Turizmi Potansiyeli, Yüksek Lisans Tezi, Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale, 1997, s: 13
3. BAHAR Ozan, Metin Kozak, Turizm Ekonomisi, Detay Yayıncılık, Ankara, 2010, s:29-44, 85-110
4. Cruise Tourism Potential & Strategy Study, Final Report, Ministry Tourism Government of India, 2005, s: 42-43
5. CONRADY Roland, Martin Buck, Trend and Issues in Global Tourism 2010, Springer Science, Germany, 2010, s: 241
6. ÇAĞLAYAN Artun, Yat Turizmi ve Eğitimi, Turizm Eğitimi, Konferans-Workshop, Aralık 1992, Ankara, 1995, s:228
7. DOWLING K.Ross, Cruise Ship Tourism, CABI International, Oxfordshire, United Kingdom, 2006, s:3-7-46

## К ВОПРОСУ О БЕЗОПАСНОСТИ ТУРИЗМА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

магистрант Ибрагим МУСТАФАЕВ

к.г.н., доцент Гюнешь АГАКИШИЕВА

*Азербайджанский университет туризма и менеджмента*

**Abstract:** *Recently the issues of ensuring the safety of tourists travelling around the country and the world become particularly relevant. The article considers the dangers facing the tourists, the forms of threats, co-ordinate efforts of Azerbaijan law enforcement agencies to improve safety implementation, measures ways and measures to avoid incidents.*

**Key words:** *threats to safety of tourists, sport and extremal tourism, risks, tourism law, safety and security measures*

В настоящее время туризм в Азербайджане, как альтернатива нефтяной промышленности развивается быстрыми темпами и становится одним из важнейших секторов экономики. Туризм позволяет развивать экономику того или иного государства. Однако необходимо предоставить не только место для отдыха, но и позаботиться о безопасности отдыхающих. Безопасность — это состояние, при котором определенный объект не подвергается негативному воздействию, или успешно противостоит таким действиям. Под безопасностью туризма понимаются безопасность туристов, сохранность их имущества, а также ненанесение

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

ущерба при совершении путешествий окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества, безопасности государства.

Говоря о безопасности туризма, следует различать:

1. Безопасность туризма, как отрасли экономики;
2. Безопасность туристов как субъектов, пользующихся туристскими услугами;
3. Безопасность дестинаций от туристов, могущих нанести ей вред (например, недопущение ввоза с туристами инфекционных заболеваний).

По каждому из этих направлений существует свой комплекс мероприятий, позволяющий снизить уровень опасности.

К первому направлению следует отнести мероприятия, направленные на разработку, производство, эксплуатацию, и реализацию туристской продукции с требуемым уровнем безопасности. Это достигается их техническим регулированием, в частности стандартизацией и последующим подтверждением соответствия.

Второе направление предусматривает комплекс мер по спасению попавших в чрезвычайные ситуации туристов соответствующим информированием о возможных опасностях и вредных факторах (в частности, о наличии местностей, неблагоприятных по экологии и в эпидемиологическом отношении). Сюда следует также отнести страхование туристов как способ получения средств для лечения в случае заболеваний или занятий туризмом.

В Азербайджане ведутся активные работы по обеспечению безопасности туризма. Туристическим организациям выдвигаются очень важные требования касательно безопасности туристов. Согласно законопроекту от 4 июня 1999 года №674-IQ (ред. 05.06.2007) "О туризме", организаторы туризма во время приема туристов обязаны предоставить информацию об особенностях путешествия, а также об опасностях угрожающих их жизни и здоровью. Эта информация должна быть предоставлена в письменном или устном виде. Перечень предоставляемой информации определяется контролирующим органом.

Туристические организации не в состоянии решить все вопросы безопасности, касающиеся их деятельности самостоятельно, без государственной поддержки, очевидно, что мероприятия по повышению безопасности туризма в нашей стране должны идти в двух направлениях: во-первых, обеспечения комплексных вопросов безопасности, а во вторых, обеспечения непосредственно безопасности туристов.

Безопасность не может быть абсолютной. Таким образом, говорить можно лишь о некотором допустимом уровне безопасности, при котором всегда существует остаточный риск или опасность. Как следствие этого – всегда должны приниматься меры как по предотвращению проявления опасностей, так и по ликвидации последствий их проявления

Законодательство Азербайджанской Республики о туристской деятельности определяет принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристского рынка Азербайджанской Республики, и регулирует отношения, возникающие при реализации прав туристов на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий, а также определяет рациональный порядок использования туристских ресурсов Азербайджанской Республики. При этом приоритетом обладают вопросы защиты прав потребителей туристского продукта, правового регулирования деятельности туроператоров и турагентов, а также публичной организации предпринимательской деятельности в сфере туризма. Основным нормативным актом в области туризма, как говорилось выше, является Закон Азербайджанской Республики от 4 июня 1999 года №674-IQ (ред. 05.06.2007 г) "О туризме".

Развитие индустрии туризма, расширение масштабов его различных видов, повышение рисков в экстремальных видах туризма создаёт угрозу жизни и здоровью людей, окружающей среде, и нормальному функционированию туризма.

Наряду с динамичным развитием туризма число несчастных случаев тоже увеличивается. В сфере туризма большинство таких случаев встречается в спортивном и экстремальных видах туризма. Причиной таким случаям служат несоблюдение правил безопасности, неосторожность и небрежность в действиях. В частности, несчастные случаи включают в себя повреждения различных частей тела, а иногда даже смерть человека. Такие случаи наблюдаются у молодежи, занимающейся спортивным туризмом, и согласно статистике они составляют 2-3% от общего числа людей, занимающихся спортивным туризмом. Для предотвращения непредвиденных случаев каждая организация должна быть проинструктирована и следовать правилам безопасности.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Следует отметить, что в туристской индустрии, как и в других сферах реализуется техническая безопасность основанная на эргономических принципах, нормативно-правовых и актов технической безопасности, условиях обеспечивающих техническую безопасность, а также запретах и ограничениях.

Эргономические требования технической безопасности в индустрии туризма должны соответствовать государственным стандартам, правилам охраны труда, экологии, пожарной безопасности, промышленности, строительства, санитарно-эпидемиологическим нормам, туристам, работникам в сфере туризма и общепринятым нормам здравоохранения. Поставщики и пользователи туристских услуг должны заранее ознакомиться с правилами технической безопасности. Действует Закон "О технической безопасности" Азербайджанской Республики (от 02.11.1999 № 733-IQ). Этот закон включает в себя концепции технической безопасности, потенциально опасные объекты, требования технической безопасности, законодательство о технической безопасности, роль государственного регулирования в этой области, локализацию аварий юридических и физических лиц, и меры по устранению их последствий.

В сфере туризма знания об обстоятельствах, приводящих к вероятным несчастным случаям, имеет очень важное значение. Поэтому важно выявлять и идентифицировать опасные и вредные факторы, должны быть определены методы защиты людей и преуменьшения вредных и опасных факторов. Большие материальные потери и чрезвычайные события, которые привели к человеческим жертвам, показали, что в современных условиях с целью защиты окружающей среды и среды, в которой люди живут, основное внимание следует уделять улучшению психологической и моральной подготовке людей. Они должны быть проинформированы о событиях, которые могут поставить под угрозу жизнь людей, и о правилах поведения в таких обстоятельствах. Руководство организации, осуществляющей туристическую деятельность, должно иметь инструкции по безопасности и действиям в чрезвычайных ситуациях. Все перечисленные задачи очень важны и должны выполняться в комплексном виде.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ç.G.Gülaliyev. Turizm fəaliyyətinin ekoloji-erqonomik əsasları (Dərslik). Bakı – “ QHT Nəşriyyatı”, 2017. 141 s.
2. Котанс А.Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма. — М.: МПСИ, Флинта, 2005. — с.238-239
3. Закон "О туризме" от 4 июня 1999 года №674-IQ (ред. 05.06.2007 г) [URL: <https://sputnik.az/azerbaijan/20170502/410095845/turizm-haqqinda-qanun.html>] (Дата последнего обращения 30.03.2019)
4. <https://az.trend.az/azerbaijan/society/2706846.html>
5. Закон "О технической безопасности" Азербайджанской Республики от 02.11.1999 № 733-IQ [URL: <http://www.e-qanun.az/framework/21>] (Дата последнего обращения 30.03.2019)

## ASTARA RAYONUNDA KƏND TURİZMİNİN İNKİŞAF PROBLEMLƏRİ

magistrant Şahin MAHMUDOV

Azərbaycan Turizm və Menecement Universiteti

**Abstract:** *The article explores especially the problems that exist and affect the development of tourism in Astara region, Azerbaijan Republic. Although Astara and almost all of its villages has more and more potensial in many tourism spheres, why it is not going to be developed like other regions of Azerbaijan, how we can make it to be, and how we can make it to be sustainable? What are the issues and with which practise and governmental programs can be employed here for develop and success?*

**Key words:** *Tourism in Azerbaijan, Tourism in Astara region, Governmental programs for tourism, Village tourism in south, Tourism regions in Azerbaijan*

Problemlərin həlli olmadan turizmin inkişafı da mümkün deyildir. Azərbaycanın gənc dövlət olduğunu, keçid dövrünün az da olsa çətinliklərinin hələ də qaldığını nəzərə alaraq, turizmin bəzi

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

sahələrinə, ələxsus da – kənd turizminə hələ də kifayət qədər diqqətin ayrılmaması, kənd turizminin sənayedə yeni olması respublikamızda kənd turizminin inkişafı yolunda ən vacib, ən ümdə olan problemlərdəndir. Təcrübə göstərir ki, İEO-lərdə və İEOÖ-də kənd turizminin fərqli problemləri vardır. Azərbaycanın müsbət sosial-iqtisadi inkişaf xətti və turizm sənayesində inkişaf perspektivləri bir vaxtlar digər İEOÖ – in tarixində olmuş, bu təcrübələr mərhələlərlə işlənmiş, bütün problemlər aradan qaldırılmış, ölkələrin bəziləri sırf kənd turizmi sferasında yüksək nəaliyyətlər əldə etmiş, hətta artıq təcrübələrini digər ölkələrlə bölüşmək belə ölkəyə gəlir gətirməyə başlamışdır. Mümkün və mövcud təcrübələr əsasında Azərbaycanda kənd turizminin inkişafı yolunda mümkün dövlət proqramının qəbulu bu prosesləri sürətləndirir, qısa müddət sonra görülən tədbirlərin nəticəsinə çatmağa imkan verə bilər. Bu da öz növbəsində həm regionlarda, həm də əhalinin sosial-iqtisadi inkişafında mümkün irəliləyişlərlə müşahidə olunacaqdır.

Azərbaycan respublikasında kənd turizminin inkişafı üçün qəbul olunmuş dövlət proqramı olmasa da, regionlarda müəyyən beynəlxalq təcrübələr əsasında maarifləndirici tədbir və layihələr həyata keçirilir. Azərbaycan Gənc Alim, Aspirant və Magistrlər Cəmiyyəti Gənclər Fondu daima turizmin inkişafı üçün addımlar atmaqdadır. Bu fond dünya praktikasına əsaslanan turizm istiqamətlərini ölkəmizdə tətbiq etməklə inkişaf etdirmək arzusundadır. Onların dəstəyi ilə ilk dəfə Respublikamızda kənd turizminin inkişaf etdirilməsi üçün "Gənc ailələr arasında kənd yaşıl turizmini stimullaşdırmaq" layihəsini həyata keçirilib. Layihə çərçivəsində aztəminatlı gənc ailələr və gənc kənd sakinləri arasında kənd yaşıl turizmini stimullaşdırmaqla onların məşğulluğunun təmin edilməsinə və sosial-iqtisadi göstəricilərinin artmasına nail olmağın mümkünlüyü barədə təlimlər həyata keçirilib. Həmçinin kəndlərdə yaşayan yeni nəslin nümayəndələrinin kənd infrastrukturunun verdiyi imkanlardan yararlanaraq turizmin bu növündən bəhrələnmək imkanları müzakirə edilib. "Kəndlərdə yaşayan gənclərimizi aqroturizm, fotoovçuluq, yaşıl turizm operatorluğu kimi yeni peşə və ixtisaslara həvəsləndirməklə regionlardakı vətəndaşların öz imkanlarını reallaşdırmasına, bununla yanaşı, yeni iş yerlərinin yaradılmasına, öz məşğulluqlarını və gəlir əldə etməsini təmin etmələrinə nail olmaq mümkündür". Həyata keçirilən bu layihə sırf maarifləndirmə məqsədi daşdığı üçün qeyd olunan infrastrukturuları qurmaq mümkün deyildi. Onu da deyə bilərik ki, kənd turizmi aqrar turizmin də inkişafına səbəb olur. Kəndlərin sosial-iqtisadi inkişafına təkan verir.

Azərbaycanda kənd yaşıl turizminin inkişaf etdirilməsi üçün mümkün imkanları nəzərə alaraq aidiyyəti qurumlar məqsədli, ardıcıl və sistemli şəkildə fəaliyyət həyata keçirməklə qeyd olunan sahənin inkişaf etdirilməsinə nail ola bilərlər. Bu istiqamətdə imkanların çox cüzi bir hissəsindən istifadə olunur. İlk növbədə aztəminatlı gənc ailələr, gənc kənd sakinləri arasında kənd yaşıl turizminin inkişaf etdirilməsi məqsədilə maarifləndirmə fəaliyyətinin təşkili, kənd yaşıl turizminin inkişafının yeni metod və vasitələrinin təbliğ edilməsi və regionlarda kənd yaşıl turizm mədəniyyətinin formalaşdırılmasına nail olmaq vacibdir. Yerli hakimiyyət qurumlarının diqqətini kənd turizminin inkişafına və bununla bağlı infrastrukturun yaradılmasına yönəltmək effektiv ola bilər. Aztəminatlı gənc kənd sakinlərinin gələcəkdə məşğulluğunun təmini üçün onlar arasında yerli kadr potensialının formalaşmasına, onların kənd yaşıl turizmi ilə bağlı yeni peşələrə yiyələnməsinə dəstək olmaq üçün regionlarda müvafiq peşə kurslarının yaradılması faydalı ola bilər. Avropa ölkələrindən Fransa, İtaliya kimi ölkələrdə aqroturizm böyük maraqla qarşılanıb. Bu sahə bizim ölkəmiz üçün də vacibdir. Azərbaycanda da kənd yaşıl turizminin modern formasını hazırlamaq olar. "Kənd turizm imkanlarının təbliğ olunması ölkəmiz üçün çox vacibdir. Çünki bu sahənin inkişafı kənddən şəhərə olan axının qarşısının alınması, işsizliyin həll olunmasına istiqamətlənib.

Kənd turizminin inkişafının müsbət istiqamətlərinə baxmayaraq, bu sənayenin üzləşdiyi problemləri qeyd etməmək mümkün deyil. Respublikamızda həmçinin Astara rayonunda kənd turizminin inkişafı üçün əsas problemlər içərisində kənd turizminin inkişafı üçün ümumiyyətlə qəbul edilmiş milli konsepsiyanın olmamasıdır. Bundan başqa kənd turizminə dair aydın şəkildə tərtib edilmiş dövlət siyasətinin olmaması və buna görə də bu cür fəaliyyət üçün tənzimləyici bir çərçivənin olmamasıdır. Həmçinin Azərbaycan Respublikasında kənd turizmi sahəsində fəaliyyətini tənzimləyən xüsusi qanunvericiliyin olmaması, ixtisaslı kadrların olmaması, xarici və yerli turistlərin xidmətində bilik və təcrübənin olmaması, öz istirahət resurslarının cahilliyi də əsas problemlərdəndir.

Turizm zonalarında inkişaf etmiş turizm sənayesinin olmaması vacib problemlərdəndir. İnsan faktoru turizmdə ən başlıca problemlərdəndir. Çünki o, xidmət səviyyəsini təşkil edən aparıcı qüvvədir. Daima kadrların düzgün idarə edilməməsi problemi öndə planda durur. Müştəri üçün yüksək

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

səviyyəli xidmət göstərmək savadlı olmaqla yanaşı beynəlxalq çərçivədə maariflənmiş insanlara həvalə edilməlidir. Turizm sektorundan kadrların göstərdikləri xidmətlərin aşağı səviyyədə olması təşkilatlanma problemi ilə sıx bağlıdır. Burada kadrların fəaliyyətində stimulların olmaması da xidmət səviyyəsini aşağı salan vasitələrdəndir. Turizmdə çalışanların əsas bilməsi vacib olan müştərilərlə düzgün ünsiyyət qurmaqdan ibarətdir. Çünki, ünsiyyətdən çox şey asılıdır. Əgər turist ünsiyyətdə çətinlik çəkəcəksə, və ya narazı qalacaqsə onda o seçdiyi ölkəyə yenidən dönməyəcəkdir. Əgər ərazidə beynəlxalq arzu edilən turizm forması qurmaq istəyiriksə ilk növbədə münaqişələri aradan qaldıraraq, kadrların peşəkar səviyyəsini artırmaq, müasir texnika-texnologiyadan istifadə etməklə, marketingin düzgün formalarını seçməliyik.

Yaşadığımız dövrdə və təhlükəsizlik məsələsi turizmin bütün sahələrində vacib məsələlərdəndir. Bunun üçün ilk dəfə 1995-ci ilin iyun ayında İsveçin Ostersistund şəhərində “Turizmdə təhlükəsizlik problemi” adlı beynəlxalq konfrans keçirilmişdi. Konfransda bir çox ölkənin turizm şirkətlərinin nümayəndələri, daxili işlər nazirliklərinin nümayəndələri yaxından iştirak etmişdilər. Təhlükəsizlik məsələlərinə qəza, xəstəlik, yoluxucu xəstəliklər və epidemiyalar, terrorizm, hərbi münaqişələr, vandalizm və bütün zorakılıq növləri daxildir ki, bütün turistlər də bunlardan qorunmalıdır. Terrorizm problemi bütün dünyada vacib məsələlərdəndir. Hücumlar beynəlxalq turizmin inkişafına birbaşa ziyandır. Dünya Turizm Təşkilatı bunun üçün bir sıra tədbirlər həyata keçirir, tövsiyələr verir. 1994-cü ildə Turizm Xidmətlərinin Keyfiyyəti üzrə Komitə turizm təhlükəsizliyi tədbirlərinin inkişafı, səyahət risklərinin azaldılması və turistlərin qorunması üçün birbaşa məsuliyyət daşıyır. Həmçinin qeyd etmək lazımdır ki, turizmin təhlükəsizliyinin təmin edilməsində və səyahət edərkən risklərin azaldılmasında mühüm rol dövlət orqanları və milli turizm idarələri tərəfindən aparılır ki, bu da öz növbəsində, turizm prosesinin bütün iştirakçıları ilə qarşılıqlı təsir və əlaqələndirmə səviyyəsini təmin etməlidir. Beynəlxalq turizmin inkişafını çətinləşdirən problemlərin həllində hökumətlərin və dövlətlərin məsuliyyətinin, habelə onun təhlükəsizliyinin artırılmasında medianın rolunun vacibliyinə ehtiyac var. Eyni zamanda, tətbiq edilən təhlükəsizlik tədbirləri turistlərin və yerli sakinlərin maraqlarını, hüquq və azadlıqlarına mənfi təsir göstərməməlidir.

Turizmin inkişafı ilə təbii geosistemlərə antropogen təzyiq artmış və artmaqdadır. Xarici ölkələrdə təbii ekosistemə təsir edən antropogen amillər onların qarşısını almaq üçün işlər görülmüş və görülməkdədir. Turizmin ətraf mühitə təsiri kompleks xarakter daşıyır. Buraya nəqliyyat vasitələri ilə havanın çirklənməsi, turist nəqliyyatlarının həyata keçirilməsi, su ehtiyatlarının tükənməsi və çirklənməsi, məişət tullantılarının həcmnin artması və ətrafa atılması aiddir. Meşə yangınları son illərdə daha da artmaqdadır. Bu nəinki təbiətə həmçinin də turizm infrastruktur şəbəkəsinə təsir edir. Turist biznesinin düzgün təşkili ilə ərazilərin istismarından əldə olunan gəlirlər ətraf mühitin mühafizəsi üçün xərclənməlidir. Bu, öz növbəsində, gəlirlərin artmasına böyük töhfə verir. Burada texnoloji təhlükələrdə çoxdur. Nəqliyyat qəzaları, fəlakətlər də ən ciddi risklərdəndir. Nüvə elektrik stansiyalarında, kimya zavodlarında, hərbi obyektlərdə baş verən qəzalarda bir çox problem yaranır. Turizm obyektlərində qəza və yangınlar hər il turistlərin yaralanmasına və ölümünə səbəb olur.

Turist mübadilələri dövlətlərin sərhədlərini keçib, xarici ölkənin ərazisindən turistləri tapmaq və hərəkət etdirməklə bağlıdır və bu məsələlər beynəlxalq qanunla deyil, milli qanunlar və inzibati qaydalara görə idarə olunur. Bunlara görə beynəlxalq turizm sahəsində təşkilati problemlər olduqca mürəkkəbdir. Bu günə qədər onlar beynəlxalq səviyyədə qəbul edilmiş və dövlətlərin, hökumətlərin və beynəlxalq təşkilatların diqqətinin mövzusu olmasına baxmayaraq, tam həll edilməmişdir. Dünyanın 137 ölkəsində dövlət səviyyəsində turizm inkişafının mühüm məsələləri həll olunur. Dünya təcrübəsi bir çox ölkənin hökumətlərinin turizm fəaliyyətini stimullaşdırmaq məqsədi ilə birgə səylərinin artdığını göstərir. 1995-ci ilin mart ayında, ÜTT, 52 ölkədən 300 millət vəkili iştirak edən İspaniyada Cadiz beynəlxalq bir forum keçirdi. Forumun məqsədi hökumətlərin, parlamentlərin və yerli hakimiyyət orqanlarının diqqətini turizmin iqtisadi əhəmiyyətinə yönəltmək idi. Gələcək 20 il içərisində gözlənilən turist bumu və turist axınının iki dəfə artması ilə əlaqədar olaraq, forum turizm mərkəzlərinin və regionların istismarı xüsusi sərhəd, gömrük, tibbi, polis və beynəlxalq turizm müdaxilə etməyən digər normativ qaydalardan asılı olacaqdır. Forum, turizm üçün əhəmiyyətli aşağıdakı sahələrə görə dövlətin məsuliyyət daşması lazım olduğunu təsbit etdi:

- \* turizm infrastrukturunun, xüsusilə nəqliyyat və kommunikasiyaların inkişafı;
- \* turist müəssisələrinin menecerləri və işçiləri üçün təlim şəraitinin yaradılması;
- \* turizm obyektlərində ekoloji qaydalara uyğunluq;

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

- \* yerli və xarici turistlərin hüquqlarının qorunması;
- \* imtiyazlı vergilərin və inzibati rejimlərin təmin edilməsi;
- \* dövlətin düzgün müşahidəsi və obyektiv monitorinqi və turizmin inkişafına imkan verəcək iqtisadi və statistik metodların tətbiqi;
- \* xarici bazarlarda turizmin təşviqi, turizm üçün əlverişli ölkə kimi ölkənin imicini göstərmək üçün büdcədən reklam və informasiya işlərinə lazımı vəsaitlərin ayrılması.

Bütün yuxarıda deyilənlər kənd turizminin inkişafı zamanı da nəzərə alınmalıdır. Tədqiqat obyektimiz olan Astara rayonunda mövcud problemlərin qarşısını almaq təbii ki, kənd turizminin inkişafına təkan verəcəkdir. Buda yeni gəlirlərin əldə olunmasına zəmin yaradacaqdır.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Cənub rayonlarının bələdçi kitabı, gid, Bakı, 2010, s. 24-66.
2. "Turizm haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanunu, 19 iyun 1999-cu il.
3. Волков Ю.Ф. Гостиничный и туристский бизнес. Ростов н/Д: Феникс, 2008. с. 234
4. Андреева Н.П. Сельский туризм – перспективное направление в развитии поселений
5. [https://mida.gov.az/documents/Turizm\\_s%C9%99naysinin\\_inki%C5%9Faf%C4%B1na\\_dair\\_strateji\\_yol\\_xeritesi.pdf](https://mida.gov.az/documents/Turizm_s%C9%99naysinin_inki%C5%9Faf%C4%B1na_dair_strateji_yol_xeritesi.pdf)
6. <https://azertag.az>
7. [http://ier.az/uploads/IJETI-UNDP\\_Turizm-az.pdf](http://ier.az/uploads/IJETI-UNDP_Turizm-az.pdf)
8. <http://lankaran.mctgov.az/az/view/367/7/Astara>

## AZƏRBAYCANDA TURİZM VƏ REGIONAL İNKİŞAF

magistrant İBADOVA Aytac Məmmədəğa qızı

Bakı Biznes Universiteti

**Abstract:** *The dissertation examines the main directions of the development of social tourism economic problems.*

*Investigate the nature of the problem and the development of tourism. It evaluated the role of tourism in economic development of the region. Opens on ways and means to improve mechanisms. Regulation of Tourism for the improvement of tourism development provides financial and marketing planning method.*

*It makes recommendations for improving the management of tourism development mechanisms.*

**Key words:** *Tourism in Azerbaijan, tourism development, local self-governance, development of service sector, dynamic development plan*

Turizmin regional xüsusiyyətlərindən bəhs edərkən, onun planlaşması və yerləşməsi istiqamətlərində hər bir regionun iqtisadi potensialını iqtisadi dövriyyəyə cəlb etmək intensivliyi başa düşülür. Turizmin iqtisadi-coğrafi mahiyyəti onun ərazi xüsusiyyətlərini formalaşdırır. Belə ki, regional iqtisadiyyat təbii coğrafi və tranzit şəraitindən asılıdır. Hər bir regionda müəyyən resurslar, onlardan istifadənin texnologiyaları, əhalisi və məskunlaşma problemləri mövcuddur. Buna görə də regionların hərtərəfli və kompleks inkişafı üçün onların resurs potensialını qiymətləndirmək, yeni iş yerlərinin açılmasını təmin etmək və fəaliyyət sahələri kimi səmərəli iqtisadi təsərrüfat sahələri qurmaq kriterial meyar baxımından əsaslandırılır. Regionların iqtisadiyyatı ölkə iqtisadiyyatının tərkibidir. Ölkənin iqtisadiyyatında təzhür edən qanunauyğunluqlar, dinamik inkişaf regionların iqtisadi imkanlarına və potensialına təsir edir. Regionlar qarşılıqlı və mərkəzlə əlaqədar vahid təsərrüfat sistemlərini yaradır. Təbii ki, bu təsərrüfat inzibətçilik əsasında deyil, bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqələr yaradılması prinsipləri üzərində qurulur. Regionların iqtisadiyyatı sahəvi maraqlar üzərində qurulduğu halda ölkə iqtisadiyyatı ümumi maraq və mənafeələr üzərində formalaşır. Ölkə iqtisadiyyatının təhlükəsizliyi hər bir vətəndaşın, hər bir fərdin iqtisadi maraqlarını, sosial inkişafını mərkəzləşdirilmiş fondlar vasitəsilə, resurslar vasitəsilə təmin etmək strategiyası əsas götürülür. İnteqral, yəni resurslar, makroiqtisadi maraqlar, lokal, birgə və məhəlli imkanlar hesabına uyğunlaşdırılır. Bu baxımdan regionlarda təsərrüfat subyektləri, sosial əhali qrupları öz maraqlarını, tələbatlarını mərkəzləşdirilmiş ölkə

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

səviyyəsində həll etməklə vahid sistemin region daşıyıcılarına, subyektinə çevrilir. Bu əlaqələr, uyğunlaşma iqtisadi mexanizmlər olan ÜDM-un istehsalında, bölgüsündə, dövlət büdcəsinin formalaşmasında, istifadəsində, həmçinin hər hansı qərar qəbulunun ayrı-ayrı sahələrə təsirində öz səmərəsini tapır. Turizmin sahəsi region iqtisadiyyatında sahə və sosial rol oynayır. Həm məhəlli region, həm də ölkə mərkəzləşmiş səviyyədə özünəməxsus mexanizmlərlə icra olunur. Yəni ki, ÜDM-un yaranmasında, bölgüsündə, dövlət büdcəsi gəlirlərinin formalaşmasında, yerli büdcələrin regionlarda formalaşmasının mənbələri rol oynayır. Buna görə də region iqtisadi potensialı dedikdə, geniş mənada hər bir regionda olan potensial turist imkanlarını qiymətləndirmək və onlardan istifadə yollarını müəyyən etməklə ümumi iqtisadi inkişafa təsiri qiymətləndirmək, proqnozlar vermək mümkündür. Turizmin regional maraqları və dövlət maraqları arasında sərhədlər, miqyaslar, bölgü resursların istifadəsilə bağlıdır, amma müasir şəraitdə regionların özünü idarəetmə prinsipləri bu resursların istifadəsindən əldə olunan üljüsü ilə seçilir, əsaslandırılır. Turizm baxımından bəzi regionlar daha əlverişli, daha sosial tutumlu və regionun kompleks inkişafı üçün əhəmiyyətli olur. Buna görə də turizm iki əsas istiqamətə bölünür [8, s. 92]:

- 1) Makroiqtisadi göstəricilərə uyğun;
- 2) Regionun sosial inkişafına uyğun

Turizm təbii sərvətlərlə bağlı olduğuna görə onun təkrar istehsalı yerli əhaliyə ayrılmaq üçün vəsaitlərlə təmin olunur. Ona görə də mərkəzləşmiş büdcə hesabına sahibkarlığa kömək, yaxud subsidiyalar vasitəsilə ayrı-ayrı regionlarda turizmin inkişafı stimullaşdırılır. Turizmin inkişafı bir sıra ölkələrdə strateji hədəflər rolunu oynayır və bu rol turizmin ÜDM-da xüsusi çəkisi ilə ölçülür. Belə ki, turizm gəlirlərinin ÜDM-da nisbəti, turizmdə olan resursların istehlak resurslarına olan nisbəti ölkənin resurs potensialının formalaşmasında turizmin rolunu qiymətləndirir. Ayrı-ayrı ölkələrdə 30%-40% qədər yüksələ bilər [6, s. 124]. Turizmin rolu sosial indikatorlar rolunu oynayır. Belə ki, əhalinin sahə üzrə məşğulluğu regionlarda əhalinin məskunlaşmasında turizm sahəsinin payı, xüsusi çəkisi qiymətləndirilir. Perspektiv inkişaf istiqamətlərində iqtisadiyyatın sahə quruluşunu təkmilləşdirmək üçün və resursların iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsi məqsədilə bəzi sahələrə investisiya qoyuluşu yüksək qiymətləndirilir. Investisiya mənbəyi olaraq müasir şəraitdə dövlət büdcəsindən ayrılan vəsaitlər və əhalinin xərcləri rol oynayır. Turizm növləri, formaları, motivləri iqtisadi inkişafın xarakterini müəyyənləşdirir. Turizmin inkişafı həmçinin inteqrasiya əlaqələri ilə daha çox digər ölkələrin turizm tələbatı ilə səciyyələndiyi üçün onun öyrənilməsində beynəlxalq xüsusiyyətlər nəzərə alınır. Ona görə də beynəlxalq turizm sahəsi ölkədə miqrasiya problemləri ilə bağlıdır və yaxud ölkəyə daxil olan xarici vətəndaşların tələbatı ilə məhdudlaşır. Regional turizmin ərazi planlaşması prinsipində 2 əsas məqsəd güdülür [9, s. 85]:

- 1) Regionun turist potensialını maksimal istifadə etmək yolu ilə ərazidə məşğulluğun təmin olunması və ərazidə gəlirlərin artırılması;
- 2) Sahibkarlıq fəaliyyəti, kommersion gəlirləri, kommersion mənfəəti və rəqabət mühiti şəraitində təsərrüfat subyekti olaraq turizmlə bağlı fəaliyyət göstərən istehsalçı və istehlakçıların maraqlarının qorunması.

Turizmin inkişafının planlaşması ümumi prinsiplərə və fərdi xüsusiyyətlərə əsaslanır. Ümumi prinsiplər ümumi iqtisadi inkişafın və respublikanın müvafiq iqtisadi şəraiti ilə bağlıdır. Xüsusi prinsiplər isə konkret olaraq hər bir turist fəaliyyəti üçün ayrıca gəlir və mənfəət prinsiplərinə əsaslanır. Turizmin planlaşması direktiv xarakter daşır. Onun proqnozu bir sıra hesablamalar, variantlar və resurslar təminatı üzərində qurulur. Ona görə də planlaşma cari yox, perspektiv planlara ayrılır. Turizmin planlaşması kompleks sistemli yanaşma 180 üsulları ilə həll olur. Komplekslik regionda bütöv şəraitin, sahələrin və resursların istehsalı və istifadəsinin təşkilini özündə əks etdirir. Komplekslik regionun, dövlətin, xarici ölkələrin turizmin inkişafına dair imkanların istifadəsinin qiymətini vahid sistem halında birləşdirir. Kompleks yanaşma turizm təşkilatçılarının, istifadəçilərinin, dövlət və yerli orqanların marağını təşkil etmək və idarə etmək qabiliyyətini özündə əks etdirir. Buna görə də turizm sahəsi regionda digər sahələrin iqtisadi və sosial inkişaf proqramları ilə uzlaşdırılır. O cümlədən regionun ÜDM-u region əhalisinin məşğulluğu, regiondan ixracat potensialının yüksəldilməsi, turizmlə digər şirkətlər arasında təsərrüfat əlaqələrinin və əmək bölgüsünün təşkili, turizm məhsulunun istehsalçıları arasında bölgüsü planları tərtib olunur. Bu planlar bir sıra göstəricilər, meyarlar və əsas vəzifələrlə uyğunlaşdırılır. Bu göstəricilərə makroiqtisadi göstəricilər və konkret sahə göstəriciləri daxildir. Makroiqtisadi göstəricilər turizmin inkişafının



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

ümumi iqtisadi artımda rolunu müəyyən edir, turizmin investisiya tutumunu, orada işləyənlərin sayının əmək məşğuliyyəti qabiliyyəti- tində olmasının xüsusi çəkisini müəyyən edir. Turizmin planlaşmasının əsas prinsipi olaraq dövlətin himayəçilik siyasəti formalaşdırılır. Dövlətin normativ hüquq və aktları, onların istifadəsinin təşkili, turizm prioritetlərinin dövlət səviyyəli prioritetlərə uyğunlaşdırılması və təbii ki, turizm sahəsi ilə məşğul olan ayrı-ayrı sahələrin vəzifələri həyata keçirilir.

İxtisaslaşma prosesi həmin regionlara planlaşma istiqamətində ayrı-ayrı prioritetlər üzrə subsidiyalar ayırmağa imkan verir və uyğun olaraq kənd təsərrüfatı, sənaye, turizm sahələri üçün obyektlərin tikilməsində nəzərə alınır. Turizm sahəsi daha çox regional xarakterli sahədir. Onun coğrafiyası resurs təminatı, maliyyə potensialı və turizm marketinqinə uyğun olaraq təbii coğrafi şərait regionlarda rəngarəngdir, çox şaxəlidir və bu çox şaxəli regional iqtisadiyyat kənd, şəhər problemləri, 176 xarici turistlərin və respublikadaxili turizmin inkişafının əsas motivini müəyyənləşdirir. Təbii ki, yay, qış kənd mühitinə, iqliminə uyğun olaraq turizm obyektləri inkişaf etdirilir. Regionların sosial iqtisadi inkişafı sosial demoqrafik vəziyyətin perspektivini müəyyənləşdirir. Məşğulluq səviyyəsi regionlarda nə qədər yuxarıdırsa, bir o qədər davamlı inkişaf xarakterikdir, məskunlaşma problemləri həll olur, regionların iqtisadiyyatı daha dayanıqlı, müntəzəm artan və öz potensialına uyğun sahələrin inkişaf etdirilməsinə imkan yaradır. Məskunlaşma prosesi hər bir regionun kompleks inkişafının tərkib hissəsidir. Regionlarda iqtisadi potensialla əhali məşğulluğunun birgə inkişaf etdirilməsi iş qüvvəsinin qıtlığını azaldır, əhali miqrasiyası minimuma endirilir. Məskunlaşma həyat səviyyəsi və sosial infrastrukturunun inkişafı ilə bağlıdır. Aparılan siyasət dünyada və bizim respublikada islahatlar şəraitində regionların iqtisadi inkişaf səviyyəsini mərkəzlərin iqtisadi inkişaf səviyyəsinə çatdırmaqdan ibarətdir. Ancaq qeyd etmək ki, bu yaxınlaşma optimal ən əlverişli, iqtisadi cəhətdən səmərəli və sosial durum baxımından effektiv olmalıdır. Regionlarda bir sıra sosial obyektlər mülkiyyət formasından asılı olmayaraq əhali tələbatına uyğun olmalıdır və müəyyən sosial iqtisadi normativləri təmin etməlidir, o cümlədən səhiyyə obyektləri, təhsil müəssisələri, yol təsərrüfatı, enerji ehtiyatları, içməli su problemləri, telefon rabitələri normativlərə uyğun olmalıdır. Planlar göstəricilərinə görə, əhatə dairəsinə görə və qərar qəbulunun xarakterinə görə icmal planlar və konkret məhsullar üzrə tərtib olunur. Turizm sferası fəaliyyət dairəsidir. Regional turizmin region, sahə və fəaliyyət növünün sistemli təsviridir. Təbii ki, xarakter etibarilə turizmin təşkili və planlaşması 181 dövlətin iqtisadi və sosial statistikasının əsasını təşkil edir. Strateji əhəmiyyət kəsb edərək turizm sahəsinə ayrılan vəsaitlərlə turizmdə sahibkarlığa güzəştli kreditlər tətbiq olunur. Turizm iqtisadi təhlükəsizliyin, ərazi təhlükəsizliyinin tərkib hissəsidir.

Regionda turizmin inkişafı üçün xüsusi orqanlar yaranır. Digər orqanların turizmlə bağlı əsas vəzifələri və səlahiyyətləri müəyyən edilir. Turizm azad iqtisadiyyatın, azad fəaliyyətin sahə strukturu olmaqla bir sıra qanunla tənzimlənir. Turizmin inkişafının statistikasını rəqabət mühiti şəraitində onun idarə olunmasına ayrılan vəsaitlərlə tənzimlənir. Turizm idarəçiliyi çevik sistemli və perspektiv qərarların qəbulu ilə bağlıdır. Turizm fəaliyyəti hüquqi və fiziki şəxslərin təsnifatının formalaşmasını əmələ gətirir. Hər bbr turist təşkilatı biznes planı tətbiq edir və sahibkarlıq fəaliyyəti kimi vergi orqanlarına təqdim edir. Müasir şəraitdə vergi vahid pəncərə sistemi əsasında turizmin sahibkarlıq fəaliyyəti kimi qeydiyyatla alınması, onun lisenziyalaşdırılması, biznes planı, dövlətə verilən vergilərin sayı, miqdarı müəyyənləşir. Turizmin inkişafının planlaşması isə onun perspektiv, səmərəli yollarının seçilməsi ilə bağlıdır. Ona görə də turist fəaliyyəti ilə məşğul olan şirkətlərə turist müəssisəsinin biznes planının tərkibində, onun perspektivində dəyişikliklərin səmərəli variantların həyata keçirmək üçün elmi əsaslarla qurulmuş proqnozların verilməsinə icazə verilir. Turizm idarəçiliyi beynəlxalq planlaşma iqtisadi sistemi ilə bağlıdır. Bu məqsədlə turist şirkətlərinin birbaşa başqa dövlətlərlə və yaxud başqa şirkətlərlə əlaqəsi cari və perspektiv dövrlər üçün tərtib olunur. Beynəlxalq turizmin regionlarda inkişafı xarici kapitalın turist regionlarına axınına və turist xidmətinin təşkilində digər sahələrin məhsullarını və yaxud potensialını turizm dövryyəsinə cəlb etməyə şərait yaradır. Ona görə də potensial olan dövlətlər turist əməkdaşlıqlarına daxil olmaqla özünün real bazar sferasını genişləndirir və təbii resursların istifadəsində əlverişli xidmət sferası yaradır. Dövlət tənzimləyici rolunu turizm və regional maraqların qovuşmasında həll edir. Tənzimləmə istiqamətləri istehsal, bölgü və regionda istehlak sferasına yönəldilir. İstehsalın genişlənməsi yolu ilə dövlət gəlirlərinə daxil olan vergiləri artırmaq və regionda əhalinin gəlirlərini yüksəltmək məqsədini güdür. İstehsal yolu ilə bazar diktəsinə uyğun məşğulluq sahə növləri formalaşır. İstehsalın inkişafı infrastruktur problemlərini həll edir. Belə ki, regionlarda turizmin inkişafı kənd təsərrüfatının, təbii sərvətlərin, ev təsərrüfatının,

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

tikintinin, yol təsərrüfatının inkişafına təsir edir və dövlət büdcə vasitəsilə, yaxud kreditlər vermək yolu ilə birbaşa bu sahələrin inkişafına təsir edir, onların maliyyə mənbələrinin avadanlıqla təmin olunmasını təşkil edir. Sahibkarlara kömək məqsədilə kiçik və orta sahibkarlıq üçün dövlət büdcəsindən ildə 10 milyona manata qədər vəsait ayrılır. Vergi formaları ilə dövlət regionlarda yaşayan əhalinin fərdi gəlirlərinin formalaşmasına köməklik göstərir. Ünvanlı sosial yardım regionda yaşayan yoxsulların sayı, onların faktiki adambaşına düşən gəlirlərinin səviyyəsi ilə qiymətləndirilir. Əgər adambaşına düşən gəlir səviyyəsi ehtiyac minimumundan aşağıdırsa, bu səviyyəni ehtiyac minimumuna qaldırmaq üçün dövlət vəsaitlər ayırır. Region digər əsas prioritet fəaliyyəti, funksiyası dövlət üçün həmin regionda resursların istifadəsinə şərait yaratmaqdır. Bu məqsədlə investisiya proqramları, investisiya fondu yaradılmışdır. Bu fondun əsas məqsədi investisiya proqramları tərtib etməkdir. Azərbaycan respublikasında son 3 ildə investisiya fondu yaradılmışdır. Bu fondun əsas məqsədi investisiya sahələrinin, o cümlədən turizmin inkişafına dəstək olmaqdır. Fondun idarə mənbəyi respublikada mövcud olan gəlirlərin yuxarı olmasıdır.

Regional turizmin idarə edilməsi makrosəviyyədə, ərazi və müəssisə səviyyəsində baş verir. Makrosəviyyədə turizmin idarəçiliyi üçün konseptual istiqamətlər hazırlanır, turizm sahibkarlığını stimullaşdıran maliyyə mənbələri müəyyənləşir, turizmin beynəlxalq əlaqələri və ölkədaxili investisiya mənbələri tapılır. Turizmin inkişafında yeli orqanların, bələdiyyələrin, nazirliyin vəzifələrini müəyyən edən qanunlar Nazirlər Kabineti tərəfindən şərait və normativlər tətbiq olunur. Qlobal səviyyədə turizmin təhlükəsizliyi turistlərin qida və məişət şəraitinin yaxşılaşdırılması üçün həyata keçirilən rejimlər, o cümlədən gömrük, mühafizə və təhlükəsizlik problemləri həll olunur. Dövlət səviyyəsində turizmin idarəçiliyi dövlət mexanizmləri və beynəlxalq səviyyəli tələblərə uyğun qəbul olunan qanunlar, müqavilələr istifadə olunur. Turizmin inkişafının kompleks yanaşma metodologiyası bu sahə ilə bağlı olan digər sahələrin, o cümlədən sənayenin, kənd təsərrüfatının, regionların, tikintinin, mənzil məişət şəraitinin yaxşılaşdırılması üçün dövlət infrastruktur layihələri hazırlayır. Hər bir regionda məhsuldar qüvvələrin yerləşməsi üçün tələbatın genişlənməsi məqsədilə dövlət investisiya layihələri hazırlayır. Turizmin inkişafının, onun region təminatının əsas istiqaməti xarici və daxili investisiyaların cəlb olunmasına yaradılan şəraitdir. Ona görə də respublikada sahibkarlıq fondu, investisiya fondu və regionların sosial inkişafı üçün ayrılan dövlət vəsaitləri turizmin dövlət siyasətini formalaşdırır. Təbii resurslara əsaslanan sahibkarlıq həmin resursların istehsalı üçün ayrılan vəsaiti tələb edir. Mənfəətin bir hissəsi vergi və ödəmələr yolu ilə dövlətin büdcəsinə və yerli büdcəyə daxil olur, digər hissəsi əmək haqqı xərclərini, digər hissəsi isə innovasiya, maddi texniki baza, otelçilik, infrastruktur obyektlərinin tikilməsinə yönəldilir. Turizm sahibkarlığında 186 ilkin fəaliyyət üçün heç də binaların, yolların təminatı vacib deyil, çünki regionda uzun illər formalaşmış komplekslərdən istifadə etmək yolu ilə fəaliyyət göstərmək olar. Ona görə də sahibkarlıq lisenziya aldıqda öz ətrafında olan komplekslərdən, potensiallardan istifadə yollarını göstərir, icarə haqlarını müəyyən edir və uyğun olaraq bu istiqamətlərdə xərclərini müəyyən edir. Turizm sferası təbii sərvətlərdən, tarixi abidələrdən xeyli asılıdır. Təbii ki, bu şəraitdən həm turizm məqsədi üçün istifadə olunur, həm də digər məqsədlər üçün əlverişlidir.

Sahibkarlar arasında iqtisadi cəhətdən əsas maraq prinsipi eyni məsrəflərdə müxtəlif gəlirlər əldə etmək qabiliyyəti inkişaf etdirilir. Bununla yanaşı subsidiyaların verilməsi və ya uzunmüddətli tikinti infrastrukturunu layihələrinə qoyulan vəsaitlərə kreditlər verilməsi sahibkarlığa marağı artırır və öz xüsusi vəsaitlərini bu sahibkarlığa yönəltməyə sövq edir. Hər bir sahibkar öz xüsusi vəsaitləri ilə yanaşı digər vəsaitlərin, digər subsidiyaların vəsaitlərinin turizm dövriyyəsinə cəlb edilməsinə imkan yaradır. Təbii ki, bu təsərrüfat əlaqələri, ümumi qaydalar, müqavilələr və gəlirlərin əlverişli bölgüsü ilə təmin olunur.

Regional turizmin idarə edilməsi makrosəviyyədə, ərazi və müəssisə səviyyəsində baş verir. Makrosəviyyədə turizmin idarəçiliyi üçün konseptual istiqamətlər hazırlanır, turizm sahibkarlığını stimullaşdıran maliyyə mənbələri müəyyənləşir, turizmin beynəlxalq əlaqələri və ölkədaxili investisiya mənbələri tapılır. Turizmin inkişafında yeli orqanların, bələdiyyələrin, nazirliyin vəzifələrini müəyyən edən qanunlar Nazirlər Kabineti tərəfindən şərait və normativlər tətbiq olunur. Qlobal səviyyədə turizmin təhlükəsizliyi turistlərin qida və məişət şəraitinin yaxşılaşdırılması üçün həyata keçirilən rejimlər, o cümlədən gömrük, mühafizə və təhlükəsizlik problemləri həll olunur. Dövlət səviyyəsində turizmin idarəçiliyi dövlət mexanizmləri və beynəlxalq səviyyəli tələblərə uyğun qəbul olunan qanunlar, müqavilələr istifadə olunur. Turizmin inkişafının kompleks yanaşma metodologiyası bu sahə ilə bağlı olan digər

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

sahələrin, o cümlədən sənayenin, kənd təsərrüfatının, regionların, tikintinin, mənzil məişət şəraitinin yaxşılaşdırılması üçün dövlət infrastruktur layihələri hazırlayır. Hər bir regionda məhsuldar qüvvələrin yerləşməsi üçün tələbatın genişlənməsi məqsədilə dövlət investisiya layihələri hazırlayır.

Turizmin inkişafının, onun region təminatının əsas istiqaməti xarici və daxili investisiyaların cəlb olunmasına yaradılan şəraitdir. Ona görə də respublikada sahibkarlıq fondu, investisiya fondu və regionların sosial inkişafı üçün ayrılan dövlət vəsaitləri turizmin dövlət siyasətini formalaşdırır. Dövlət siyasəti ümumi iqtisadi artım regionun iqtisadi və sosial potensialının iqtisadi dövriyyəyə cəlb olunması kontekstində həll olunur və dövlət turizm sferasında digər sahə- lərə nisbətən daha çox təminatçı rolunu oynayır. Bu məqsədlə dövlətin turizm siyasəti sosial mahiyyətinə görə digər sahələrin inkişafına aparıcı həlqə kimi təsir edir və sahibkarlar turizm sferasında təminatın yüksək olmasını, onun maliyyə maddi kədr potensialının dövlət tərəfindən tənzimləməsini bilərəkdən turizm risklərini artırırlar. Dövlət idarəçiliyi turizm sferası üçün kədr potensialını, təhsil sistemini, turizmin idarəçiliyində innovasiyanı, turizmin dünyəvi beynəlxalq səviyyəli statusunu formalaşdırır.

Dövlət resursları birbaşa və dolayısı yolla bu sahənin təşkili və inkişafına yönəldilir. Turizmin infrastruktur bazası sahibkarlıq fəaliyyəti ilə mümkün deyil. Bu ancaq 184 dövlət proqramları əsasında baş verir. Dövlət idarəçiliyi qanunların, onların reallaşması üçün zəruri olan mexanizmlərin təşkilinə və təkmilləşməsinə yönəldilir. Turizm qanunları sahə və ərazi qanunları kimi funksional mexanizmləri idarəetmə xüsusiyyətlərinə görə ixtisaslaşır. İxtisaslaşma dövlət maraqları, yerli maraqlar və turist sahibkarlarının, müəssisələrin fəaliyyəti arasında stimula yaradan prinsiplərə əsaslanır. Belə ki, turizm müəssisələrinin rəqabət mühiti turizmdə sahibkarlığa təşəbbüskarlıq, turizm gəlirlərində ədalətli maraqların qorunması və turizm məhsulunun təkrar istehsal bölgüsünü bütövlükdə iqtisadi siyasətin effektiv, səmərəli formalaşması deməkdir. Dövlətin rolu onun sosial mahiyyətində daha qabarıq rol kimi qiymətləndirilir. Dövlət strateji planlaşma obyektinə olaraq turizmin inkişafını dövlət proqramına salır. O proqramın tərkibində cari və perspektiv imkanları azad rəqabət şəraitində turizm dövriyyəsinə cəlb etməkdə imkan vardır.

Hər bir regionda turizm potensialının tərkibinə uyğun olaraq onun istifadəsinin funksional sistemi və proqramları dövlət proqramı statusuna malik olur. Müasir şəraitdə turizm sahibkarlığı digər sahələrlə yanaşı pəncərə sistemi ilə idarə olunur. Belə ki, turizmin biznes planı onun əsas vəzifələri turizmin perspektivi haqqında vergi orqanları tərəfindən 3 gün müddətinə qədər qeydiyyatla alınır və lisenziya verilir. Dövlətin idarə sistemi daha çox aparıcı, qlobal məqsədlərə yönəldilir. Bu məqsədlər içərisində ən əsası rifah, həyat səviyyəsi problemləridir. Yoxsulluğun azaldılması, yeni iş yerlərinin açılması və ölkəyə turizm yolu ilə kapital axınının təmin edilməsi idarə sisteminin əsasıdır.

Turizmin müəssisədaxili planlaşması regionda ayrı-ayrı turist fəaliyyətləri üzrə baş verir. İlkin növbədə hər bir regionda turistlərin strukturu, onların sosial demografik tərkibi, motivasiyası qiymətləndirilir. Turizm müəssisəsi üçün zəruri olan şərait və bu şəraiti yaradan resurslar, imkanlar qiymətləndirilir. Müəssisənin biznes planında turist məhsulunun miqdarı, keyfiyyəti, xidmətçilərin sayı və zəruri olan sahədaxili ötürmələr, nisbətlər planlaşdırılır. Hər bir turist müəssisəsində plan kommersiya gəlirləri baxımından qiymətləndirilir. Rentabelli turist məhsulu iqtisadi baxımdan biznes planın əsasını təşkil edir. Turizm fəaliyyətinin biznes planı sosial fəaliyyətlərlə də ölçülür. Yol təsərrüfatı, otelçilik, ticarət müəssisələri, ev təsərrüfatı və digər sosial infrastruktur obyektlərinin sahibindən asılı olmayaraq regionun inkişafı biznes planlaşmasında sosial nəticələr, sosial effektlər kimi qiymətləndirilir.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Əlirzayev Ə.Q. Aslanova S. İ. Turizmin inkişafının sosial iqtisadi problemləri. Bakı, 2006.
2. Bilalov B.Ə. Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi. Bakı, 2002
3. İlqar Hüseynov, Nigar Əfəndiyeva Turizmin əsasları. Bakı, 2007
4. Soltanova H.B., Hüseynova Ş.H. Turizmin əsasları. "Mütərcim" Bakı, 2007
5. Sabir Rəhimov. Turizm və ekskursiya işinin təşkili və idarə edilməsi. "Mütərcim" Bakı, 2004
6. Rəhmanov F.P. Sosial sfera keçid iqtisadiyyatı şəraitində. Bakı, 1998
7. S.Yeganlı, E.Hacıyev. Turizm. Bakı, 2001
8. Əlirzayev Ə.Q. İqtisadiyyat: düşüncələr, baxışlar. Bakı, 2002
9. Əlirzayev Ə.Q. İslahatlar və sürətləndirmə strategiyası şəraitində Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişaf problemləri: təcrübə, meyllər və perspektiv istiqamətlər. Bakı, 2005
10. Abdullayev Ə.H. Azərbaycanda turizmin inkişafının iqtisadi-coğrafi problemləri. Bakı, 2006
11. Səfərov Rəhman. Turizm sahəsində qiymətlərin formalaşması və inflyasiyanın ona təsiri. Bakı, 2010

**TURİZM BAZARININ FORMALAŞMASINDA  
KRUIZ XİDMƏTLƏRİNİN ROLU**

**magistrant ABUŞOV Tural**

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *From ancient times, river, sea, and oceans have been a means of transporting people and cargo. Sea and river transport has been used before the automobile, air and railway transport has been created. From the beginning of ancient journeys, seafarers have an important role in both passenger transport and tourism. Over time, the increasing demand and modernization of comfort in water transport and other similar amenities have directly led to the development of this type of tourism cruise. New types of liners are currently being built and put into operation. Today, the cruise itself has developed as a separate form of industry. While other types of tourism, transport and accommodation, are shaped individually, cruise tourism can be traced within seafaring, lodging, public catering, transportation and even entertainment.*

**Keywords:** *Cruise, sea cruises, ship, harbor, travelers*

Ümumiyyətlə son zamanlar bütün dünyada əsasəndə İnkişaf Etmiş Ölkələrdə turizm gündən-günə öz inkişaf dövrünü yaşayır. Buna səbəb sivilizasiyanın inkişafı ilə əlaqədar insanların maraq dairəsinin genişlənməsi, ödənişli məzuniyyət günlərinin artırılması, səyahətə marağın artması, dil səviyyəsinin getdikcə inkişaf etməsi, millətlərarası münasibətlərin və multikulturalizmin ötən dövrlərə əsasən inkişaf etməsidir. Hal-hazırda bir çox ölkələr turizmdən yararlanırlar, bəzi dövlətlər özlərini dünya miqyasında tanımaq, biznes olaraq yararlanmaq, ölkə iqtisadiyyatının və əhalinin gəlirlərini artırmaq, xarici investisiyanın ölkəyə gəlməsinə nail olmaq və s. səbəblərdən.

XX əsr turizm baxımından dəniz nəqliyyatının inkişaf etdiyi bir dövrdür. XX əsrə qədər gəmilərin hərəkət etməsi və bəzi xidmətlər zamanı kömürdən, insanların əl əməyindən istifadə olunurduki, buda əlavə xərclərə, əziyyətə zaman və yer itkisinə səbəb olurdu. Zaman keçdikcə dənizyolu nəqliyyatına tələbin artması gəmilərin müasirləşməsinə gətirib çıxartdı. Sərnişin gəmiləri həcm baxımından xeyli böyümüş, xidmətlər və komfortları da xeyli artmışdır. Hal-Hazırda gəmilərdə yanacaq və atom enerjisindən istifadə olunması gəmilərdə əlavə xərclərə, yer və zamana böyük həcmdə qənaət edilməsinə və sürətin artmasına gətirib çıxartmışdır. Əsasəndə II Dünya müharibəsindən havayolu nəqliyyatının əhəmiyyətinin artması sərnişin daşıyan gəmilərin fəaliyyətini zəiflətdi. Bundan sonra sərnişin daşıyan gəmilər təkcə sərnişin daşınması üçün deyil istirahət, əyləncə və ekskursiya üçün istifadə olunmağa başlandı. Bu növ gəmilərdə səfər etmək və səyahətlər turizmi çox inkişaf etdirmişdir. Üzən otellər adlandırılan bu gəmilər kruiz turizminin formalaşmasına və hazırkı inkişafına gətirib çıxartdı. [1]

Kruiz turizmi - sadə dildə desək su səthi üzərində üzən bir otdə ölkələrarası gəzintidir. Bu dəniz gəzintiləri böyük bir otdə yerləşdirməni əks etdirir və bir çox cəhətlərdən onlar 5 ulduzlu otellərlə eyni funksiyalara malikdirlər. Kruiz turizminə liman səfərləri, şəhər gəzintiləri və alış-veriş daxildir. Kruiz gəmilərinin yan aldığı limanlar və bu limanlarda turistlərə təklif olunan turistik xidmətlər liman ölkələrinin əsas olaraq sərmayə qoyduğu sahələrdir.

Daxilində hovuz, kinoteatr, restoran, bar , alış-veriş və əyləncə mərkəzləri, istirahət və ekstrim üçün imkanların olması ilə bu nəhəng gəmilər səyahətçilərin dahada diqqətini çəkdi. Bu növ gəmilərdə səyahətlərin başlanması yəni kruizin yaranması əsasən 1840-cı illərə dayansada müasir mənada kruizin inkişafı 1950-1970-ci illərdə inkişaf etmişdir. Ən son istifadəyə verilən gəmilərdə rəqs, qumar, idman salonları, aerobika zalı, hətta 8 halqalı mini-qolf sahələrinə və ya dırmanma divarı həmçinin buz meydançalarına qədər bir çox imkanlar vardır.

Kruiz turizmi digər turizm növlərinə nisbətən bahalı və nisbətən müasir turizm növüdür. Əsasən digər turizm növlərindən sonra kruiz turizmi inkişaf etməyə başlamışdır. Hal-hazırda turizm sektorunda fəaliyyət göstərən tur operatorlar kruiz xidmətlərinin göstərilməsinə daha maraqlıdırlar. Kruiz gəmilərində hər şey gəmi daxilində baş verir, yəni bütün xidmətlər bir məkanda təklif olunur. Qidalanma, gecələmə, dincəlmə, istirahət və əyləncə bir məkanda baş verir. Burada insanlar qısa zaman içərisində yeni dostlar qazanırlar. Çox zəngin xidmətləri olan dəniz turu gəzintisi bütün digər turizm növlərinə nisbətən ən çox zövq, istirahət və əyləncə təmin edən turizm növüdür. Kruiz gəmilərində səyahətlər sərnişinlərin sayından asılı olmayaraq təşkil olunur. Yalnız hava şəraiti əlverişli olmadığı halda tur təxirə salına bilər. [5. səh 110]

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Kruiz turizminin məhsulu xüsusi gəmi səyahətinin mərkəzində olan turizm fəaliyyətidir. Bu səyahət zamanı əsasən turistlər bir gəmi səyahəti satın alırlar. Səyahət müddətində gəmi bir neçə limana yan alır, turistlər təkcə gəminin içərisində deyil həmçinin bir neçə şəhəri görmək, tanış olmaq xatirə olaraq suvenir almaq və s. bu kimi imkanlara yiyələnmə bilirlər.

Dəniz kruizləri – adətən qapalı dairədə ölkələrin daxili limanlarına radial səfərlərdir. Dünyada 150 dən çox kruiz şirkətləri vardır ki bunlar Misir, İspaniya, İtaliya, Amerika, Danimarka, Norvec. Ən məşhur kruiz daşıyıcıları Carnival Cruise Lines, Celebrate Cruises, Royal Caribbean International, Princess Cruises, Costa Cruises, Norwegian Cruise Lines. Hər il kruiz şirkətlərinin sayı artır, həmçinin turislərində kruizə marağı artmaqdadır. 1980-ci illərin əvvəllərindən bəri kruiz gəmilərinin sayı artmaqdadır. 1985-ci ildə 120, 1994 -cü ildə 175, 2003-cü ildə 327, 2006-cı ildə dəniz kruvaziyer gəmisi sayı isə 387 idi. 1980-ci ildə dəniz turu üzrə 1,5 milyon turist, 1993-cü ildə 4,5 milyon, 1996-cı ildə - 6,5 milyon, 2003-cü ildə - 9 milyon, 2006-cı ildə bu göstərici 12 milyona çatmışdır. İllər keçdikcə bu qeyri adi kruiz səfərlərinə tələbat artır və hər il kruiz gəmilərinin və bu xidmətlərdən istifadə edən turistlərin sayı artır. Deyə bilərik ki, artıq digər turizm növlərinə maraq azalmış, yəni bu turizm növləri nisbətən adılmış və kruiz turizminə maraq artmışdır.

Dəniz Kruizlərinin əsas bölgələri Karib və Aralıq dənizləridir. Karib dənizinin əsas üstünlüyü burada ilboyu səyahətin mümkün olmasıdır. Kruiz marşrutlarının müddəti 3 gündən 2 həftəyə qədər dəyişir. Kruizing marşrutları əsasən Avropanın bir neçə ölkəsində - İspaniya, İtaliya, Yunanıstan və Şimali Afrika ölkələri – Mərakeş, Tunis, Misirə daha çox yayılmışdır. Ən populyar kruiz şirkətləri 120-140 gündən artıq davam edən dünya səyahətlərini təşkil edirlər. [1]

Kruiz turizm məhsulu əsasən istehlakçı bazarının yüksək ödəmə qabiliyyətinə malik xüsusi və elit seqmenti üçün nəzərdə tutulmuşdur. Ümumiyyətlə dəniz turları digər turlardan daha bahalıdır. Kruiz turları müəyyən regional su hövzələrində həyata keçirilir. Turlar müəyyən bir limandan başlanırkə, turistlər buraya digər nəqliyyat vasitələri ilə gəlməlidirlər (avtomobil, dəmir yolu və ya hava nəqliyyatı). Təkcə Karib dənizində təşkil olunan kruizlərdə 3 nəhəng kruiz şirkəti - Carnival Corp., Royal Caribbean və P&O kruiz bazarında 113700 yer təklif edir. Carnival Holding – in tərkibində 9 kruiz şirkəti fəaliyyət göstərir. Onlar qlobal kruiz bazarının 44.8% - nə nəzarət edirlər. Royal Caribbean qrup - tərkibindəki 6 şirkətin bazarda payı 24.7 % təşkil edir. Əlavə olaraq Norvegiya Cruise Line şirkəti bazarın 8.9 %, MSC Cruises isə 6,4 % - i tutur. Kruiz şirkətləri tərəfindən təşkil edilən marşrutların təxminən 40 % -i Karib dənizi bölgəsinə düşür. Bu bölgə dəniz səyahətləri üçün ən məşhur yerdir. Tələbata uyğun olaraq kruiz bazarında ikinci yeri Aralıq dənizi tutur. Bütün kruiz marşrutlarının 17 % -dən çoxu buarada cəmlənmişdir. Və kruiz şirkətlərinin marşrutlarının 10,4% -i Asiya – Sakit okeanı regionunun payına düşür. Mövsümə uyğun olaraq deyə bilərikki, Aralıq dənizi – may-oktyabr, Karib dənizi – qış aylarında, Avropa və Skandinaviyanın ətrafında təşkil olunan kruizlərin qızğın vaxtları may ayının ortalarından avqustun sonuna qədərdir. [ 2, səh 430]

Bu gün dəniz səyahətlərindəki mövcud vəziyyət müştərilərin ehtiyaclarına və tələblərinə görə dəyişir. Bunu həm yemək, həm əyləncə həm də səyahət proqramları üçün deyə bilərik. Əvvəllər gəmilərdə restoranlar kafe səviyyəsində fəaliyyət göstərirdi indi isə artıq hər şey müasirləşib və dəyişib. 5 gündən artıq olan gəmi səyahətlərində turistlərə sifarişli sistem təklif olunur ki, menyularda ət, balıq və vegeterian yeməkləridə seçə bilərsiniz. Əsasən səhər yeməyi üçün otellərdə olduğu kimi bəzən bir çox otellərdə daha zəngin İsveç masası təşkil olunur. Əyləncə proqramları getdikcə zənginləşir və daha maraqlı olur, turşirkətlər animasiya proqramları zamanı tanınmış müğənni və artistləri dəvət edirlər. Bir qayda olaraq gəmiyə Dijey, müğənni, rəqs qrupu və bir birindən maraqlı uşaq animasiya oyunçuları dəvət olunur.

Səfərə çıxdıqdan sonra sizə bəzi şəhərlərdə əlavə ödənişli ekskursiyalar təklif olunacaqdır. Bu ekskursiyaların siyahısı kruizin ilk günlərində sizə təqdim olunacaq.

Kruiz turlarının ən böyük üstünlüklərindən biridə səyahətçilərin vizasız səyahət edə bilməsidir. Sənişinlər limanlarda 48-72 saat vizasız səfərlər edə bilirlər. Kruizlərin ən böyük dezavantajı olduqca yüksək qiymətdir. Ancaq son zamanlarda nisbətən ucuz xidmət göstərən kruiz şirkətləri ortaya çıxdı.

Kruiz xidmətlərində aşağıdakı qiymət təsnifatı qəbul edilmişdir:

- ekonom – bir nəfər üçün bir günlük qiymət – \$75-\$150
- klassik – bir nəfər üçün bir günlük qiymət – \$100-\$150
- premium – bir nəfər üçün bir günlük qiymət – \$150-\$400
- lüks – bir nəfər üçün bir günlük qiymət – 700\$-\$1000

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

- ekskluziv – bir nəfər üçün bir günlük qiymət – \$1000 – dan yuxarı [3]

Bu turizm növü digərlərindən fərqlənir, gəmilərin limanda marşurt üzrə saxladığı anda, gəmidəki minlərlə insanın şəhərə axışması və qısa zaman içərisində buranı tərk etməsi həmin ərazidə müəyyən dəyişikliklərə səbəb olur. Səyahətçilərin şəhərə birdən və qrup halında axışması şəhərdə sıxlığa və tıxaqlara səbəb olur.

Kruiz turizmi : gəzmək seyr, etmək, istirahət, dəniz gəzintisi mənalərini daşıyır. Kruiz – Su səthində gəmi ilə səyahət etməklə müxtəlif dəniz limanlarına daxil olaraq ekskursiyalar təşkil etməkdir. Kruiz zamanı insanların bütün ehtiyacları gəmidə təşkil olunur. Buraya qidalanma, yerləşmə, istirahət, əyləncə daxildir. Və buna görə də müasir kruiz gəmiləri turistlərə hərtərəfli xidmətlər təklif edən lazımi infrastruktur və şəraitlə təchiz olunmuş komfortlu nəqliyyat növü olmalıdır.

Kruizing adlandırılan lüks gəmilərdə səyahət edən orta və varlı təbəqədən olan səyahətçilərin sayı hər il təxminən 10% artır. Dünya miqyasında təxminən 13,6 milyon insanın səyahət etdiyi bu növ lüks gəmilərdə təşkil olunan bu turizm növü təqribən 30 milyard ABŞ dolları gəlir gətirməkdədir.

Kruiz səfərlərində ən çox gəlir gəminin daxilində olan əlavə xidmətlərdən qazanılır. Təbii olaraq kruiz səfərləri zamanı qiymətlərdə xeyli fərq hiss olunur. Bununda əsas səbəbi hər şeyin bir məkanda olması, xidmət və servisin bir məkanda təqdim olunmasıdır. Nəgd pulla təklif olunan əlavə xidmətlərə oyun maşınları, idman və tibbi aparatlar, masaj, sauna xidmətləri, fotoqraf , bərbər, çamaşırxana, quru təmizləmə, poçt xidmətləri, mağazalar, ərzaqlar, barda təklif olunan içkilər, limanlarda ekskursiyalar, telefon danışqları, daxildir. Pulsuz xidmətlər olaraq tibi xidmətlər, baqaj saxlama kamerası, kitabxana, uşaq otaqları, daxili telefonlar, kayutalardakı televizorlar, hovuz, duş vannası, məlumat büroları xidmətləri təklif olunur.

Dünya kruiz bazarında bazarın ən böyük hissəsi Amerikanın payına düşürki, əsas yerləri Şimali Amerika və Kanada tutur. Avropalı səyahətçilər bütün dünyadakı kruiz səmniçinlərinin 22%-ni təşkil edirlər.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. <http://www.dissercat.com/> Морской круизный туризм
2. Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Индустрия туризма: перевозки. М.-СПб: Невский фонд – Герда, 2007
3. <https://earlofcruise.blogspot.com/2016/12/history-prinzessin-victoria-luise.html>
4. Кусков А.С., Понукалина О.В. Менеджмент транспортных услуг: туризм. М.: РКонсульт, 2004

## **TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS**



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI  
TƏHSİL NAZİRLİYİ



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ  
DÖVLƏT TURİZM AGENTLİYİ



*Dedicated to the 96<sup>th</sup> Anniversary of the National leader of Azerbaijan, Heydar Aliyev*

IV INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE OF  
**TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY:  
PROBLEMS AND PROSPECTS**

3-4, May 2019, Baku, Azerbaijan

**PROCEEDINGS**

**- PART III -**



**BÖLMƏ 3. TURİZM SAHƏSİ ÜÇÜN KADR HAZIRLIĞI****ВОПРОСЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ  
ДЛЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ**

Ст. преподаватель, д.ф.э. НЕЙМАТОВА Лала

*Азербайджанский Технический Университет*

**Abstract:** *The article describes the international experience and methods of training specialists for the tourism sector. The fundamental advantages of European models of professional training for the tourism industry have been revealed. Analyzed the current state of training of qualified personnel in the field of tourism in Azerbaijan. The problems that impede raising the level of training of qualified personnel in the field of tourism in Azerbaijan have been identified. Recommended measures to eliminate the identified problems.*

**Key words:** *Professional personnel for the tourism sector, the quality of education, problems of training, flexibility and mobility of the educational process, the system of training.*

**Введение**

За последние годы правительством Азербайджана предпринят ряд мер по диверсификации экономики страны. Правительством были поставлены цели по повышению уровня конкурентоспособности экономики и развитию ненефтяного сектора. Развитие ненефтяного сектора признано приоритетным направлением развития экономики и отражено в концепции развития «Азербайджан - 2020: взгляд в будущее» и в ряде программ. Так, в декабре 2016 года, указом Президента Азербайджана И. Алиева, была утверждена «Стратегическая дорожная карта» по развитию национальной экономики, в которой одним из приоритетных направлений развития Азербайджана определено развитие специализированной туристической индустрии в Азербайджане. В концепции развития «Азербайджан - 2020: взгляд в будущее» предусмотрены развитие инфраструктуры туризма, увеличение удельного веса туристических услуг в ВВП, а также повышение конкурентоспособности сферы туризма до уровня соответствующего международным стандартам туристических услуг. О необходимости и пристальном внимании к этой отрасли говорят и указы президента страны от первого сентября 2016 года «О дополнительных мерах по развитию туризма в Азербайджане» и 30 марта 2017 года «План мероприятий по развитию пляжного туризма в Азербайджане на 2017-2020 годы».

Туризм в течении последних десяти лет является лидером среди высокоэффективных отраслей, отставая лишь от нефтегазовой отрасли и автомобилестроения. Динамичное развитие и высокодоходность этой отрасли позволяет играть важную роль в экономиках стран и является фундаментальной составляющей экономики, обеспечивая значительную долю ВВП. На долю туризма приходится свыше 12 % мирового внутреннего национального продукта. Последние статистические данные говорят, что в сфере международной торговли услугами на долю туризма приходится 30%, в сфере общего экспорта услуг и товаров - 7%, в мировом ВВП доля туризма составляет 10%. Все приведенные статистические данные говорят о том, что у этой сферы экономической деятельности огромный потенциал и Азербайджан обладает огромными возможностями для развития туризма в стране. Правительством за последние годы был предпринят ряд мер по развитию туристской отрасли, однако в 2017 году туристический сектор составлял всего 2,4% от общего ВВП страны. В январе-августе 2018 года доля туристического сектора составила 2,5% от общего ВВП страны [1]. Анализ причин медленного развития туристской отрасли показывает, что несмотря на предпринимаемые меры, в этой области предстоит очень много работы:

- построение соответствующей инфраструктуры;
- создание правовой и законодательной базы в сфере туризма;
- построения маркетинговой стратегии и стратегического планирования;
- определения какие виды туризма станут приоритетными для нашей страны и разработки соответствующих туристических продуктов;
- проведение соответствующих организационных изменений;

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

- доведение сферы услуг до уровня соответствующего международным требованиям и т.д.

В рамках этой статьи мы хотели бы сконцентрироваться на рассмотрении вопроса доведения сферы услуг до уровня соответствующего международным требованиям. Одним из основных условий формирования конкурентоспособной сферы услуг является вопрос подготовки квалифицированных кадров в сфере туризма и гостеприимства.

### **Международный опыт и методы подготовки специалистов для туристской сферы**

Анализ системы подготовки кадров в сфере туризма таких зарубежных стран как США, Великобритания, Франция, Швейцария показал, что в этих странах обучение туристским специальностям осуществляется на базе туристских комплексов. Профессиональная подготовка в Европе предусматривает производственные практики в объеме от 50 до 70 % учебного времени [4, с. 58]. В США профессиональная подготовка предусматривает как базовое академическое изучение положений в области управления так и послевузовое повышение квалификации и переподготовки.

Интересен опыт Франции в этой области. В этой стране большая часть (около 15 тысяч) гостиниц объединена в гостиничные комплексы типа «Аккор», «Пульман». Они составляют основу профессионального обучения. В этих учебных комплексах готовят специалистов для предприятий, входящих в собственные объединения. При этом соотношение производственной практики и теоретических знаний составляет 50:50. При получении специальности в сфере туризма обязательно прохождение всех ступеней обучения: бакалавр, магистр, последипломное обучение. Также на каждом конкретном предприятии внедрена система обязательного обучения и профессионального роста, с прохождением курса переподготовки на новую должность. Введены национальные стандарты профессионального образования. Контроль осуществляется путем межминистерских наблюдений за профессиональным становлением выпускников и о соответствии программ квалификационным требованиям, предъявляемым специалистам каждого уровня. Таким образом, во Франции сформирована система непрерывной и последовательной подготовки кадров.

В Великобритании система подготовки специалистов для туристской отрасли построена на основе модульной учебной программы. Модули составлены из последовательных блоков: информационный, тестово-информационный; коррекционно-информационный; проблемный; и блок проверки. Учебная программа составлена из обязательных курсов, специфических для каждой избранной специальности, общеобразовательных и специальных курсов, факультативных курсов.

Цель модульного обучения — создание наиболее благоприятных условий развития личности путем обеспечения гибкости содержания обучения, приспособления дидактической системы к индивидуальным потребностям личности и уровня ее базовой подготовки посредством организации учебно-познавательной деятельности по индивидуальной учебной программе. При такой организации — процесса обучения студент работает по учебной программе, включающей модули: целевой, информационный, операционный (практическое руководство достижение целей обучения), модуль проверки знаний [5].

Основными принципами построения модульных учебных программ является база специальных знаний туристской сферы и дополнительные предметы сферы управления и бизнеса. Таким образом, обеспечивается гибкость, всесторонность, интегративность, логическая завершенность и качество усвоения материала студентами.

Необходимо также отметить, что практически большинство учебных программ европейских учебных заведений по подготовке специалистов для сферы туризма предполагает изучение иностранных языков.

Таким образом, были выявлены основополагающие преимущества европейских моделей профессиональной подготовки кадров для сферы туризма:

- практикоориентированные технологии;
- формирование у студентов психологии обслуживания клиентов;
- тесное взаимодействие с бизнес-сообществом;
- высокая мобильность и гибкость образования;
- большое количество международных программ по обмену студентами.

### **Проблемы подготовки квалифицированных кадров в сфере туризма в Азербайджане**

В результате предпринятых правительством мер, в целях развития туристской отрасли в АР, в ряде ВУЗов страны были открыты специальности по подготовке профессиональных специалистов отрасли, также в 2006 году при Министерстве туризма АР был создан Азербайджанский университет туризма и менеджмента. В 2009 году была создана Ассоциация туризма Азербайджана.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

жана (AzTA), являющаяся одной из крупных неправительственных организаций, обеспечивающих решения в сфере обучения и развития для туризма и отельного бизнеса. Однако, несмотря на предпринятые меры, уровень сервиса в сфере услуг и гостеприимства страны не соответствует международным стандартам, что тормозит формирование конкурентоспособной туристической отрасли в республике.

Необходимо отметить, что проблема недостатка квалифицированного персонала актуальна всегда для любых отраслей, а для быстро развивающейся сферы туризма и гостеприимства она является основной. И проблема эта сложнее, чем просто дефицит выпускников. В настоящее время ситуация на рынке такова, что выпускники профильных учебных заведений не отвечают профессиональным требованиям, соответствующим международным стандартам. Сегодняшние специалисты имеют низкий профессиональный уровень, у молодых специалистов наблюдается недостаточная компетентность и отсутствие адаптационных навыков, которыми они должны обладать в развивающейся конкурентной среде [2].

Опыт последних лет развития туризма в стране показывает, что подход к системе подготовки специалистов в туристской сфере требует изменений, и в первую очередь соответствия современным требованиям и стандартам к специальности. Несоответствие современным требованиям и стандартам вызывает такие противоречия как:

- не востребованность выпускников учебных заведений в связи с недостатком необходимых компетенций и дефицит квалифицированного персонала для туристской отрасли;
- востребованность туристских специальностей приводит к увеличению числа учебных заведений, выпускающих специалистов туристского профиля, при этом формируется дефицит квалифицированного профессорско-преподавательского состава;
- программы подготовки специалистов зачастую носят академический характер и не формируют необходимых инновационных практических профессиональных навыков и знаний.

Решение вышеперечисленных противоречий на наш взгляд возможно путем реализации следующих мероприятий:

- Разработка национальных стандартов профессионального образования в сфере туризма, соответствующих международным стандартам и требованиям к специалистам этой сферы;
- Создание профессиональных консультативных комиссий, регулирующих утверждение учебных программ и учебный процесс и способствующих формированию и интеграции национального образовательного пространства в мировое;
- Вовлечение в образовательный процесс предприятий туристической индустрии, тесное взаимодействие с бизнес-сообществом, обеспечивающее гибкость и мобильность образовательного процесса;
- Организация разнообразных курсов и программ повышения квалификации и переподготовки кадров;
- Более активное участие в международных программах по обмену студентами;
- Привлечение к преподавательской деятельности лучших представителей профессорского преподавательского состава и практиков, обладающих современными знаниями и практикой.

По нашему мнению, программы подготовки высококвалифицированных кадров для сферы туризма должны быть ориентированы также на развитие личности, соответственно общества и государства в целом, а также учитывать факторы формирования единого образовательного пространства в Европе и мире. Реализация вышеуказанных мер и направлений позволила бы повысить качество профессиональной подготовки специалистов в области туризма.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. [www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az)
2. Кибанов, А.Я. Новая концепция подготовки кадров в области управления персоналом // Вестник университета. – 2012. – № 12.
3. Англинов К. А. Специфика подготовки квалифицированных кадров в сфере туризма и гостеприимства в Санкт-Петербурге // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 22. – С. 31–35. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/95229.htm>.
4. Полевая М. В. Модернизация системы подготовки кадров для индустрии туризма: дис... док. экон. наук: 08.00.05. / М. В. Полевая. — Москва, 2011. — 355 с. 8.
5. Надирбаева О. Л., Дышкова А. А. Бенчмаркинг-стратегии в подготовке кадров для сферы туризма // Молодой ученый. — 2014. — №7. — С. 83-86. — URL <https://moluch.ru/archive/66/10789/>

**К ПРОБЛЕМЕ МОТИВАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ  
РУССКОГО ЯЗЫКА В АУТМ**

**f.ü.f.d., b/m Ülviyyə BAXŞƏLİYEVƏ  
b/m Vəfa LAİŞOVA**

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

***Abstract:** The problem of increasing motivation is one of the key problems in the modern education system. But mostly, this problem is applicable in the process of learning a foreign language. The article informs about one of the most important aspects of the process of learning Russian at the Azerbaijan University of Tourism and Management – the problem of student motivation. The data of a survey conducted among students of ATMU are given. It also provides information about the methods of motivation used by the authors of the article in their lessons. These methods lead to an increase in students' motivation to learn Russian.*

***Keywords:** motivation, Russian language, association method, mobile applications, Azerbaijan University of Tourism and Management*

Геополитическое положение Азербайджана делает знание русского языка и культуры важными в нашей стране. Нам необходимы высокообразованные профессионалы, которые будут способствовать расширению экономических, туристических и культурных связей с Россией, и которые владеют хорошо русским языком. На наш взгляд, знание русского языка играет особенно важную роль для студентов профессиональных институтов, каковым является Азербайджанский университет туризма и менеджмента, так как профессиональные институты нацелены на решение профессиональных задач, связанных с конкретным сектором трудовой жизни, в частности, в области туризма.

Одной из достаточно подробно исследованных традиционных научных категорий является категория мотивации. Несмотря на то, что единого подхода к сущности данной категории не выработано, в науке сложился общий взгляд на классификацию мотивации, её побудительную и ведущую роль в любом виде деятельности человека [1]. Но больше всего эта категория востребована в педагогике, которая рассматривает мотивацию в качестве ведущего фактора регуляции активности личности, ее поведения и деятельности. В методической науке изучение способов повышения мотивации учащихся к изучению русского языка имеет достаточно глубокие корни. Основой тех приемов, которые выработаны педагогической мыслью, является постулат В.А. Сухомлинского, одинаково значимый в дидактике любой учебной дисциплины, – пробуждать желание учиться, возбуждать страсть к учению постоянными успехами, интересом к самому процессу учения [2, с. 45].

Какие же факты необходимо учитывать при анализе и отборе приемов и средств повышения мотивации учащихся к изучению русского языка? В процессе обучения проблема мотивации возникает по каждому предмету, но в изучении иностранного языка она проявляется особенно остро. Дело в том, что изучение иностранного языка требует от студента наличия определенной базы и коммуникативных способностей. Зачастую это вызывает у студентов определенные сложности и отрицательно влияет на мотивацию.

Надо отметить, что мотивация в изучении языка – это очень важный процесс. Но добиться результата можно лишь в результате двусторонней, так сказать обоюдной работы обучающей и обучаемой стороны. Преподаватель должен заинтересовать студента в изучении языка, дать ему мотивацию. Но обучающийся сможет выучить иностранный язык, если только сам почувствует необходимость в этом, сам захочет этого.

Студенты-азербайджанцы, обучающиеся в Азербайджанском университете туризма и менеджмента проходят курс русского языка в течение первых двух семестров. Учитывая тот факт, что подавляющее большинство первокурсников не только не владеют языком, но даже не умеют читать и писать на русском языке, задача перед преподавателями стоит наисложнейшая. То есть за короткий срок необходимо довольно интенсивно обучать их русскому языку. За это время студенты знакомятся с фонетикой, лексикой, грамматикой русского языка, как иностранного.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Конечной целью такого обучения является достижение умения студентов вести коммуникативные диалоги, общаться с носителями русского языка, читать несложные тексты. В рамках программы изучаются базовые грамматические категории русского языка, а именно: категория рода и числа (единственное и множественное), предложно-падежная система, спряжение глаголов, настоящее, прошедшее, будущее время, совершенный и несовершенный виды глаголов, изучают тексты на основные темы («Моя семья», «Мой друг», «Наш университет», «Библиотека», «Времена года», «Девичья башня», «Азербайджан», «Баку» и так далее), учатся пересказывать тексты. Всё это требует колоссальных интеллектуальных усилий и труда обучающихся. Большинство студентов оказываются неготовыми к данной системе обучения и не могут её освоить в таком темпе, поскольку в школе не проходили русский язык. Необходимо учитывать и тот факт, что многие студенты оказываются неспособными к изучению иностранных языков, в частности, русского как иностранного. В этой ситуации задачей преподавателя является не только обеспечение учебной информацией студентов, но и оказание им поддержки. Преподавателю важно соблюдать баланс между критикой и похвалой студента, не забывать о мотивации учащихся к обучению, что приведёт к повышению интереса к практике говорения на русском языке.

С целью выявить какие мотивы движут студентами при изучении русского языка нами был проведён опрос среди студентов азербайджанского сектора АТМУ. В опросе участвовало 150 респондентов. Ответы распределились следующим образом:

- 1) Учю только потому, что это нужно по учебной программе – 9
- 2) Учю, чтобы не срезаться на экзамене – 29
- 3) Хочу устроиться на хорошую работу, построить успешную карьеру – 70
- 4) Чтобы путешествовать за границей, общаться с иностранцами – 19
- 5) Учю, потому что русский язык интересен для меня – 23

Результаты опроса свидетельствуют о личной заинтересованности студентов и потребности в изучении иностранного языка. Это положительный факт, поскольку несколько лет назад главным мотивом в изучении русского языка был пункт второй – основная масса студентов нашего вуза учила русский язык только потому, чтобы не срезаться на экзамене. Опираясь на результаты данного опроса, можно утверждать, что студенты понимают важность и необходимость изучения русского языка, поскольку, для специалистов, работающих в сфере туризма, для построения успешной карьеры приоритетным является знание иностранных языков, и в первую очередь русского и английского. Но среди респондентов немало студентов, которые учат русский язык только потому, чтобы не срезаться. Главная задача, стоящая перед преподавателями русского языка АУТМ повысить мотивацию студентов при изучении данного предмета.

К сожалению, учитывая низкий уровень, а зачастую и вовсе незнание русского языка нашими студентами, количество часов, отведённых на его изучение, не даёт возможность за этот срок освоить язык. Поэтому целесообразным является, на наш взгляд, мотивировать учащихся заниматься языком дополнительно и во внеурочное время.

С этой целью в процессе обучения русскому языку в нашем университете мы используем различные приёмы, способствующие повышению мотивации студентов. Хотелось бы рассказать о некоторых из них.

В современном мире невозможно представить себе жизнь без смартфонов. Они прочно внедрились в нашу жизнь. Молодёжь и вовсе не обходится без них. Поэтому одним из способов обучения языку является эффективное использование мобильных приложений по обучению языков. В настоящее время есть много таких приложений. Но эти приложения платные. Мы своим студентам настоятельно рекомендуем для лучшего освоения русского языка загружать на свои смартфоны бесплатное приложение duoLingo [3]. Используя это приложение можно совершенствовать свои знания русского на практике – чтение, разговорную речь, письмо и восприятие на слух. Играя, отвечая на вопросы и выполняя задания, можно увеличивать свой словарный запас и улучшать знания грамматики. Начиная с простейших глаголов, фраз и предложений, узнавая новые русские слова каждый день, можно за короткий срок достичь определённых успехов в изучении языка. Студенты могут пользоваться «Дуолинго» в дополнение к своим урокам по иностранным языкам. Это один из самых доступных способов изучения русского и других иностранных языков. Обучение в приложении проводится в игровой форме. Необходимо выполнять короткие задания и отвечать на вопросы для

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

закрепления знаний каждый день. Это очень эффективно и даёт хорошие результаты. Одно из преимуществ этого приложения заключается в том, что студенты могут пользоваться им всегда и везде, поскольку программа работает и без доступа к интернету. Практика показывает, что использование мобильного приложения для изучения языка стимулирует студентов на интенсивное обучение языка, вызывает интерес у них. К сожалению, в этом приложении невозможно изучать русский язык посредством азербайджанского. Поэтому нашим студентам мы рекомендуем изучать русский посредством английского, поскольку у многих из них есть базовые знания английского языка, а у некоторых даже продвинутый уровень, что позволяет им без особого труда изучать русский посредством английского.

Также положительный результат даёт, особенно в группах с обучением на английском языке, следующий метод – при проведении словарной работы, в частности, при чтении текстов в случае незнания студентами значения слова на русском языке, преподаватель называет данное слово на английском, а учащиеся переводят его на азербайджанский язык. Например, в тексте встречается слово «достопримечательности», студенты не знают, что означает это слово, преподаватель озвучивает это слово на английском – «sightseeing», и студенты сразу же переводят это слово на азербайджанский язык – «gəzməli, görməli yerlər». Практика показывает, что этот способ вызывает большой интерес у студентов, мотивирует их на изучение языка. При такой форме работы вся группа активно участвует, это стимулирует студентов на изучение языка, они таким образом лучше усваивают материал и лучше запоминают слова.

Следует отметить, что не менее эффективным является использование методики запоминания слов посредством фонетической ассоциации (так называемый ассоциативный метод). Суть этого метода заключается в том, что при изучении новых русских слов для быстрого запоминания приводятся созвучные слова на азербайджанском или английском языках, которые могут не совпадать по значению. Например, при подборе антонима к слову «рай (сənnət) – ад (сəhənnət)», преподаватель акцентирует внимание на том, что это слово звучит, как азербайджанское слово «ad (имя)», русск. сон (уху) – азерб. son (конец), русск. бутылка – англ. bottle, русск. соль – англ. salt, русск. снег – англ. snow, русск. история – англ. history, русск. удобный, комфортный – англ. comfortable и т.д. Этот способ также способствует быстрому запоминанию слов и вызывает большой интерес у студентов.

Практика использования вышеперечисленных форм работы показала, что они способствуют большому интересу студентов АУТМ и мотивируют их на изучение языка, несмотря на отсутствие у подавляющего большинства учащихся базы.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Осипов В.Е., Зимонин И.Н. Мотивация образовательной деятельности как нелинейный системный процесс // Актуальные вопросы общественных наук: социология, политология, философия, история. 2013. №25.
2. Бондаренко М.А. Приёмы повышения мотивации учащихся к изучению русского языка// Самарский вестник. 2015. №1(10) С.45
3. <https://www.duolingo.com/>

## ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ ЭКСКУРСИОННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

к.э.н., доцент Сергей НЕЗДОЙМИНОВ

Одесский национальный экономический университет, Украина

*Abstract: The problems of training specialists in the field of excursion services in institutions of higher education in Ukraine are considered. It was determined that the learning process should be aimed at the formation of professional competencies for the successful solution of practical problems in the course of market transformations and the development of tourist business entities. The labor market requires improving the system of vocational training of students, due to the increasing demand of tourists for high-quality excursion services. In this regard, it is necessary to actively introduce in*

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

*the process of preparing students digital advanced GPS and RFID technologies for designing and forming excursion routes.*

**Keywords:** *professional training of students, tourism, guide, methods of teaching, higher education institutions*

Подготовка специалистов сферы экскурсионного обслуживания по специальности «Туризм» направлена на формирование профессиональных компетенций для успешного решения научно-практических задач, стоящих перед субъектами туристического бизнеса в современных рыночных условиях их деятельности и развития. Рынок труда выдвигает новые требования к системе профессиональной подготовки специалистов сферы экскурсионного обслуживания, в связи с ростом спроса туристов на качественные экскурсионные услуги. Формирование профессиональных компетенций происходит за счет индивидуально мотивированного и стимулирующего отношения студентов к будущей профессии экскурсовода. Усиление личностного измерения в процессе подготовки будущих специалистов сферы экскурсионных услуг предполагает овладение умениями самостоятельного проектирования и формирования маршрутов обзорных и тематических экскурсий, их апробации; знаниями по технике проведения экскурсии; основами профессионального мастерства как активного взаимодействия трех компонентов экскурсии – экскурсовода, экскурсионных объектов и экскурсантов.

Как определяют зарубежные ученые, особую актуальность в современных условиях приобретает проблема подготовки специалистов туристического сопровождения, экскурсоводов в курортных регионах туристического назначения [1, с. 250]. Профессиональное образование является важным и сложным социально-экономическим фактором каждого государства. Страны, где образование может быстро адаптировать свои предложения к требованиям постоянно меняющегося рынка труда и вызовов современного мира, – это страны с самым быстрым и самым динамичным развитием экономики. Различия между странами в сфере образования и потенциала человеческого капитала влияют на уровень развития их экономик [2].

Современная методика профессионального обучения студентов развивается на основе внедрения интерактивных методов и цифровых технологий, которая не только обобщает практический опыт, но и раскрывает новые предметные связи, помогая будущим специалистам успешно овладевать навыками профессии, используя возможности дуального образования. Информационные технологии осуществляют существенное влияние на подготовку экскурсоводов. С появлением и быстрым развитием аудио-гидов и специальных приложений, распространением доступа к сети Интернет, появлением мобильных справочников и путеводителей, распространением QR-кодов, экскурсанты становятся более требовательными к качеству экскурсионного обслуживания и экскурсионных предложений. В современных условиях развития туристического рынка, становится необходимым внедрение в учебный процесс подготовки студентов цифровых технологий GPS и RFID в сфере проектирования и формирования новых экскурсионных продуктов [3].

В Одесском национальном экономическом университете, при проведении практических занятий со студентами специальности «Туризм», значительное внимание уделяется формированию профессиональных компетенций экскурсовода. Обучающие технологии и кейсы направлены на активное использование и умелое сочетание методов показа и рассказа, активизации взаимодействия экскурсовода и потребителей экскурсионных услуг. А также на применение методических приемов ведения экскурсии, овладение специфическими умениями и навыками, которые присущи профессии экскурсовода. Педагогическое мастерство экскурсовода требует овладения основными положениями дидактики, логики, психологии, экскурсионной теории и их применение в практике экскурсионного обслуживания туристов. Важно отметить, что этому мастерству, студенты учатся на практических занятиях не только у опытных экскурсоводов, а также у самих себя, в ходе проведения пробных экскурсий. В современных условиях конкурентного рынка, спрос на экскурсионные услуги, во многом зависит от личности экскурсовода, его индивидуальных качеств. Экскурсовод является одним из работников сферы туризма, который с первых шагов встречи и обслуживания на маршруте, вступает в коммуникации с туристами. Поэтому важно научить студентов проявлению педагогического такта, умению сдерживать себя в конфликтной ситуации, что способствуют созданию доброжелательной обстановки на экскурсионном маршруте и формированию имиджа экскурсовода.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

На наш взгляд, одним из современных методов формирования педагогического мастерства и коммуникативной компетенции у студентов специальности «Туризм», является метод сторителлинга (story – история; telling – рассказывать). Он сочетает в себе психологические, управленческие и другие аспекты и позволяет не только эффективно донести информацию до аудитории, но и мотивировать ее на определенные поступки и получить максимально высокие результаты. Поэтому, этот метод сегодня активно используется в различных сферах менеджмента и практической подготовки будущих специалистов сферы обслуживания. Сторителлинг включает в себя различные направления, – в нем тесно переплетены психология и педагогика, дидактика и актерское мастерство. Метод сторителлинга, как считают специалисты, способствует формированию у студентов ориентировочной основы поведения в речевых ситуациях. Формируется уверенность во владении приемами, основанными на личном опыте. Важно научить студентов умению выражать свою личностную позицию в общении, адекватной самооценки «продуктов общения», умению презентовать себя [4].

Отметим, что качество экскурсионных услуг является важным конкурентным преимуществом туристического предприятия. Поэтому будущий экскурсовод должен обладать педагогическими, психологическими, коммуникативными навыками и высокой эрудицией [5, с.74]. Экскурсовод одновременно является педагогом, он должен уметь разрабатывать эффективную, содержательную экскурсионную программу, предоставлять интересную и необходимую информацию участникам экскурсии, сформировать определенное отношение к объектам экскурсионного показа. Необходимо уметь заинтересовать разновозрастную аудиторию за короткий период времени, пробудить интерес у экскурсантов для активного изучения ими объектов показа. Именно в рамках практической подготовки, следует максимально привлекать студентов к профессионально – ориентированной деятельности с целью получения максимально разносторонней информации о профессии, активно внедрять моделирование или воспроизведение ситуаций профессиональной деятельности (метод педагогического проектирования) [6, с. 69]. Профессия экскурсовода, представляет собой еще и вид анимационной деятельности, требующей от будущего специалиста знаний и практических навыков по анимации туристов, проведения квест-экскурсий.

Современная информатизация и интеграция учебного процесса в условиях глобального развития рынка образовательных услуг, привели не только к усилению связей и стиранию границ между существующими элементами инновационной инфраструктуры обучения, но и к появлению новых, неизвестных ранее форм организации и проведения занятий. В качестве такой, что набирает популярность, можно назвать методику коворкинг (от английского co-working – совместно работает). Особое внимание в коворкинг-центрах при университетах уделяется созданию комфортной рабочей обстановки и организации рабочего пространства таким образом, чтобы максимально повысить эффективность работы и уровень творческого мышления студентов. Самое ценное в коворкинге, с точки зрения влияния на активность студентов – это внутренняя среда, тот самый уникальный микроклимат, который стимулирует к творческому мышлению, повышает эффективность обучения, ведет к взаимодействию, формированию инновационных идей и проектов.

Впервые современная модель коворкинга в качестве самостоятельной функционирующей организации, была реализована в 2005 году Брэдом Ньюбергом в Сан-Франциско. Уже к концу первого десятилетия нового века, коворкинг получил стремительное распространение по всему миру как новое направление в социально-профессиональной деятельности, и сегодня позиционируется как антитеза формальным организациям офисного типа. Анализируя особенности внутренней среды коворкинга, специалисты выделяют принципы ее формирования: серендипити, открытые инновации, акмеологичность, интерпартнерство [7; 8]. В зарубежной практике менеджмента серендипити (serendipity) – интуитивная прозорливость, не прогнозируемое научно-техническое достижение, особая способность делать случайные изобретения. На основании явления серендипити возникла категория «серендипити-менеджмент», как совокупность принципов и средств управления с целью формирования корпоративной культуры, организации рабочей среды, повышения уровня творческих способностей работников и увеличения вероятности «случайных», незапланированных открытой [9, с. 86].



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

В университетах Украины активно внедряется программа коворкинга «FreeUA – креативное пространство», как площадка для старта и развития фрилансеров, предоставляющая возможности для обучения, работы и обмена опытом в одном месте. На базе коворкинг-центров создаются сообщества активных и целеустремленных студентов и специалистов, которые готовы помогать друг другу в реализации не только экономически выгодных, но и социально значимых проектов местного значения. Так, например, в Восточно-европейском национальном университете имени Леси Украинки (г. Луцк) открыли учебно-сервисный коворкинг-центр «Academ-Business Hub». Открытие прошло в рамках форума «Университет, бизнес и власть: перспективы сотрудничества» с участием представителей бизнеса. В частности, в центре функционируют студенческие стартап-школы и хакатоны по решению бизнес-кейсов в определенной сфере предпринимательства. Отметим, что в коворкинг-центре смогут работать не только студенты, но и представители туристического бизнеса, которые заинтересованы в сотрудничестве с университетом. В рамках форума, принято решение о создании стипендиальных фондов для награждения студентов, преподавателей и ученых, которые активно участвуют в реализации проектов сотрудничества в треугольнике «университет – бизнес – власть», внедрении инновационных технологий на производстве [10]. Ключевыми особенностями «образовательного» коворкинга в сфере подготовки будущих специалистов экскурсионной деятельности являются:

- открытость коммуникационного пространства становления личности;
- множественность вариантов обсуждения проектов экскурсий;
- внедрение интерактивного содержания обучения;
- проектирование различных кейсов запуска образовательных траекторий;
- реализация технологий сопровождения субъектов обучения;
- использование принципов сетевого образования, профессиональной стажировки в период практики [11, с. 146].

Для развития коворкинг-среды и современных форм обучения студентов специальности «Туризм» (диалогическое и равноправное взаимодействие) в Одесском национальном экономическом университете организуется проведение практических занятий на базе «Tourism stud camp» (Одесский центр профессионально-технического образования ГСЗ), КП «Туристический информационный центр города Одессы». На базовых предприятиях туризма и рекреации, студенты проводят презентации и обсуждение своих предпринимательских стартап – проектов экскурсионного обслуживания туристов и гостей города. Студенты принимали активное участие в процессе общественного обсуждения Программы развития туризма и курортов Одесской области на 2017–2020 годы на базе коворкинг-центра «Терминал 42».

Таким образом, понятие «образовательный коворкинг» определяет содержание образовательного взаимодействия преподавателя и студента, поскольку является стержневым, что удерживает профессиональное самоопределение и содержательную направленность обучения на практических занятиях. Специалисты считают, что модель образовательного коворкинга имеет высокий потенциал в условиях развития «креативной» экономики. На наш взгляд, проблемы развития форм образовательного коворкинга в процессе практической подготовки специалистов, формирования профессиональной компетентности будущих экскурсоводов требуют дальнейшей разработки, систематизации, анализа и обобщения. Как определяет Г. Н. Козлова, пригодность к трудоустройству, – это наличие у выпускников компетенций (знаний, умений, других личностных характеристик), которые необходимы для успешного трудоустройства [12, с. 172]. Предоставление качественных услуг потребителям требует четкой организации работы экскурсоводов, понимания своей роли в контексте общественного значения экскурсионной деятельности, поэтому современные формы и методы практической подготовки студентов, являются одним из приоритетных направлений формирования профессиональных компетенций будущих специалистов.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Wołowiec T., Gwoździewicz S., Ahmed-Skrzypek S. (2016). Classification of the resort in the legal and organizational aspects. *International Journal of New Economics and Social Sciences (IJONESS)*, 4, 236 - 253.
2. Dahl M., Gwoździewicz S. (2018). Education system in Poland – regulation and implementation of integrated qualification system. *EKONOMISTI, International Reviewed Scientific-Analytical Journal*, no 4, volume XVI, Publishing: Paata Gugushvili Institute of Economics of Ivane Javakishvili Tbilisi State University. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ekonomisti.tsu.ge/?cat=nomer&leng=eng&adgi=340&title>

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

- Нездоймінов С.Г., Петрова А.С. (2018). Напрями підвищення конкурентоспроможності екскурсійних послуг туристичних підприємств. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economyandsociety.in.ua/journal-15/22-stati-15/1871-nezdojminov-s-g-petrova-a-c>
- Сторителлінг як один з ефективних методів викладання. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kumlk.kpi.ua/node/1410>
- Нездоймінов С. Г. (2011). Організація екскурсійних послуг: навчально-методичний посібник, Астропринт, Одеса, 216 с.
- Богатирьова Г. (2018). Комунікативно-психологічна складова готовності фахівців з туризму до екскурсійної діяльності. *Науковий вісник Інституту професійно-технічної освіти НАПН України. Професійна педагогіка*, 15, 67-73. [https://doi.org/10.32835/2223\\_5752.2018.15.67-73](https://doi.org/10.32835/2223_5752.2018.15.67-73)
- Waters-Lynch, Julian M and Potts, Jason and Butcher, Tim and Dodson, Jago and Hurley, Joe (2016). Coworking: A Transdisciplinary Overview. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2712217> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2712217>
- Moriset, Bruno (2013). Building new places of the creative economy. The rise of coworking spaces.
- Соколова О. Н., Рудакова О. Ю. (2017). Коворкинг в системе инновационной инфраструктуры. *Экономика Профессия Бизнес*, 1(1), 82-88. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://journal.asu.ru/index.php/ec/article/view/1769>
- У СНУ відкрили навчально-сервісний коворкінг – центр. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/news/u-snu-vidkrili-navchalno-servisnij-kovorking-centr>
- Игнатъева Г.А., Тулупова О.В., Мольков А.С. (2016). Образовательный коворкинг как новый формат организации образовательного пространства дополнительного профессионального образования. *Образование и наука*, 5, 139-157. DOI:10.17853/1994-5639-2016-5-139-157.
- Козлова Г.М. (2014). Методика викладання у вищій школі: навч. посіб. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://oneu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/11/navchalnij\\_posibnik-metodika\\_vikladannya\\_u\\_vishhij\\_shkoli.pdf](http://oneu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/11/navchalnij_posibnik-metodika_vikladannya_u_vishhij_shkoli.pdf)

## KADR HAZIRLIĞI MƏSƏLƏLƏRİNİN TURİZM SAHƏSİNİN RƏQABƏTQABİLİYYƏTLİLİYİNİN FORMALAŞDIRILMASI BAXIMINDAN ƏHƏMİYYƏTİ

**i.ü.f.d. MİRZƏYEV Anar Faiq oğlu**  
**doktorant ƏLİYEVƏ İlahə Şahin qızı**  
*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *In modern conditions, the deep competition in the world economy and the process of globalization made necessary the formation of a competitive national economy in every country and in our republic as well. In such a situation, the formation of a competitive national economy in the country is directly dependent on the development potential and the utilize use of those sectors which form the economy. From this point of view, the issues of personnel training in the formation of an existing competitive environment in the field of tourism have been researched. In the study explained the philosophical foundations of personnel training issues in the tourism sector and its practical significance has been analyzed.*

**Keywords:** *tourism, marketing, SWOT analysis, economic development, service areas, region, competitiveness, personnel training, regional development*

İyirminci əsrdən başlayaraq turizm sektoru bütün dünyada ən sürətlə inkişaf edən sahələrdən birinə çevrilmişdir. Ümumdünya Səyahət və Turizm Şurasının (World Travel & Tourism Council-WTTC) məlumatına əsasən 2017-ci ildə qlobal miqyasda turizm xidmətlərinin ümumi həcmi təxminən 6,2 trilyon ABŞ dolları təşkil etmişdir ki, bu da dünya ölkələri üzrə ümumi buraxılışın 10,4 faizinə bərabərdir.

Həmçinin sektorda məşğul olanların sayı 319 milyon olmaqla, bütün dünya üzrə işləyənlərin ümumi sayının 8,3 faizini təşkil edir. 2025-ci il üçün optimist proqnozlara əsasən turizm sektorunun dünya üzrə ümumi buraxılışda və işləyənlərin sayında payının müvafiq olaraq 11,3 faiz və 8,9 faiz civarında olması gözlənilir. Turizm sektorunun iqtisadi artımın əldə olunmasında mühüm rolunun olmasını nəzərə alaraq, turizmin və onunla əlaqədar sahələrin, ələlxüsus onun rəqabətqabiliyyətliyi məsələlərinin öyrənilməsi xüsusi əhəmiyyət daşıyır [ 9 ].

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Turizm sektorunun rəqabətqabiliyyətliliyinə iki perspektivdən–daxili və beynəlxalq nöqteyi-nəzərdən baxıla bilər. Ölkə daxili perspektivlər baxımından rəqabətqabiliyyətli turizm sektoru yerli nəqliyyat (daşımalar), otel və mehmanxana, restoran, mədəni-kütləvi tədbirlər (asudə vaxtın təşkili) və ticarət sektorlarına fayda gətirməklə sosial, mədəni və siyasi əhəmiyyət daşıyır və iqtisadiyatda aşağıdakı kimi qruplaşdırılması mümkün olan müsbət təsirlər formalaşdırır [ 2, səh. 432 ] :

- Tələbin ödənilməsinin və onun artımının mühüm mənbəyi kimi;
- Dayanıqlı iş yeri imkanları yaratmaqla iqtisadiyyatın bütün səviyyələrində məşğulluğun təminatçısı kimi;
- Kiçik və orta ölçülü müəssisələr üçün biznesin təşkili imkanlarından yararlanmağa mühüm vasitə kimi;
- Əldə olunmuş maliyyə və iqtisadi faydaların iqtisadiyyatın müxtəlif sektorları və səviyyələri, xüsusilə regional səviyyədə paylaşdırılmasına imkan yaradır;
- Hökumətin bəyan etdiyi iqtisadi və fiskal hədəflərin əldə olunmasına töhfə verir;
- Dövlət və özəl sektor arasında əməkdaşlığın sürətləndirilməsində mühüm təsirlərə malikdir.

Bu baxımdan bir çox dünya ölkələrində turizm sektoru iqtisadi fəallığın, məşğulluğun, vergi və valyuta daxilolmalarının təmin olunmasının mühüm mənbəyi qismində nəzərdən keçirilir. Təsədüfi deyil ki, bir çox inkişaf etməkdə olan ölkə və regionlar turizmin iqtisadiyyata təsirlərinin artan rolunu diqqətdə saxlayaraq ölkə daxili və xarici potensial turistlər üçün sektorun cəlbediciliyinin yüksəldilməsi məqsədilə onun inkişafına əhəmiyyətli resurslar yönəldirlər.

Çox zaman turizmin cazibəsinə qapılıb onun gücündən istifadə etmək yollarını axtaranda ya təkcə turizm ehtiyatları, ya bacarıqlı menecment haqqında fikirlər söylənilir, ya da ki məsələnin, sadəcə, turistlərin səxavətindən asılı olması qənaətinə gəlinir. Amma halbuki turizm elə sahələrarası inteqrasiya gücünə malikdir ki, o, başda iqtisadiyyat olmaqla digər sosial-mədəni xidmət sahələri ilə birgə bütöv bir turizm sənayesini formalaşdıraraq ölkəyə turizm gəlirləri imkanı yaradır. Əlbəttə ki, burada təkcə rekreasiya xidmət sahələrində deyil, bütün turizm sənayesinə aid olunan sahələrdə öz funksiyasını yerinə yetirə bilən kadrlardan çox şey asılıdır.

Turizmdə kadr deyəndə çox vaxt turistlərə xidmət göstərən gülərüz, peşəkar xidməti işçilər başa düşülür. Mehmanxana, restoran, nəqliyyat və ekskursiya xidmətləri zamanı belə işçilər bilavasitə servislə əlaqədar olduğundan onların işinə də müvafiq qiymət verilərək göstərdikləri xidmətin səviyyəsinə görə bəxşis alıb, bəzən də şikayət olunurlar. Ancaq turizm sənayesində rol alan və turistlərlə heç zaman üz-üzə gəlməyən çoxlu sayda sahələr vardır ki, onların fəaliyyətinin son nəticəsi regiona xas olan turizm məhsulunu formalaşdıran bir amil kimi özünü göstərir.

Bütün dünyada peşəkarlıq standartları ilə öz həllini tapan əsas funksiya qismində əməyin, biliklərin və bacarıqların keyfiyyətinə dair müvafiq tələblərin müəyyənləşdirilməsi, əmək sferasının və kadrların hazırlanması sferasının yaxınlaşdırılması xidmət edir. Peşəkarlıq standartlarının işlənilib hazırlanması istiqamətində çıxış nöqtəsi əmək bazarının informasiyasından (işə götürənin tələbindən) ibarətdir. Məsələ bundadır ki, peşəkarlıq standartları əmək bazarının işçilərin ixtisaslaşmasına dair mövcud tələblərini əks etdirməlidir. Həmin bu informasiya peşəkarlıq standartının əsas məzmununu müəyyənləşdirməyə imkan verəcəkdir.

İşlənilib hazırlanma prosesinin gedişatında peşə standartı bu və ya digər sahənin bütün işçi və rəhbərləri uyğun gəlməli olan peşəkarlıq minimumu olmağa başlayır. Müəssisə və təşkilatlar onu özlərinin daxili (korporativ) standartlarının yaradılması, işçilərin iş qəbulu yaxud attestasiyası məqsədilə istifadə edə bilərlər.

Turizm sahəsində çalışacaq mütəxəssislərin hazırlanmasının spesifik xüsusiyyətləri aşağıdakılardan ibarətdir:

- ✓ müəssisənin rəhbəri rəhbərliyin növ və üslublarına bələd olmalıdır;
- ✓ rəhbər müəyyən işgüzar və fərdi (psixofiziki, mənəvi-əxlaqi) keyfiyyətlərə malik olmalıdır;
- ✓ rəhbər idarəetmə funksiyalarından (planlaşdırmadan, seçmədən, öyrətmə bacarıqlarından, nəzarətdən, kadrlara rəhbərlik etmək qabiliyyətindən və s.) istifadə etməyi bacarmalıdır;
- ✓ rəhbər hüquqi bazanın biliklərini tətbiq etmək qabiliyyətində olmalıdır.

Menecer və marketoloq turizm sferasına hərtərəfli bələd olmalı, bazarı dərinlən bilməli, turizm məhsulunun hansı mərhələlərdən keçməli olduğunu öyrənməli, özünün və digərlərinin hərəkətlərini və davranışını qiymətləndirməyi bacarmalıdır [6].

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Turizm sahəsində mütəxəssislərin çoxsəviyyəli hazırlığının yerli sistemi hal-hazırda iki sosial-iqtisadi amillərin təsiri altında özünün təşəkkül tapma mərhələsinin çətin dövrünü yaşamaqdadır. Həmin amillər qismində aşağıdakıları göstərə bilərik.

Birincisi, bu, elementlərin milli sisteminə fasiləsiz təhsilin və çoxsəviyyəli hazırlıq təcrübəsinin intensiv surətdə tətbiq edilməsi, habelə peşə təhsilinin yeni formalarının axtarışıdır.

İkincisi, bu, sahə amili, turizm biznesinin inkişafda olan bazarının tələbatlarına müvafiq olaraq elmi-pedaqoji kadrların hazırlanması üsullarının axtarışıdır.

Öz növbəsində, turizm xidmətinin iqtisadi həyatın dəyişkən reallıqlarına adaptasiya olunmasının zəruriliyi mütəxəssislərin fasiləsiz hazırlaşdırılmasını tələb edir ki, bunu da təhsilin lazımı diversifikasiyasını təmin etmək iqtidarında olan çoxsəviyyəli hazırlıq sistemi təqdim etmək imkanına malikdir. Bəzi ekspertlər tərəfindən təklif olunan yanaşma böyük maraq doğurur. Bu zaman “təhsilin keyfiyyətini” “hazırlığın keyfiyyəti” kimi dəyərləndirmək, təhsilin keyfiyyəti deyildikdə isə “məqsəd və nəticənin nisbətini, məqsədə nail olunması həddini başa düşmək” təklif olunur. Və təhsilin, fəaliyyətin istənilən digər növü kimi, resurslara və fəaliyyətin nəticəsinə söykəndiyini nəzərə alsaq, onda görərik ki, təhsil əhəmiyyətli dərəcədə istifadə olunan resursların miqdarı ilə müəyyən edilir.

Turizm sənayesi regionda turizm məhsulunun istehsalı və turistlərə çatdırılması üzrə fəaliyyət göstərən xidmət və qeyri-xidmət sahələrinin məcmusudur. Evidən mənalı istirahət məqsədilə səyahətə çıxan turistlərin istifadə etmək istədiyi hər bir xidmət turizm sənayesinin məhsuludur. Belə xidmətləri göstərən xidməti heyət isə turizm sənayesinin aparıcı qüvvəsi olub, regionun mövcud turizm ehtiyatlarını və milli qonaqpərvərliyini son məhsul şəklində salaraq turistlərə sata bilmək üçün turizm məhsulunu istehsal edir. Göründüyü kimi, turizm sənayesi düşünülüyü qədər heç də sadə bir quruluşa malik olmayıb, turizm xidmət servislərindən başqa, idarəetmə, təhsil, səhiyyə, mədəniyyət, hədiyyəlik əşya istehsalı, hətta kənd təsərrüfatı, tikinti, pərakəndə ticarət, sərnişin nəqliyyatı kimi sahələr arasında da möhkəm bir integrativ zəncir rolunu oynayır. Əgər turizmdən pay almaq, onun vasitəsilə ölkəni tanıdıb valyuta gəlirləri də əldə etmək məqsədimizdirsə, bu zaman bir qismini sadaladığımız sahələrin turizm sənayesinə verəcəyi töhfəni düzgün balanslaşdırmaq, konkret vəzifə bölgüsü aparmaq lazımdır. Məhz belə bir şəraitdə bir-birinin sifarişlərini yerinə yetirən və son nəticədə, ölkəyə gəlmiş turistlərə hazır, həm də markalı məhsul sata bilən bütöv bir turizm sənayesi kompleksindən danışa bilərik.

Turizm sənayesinin mühüm bir tərkib hissəsi kadr və bu kadrları hazırlayan təhsil müəssisələridir. Turizmin xidmət sahələri və idarəetməsi üçün lazım olan kadrlar bir çox səviyyələrdə – ali, orta, peşə təhsili müəssisələrində və turizm-xidmət firmasının (mehmanxananın, restoranın və ya ekskursiya bürosunun) özünün təşkil etdiyi kurs və treninqlərdə hazırlanırlar [ 5, səh.132 ]. Öz təyinatına görə belə kadrlar turizm sənayesində müxtəlif pillələr tutaraq gələcək xidmət sahələrində öz bacarığını ortaya qoymalı, iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrindən baş çıxarmaqla özlərinə lazım olanı deyil, məhz turistə lazım olan tələbatları düzgün qiymətləndirməyi bacarmalıdırlar. Çünki turistlərin tələbatları fərqlidir və onların reallaşdırılması xidmətlə eyni anda baş verəndən gözlə göstərilə bilinməyən turizm məhsulu yalnız turistlərin ona pul ödədiyi zaman dəyərini qazanır. Belə olduğu təqdirdə turizm sahəsində çalışan istənilən kadr bu sahədə formalaşmış bütün bilgiləri və dünya təcrübəsindən əldə etdiyi praktik vərdişləri ortaya qoymağı bacarmalıdır.

Turizm kadrlarının hazırlanması çoxpilləli bir prosesdir. Göstərilən servislərin məzmunu və dərinliyinə görə yetişdirilən turizm mütəxəssisinin ondan ilk tələb olunan gülürüz peşəkarlıqdan tutmuş dərin iqtisadi savada qədər hər şeydən xəbəri olmalıdır. Bundan əlavə, turizmdə çalışmaq arzusunda olan gənc tarix, coğrafiya, mədəniyyətşünaslıq kimi elm sahələrindən yaxşı məlumatlı olmalı, xarici dilləri bilməli və müasir informasiya-kommunikasiya texnologiyalarından da baş çıxarmalıdır. Ona görə də turizm kadrlarının yüksək ixtisaslı əllərə həvalə edilməsi, onların bu sahə üzrə peşəkarların rəhbərliyi altında yetişdirilməsi turizm sənayesinin bir sifarişidir. Turizm kadrlarının dünyagörüşünün, savadının yalnız “şiş-kabab fəlsəfəsi”ndə məhdudlaşmaması üçün onlar günün komfort tələbləri, müasir insanların artan tələbatlarının ödənilməsi ruhunda yetişdirilməlidir. Çünki turizm iqtisadiyyatın bir sahəsidir və bu xidmət sahəsinin də digər sosial-mədəni sahələr kimi tələb və təklifə əsaslanan öz qanunları vardır.

Ümumiyyətlə, “kadrlar hər şeyi həll edir” fikri hər sahədə özünü doğrultduğu kimi, turizm sənayesində də bu, öz aktuallığını həmişə qoruyur. Turizm sahəsində kadr yetişdirmək, gələcəkdə onların bəhrəsini görmək üçün dövlətimiz tərəfindən lazımi işlər görülməkdədir. Muxtar

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

respublikamızın zəngin turizm ehtiyatları əsasında güclü turizm sənayesi yaratmaq qarşıya qoyulmuş mühüm vəzifələrdən biridir. Odur ki, yurdumuzun hər guşəsində turistləri özünə cəlb edən zənginliklərdən bacarıqla istifadə edə biləcək kadrların və kadr hazırlığı müəssisələrinin üzərinə böyük vəzifələr düşür [ 4, səh. 178 ] .

Formalaşmış təcrübə göstərir ki, kadrların hazırlanmasında, öyrədilməsində və tərbiyələndirilməsində mövcud olan ayrı-ayrı mənfi halların qətiyyətlə aradan qaldırılması istiqamətində görülməli olduğu tədbirlər fasiləsiz təhsil və biliklərin yenilənməsinin koordinasiya olunmuş sistemin yaradılmasından ibarət olmalıdır ki, həmin sistemin təməli qismində aşağıdakılar istifadə olunmalıdır: təhsilin bütöv kompleksinin dəyişdirilməsinin metodoloji nöqtəyi-nəzərdən qarşılıqlı surətdə əlaqələndirilmiş prinsiplər, o cümlədən, rəhbər kadrların və mütəxəssislərin baza orta və ali xüsusi hazırlığı, yenidən hazırlığı sistemləri, habelə peşəkar kadrların və ictimai aktivinin texnoloji və iqtisadi təhsili sistemləri [ 7 ] .

Araşdırmanın nəticəsi heç şübhəsiz aşağıdakıları şərtləndirir: kadrların və aktivin öyrədilməsinin və tərbiyələndirilməsinin bütün səviyyələrinin rolunun artırılmasını; peşəkar mütəxəssislərin həm öyrədilməsinin, həm də tərbiyələndirilməsinin inteqrasiyasını; funksionerlərin və kadr işçilərinin, işçi heyətinin, ictimai aktivinin müasir zəmanənin tələblərinə cavab vermələri məqsədilə onların hazırlıqlarının keyfiyyətinin yüksəldilməsini; turizm fəaliyyəti iştirakçılarının dünyagörüşü tərkişləndirilməsini, tədrisin və tərbiyələndirmənin bütün səviyyələrin və həlqələrin əsaslandırılmasını və metodiki təminatını; elmi, pedaqoji və informasiya kadrlarının tərkibinin keyfiyyət nöqtəyi-nəzərdən yaxşılaşdırılmasını; texniki və texnoloji yenidən təchiz edilməsini, habelə tədrisin sistemlərinin və altsistemlərinin təmin edilməsini; tədris sisteminin idarəçiliyinin təkmilləşdirilməsini.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Əlirzayev Ə.Q. İslahatlar və sürətlənmə strategiyası şəraitində Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişaf problemləri: təcrübə, meyillər və perspektiv istiqamətlər. Bakı: "Adiloğlu" nəşriyyatı, 2005, 538 s.
2. Qafarov N.C. Turizmin iqtisadiyyatı. Bakı: Kooperasiya nəşriyyatı, 2012, 440 s
3. Цапиева О.К. Омарова К.А. Теоретические аспекты проблемы включения социальной сферы региона в рыночные отношения. Экономика и экономические науки. 2015
4. Торгачев Д.Н. Особенности финансирования инвестиционных процессов в социальной сфере региона. Управление общественными и экономическими системами №1
5. Квартальнов В.А., «Туризм», 2000 г.
6. Окладникова Е.А., «Международный туризм» 2002 г.
7. Chris Cooper, Michael Hall, Contemporary Tourism An international approach, 2008
8. [http://ier.az/uploads/IJETI-UNDP\\_Turizm-az.pdf](http://ier.az/uploads/IJETI-UNDP_Turizm-az.pdf)
9. <https://www.wttc.org/about/>

## INCREASEMENT THE ROLE OF EFFICIENT USAGE OF TOURISM POTENTIAL IN REGIONAL DEVELOPMENT

**Sabina CUMAZADA**

*ANAS, Institute of Economy*

**Abstract:** *Subject of the work has been devoted to influence of tourism to the problems of regional development. Regional development term isn't meant only economic growth but also increase of social welfare in the region. Tourism is the mean in creating new job opportunity and increasing income of region. Purpose of this work is to investigate influence of the tourism to the regional development and to specify directions of the improve with defining its development tendencies in efficient way. Namely from this point of view, influence of education, ecology, technology to tourism sector assume vital importance. Analysis materials have been generalized and recommendation have been proposed in the chapter of result and offers.*

**Keywords:** *regional development, tourism, education, ecology, technology.*

## **TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS**

### **Entrance**

Every region of one country does not develop at the same time. The existence of interregional differences depends on geographical, economic, social and cultural factors. Geographical factors, such as climate, underground and surface resources, transport, telecommunications, and the region's access to agriculture are seen as an important factor for regional development. Moving people to areas that are more geographically suitable for investment causes these regions faster to grow. This, in turn, creates inter-regional differences. Macroeconomic stability, efficient use of production factors, mobility in workforce, skilled labor, investment flows, competition, innovation and entrepreneurial activity from the economic factors affecting the region's effectiveness create the basis for the region's development. The difference in these factors in each region creates regional differences. As investment choices tend to be the most cost-effective areas for businesses, investments in richer regions are becoming increasingly common, which in turn increases regional disparities. Because of the better living standards in areas where education, health, and infrastructure are better, human drainage occurs in these regions, which increases regional differences.

For this reason, some regions are developing faster in economic, social and cultural way than others. Therefore, there are differences in regional development both in developed countries and in developing countries. In the narrow sense, differences in regional development can be considered as differences in economic and social opportunities. The difference in economic opportunities is explained by the fact that people in different regions do not have the same opportunity to find job and earn the same real wages from same jobs. The difference in social welfare is that people in different regions do not have the same opportunities as health, education and cultural services.

The development of the tourism sector plays a role as a tool for integration of the most backward regions into developed regions and their equal use of opportunities provided by economic growth. Tourism has an important place in the country's regional development policies, with a positive impact on national income, improving infrastructure, accelerating regional and global integration, and employment-enhancing features, as it enhances foreign exchange flow and foreign investment. However, this effect can change according to the nature of each region. Its size and tourist attractiveness, industry structure, geographical position, and other local labor markets can be considered as an important factor affecting tourism. The impact of tourism on regional development can produce different results in the same projects. Therefore, tourism potential of the region should be accurately defined, the socio-economic infrastructure, education, ecological and technological opportunities of the region should be taken into account.

### **Increasing the role of efficient use of tourism potential in regional development**

Technological advances in modern times, improvements in living standards, travel freedom caused by globalization have led to a rapid increase in the number of people involved in tourism activities [5, p.371]. As a result of this, the tourism sector is one of the fastest growing sectors in the world.

Research shows that tourism develops day by day over the world. Most countries are eager to take part in world tourism revenues by developing this sector in their economies. Thus, world tourism has grown by 60% in the 1980s and 90s and 52% in 1990-2000. In 1980, the number of tourists with 280 million reached 698 million in 2000 [11, p. 269]. This figure reached 903 million in 2007, reaching 922 million in 2008, dropping to 880 million in 2009. In 2016, Travel & Tourism directly contributed US\$2.3 trillion and 109 million jobs worldwide [12, p.3]. As it seems, the tourism sector has grown at a fast pace, but has continued to grow in general, although there has been slowdowns due to terrorism or change of economic conditions in some periods. Tourism is an important area that generates 1 trillion 75 billion dollars, causing 1 billion 35 million tourists worldwide. France has agreed to an average of 90 million tourists in 2014. The United States has been visited by 70 million tourists. Spain has an average of 60 million tourists per year, China 56 million, Italy 48-50 million, an average of 38-40 million tourists per year, which is very ideal for winter tourism and summer tourism. In 2023, the total share of travel and tourism in GDP is estimated at \$ 10.5 trillion [13, p.3]. According to the World Tourism Organization, world tourism will generate \$ 2 trillion in 2020, reaching 1602 million people. The share of North Atlantic, Asian and Pacific Asian countries is expected to increase [8, p.66]. From this point of view, new changes are expected to be one of the fastest growing sectors in upcoming years. Because of the tourist activity, along with the emergence of many different spheres,

## **TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS**

serious changes are taking place in existing tourist activities. The "sea, sand, and sun" trio, which has formed the most important part of tourism until recent time, is slowly losing its popularity with other tourism types as health tourism grows [1, p.64].

The efficient use of tourism potential is possible with the sustainable development of the tourism sector. Whether the developed countries want to benefit from the tourism sector's income-generating capability, or developing countries which want to benefit from tourism's currency-saving features, can't effectively utilize their tourism potential without identifying sustainable development strategies. For this purpose, the solution to existing problems in sustainable development of tourism sector should be determined. At the same time, there are a number of problems in tourism to sustain its development.

Education Problems in Tourism: The societies are developing economically, socially and culturally in an integrated way. This process needs a free and democratic political environment. When comparing a country with another country, public indicators are also used by economic indicators. There are employment, culture, health, and education within key social indicators. Of these, the education sector is the main source of human capital that the economy needs.

Countries wishing to make a share of world income generated by tourism are in deep competition. The quality of the service sector is crucial. Human resources development plays an important role. The purpose of tourism education is to train workers in need of tourism. One of the key stages of macroeconomic planning of tourism is the identification of the personnel needs and the necessary educational and training planning to meet this need. Entering into the international tourism market with high quality services, especially with a tough competition, is impossible without skilled cadres, as much as in community-level tourism awareness [10, p.47].

Education is the biggest supporter of development. Advantages in tourism incentives should be given to improving overall quality until available potential use. One of the most important problems identified in the tourism industry is the lack of specialized staff. According to the results of the research conducted for Turkey which in 2014, attracting around 42 million foreign tourists, ranked as the 6th most popular tourist destination in the world, 50% of the specialists have been identified as elementary school graduates, and most of the rest of the cadres have not seen vocational training [9, p.20].

The purpose of vocational training in tourism is to train qualified personnel with theoretical and practical knowledge in the tourism sector. Tourism education is a kind of activity for educating students at all levels on tourism awareness, providing basic principles of hospitality, increasing general and professional knowledge of tourism industry professionals, and preparing specialist, security and technical staff for tourism industry [6, s.10].

It is obvious that people do not come to the places where they are not welcome. For this reason, remembering travel experienced by a tourist as a pleasant memory and willing to go to the place again is a great deal of hospitality. Professionalism, skill, productivity and courtesy, which are the main elements of the service, can't be accidentally gained. All of these features are a result of the education and teaching process.

Studies have revealed that the most important problem in the tourism sector is the training of staff. One of these studies is Business Studies in the International Labor Organization (ILO) Hotel and Tourism Industry. According to the results of this study, the current employment profile of traveling companies is based on the number of people who have not received vocational training. One type of education is programs that are at the community level and can be attended by anyone regardless of the age, level, and circumstances. The most commonly used tourism education is the process of educating people at public-level about vocational training, acquiring skills, regardless of their work in tourism institutions, and the process of enlightenment a wide range of population on certain subjects related to tourism [3, p.6]. Tourism education, which should be provided in high schools, is aimed at teaching theoretical knowledge in the higher education institutions as well as vocational skills at enterprises.

The absence of vocational education in the staff adversely affects the development of the sector. Another reason for this negativity is the lack of skills resulting from education. In the educational institutions, students are unable to adequately apply the knowledge they have learned, the lack of knowledge in the sector, and the lack of foreign language skills.

The two-year vocational training is aimed at educating technical staffs for the sector with tourism programs. In four-year tourism and hospitality education institutions, the tourism department aims to train planners and researchers for the sector. Some universities also offer Master's Degrees to serve senior executives in the sector.

## **TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS**

Over the years, providing the increase in quantity at schools, quality has been neglected, and lack of investment in quality of education in the competitive environment brought by globalization has brought together problems.

In today's market conditions where the problem of unemployment is rising, graduates who are looking for employment opportunities without qualification needs for the sector are forced to work for low wages in tourism, which is a labor-intensive area.

Tourism education planning is, in a sense, a process that should go parallel with general tourism planning. Since tourism education is aimed at educating workers in need of tourism, the direction of development of the tourism sector and other aspects of tourism education should take into account in tourism planning. Planning for each station that opens into tourism is considered to be a major activity [4, p.25].

Technological innovations are also crucial in the tourism sector and in its educational process. At the same time, the education policy in the tourism sector should be continually altered and improved in line with the changing needs of the sector. Consistency should be ensured between the tools prepared to achieve targets in the issues related to education. In order to achieve the highest level of tourism education government should ensure coordination, teaching integrity and sustainability in line with education policy targets.

High costs are required for the organization of educational programs, which are intended to train the cadres in need of the tourism sector. There are some difficulties in continuing education activities with limited budget resources. State-sector cooperation in the development of tourism education is of crucial importance. Within the public-private partnership, special courses should be organized in order to educate cadres with the aim of developing their professional skills and abilities. In addition, Social Behavior Seminars should be organized in order to improve the service standards of the staff working in the tourism sector and to develop their social skills, the instructor, department manager, deputy directors have to transfer the knowledge and experiences they have to their subordinate employees [12, p.107]. All the investments and efforts made in the name of education are meaningful with well-defined policies, appropriate strategic choices, detailed plans and programs, as well as application sustainability.

One of the important issues in raising the role of the tourism sector in regional development is its attitude to the environment. There is a deep connection between tourism and ecology. The recent United Nations statement states that the violation of the biodiversity in the ecosystem is linked to all human activities. Tourism is an area that has damaged ecology, or destroys limited and valuable resources. Building a tourism infrastructure, even though it is not a industry-oriented area, is directly involved in the intervention of nature. The real development of tourism should be carried out with the preservation of natural beauty. Negative environmental impact should be eliminated for the efficient development of tourism. Unplanned and systematic construction of tourist centers can lead to the destruction of natural resources. The development of tourism in this way raises issues such as tourism related with construction and infrastructure and other activities, such as water shortages and energy problems in the local population. From this point of view, the impact of tourism on the environment should be taken into consideration. There should be no commercial structures or industrial buildings that cause pollution of air and water outside the tourism centers. For sustainable development, harmonious development with nature should be carried out, and enterprises that damage natural resources should be involved in nature compensation measures. At times, a strong flow of tourists can lead to a natural balance. The level of tourism has dropped due to environmental problems in the world's most popular tourist zones. Global warming also has great impact on tourism. Problems such as falling snowfall and rapid melting of the abdomen create problems in the development of winter tourism. The Alps system covering the territories of Italy, Monaco, Austria, Germany, France, Switzerland, Liechtenstein and Slovenia, Thai beaches, popular national parks and thermal sources in Kamchatka are famous for tourists. For this reason, tourism in these regions has developed very much. Many tourists, hunters, and athletes pollute the environment and damage the environment. The establishment and construction of tourism infrastructure results destruction of scenic landscapes. As a result of the measures taken to increase the variety of tourism products in recent years, the number of modern tourism facilities has increased considerably during the winter season. The ski resort also has some adverse effects on the environment. There is absolutely technical snow. The creation of artificial



## **TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS**

snow requires a large amount of water. The water supply is used in ponds and warehouses located in nearby areas. As a result, the ecosystem is disrupted and many negative situations occur.

Nearly 50% of traffic is associated with tourism activities. Air traffic is 2.5% of total carbon dioxide emissions. Tourism affects the heat generated by the atmosphere. The amount of carbon dioxide released by all transport vehicles is around 75 per cent. Gas emissions from tourism activities account for 4.95 percent of total emissions. Air transport plays a major role in creating greenhouse effects in the atmosphere. Gas driven by air transport is about 40 percent of global emissions from global tourism activities. While it was 594 million international passengers in 1996, it is expected to reach 1.6 billion by 2020. If no action is taken to reduce the emission, this increase will create significant environmental problems.

The 5 percent increase in air traffic per year is outside the Kyoto summit. For this reason, airline companies and other related agencies have to take joint action. The use of solar energy at Vancouver and San Francisco has significantly reduced carbon dioxide content. An important step was taken by the use of gas-absorbing paints at the Melbourne airport. Carbon dioxide emissions have dropped by 28 percent in 2007, while Air France's airline representatives have taken their actions and new technologies on Caribbean and Indian flights [7, p.107].

The elimination of harmful effects of tourism on ecology is one of the important tasks facing the modern tourism sector. From this perspective, the protection and protection of tourism resources is of great importance today. In the overall development of the country, the solution of this issue should take a leading position, learn the essence of ecological tourism and educate the society.

Attractive landscape, fresh air, clean beaches, beautiful woods, ice springs - all this is considered to be a tourist attraction. With their protection, sustainable development of tourism can be ensured. Failure to undermine the culture and nature of countries during touristic travels is governed by the Global Tourism Code of Tourism approved by the World Tourism Organization for all mankind. The content is of recommendation character and accelerates the development of tourism in the event of its implementation. This code was adopted in 1999 at the World Tourism Organization General Assembly in San Diego. Tourist activity is a basic document for tourism, composed of 10 items that are useful for touristic countries and tourists. The main items of the document is consist of the impact of tourism on interpersonal understanding, the individual and collective aspects of tourism, the tourism as part of sustainable development, the use and enrichment of cultural heritage, tourism as an activity that enhances the well-being of countries and communities, commitments of partners in development of tourism, right of participation in tourism, freedom in tourism activity, rights of entrepreneurs in the tourism sector, and the application of global ethical laws in tourism. Tourist companies should familiarize tourists with tourist ethics in any country and inform them in advance.

Studies show that diversity of products is used to eliminate the seasonal nature of tourism activities. Furthermore, diversification of tourism types in the elimination of employment problems for developing countries will stimulate the use of tourism potential. For this purpose, health, culture, jungle, yacht, rural and ecotourism come forward. Because of the higher human development rate in the developed countries, the older generation is more likely to dominate health and cultural tourism, while the middle-income countries prefer the types of tourism, such as yacht and entertainment. Leisure time tourism with cultural tourism leads to the protection of historical monuments and national wealth. Tourism, which began with the traditional form of 3-S (sea-sand-sun), has become a 3-E (exciting-educational-) shape in modern times. As a result, the range of tourist attractions includes yacht, golf, rafting, horseback riding, fauna and flora tours, rural tours, paragliding, diving tours, mountaineering, faith tourism, bird watching tours, cave, fashion, safari, waterfall, bike, religious places belonging to different religions and groups, shopping venues, paint balls, winter sports, nostalgic railroad trips, scenic and natural wonders, sightseeing tours have emerged. This diversity is increasing day by day. Resource-rich countries can increase their tourism revenues by increasing the range of tourism products.

In parallel with the rapidly evolving growth trends in the tourism sector, the education of the participating people who has direct access to the sector (working in tourist companies) or indirect (transport, security, etc.) contact with the tourist need to be developed.

The elimination of negative social side effects and the satisfaction of the local population in the development of the tourism sector are also crucial for long-term sustainable development. The

## **TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS**

Canadian sustainable development center indicates that the sustainable development of the tourism industry depends on environmental, economic and social stability [2, p.309]. Local governments and the public should be involved in tourism-related decision-making in areas where tourism is concentrated.

There is a close link between the development of tourism and the application of new information technologies in this area. Operations such as studying international tourism, selling information on the tourism market, applying information technology in various fields, pre-booking of hotels, booking tickets facilitate the organization of tourism. The flow of information in the tourism market lies between different sectors of tourism and agencies. Tourists are looking for information about their products. Manufacturers and mediators produce information. Information technology has a great role in providing visitors with information about the characteristics of the product, prices, transport schedules, and booking opportunities. They may also obtain information from mediators, tourists and tour operators, corporate travel companies or direct manufacturers. But in our globalized world, time runs very fast, and time management is of great importance. In this regard, the use of information technology is of great importance.

Manufacturers also need information about tourists, their needs, wishes and desires. Not only mediators and tourists, but also government agencies, travel agencies and associations act in the information space. State agencies disseminate managerial information, travel standards, currency, visas and security information. The tourism industry generates a great deal of information. In average of 25 transponders are operated with each customer for booking of air ticket. It is important to use modern information technology to effectively utilize mass flow of information. In the modern world, various electronic supply systems have been created to accept and approve orders from online customers. Most of these systems are used globally.

New information technologies are constantly improving. In the 1970s, the US airline has created Delta, Continental, Western, Northwest systems for the reservation of air tickets. These systems are reminiscent of the "Saber" system. The Saber Global Distribution System is used by over 350,000 travel agencies throughout the world by 400 firms, 100,000 hotels and 42 car rental firms, 50 rail companies and 17 cruise travel companies. Later Western Europe also created its own reservation systems, Amadeus and Galileo. These systems are still used. Abakus system is designed in Asia. These four systems cover all continents. They can be used to connect to each other or to book independent flights.

"Intersoft Acadamservis" has created a new software product for the tour company. This system allows you to book tours through the Internet. The tours are written on this system in special databases. In addition to classification of tours in these bases, you can obtain information about places and receive electronic confirmation when your order is accepted. This type of technology can take all stages of booking online.

The Amadeus Global Distribution System is the most popular and leading automated system for pre-booking worldwide airline tickets, hotels, car, railway tickets, cruises. 725 airline companies, 57,000 hotels and 42 car rental companies use this system. "Amadeus" provides a wealth of information on tariffs, countries, visas, medical restrictions and weather information.

Consequently, it should be noted that the effective use of existing tourism potential, which is one of the most important income-generating sectors of the economy, contributes to regional development with its positive effects to other sectors.

### **Results and proposals**

Tourism is an area of activity that paves the way for global integration at the global level and has a positive effect on domestic regional development efforts. For this reason, promoting tourism in less developed regions and ensuring regional development is supported by strong funds in EU Member States. The role of this sector in the economy of the Union is very important. It was recognized by EU politicians that tourism was an important source of reducing regional disparities and employment. The most important EU aid for tourism comes from the Regional Development Fund. The world is one of the largest tourism zones in the EU, with 40% of tourism revenues. About 8 million people are directly involved in the tourism sector. It is expedient to use the EU's policy to boost the use of tourism potential in regional development.

Natural beauty and cultural richness play an important source of income that can have a positive effect on the economic balance of countries and regions when used correctly and rationally. Tourism-oriented cultural development tools are known as conference centers, recreation parks, alternative tourism,

## **TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS**

preserves, cultural centers. Conference centers, both organized by the public and private sectors, bring economic revival to the region where they are located, and give a dynamic vision to the region. Recreational parks, which are among the leisure-time recreational facilities, also increase the attractiveness of the region. It is very important to reflect the traditions of the country in the organized entertainment and leisure activities. Tourists will have the opportunity to enjoy the country on the one hand. The transformation of natural and historical resources into a specific tourism product in different ways in the region forms alternative tourism. There are many influences such as employment in the region, extension of the tourist season, attractiveness and image enhancement. Reserves are used both for attraction centers and for enrichment of tourism activities. Museums created for the purpose of evaluating the cultural assets are a tool for the development of tourism in the region. The use of tourism-oriented cultural development tools leads to the creation of unsafe tourism.

One of the important tasks undertaken by the state is to create a necessary environment for tourism. Instead of organizing tourism in the state itself, it should oversee the people and organizations that make up the education. Therefore, the steps to be taken are to define the standards of education, to encourage entrepreneurs and to create an environment that provides documentation for the trainees.

It is crucial that certain work be carried out to form the education in tourism and to make the work even more productive. Analysis of existing tourism education system, reorganization of tourism education system, identification of personnel, increase of productivity, increase of staff potential, promoting the development of education tools, and orientation of youth vocational training to tourism are very topical. The use of new information technologies in this direction is also important.

The income sector of the tourism sector, which is part of a multi-sectoral relationship, increases the employment, although there are positive outcomes in the use of natural resources, there are also some negative circumstances. The optimization of both impacts and the most effective utilization of tourism potential remains a topical issue today.

### **REFERENCES:**

1. Aydın S.ve Kelcheoğlu B., An Evaluation of Turkish Tourism Under the Trends of General Trends // Ministry of Tourism, 2nd Tourism Council Statements, Volume 1, 64 Ankara: 2002
2. Gordon Taylor. Tourism and sustainable community development report, Ottawa: Annual Conference of the Canada Chapter, Travel and Tourism Research Association, 1995
3. Hacıoğlu, N. Tourism Education in Turkey. Balıkesir: Uludağ University, Balıkesir School of Tourism and Hotel Management, 1989
4. Keizer. Tourism Planning and Development, Boston: CSI Publishing Company, Inc., 1978
5. Milne.S, Ateljevic.J Technology and service quality in the tourism and hospitality industry, New York: Hawarth Press, 2001
6. Olali, Economy, Commerce High School 2nd Class. Ministry of National Education Vocational and Technical Education Schools Textbooks, Publication No: 236 Seri-A, 1973; No: 138
7. Prof.Dr.Cengiz Türe, Assoc. Dr. Arzu Çiçek. Ecology and Tourism
8. Prof.Dr. Ocal USTA. General Tourism, Izmir: Anadolu Matbaacılık, 2001
9. Love, Ahmet. Tourism Training,, Ankara: Tourism Education Conference, 1992
10. Timur A. General Issues of Tourism Education Article, Ankara: Tourism Education Conference, Ministry of Tourism Summer, 1992
11. TOBB (Turkey Rooms)
12. World Travel & Tourism Council, Travel &Tourism Global Economic Impact & Issues 2017

**AZƏRBAYCAN ALİ TƏHSİL MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ TƏDRİSDƏ  
KEYFİYYƏTİN TƏMİN OLUNMASI VƏ İDARƏETMƏ**

**Aliyə XƏLİLƏYLI**

“Beynəlxalq əməkdaşlıq” şöbəsinin metodisti  
Sumqayıt Dövlət Universiteti

***Abstract:** The article speaks about quality assurance and management in higher education institutions in Azerbaijan. This topic reflects the quality assurance and management issues in teaching.*

***Key words:** student, teacher, teaching, quality and management*

Orta gəlirli ölkələr arasında rəqabətin güclənməsi, sürətli texnoloji irəliləyiş nəticəsində ixtisas profillərinin tez-tez dəyişməsi təhsilin keyfiyyətinə tələbi daha da artırmışdır. Digər tərəfdən, yalnız təhsilə cəlb etmə səviyyəsinin artırılması və təhsil infrastrukturunun genişləndirilməsi insanların bilik və bacarıqlarının yüksəlməsinə tam təminat vermir. Təhsil infrastrukturunu zəruri amil olsa da, bilik və bacarıqlar təhsil müəssisələrinin sayı və təhsilin müddəti ilə deyil, öyrənmə prosesinin keyfiyyəti ilə əldə olunur.

Müasir təhsil sistemi formal (dövlət təhsil sənədinin verilməsi ilə başa çatan) təhsil forması ilə yanaşı informal (özünü təhsil yolu ilə biliklərə yiyələnmə) və qeyri-formal (müxtəlif kurslarda, dərnlərdə və fərdi məşğələlərdə əldə edilən və dövlət təhsil sənədinin verilməsi ilə müşayiət olunmayan) təhsil formalarında nəzərdə tutmuşdur.

Təhsilin məzmununun formalaşmasında akademik biliklərlə yanaşı, praktik bilik və bacarıqların, səriştənin vacibliyi önə çəkilir. Səriştə əldə olunmuş bilik və bacarıqları praktiki fəaliyyətdə effektiv və səmərəli tətbiq etmək qabiliyyətidir. O, şəxsin qazandığı bilik və bacarıqların konkret fəaliyyətin nəticəsinə çevrilməsini təmin edir. Səriştəyə əsaslanan təhsil sosial-iqtisadi inkişafa daha effektiv xidmət göstərir.

Müəllim amili təhsiləlinin öyrənməsi və inkişafı, nailiyyətlərinin monitorinqi prosesində həlledici rol oynayır. Təhsiləlinin savadlı və səriştəli şəxs kimi formalaşmasına müəllimin təsiri müəllimin akademik bacarıqlarından, tədris təcrübəsindən və peşəkarlıq səviyyəsindən xeyli asılıdır. Müəllimin bu keyfiyyətləri ilə təhsiləlinin nailiyyətləri arasında sıx korrelyasiya mövcuddur.

Bilik və bacarıqlarını davamlı artıran müəllimlər təhsiləlinin nailiyyətlərinə əlavə töhfə verirlər, keyfiyyət təminatını artırılar. Peşəkarlığa əsaslanan stimullaşdırıcı əmək haqqı sisteminin olmaması, təhsil müəssisəsi səviyyəsində idarəetmənin qeyri-effektivliyi, müəllim hazırlığı üzrə infrastrukturun zəif olması müəllim amilinə təsir edən amillər sırasındadır. Bu baxımdan təhsil islahatı uğurla aparılan ölkələrdə müəllim peşəkarlığının inkişafı üçün stimulların yaradılmasına və müəllim hazırlığının təkmilləşdirilməsinə xüsusi diqqət yetirilir.

Təhsilin inkişafında mühüm irəliləyişlərə nail olmuş ölkələrin təcrübəsi göstərirki, informasiya-kommunikasiya texnologiyalarına əsaslanan, yaradıcı düşüncəni inkişaf etdirən və təhsil alanın fərdi xüsusiyyətlərini nəzərə alan müasir, fəal-interaktiv təlim metodları dahayüksək nəticələr verir. Həmin məqsədlə, davamlı olaraq mütərəqqi tədris metodlarının yaradılması və müəllimlərin səriştəsinin artırılması təhsil siyasətində mühüm yer tutur.

**İdarəetmə:** Təhsil sahəsində idarəetmə islahatlarının başlıca istiqamətlərini təhsil prosesinin iştirakçıları arasında münasibətlər sisteminin, eləcə də tənzimləmə orqanlarının funksiyaları, səlahiyyətləri və cavabdehliyinin dəqiq müəyyən olunması, təhsil müəssisələrinin idarəetmə səlahiyyətlərinin və təhsilin nəticələrinə görə cavabdehliyinin artırılması, fəaliyyətin monitorinqi və qiymətləndirilməsi, təhsilin keyfiyyətini ölçən göstəricilər sisteminin təkmilləşdirilməsi, təhsilin maliyyələşdirilməsinin onun keyfiyyətinə yönəldilməsi, adambaşına maliyyələşdirmə mexanizminin tətbiqi və bu zəmində stimullaşdırıcı mexanizmlərin gücləndirilməsi, habelə maliyyələşmə mənbələrinin yetərliyinin təmin edilməsi təşkilidir.

İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsindən aydın olurki, təhsildə idarəetmənin ictimailəşməsi prosesi sürətlənməkdədir. Təhsil strategiyasının uğurla həyata keçirilməsində və təhsilin keyfiyyətinin dayanıqlı yüksəlişində maraqlı tərəflərin cəlb olunmasını təmin edən səmərəli idarəetmə mühüm rol oynayır. Bu, ilk növbədə, bütün növ təhsil müəssisələrinin müstəqilliyinin artırılmasını, valideyn, şagird, tələbə və təhsil prosesinin digər iştirakçıları geniş cəlb etməklə təhsil ocaqlarının idarə olunmasını, nəticə yönü menecmentin və digər müasir idarəetmə texnologiyalarının prosesə tətbiqini tələb edir.

# **TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS**



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI  
TƏHSİL NAZİRLİYİ



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ  
DÖVLƏT TURİZM AGENTLİYİ



*Dedicated to the 96<sup>th</sup> Anniversary of the National leader of Azerbaijan, Heydar Aliyev*

IV INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE OF  
**TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY:  
PROBLEMS AND PROSPECTS**

3-4, May 2019, Baku, Azerbaijan

**PROCEEDINGS**

**- PART IV -**

## **BÖLMƏ 4. TURİZMDƏ İNFORMASIYA TEKNOLOGİYALARININ TƏTBİQİ**

### **ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИЗМЕ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ**

**Максименко Екатерина АНДРЕЕВНА**

*ФГБОУ ВО Уфимский государственный нефтяной технический университет*

***Аннотация.** Статья посвящена теме продвижения туристического продукта посредством информационных технологий. Рассматриваются способы раскрытия туристического потенциала Уфы на примере конкурсной работы студентов кафедры «Туризм, гостиничный и ресторанный сервис» Уфимского Государственного Нефтяного Технического Университета, в которой представлен видеоролик, включающий туристические объекты города. Целью создания видеоролика является повышение attractiveness региона, а также привлечение как российских, так и иностранных туристов. Одной из главных задач работы является ознакомление гостей города с его главными достопримечательностями с помощью современных каналов связи, в том числе социальных сетей.*

***Ключевые слова:** информационные технологии, внутренний туризм*

Информационные технологии в туризме представляют собой средства и методы, с помощью которых реализуются процедуры регистрации, сбора, передачи, хранения, обработки, выдачи информации и принятия управленческих решений в различных информационных системах [1]. Туристский бизнес является одной из самых динамичных сфер экономики и представляет собой высоко насыщенную информационную отрасль. В данной сфере наиболее распространены автоматизированные информационные технологии, в которых выработка управляющего воздействия возложена на человека. Наибольшее влияние современные компьютерные технологии оказывают на распространение и продажи туристского продукта, качество обслуживания туристов.

Поэтому успешное развитие туристского бизнеса предполагает широкое использование новейших информационно-коммуникационных технологий не только в области создания турпродукта, но и в его продвижении на рынке услуг.

В последние годы индустрия туризма претерпевает серьёзные изменения в связи с постоянным внедрением все более современных информационных технологий. Необходимость их внедрения связана не только с достижениями научно-технического прогресса, но и с постоянно растущей конкуренцией во всех сферах человеческой деятельности. Поэтому предприниматели используют все более широкие, часто агрессивные методы рекламы при продвижении своего продукта. На сегодняшний день невозможно представить ни одну туристическую фирму без собственного сайта и страниц в социальных сетях, которые позволяют потребителям как можно подробнее узнать о тех товарах и услугах, которые его интересуют.

По данным Всемирной туристской организации [2], Россия занимает одно из ведущих мест в мире в сфере международного туризма, однако нельзя сказать, что каждый регион страны одинаково популярен у туристов (как иностранных, так и российских). В первую очередь это связано с рекламой региона, которая, к сожалению, не всегда привлекательна, а иногда и вовсе отсутствует. Поэтому важно грамотно привлечь туриста, а сделать это можно самыми разнообразными способами. Например, проведением различных международных и межрегиональных конкурсов в области туризма.

Одним из таких конкурсов является Межрегиональный конкурс «Чемпионат по развитию внутреннего туризма «I LOVE RUSSIA» на английском языке. Этот проект создан с целью

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

повышения привлекательности регионов-участников, что благоприятно скажется на развитии внутреннего и въездного туризма на территории Российской Федерации.

Каждый регион-участник мог представить видеоролик о своем городе на тему «Визитная карточка города». Именно в этой номинации приняли участие студенты кафедры «Туризм, гостиничный и ресторанный сервис» Уфимского Государственного Нефтяного Технического Университета. Результатом их работы стало видео, представляющее главные достопримечательности столицы Республики Башкортостан, города Уфы.

Республика Башкортостан – это земля с уникальным природным ландшафтом, историческими памятниками, многонациональным населением и многовековыми культурными традициями. Это край, будто бы специально созданный для туризма. В нем есть все: и удивительная природа, и приятный климат, и гостеприимный народ с его многовековыми традициями [4, с. 163]. Казалось бы, богатейшие природные ресурсы Башкирии создают прекрасные предпосылки для развития многих видов туризма, однако, несмотря на такое разнообразие, одна из важнейших проблем туротрасли - низкий спрос. А все из-за отсутствия грамотной рекламы и продвижения региона.

За пределами Башкирии и России почти не распространена информация о туристско-рекреационном потенциале края, в том числе о достопримечательностях города Уфы. Многие достойные внимания события, проходящие в городе, либо вовсе не освещаются в СМИ, либо освещаются территориально узко [3, с.171].

В связи с этим, студенты и преподаватели кафедры «Туризм, гостиничный и ресторанный сервис» принимают активное участие в мероприятиях, посвященных развитию туризма как в республике, так и в России. Именно желание рассказать о родном крае и стало целью участия в вышеуказанном конкурсе.

Создавая конкурсный видеоролик, студенты узнали много нового о столице республики и еще раз убедились, что туристический потенциал нашей родины действительно огромен. Осталось лишь грамотно его раскрыть. Поэтому в перспективе – перевод данного видеоролика на другие языки для привлечения туристов с разных стран.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что использование только самых современных технологий может обеспечить успех. Все, кто связан с индустрией туризма, понимают это и активно используют информационные технологии для продвижения своего продукта. Новые сетевые социальные медиа обеспечивают менее дорогие способы продвижения и привлекают потенциальных путешественников. Внедрение новых средств и технологий имеет решающее значение для обеспечения выживания и развития в условиях жесткой конкуренции.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: Учебник / Морозов М.А., Морозова Н.С.– М.: Изд. Центр «Академия», 2008. – 240 с.
2. Официальный сайт Всемирной Туристской Организации [Режим доступа: <http://www.unwto.org>]
3. Experience of landscape and historical complexes allocation in historical settlements/ Lebedev A.I., Usmanov I.Yu., Matveeva L.D., Scherbakov A.S., Zaripova D.F., Kuypers Y.// Ponte. 2017. Т. 73. № 12S. С. 159-168.
4. Зарипова Д.Ф. Некоторые аспекты организации туристско-экскурсионного обслуживания иностранных гостей в Республике Башкортостан // Д.Ф. Зарипова/ Актуальные вопросы современной науки. Сборник научных статей Студенческой международной научно-практической заочной конференции. – 2016. – С.170-171.



**TURİZM SƏNAYESİNDƏ İNFORMASIYA KOMMUNİKASIYA  
SİSTEMLƏRİNİN MƏNFI VƏ MÜSBƏT TƏRƏFLƏRİ**

**magistrant MƏMMƏDZADƏ Ceyran**

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *The article examines the negative and positive aspects of information communication technologies in the tourism industry. The ICT industry, which covers all aspects of human activity, is important for the development of tourism business, its management, promotion, product marketing, marketing activities and so forth. ICT is focused on researching tourism in the field of tourism, as well as researching basic trends in the field of information security, and in the context of their perceptions. plays an important role in such issues. Of course, there are negative sides as well as the positive aspects of ICT. In this regard, the use of ICT technologies in the tourism industry reflects the actual situation.*

**Keywords:** *internet, tourism and electronic environment, social network and travel company, computer, e-commerce.*

Turizm sektorunda kommersiya məqsədli internet istifadəsi və e-ticarət tətbiqi son dərəcə genişdir və bu sektorda e-ticarət sürətlə yayılmaqdadır. Turizmdə istifadə edilən səyahət xidmətinin istehsalının, reklamının, satın alınması, ödənməsinin və təhvilinin yalnız internet vasitəsilə aparılması mümkündür.

Böyümə sürəti ilə bugünkü və gələcək əhəmiyyəti daim artan turizm sektorunu digər sahələrdən ayıran ən mühüm xüsusiyyət, gərgin əmək xüsusiyyətidir. Turizmdə ümumi keyfiyyətə nail olmağın yeganə yolu insan gücüdür. Turizmin tələbini də təklifini də yaradan faktor insandır. Heç bir sektor turizm sektorunda olduğu qədər insandan birbaşa asılı deyil. Bu baxımdan, sektordaxili təhlil resurslarının əhəmiyyəti olduqca böyükdür. Bir müəssisədə əhəmiyyətli olan işçilərin say çoxluğu deyil, keyfiyyət baxımından sahib olduğu dəyərlərin yüksək olmasıdır. Bu baxımdan, müəssisənin uğuru mövcud insan resurslarının keyfiyyəti ilə birbaşa əlaqəlidir. Digər tərəfdən həddindən artıq məşğulluğun olduğu bir yerdə bürokratik məlumat sıxlığı və artıq informasiyanın işlənməsi də əsas məsələlərdəndir. Buradan da İKT-nin turizm müəssisələri üçün nə qədər əhəmiyyət kəsb etdiyi aydın olur. [7, s-5-12].

Yeni rabitə və informasiya texnologiyaları, turizm sektorunu çox yaxından maraqlandırır. Texnoloji yeniliklər, turizm müəssisələrinin rəqabət gücü yüksək olan yeni və çevik xidmətlər təqdim etmələrinə yardımçı olmaqdadır. Məsələn, elektron biletalma, otel və xidmət satışları üçün internet və Web saytlarının istifadəsi, səyahət agentliklərinin və turoperatorlarının internet və Web səhifələri ilə satışı təbliğ etmələri və bu cür fəaliyyətlər, turizm marketinqi, turizm fəaliyyəti sahəsində əhəmiyyətli irəliləyişlərin yaranmasına səbəb olmuşdur.

İnformasiya və kommunikasiya texnologiyaları turist bazarları və strateji turist menecmenti ilə birləşəndən bəri rəqabətin əsas amillərindən biridir. O ötürmə və operativ xərcləri azaldır. İKT inqilabının turizm rəqabətinə və menecmentinə təsirləri turizmin müxtəlif sektorları ilə eyniləşdirilir və bu sənaye ilə sıx əlaqəlidir. İKT Beynəlxalq hava yolları, yerləşdirmə, turoperator, səyahət agentlikləri, kompüter rezervasiyaları xidmətlərində də geniş istifadə olunur. [4].

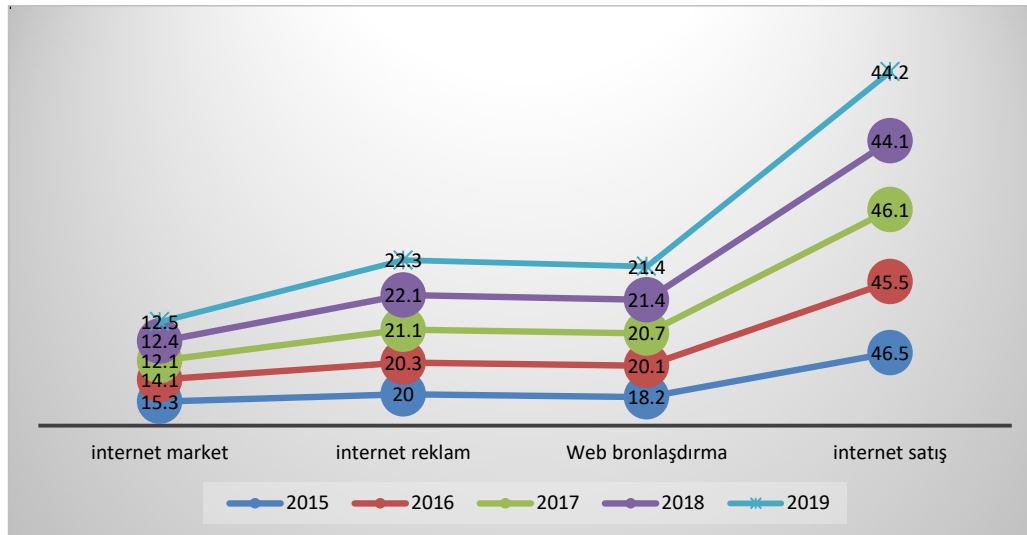
İnternet, mobil texnologiya, simsiz rabitə turistlərə dünyadakı səyahət yerləri haqqında geniş çeşiddə məlumat almaq imkanı verir. İnternet biznesdən biznesə (B<sub>2</sub>B) əlaqənin əsas kanalına çevrilib.

Turoperatorların əksəriyyəti eyni destinasiyaya yenidən gələn müştərilərə üstünlük verir. Eyni destinasiyaya yenidən gəlmək məmnuniyyətin nəticəsidir, müştəri məmnuniyyətinə və şikayətlərin idarə olunmasına xüsusi diqqət yetirilməlidir. Mövcud problemləri müəyyən etmək və istehsalçıları inkişaf etdirmək üçün lazımı dəyişikliklər etmək, mütəmadi olaraq monitorinq etmək lazımdır. Qiymətə və xidmətə daim nəzarət edilməlidir. Bu nəzarətin daimiliyin və dəqiqliyini təmin etmək üçün isə İKT nin imkanlarından geniş istifadə edilir.

Ancaq hal - hazırda ölkəmizdə olan turizm şirkətlərində İKT –nin tətbiqinə baxmayaraq onun çatışmayan tərəfləridə çoxdur. Belə ki, dünya üzrə turizm şirkətlərində tətbiq edilən “online chat” sistemi demək olarki ölkəmizdə yox səviyyəsindədir. Bu sistemin olmaması turistin anında, operativ cavablandırılmasının qarşısını alır.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Bundan əlavə turizm şirkətlərinin özünə məxsus rezervasiya üçün veb səhifələri yoxdur. Bu sistem vasitəsi ilə turşirkətin təqdim etdiyi turu turist zəng etmədən rezerv edib ödənişin həyata keçirə bilər. Hal – hazırda dünya üzrə ən çox tətbiq edilən vasitələrdən biri olan bu veb səhifə ölkəmizdə yox səviyyəsindədir.



Şəkil 1. Ölkədə fəaliyyət göstərən turizm şirkətlərinin məhsul realizə olunmasının istiqamətləri [3].

Şəkildən görüldüyü kimi turizm məhsullarının realizə olunmasında turizm şirkətlərinin əsas istiqamət olaraq interneti seçməsi onların beynəlxalq turları daha tez realizə etməsinə imkan vermişdir. İnternet marketingin turizmde payının az olması, məhsulların daha çox onlayn vasitəsilə reklam etməsilə bağlıdır. Gələcəkdə bu xidmətlərdən geniş istifadə olunması ölkənin beynəlxalq imicinin formalaşmasında və turizm məhsulu üzrə brendin yaradılmasına imkan vermiş olardı.

Turizmde reklamın tətbiqinə nəzər salsaq görərik ki, turizmi ümumiyyətlə reklamsız təsəvvür etmək mümkün deyil. Çünki hər hansı bir yerin reklamı olmadan onu dünya üzrə tanımaq mümkünə deyildir. Keçən əsrlərə nəzər salsaq reklamın təşkili çox çətin mərhələlərdən keçirdi və bir o qədər də nəticə göstərmirdi. Lakin hal hazırda, müxtəlif şirkətlər, müəssisələr, təşkilatlar, tədris mərkəzləri və s. öz reklamını özü təşkil edir. Sadəcə öz saytı yaratmaqla özləri haqqında məlumatı ölkədaxilində və ölkə xaricində tanıtmqla inkişaf edirlər. Təbii ki, bu təsir qarşılıqlıdır. Necə ki, informasiya kommunikasiya sistemləri turizmə təsir göstərir eləcə də turizmin inkişafı informasiya kommunikasiya sistemlərində müxtəlif texnoloji yeniliklərin tətbiqinə təkan verir. Lakin bəzən reklamın internet üzərindən edilməsi “negative advertising” (mənfi reklam) xarakteri daşıyır. Belə ki, məhsulun keyfiyyətini olduğundan daha artıq effektlər və photoshop proqramları vasitəsi ilə artıraraq müştəridə maraq yaradır. Məhsulu alana qədər müştəri onun gördüyü kimi olduğundan əmin olur. Bu hallar reklamın internet vasitəsi ilə edilməsinin mənfi tərəfləridir.

Turizm sənayesində İKT-dən istifadənin əsas vacibliyi dünya turizmində faydalılığı təmin etmək, dünya miqyasında səyahət, istirahət, mehmanxana, turoperator kimi sahələrin inkişafını və təyinatlı idarəetmədə xərclərin və qiymətlərin rəqabətliyini təmin etməkdir .

Turizm iqtisadiyyatı inkişaf etmiş ölkələrdə ən sürətlə yüksələn sahələrdən biridir. Bu sürətli inkişaf əhali artımı baxımından, turizmə tələbatın da artmasıyla, eyni zamanda artan turist bazarlarında yaranan rəqabətin artması ilə müəyyən edilmişdir. ABŞ-ın təxminən 90% -i turizm bazarlarında rəqabəti artırmaq üçün İKT texnologiyasından istifadə edərək səyahət üçün yol xəritəsini seçmək imkanlarını üstün tutur. Bundan əlavə, inkişaf etmiş ölkələrdə əhəlinin təxminən 50% -i İnternetdən istifadə edərək, İnternetdə mövcud olan məlumatları əldə edərək öz səyahətlərini planlaşdırırlar.

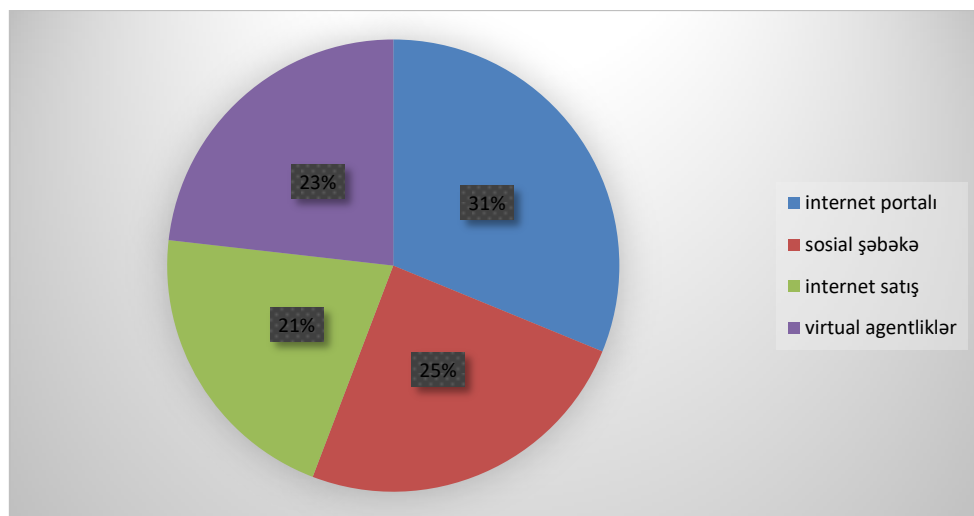
Mobil internet sayəsində cib telefonu ilə səyahət təşkilatçılığı, təyyarə və otellərə rezervasiya etmək, hava proqnozları haqqında məlumat almaq, xəritələrdə qeyd olunmuş destinasiyalara çatmaq, ən yaxın restoranlar haqqında məlumat almaq mümkündür. M-ticarət olaraq da adlandırılan mobil internet turizm sektoru üçün olduqca əlverişlidir.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Turizm müəssisələrinin potensial istehlakçılar üçün böyük miqdarda məlumat toplama və yayma ehtiyacı, müəssisələri informasiya texnologiyalarını istifadə etməyə əsas namizəd halına gətirir. Ancaq müəssisələrin heterogen quruluşu səbəbiylə informasiya-kommunikasiya texnologiyaları istifadəsi sektor içərisində yerləşən müəssisələr arasında fərqlilik göstərir. İnformasiya texnologiyaları istifadəsi, mehmanxana müəssisələri ələ alındıqda, müəssisələrin böyüklüyünə, məqsədlərinə, təşkilati strukturlarına, idarəetmə, maliyyə və bazar xüsusiyyətlərinə və hər hansı bir zəncirə bağlı olub olmadıqlarına görə dəyişiklik göstərə bilər. [6].

İnternetin verdiyi səmərəlilik, məhsuldarlıq və müştəri məmnuniyyəti ilə yanaşı, hər yerdən rezervasiya və bənzəri əməliyyat aparmasına verdiyi faydası, müştəri ilə satıcı arasında yer alan ikitərəfli ünsiyyət, web-in yaratdığı sürət və uyğunluq, elastiklik ən yaxşı və sadıq müştərilərə çatmaq imkanı, səhifəni istəyə görə müəyyən bir kampaniya və ya firma reklamı çərçivəsində təqdim etmə asanlığı, ayrıca səhifəni yalnız məlumat vermə və ya seminar uçotu kimi müəyyən bir proqram üçün istifadə etmə kimi müxtəlif şəraitlərdə istifadə etmə imkanlarının ticarətçiyə açıq olması, canlı multiplikasiyaya imkanı verməsi, internetin digər müsbət xüsusiyyətləri arasında sayıla bilər. Bundan başqa, istehlakçı profilinin və demoqrafik xüsusiyyətlərinin asan müəyyənləşdirilə bilməsi və istehlakçıdan dərhal geri əlaqə təmin etməsi də, səyahət yerləri reklamı edənlərin, otel rəhbərlərinin və səyahət agentliklərinin marketinq və araşdırma fəaliyyətlərində interneti seçmə səbəbləri arasında yerləşir. İnternetin çox məlumat təqdim etməsinə baxmayaraq, turistlər lazım gələndə məlumata asanlıqla fokuslanma bilirlər. Elektron mühitin üstünlüyü ilə kağızdan istifadə böyük ölçüdə azalmaqdadır. Müəyyən şablonların dizaynı, saxlanma və bənzəri xərclərlə yanaşı digər vasitələrdən də istifadə edilir.

Elektron mühitdə aparılan əməliyyatlar normal əməliyyatlara nisbətən çox daha ucuz başa gəldiyindən, həm satıcı həm də alıcı əhəmiyyətli dərəcədə qənaət edir. Şəkl 2. də dünya üzrə turizm şirkətlərinin internet resurslarından istifadəsi nisbəti göstərilmişdir. Buradan da aydın görüldü ki, dünya üzrə birinci yerdə internet portalıdır, digər yerləri çox az faiz nisbəti ilə digər vasitələr paylaşır.



Şəkil 2. Dünyada turizm şirkətlərinin internet resurslarından istifadəsi [3]

E-ticarət və internet ilə turizm müəssisələrinin marketinq, satış və bilet xərclərində ciddi maliyyə güzəştləri təmin etmələri mümkündür. İnsan resurslarının səmərəli istifadəsi e-ticarətin faydaları arasındadır.

Turizm sektorunda e-ticarətin faydalarını yekunlaşdırmaq lazım olsa, aşağıdakı maddələr sadalana bilər; [10, s-143-155].

- Operativlik
- Məxfilik
- Nəticələrin ölçülə bilmə asanlığı
- İnsan resurslarının effektivliyi
- Ehtiyaclara uyğunluq və çeviklik

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

- Xərcin az olması
- Bazar / marketing araşdırması və məlumat toplamaqda asanlıq
- Birbaşa ünsiyyət
- Turizm müəssisələrinin xidmət keyfiyyətinin artması
- Avtomatik bilet qurğuları kimi yeni məhsullar

E-turizmin təhlükəli tərəflərindən ən əsası, son illərdə sürətlə inkişaf etməsinə baxmayaraq, yenə də internetdən istifadə edən insan sayının məhdud olmasıdır. Bununla yanaşı, SPAM, yəni mesaj və elektron sənədlərin əlaqəli-əlaqəsiz hər kəsə göndərilməsinə icazə verməsi müştərilərin və internet istifadəçilərinin rahatlığını pozan bir məsələdir. Təhlükəsizlik və kredit kartı istifadəsində narahatlıq və bəzi ölkələrdə internetin artan xərci də diqqəti cəlb edən mənfi hadisələr sırasındadır. Elektron ticarəti aparmaq üçün inkişaf etmiş rabitə şəbəkəsinə, kompüterlərə və ona bağlanan informasiya texnologiyalarına ehtiyac var. Sürətlə artan internet tətbiqlərinə bağlı olaraq elektron ticarətin həyata keçirilməsi üçün müxtəlif infrastruktur problemləri ortaya çıxır. Elektron ticarətin və internet əməliyyatlarının sürətli bir şəkildə inkişaf etməsi nəticəsində hüquqi aktlar eyni sürətlə inkişaf etməmiş, qeyri-müəyyənliklər və bəzi sahələrdə hüquqi boşluqlar ortaya çıxmışdır. Şəxsi məlumatların ortaya çıxmasına dair problemlər də elektron ticarətin inkişafına mənfi təsir göstərir. Eyni zamanda əməliyyatlar zamanı piratların hücumlarından qorxma, məhsulu görə bilməmə, şirkətlərin tanınmamış olması və məhsulun yox olma riski kimi səbəblər elektron ticarətə olan marağı azaldan faktorlardır.

İnsanlar, həm şəxsi informasiyalarına qarşı bir hücumun ola biləcəyini, həm də gizli şifrələrinin qırılıb kredit kartları üzərində bir sıra əməliyyatların aparılması riskinə əsaslanaraq elektron mühitdə mübadilə etməkdən qaçırırlar, hətta bu səbəblə internet yardımı ilə alış-veriş çıxan müştərilərin böyük əksəriyyəti əməliyyatlarını başa vurmaqdan imtina edirlər. Beynəlxalq e-ticarətdə verginin toplanması, ödəmə vasitələrinin inkişaf etdirilməsi, gömrük prosedurlarının sadələşdirilməsi, hətta elektron ticarətə uyğun bir formaya gətirilməsi zəruridir. [15].

Bu səbəbləri istifadəçi, müştəri və xidməti təqdim edən müəssisə, istifadə edilən mühit, yəni internetdən qaynaqlanan səbəblər olaraq iki müxtəlif qrupda ayıraraq qeyd etmək mümkündür. Məsələn, müştəri üçün kredit kartı ilə internet mühitində satın almağın yaratdığı inamsızlıq, kompüterdən istifadədə naşılıq, virtual mühitdə məhsul və xidmətin konkret xüsusiyyətlərinin minimuma enməsi kimi səbəblər var. İnternetdən və işlənmədən qaynaqlanan səbəblər arasında isə kifayət qədər alternativ rəqəmin olmaması, məlumatların yenilənmiş olmaması, məlumatların çox az və ya çox olması kimi səbəblər var. Bu səbəblərin yenilənmə problemləri kimi bəziləri müəssisə tərəfindən düzəldilə bilər, lakin şəbəkə əlaqələrinin ləngliyi kimi texniki məsələlərin həlli müəssisənin nəzarətində deyil. E-ticarəti genişləndirmək istəyən müəssisələr bu səbəblərdən apardıqları monitorinqlər zamanı sadalanan faktları aradan qaldırmağa çalışmalıdırlar.

### **Turizm sektoru istifadəçilərinin e-ticarətdən yayınmasının səbəbləri [15]:**

#### **İstifadəçi / Müştəri Səbəbləri:**

- ✓ Qəti olmayan planlar
- ✓ Kredit kartı istifadəsində inamsızlıq
- ✓ Məhsulu görməmək / toxunmamaq
- ✓ Məlum olmayan otel/ xidmət və s.
- ✓ Ad və ya loqo-lara qarşı inamsızlıq
- ✓ Səhv etməkdən qorxmaq
- ✓ Kompüterdən istifadənin təcrübəsizliyi
- ✓ Avtomatika yerinə gerçək bir insan ilə danışmağı üstün tutmaq
- ✓ İnternet ilə rezervasiya edə bilməmək
- ✓ Şəxsi məlumatları vermə məsələsində etimadsızlıq
- ✓ Kredit kartı sahibi olmamaq

#### **İnternet / Müəssisə Səbəbləri:**

- ✓ İnformasiya və məlumat alınmasının uzun zaman alması
- ✓ Təsdiqlənmə almada çətinlik
- ✓ İnternetdə istənilən məlumatı tapmaq çətinliyi
- ✓ İnternetdə çox artıq məlumat olması
- ✓ Kifayət qədər seçki alternativinin olmaması
- ✓ İnternetin ən yaxşı qiymətləri və ya təklifləri təmin etməməsi

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

- ✓ İnternet əlaqəsinin zəif olması
- ✓ İnternet ilə əməliyyatların qarışıq olması / zaman alması
- ✓ İnternetdəki məlumatların aktual olmaması

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi". "Azərbaycan" qəzeti. Bakı, 17 dekabr. 2016-cı il.
2. "Azərbaycan Respublikasında telekommunikasiya və informasiya texnologiyalarının inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi". "Azərbaycan" qəzeti. Bakı, 6 dekabr. 2016-cı il.
3. ATİB Azərbaycanda İKT tam hesabat Bakı 2012. 78 s.
4. "Elektron Azərbaycan" Dövlət Proqramları (2005-2008-ci illər və 2010-2012-ci illər), (elektron resurs) Bakı, 2012
5. Azərbaycan Respublikasında 2003-2012-ci illərdə inkişaf naminə informasiya və kommunikasiya texnologiyaları üzrə Milli Starteгиya. Bakı 2003.
6. Ефремова М. В. Основы технологии туристского бизнеса: Учебное пособие. -М.: Издательство «Ось-89», 2010. - 192 с.
7. Избачков Ю., Петров В. Информационные системы в туризме. 2-е издание. Издательский дом «Питер», 2006. 168 с.
8. Исаев Г. Н. Информационные системы в экономике. Издательство «Омега-Л», Москва, 2006. 338 с.
9. Иванченко В. Информационные технологии и система управления гостиницей// Экономист. - 2010. - №4.- С. 37 - 41.
10. Информационные технологии управления: Учебное пособие/ под ред. Ю.М.Черкасова. М., 2011. - 352 с.
11. Лесник А.Л., Смирнова М. Н. Маркетинг и реклама в гостиничном бизнесе. - М.: ЮНИТИ, 2011. - 289 с.
12. International tourist arrivals and receipts by region 1989/1998. Source: World Tourism Organization [WTO].
13. Model yearbook of tourism statistics. Madrid. WTO. 1985, 1996, 2000.
14. Руп. Le tourism: Un phenomenc economiques. Paris, 1992.
15. <http://www.Интернет-технологии в туризме>
16. <library.ict.az/elektron/2017/8.pdf>



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI  
TƏHSİL NAZİRLİYİ



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ  
DÖVLƏT TURİZM AGENTLİYİ



*Dedicated to the 96<sup>th</sup> Anniversary of the National leader of Azerbaijan, Heydar Aliyev*

IV INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE OF  
**TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY:  
PROBLEMS AND PROSPECTS**

3-4, May 2019, Baku, Azerbaijan

**PROCEEDINGS**

**- PART V -**

## **BÖLMƏ 5. TURİZM VƏ HOTEL TƏSƏRRÜFATI**

### **INTERCULTURAL COMMUNICATION, PR AND ADVERTISING IN TOURISM**

**Ph.D. Assoc. Prof .Tihomir LICHEV**

**Ph.D. Assoc. Prof.Katya LICHEVA**

*D.A. "Tsenov Academy of Economics" – Bulgaria, Svishtov*

**Abstract:** By nature, the tourism business is a cross-cultural and transnational phenomenon. It brings together representatives of communities from different regions and ends of the world. Tourism is borderless communication where information is intensively exchanged. In today's highly competitive environment, success is impossible without a broad application of advertising and also of P.R. While the ad has an established status. The P.R. is a modern trend related to the ethical and psychological approach to the activity. These are two powerful means of communicating and impacting people.

**Keywords:** tourism, communications, psychology, advertising, P.R.

#### **Introduction**

The tourism business is a cross-cultural and transnational phenomenon. It brings together representatives of communities from different regions and ends of the world. Tourism is borderless communication where information (thoughts, ideas, knowledge, experience, feelings) is intensively exchanged. There is a movement of people, goods and artifacts of culture; revealing a variety of values and views of the world. This type of communication provides a strong imprint on the nature of the person, contributing to the expansion of consciousness and changes in the stereotypes of life of large groups of people.

The business environment is the planetary economic, informational, ecological, cultural, geopolitical and other space - the space of a globalizing world, abounding in models of interpersonal and inter-group communication [1, p.16]. Given the scale of the tourist movement and its role in the development of modern societies, it is not by accident that the 21st century is also referred to as the "century of tourism".

The tourism system is a cross-section between the economy, society and the environment. The major policy maker at the macro level is tourism policy.

In modeling the tourism system, researchers emphasize its consideration as a dynamic, heterogeneous, anthropocentric, manageable and simultaneously self-managing open system based on the interaction between supply and demand. Offering covers information, advertising, attractions, transportation, and service.

#### **1. Communication in the tourism business**

Intercultural communication is considered a paradigm in the development of tourism. Its essence is the dialogue in the mosaic system of national character. Characteristic of this dialogue is the exceptional dynamics and the need for adaptation. Intercultural communication in the tourism business is multifactorial, multi-faceted. It is a multi-functional system of interactions between subjects with their needs, intentions, desires and motivations. On the one hand are the users of tourist products and services, on the other - the professionals, professionally engaged in tourism, from the third local population. These are communicators in the tourist business. Their status as communicators is too dynamic and therefore unambiguous. Significant donor in the tourism communication are the travel agencies, tour operators, specialists in the organization of the activity.

In intercultural communication in tourism, communications are made of the following types:

1. "guest-farmer", where tourists take the role of a community of initiative, and the local population is a reciprocal community. (In a sense, the latter could be defined as the community of the victims of tourism).
2. "Guest – Guest". This is communication between representatives of one or more initiative communities on the territory of the reciprocal community.

## **TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS**

3. "Host - Provider of the Tourist Service" – i.e. communication between the reciprocal community and the tourists - carriers of active mediation function.
4. "User-provider". This is a communication between representatives of the initiative community of tourists and tourists from a transit or a reputable community [9, p.34].

Real cultural, religious, psychological, political, historical and other differences between communicators strongly tune behavior and are potential conditions for misunderstandings and contradictions.

Tourism is a purposeful and organized activity that employs a set of different types, forms, methods and methods to achieve communication efficiency and economic efficiency respectively. It handles "messages" in order to create meaning and meaning for tourists.

In tourism there are different types of communication, determined according to the way of achieving the goals: imperative communication, manipulative communication, trust communication, role-sharing, ritual communication [9, p.89].

The empirical (authoritarian, direct) communication is one in which one of the communicators strives to subordinate their will and interests to the others, to control them and to force them to make decisions and perform certain actions. It is not typical of the tourist business. The "soft forms" are more appropriate to influence the thoughts and desires of the people [11, p.61].

A very characteristic form is manipulative communication on an interpersonal and broader basis (for example, in tourist advertising). Its essential feature is the disguise in directing the behavior of the communicators in the direction desired by the manipulator. As appropriate in tourism techniques can be mentioned: the distraction of the recipient and the reduction of his / her criticality; creating motivational tensions in the recipient by updating his aspirations, recognition, expression, etc.

Confidential or humanistic communication (communicating with a "human face") takes the form of a dialogue between equal participants. It is conducive to modeling a psychological atmosphere and establishing relationships of proximity, trust and satisfaction.

Perhaps the most typical of the tourism business is role-playing. Communicating countries have defined roles, including professional ones, followed by established duties and responsibilities. Their behavior is largely predetermined. The communication acts complies with the Community label, expressed in a set of formal requirements.

In addition, another variation of interpersonal communication - ritual communication - is included. It is manifested in banal courtesy, greetings, excuses, invitations and conversations of common themes or in tactical silence, nodding, gifts, clothing, handshakes, and other signals. Ritual communication is designed to focus attention on people, even to give a symbolic response to expectations, to create order in complex relationships. It is heavily dependent on nationality, age, marital status, gender, education, social status of communicators [9, p.131].

The communicative qualities and skills of people working in the field of tourism are referred to as "communicative competence", "communication." The communication of the individual is influenced by factors such as temperament, character, needs, goals, experience, age, etc. The most severe is the temperament expressing the characteristics of the type of nervous system: the power, the equilibrium, the mobility of the psychic processes, the degree of emotionality of the reactions [6, p.112]. Adverse factors are psychic barriers, growing into communicative barriers, barriers of a linguistic nature, and others.

### **2. Moral-psychological dimensions**

Although in terms of activity the tourists are defined as an initiative society, the purpose of the tourist business is subordinated to the satisfaction of their needs. Tourists appear to be the addressees of communication. The tourism business is focused on modeling their perceptions, and the responses of tourists are responding to the impact on their perceptual sphere.

During tourism, the perceptive and cognitive abilities of the recipients are consciously and actively involved. Includes the attribution process – i.e. the grading of objects and phenomena that are the cause of the evaluator's later behavior. Every tourist, according to his personal qualities and expectations, perceives, interprets, and responds to the experience. There is a mental processing of the information obtained from multiple observations. Satisfaction with travel-related communication is determined by the accumulation of positive moments and assessments through personalized assessment systems.

It is necessary to emphasize that the big problem of Bulgarian tourism business is moral-psychological, civilization - affects the culture of our national community. This problem concerns the need



## **TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS**

for both tourist and locals to combine expectations of profit with maintaining a good image, providing more security and a genuine concern for customer needs. At present Bulgaria lacks the attitude of special attitude towards man as a value. It is rather a means of gaining profits. There is no view of the significance of the moral-psychological dimensions. This concerns the core of efficiency issues, because tourism is not just a business but an interaction between people. The principles of this interaction are set in the community and transferred to relationships with other communities. The presence or absence of respect for others is an indication of how we, in this case, the Bulgarians, look at ourselves.

As a job with people, the tourism business should specifically take into account and apply the knowledge of psychology of personality and behavioral psychology [7, p.106]. Tourism meets a series of deep socio-psychological and spiritual needs that have become the motivation for purchasing tourism products. It is necessary to get a deep insight into the motivational structure of the personality. Tourism is not a purchase in the material sense - it does not acquire material wealth. Tourism is, above all, a tool for the accumulation of experiences, the restoration, the realization of personalities [13, p.73]. With this phenomenon, even expectation and memory are part of the product. It is very important to discover the factors that give the user a sense of gaining more value. Too often they have an irrational character.

In order to attract tourists it is necessary to have positive public opinion about the sites of the tourist destination. The image of the tourist state - its image in the minds of the people or the one with which it is associated (positive or predominantly negative associations that give rise to a feeling of insecurity, anxiety, inertia), is of utmost importance. Bulgaria is a country rich in natural and cultural-historical landmarks, but in terms of its tourist name, much more needs to be done. (The problem is that when we hear "Bulgaria", we usually imagine a country, and Bulgaria does not understand ourselves with its responsibilities.) The name of our tourist country should be accepted more personally than any one, rather than an abstraction.

To build a good vision requires both personal engagement and assistance from professional P.R.-tourism agencies.

Researchers are of the opinion that the positive characteristics, objective advantages, and unique peculiarities of the state are to be used in the process of shaping the image of the country, adequate to reality [2, p.22]. Negative development trends cannot be ignored as far as they are embedded in the basic construction of the national image. To omit this - means consciously generating unfavorable conditions for perceiving the image of the public.

P.R. in tourism they perform their traditional functions: informative, prestigious, corrective, barrier, advertising and others. They are called upon to promote the authority of the communicator and to create an image of the high quality of his products and services, his social responsibilities and moral characteristics, the high level of his service technologies, the uniqueness of natural and other assets.

A very serious work in our country is to be done in relation to the development of the culture of communication - respectively the culture of servicing the tourists. But this issue is not solved by specific forms of education, but is more a matter of consciousness, value orientation and attitude. There is a close link between professional morality, professional standards and professional communication. Labeling appears as an external, representative aspect of the ethics of business [4, pp.208-218].

The regulation of communication in tourism activity is carried out with the help of international and internal standards related to the moral and socio-psychological aspects of the tourist behavior. The formal commencement of the development of universal rules and norms in the tourism business is the 1963 Rome Convention under the auspices of the United Nations. The management of tourism is taken over by the World Tourism Organization (WTO). In 1999 in Santiago (Chile) the WTO adopted the World Code of Ethics in Tourism. This Code refers to the World Declaration of Human Rights, the Resolutions on Fundamental Rights in Tourism and other documents. Contains the following sections:

- The contribution of tourism to mutual understanding and respect among peoples and societies;
- Tourism as a means of individual and collective satisfaction;
- Tourism - a factor for sustainable development;
- Tourism - a consumer of the cultural heritage of mankind and a contribution to the preservation;
- Tourism - a beneficial activity for host countries;
- Obligations of the participants (Branches) for the development of tourism;
- The right to tourism;
- Freedom of movement of tourists;
- Rights of entrepreneurs and workers in the tourism industry [12].

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Without overlapping, ethics and morality in the tourism business are mutually supportive. The link between them often refers to the notion of "culture" or simply "attitude towards man".

### 3. Problems in the Bulgarian tourist business and ways of solving them

The attitude towards man is an investment in the success and future of the tourist company and of Bulgaria as a tourist country. Among other things, it has economic consequences as well as educational effects. Foreign tourists are particularly sensitive to the attitude towards their personality and despite their usual delicacy, they capture the cruel forms of pragmatism by making their conclusions - every detail, gesture, sound. It is unacceptable to practice "savings at all costs" by "saving at retail" and at the expense of quality.

For the development of trust, in general, our tourism business should work in two main directions.

First: with regard to changes in thinking, consciousness, mentality. This task goes beyond the scale of the branch and is based on the utmost wide national dimensions related to the formation of personalities and the cultivation of positive qualities.

Second: in terms of enhancing professional competencies. This includes, on the one hand, the acquisition and understanding of relevant knowledge and, on the other, the development of communicative abilities.

Tourism advertising differs from other types of advertising on its site and its addressee - the real and potential tourist. It is a popular definition that this is a purposeful and planetary impact on the potential tourist, related to the transmission of specific information about the tourist products and services to which he will become a consumer. Like any other advertisement, it is a collection of organizational, technical, economic, aesthetic and other means, methods, and events for the promotion of advantages. It is paid from an identified source for a purely commercial purpose - an increase in sales. The ad sells and fights for market share.

In the second half of the 20th century, the problem of building the image of the tourist country and the economic entities operating in tourism is particularly important. P.R. builds on advertising as the next higher stage of development.

The representatives of the Bulgarian tourist business gradually began to realize that in the present conditions the struggle for market shares is bound up with the assumption of responsibilities to society and in particular to the tourists. The activity is linked to a system of ethical standards. Rules and norms are made on the basis of significant moral values reflecting the specificity of the activity as well as the peculiarities of the contemporary world situation

A broader and longer-term perspective is decisive for new thinking. This directs to investing to increase "social capital". In future, P.R. in Bulgarian tourism to strengthen as an institution, assuming its serious responsibilities in terms of public welfare, the prosperity of the industry and of the individual tourist enterprises. This is the promising trend, which will guide the policy of the individual tourist enterprises as well.

### REFERENCES:

1. Воденска, М. и М. Аснова. Въведение в туризма. София, 2011.
2. Галумов, Э. Основы Р.Р. Москва, 2004.
3. Доганов, Д. Маркетинг в туризма. Варна, 1994.
4. Личев, Т., К. Личева. Реклама и PR в туризма – В: „Научни трудове. Природни науки. География.“, УИ „Епископ К. Преславски“, Шумен, 2008, т. XVIII В4, 208-218.
5. Личева, К. Българското общество, бизнесът и морала. Свищов, 2001.
6. Личева, К. Комуникации, Р.Р., туризъм, Свищов, 2019.
7. Личева, К. и Г. Личев, Психология и търговия, Свищов, 2019.
8. Менчева, Л. Рекламни комуникации в международния бизнес. София, 1998.
9. Мошняга, Е. Концептуално пространство межкултурной комуникации в туризме в условиях глобализации. Москва, 2010.
10. Тончев, Ц., С. Милева. Социална психология и туристическо поведение. София, 2004.
11. Узунова, М., Евтимова, Н. и Т. Данчева. Маркетинг в туризма. София, 2006.
12. Харта за международен културен туризъм. Мексико, октомври, 1999.
13. Христов, И. Имидж на туристическата дестинация – същност и инструменти за неговата креация., Свищов, сп. „Народностопански архив“. 2008/1.

## **OTEL XİDMƏTLƏRİNİN KEYFİYYƏTİNİN YÜKSƏLDİLMƏSİ YOLLARI**

**i.ü.f.d., dos. MƏMMƏDOV E.Q.**  
*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)*

**Abstract:** *Hotel industry is one of the most dynamically developing sectors of the Azerbaijani economy. The quality of hotel services forms the competitive ability of hotel products. The article describes key aspects of quality management systems, service standards and quality management systems for hotel services. In this direction the existing problems have been investigated. The article also clarifies the factors influencing the formation of hotel products. At the end of the article, recommendations were made to improve the quality of hotel services.*

**Key words:** *hotel business, hotel services, hotel product, service quality standard, customer satisfaction.*

### **Giriş**

Son illər Azərbaycanda turizmin inkişafı ilə bağlı dövlət tərəfindən mühüm işlər görülməkdədir. Bunun nəticəsi olaraq ölkəyə gələn turistlərin sayı da artır. Belə ki, rəsmi statistikaya əsasən Azərbaycana 2018-ci il ərzində 196 ölkədən 2849,6 min nəfər xarici vətəndaş gəlmişdir. Bu isə 2017-ci ildə ölkəyə gələn xarici ölkə vətəndaşlarına nisbətən 5,7 faiz artım deməkdir. Turizm sferası ölkənin ixrac potensialında da mühüm yer tutur. Belə ki, 2018-ci ildə turizmin hesabına Azərbaycana 2 milyard dollara yaxın vəsait daxil olub [7].

Bununla yanaşı qeyd etməliyik ki, hər il respublikadan xarici ölkələrə gedən ölkə vətəndaşlarının sayı gələnlərdən daha çox olur. Buna səbəb kimi turist məmnunluğunun yetərli olmamasını göstərmək olar. Turist məmnuniyyətinin formalaşmasında qiymət və keyfiyyət amilləri əsas rol oynayır.

Otel xidmətlərinin keyfiyyəti ilə bağlı məsələ bu gün üçün çox aktualdır. Xüsusilə otel və otel tipli müəssisələrin maliyyə məsələləri üçün çox vacibdir, burada əldə olunan mənfəətin böyük hissəsi təqdim olunan xidmətlərin keyfiyyət göstəriciləri ilə bağlıdır. Xidmətlərin keyfiyyəti bütövlükdə qonaqpərvərlik sənayesinin fəaliyyətinin əsasını təşkil edir. Otel biznesinin uğurlu olmasında xidmətin keyfiyyəti mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

### **Otellərdə xidmət keyfiyyəti, ona təsir edən amillər**

Turizmdə xidmət keyfiyyəti ilk növbədə turist məmnuniyyətinin təmin olunmasında özünü büruzə verir. Başqa sözlə desək keyfiyyətli xidmət müştərilərin ehtiyaclarını qarşılayan xidmətdir. Xidmətin keyfiyyət səviyyəsi isə qonağın otdə mövcud olan və arzu edilən xidmət haqqında düşüncələrinin ehtimal dərəcəsiəndən asılıdır [1, s. 23].

Azərbaycan vətəndaşlarının xarici ölkələrin turizm xidmətlərindən daha çox istifadə etməsinin əsas səbəblərindən biri də respublika ərazisində müştərilərin bir çox hallarda aşağı keyfiyyətdə xidmətlərlə qarşılaşması, turizm obyektlərində xidmət standartlarının tətbiqində olan problemlər, xüsusilə də bu vəziyyətin bölgələrdə daha çox özünü göstərməsidir. Bütün bunlar isə son nəticədə öz turist tələbatlarını ölkə xaricində ödəmək arzusunda olanların sayının ilbəl artmasına səbəb olur. Bu isə ölkədən xaricə xeyli miqdarda valyuta axınına gətirib çıxarır.

2017 - ci il üçün ölkədə 41 611 nəfər tutuma malik 563 otel və otel tipli müəssisə fəaliyyət göstərir [8]. Bunların arasında Hilton, Hyatt Regency, Sheraton, Fairmont, Four Seasons, Ramada, Exselsior, Park Hyatt, Park Inn və s. kimi beynəlxalq şəbəkəyə malik brend otellər də vardır. Hal-hazırda Azərbaycanda, qonaqpərvərlik sənayesində əsasən Bakıda yerləşən şəbəkə otelləri və bəzi tanınmış restoranlardan başqa digər müəssisələrdə göstərilən xidmətin keyfiyyət standartına sistemli nəzarət demək olar ki, həyata keçirilmir.

Müasir şəraitdə internet resurslarının turizm biznesində rolu potensial müştərilərin cəlb edilməsi və turizm müəssisələrinin rəsmi təsviri olaraq müəyyən olunur. Turizm firmasının, otelin internetdə mövcud olan səhifəsində insanlar öz rəylərini yazaraq digər şəxslərə müəyyən səviyyədə məlumat vermiş olurlar. Səyahətə çıxmağı planlaşdıran əksər insanlar əvvəlcədən gedəcəyi yer və qalacağı otel haqqında internet səhifələrindən məlumat əldə etməyə çalışırlar. Müxtəlif insanların otellə bağlı rəyləri oxunur və nəticədə otel haqqında müəyyən ilkin təəsürat formalaşır. Bu isə müştərinin oteli

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

seçməsinə mühüm rol oynayır. Otel haqqında mənfi rəyin formalaşması əsasən personalın göstərdiyi xidmət keyfiyyətinin standartdan kənara çıxması ilə bağlıdır. Belə şərtlər digər potensial turistlərdə də mənfi fikir yaradaraq bütövlükdə otelin fəaliyyətinə böyük zərbə vurmuş olur. Bu baxımdan turizm firmaları və otellər digital marketing sahəsinə diqqəti artırmalı, internet resurslarından daha effektiv istifadə etməyə çalışmalıdırlar.

Xidmət keyfiyyəti geniş və dəyişkən bir anlayışdır. Göstərilən xidmətlərin keyfiyyət səviyyəsini qiymətləndirmək üçün ilk növbədə göstəriciləri və qiymətləndirmə meyarlarını müəyyən etmək lazımdır. Oteldə keyfiyyətin aşağıdakı göstəricilərini qeyd etmək olar: maddi-texniki baza; personalın peşəkarlıq xüsusiyyətləri; xidmət səviyyəsi, marketing, resurslar.

Material və texniki bazanın keyfiyyəti, miqdarı və vəziyyəti otelin səviyyəsini müəyyənləşdirir və müvafiq olaraq xidmətlərin keyfiyyətinə təsir göstərir.

Personalın peşəkarlıq xüsusiyyətləri - insan kapitalı, bir işçinin bilik və bacarığı və onları təşkilatın xeyrinə tətbiq etmək qabiliyyətidir.

Otel personalının keyfiyyətinin əsas komponentləri aşağıdakılardır: işçilərin təhsil səviyyəsi; ümumi mədəniyyət səviyyəsi; peşəkarlıq və ixtisas səviyyəsi; şəxsi təcrübəsi və bacarıqları; mənəvi etibarlılıq.

Əmək potensialı otelin ən vacib komponentidir. Əmək potensialı insan inkişafı səviyyəsini, şəxsiyyətinin keyfiyyətini, işləmək və öyrənmə qabiliyyətini göstərir. Yüksək səviyyəli kadr yaxşı işləyir, müəssisənin təsvirini yaradır, göstərilən xidmətlərin keyfiyyətini yaxşılaşdırır və yüksək rəqabət qabiliyyətini təmin edir.

Keyfiyyət, müəyyən bir müəssisənin siyasətini, xidmət qiymətlərini, tərkibi və xarakterini, müəssisənin populyarlığını, rəqabət mövqeyi və siyasətini, otel xidmətləri bazarında payını, mənfəətini və bir çox digər amilləri və göstəriciləri müəyyən edir.

Otel xidmətinin keyfiyyətinin formalaşmasına təsir göstərən amilləri aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar (Cədvəl 1), [2, s. 279].

**Cədvəl 1. Otel xidmətlərinin keyfiyyətinə təsir göstərən əsas amillər**

Otel xidmətlərinin keyfiyyətinə müsbət təsir göstərən əsas amillər	Otel xidmətlərinin keyfiyyətinə mənfi təsir göstərən əsas amillər
<ul style="list-style-type: none"><li>- Personalın qonaqpərvərliyi</li><li>- İşçilərin peşəkarlığı</li><li>- Xidmət təqdimatının yaxşı təşkili prosesi</li><li>- Məhriban və qarşılıqlı yardıma əsaslanan kollektiv mühiti</li><li>- Xidmət keyfiyyətinin daimiliyi</li><li>- İşin operativliyi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Personal çatışmazlığı</li><li>- Zəif maddi-texniki baza</li><li>- Əmək haqqının aşağı səviyyəsi</li></ul>

Keyfiyyət menecerinin həll etməsi lazım olan əsas məsələ keyfiyyət göstəricilərinin və keyfiyyət səviyyəsinin sabitləşdirilməsidir.

Otel xidmətlərinin keyfiyyətinin qeyri-sabitliyi səbəbləri aşağıdakı kimi izah edilə bilər:

- xidmətin subyektivliyi;
- vaxta görə xidmətin təqdimatının qeyri-bərabərliyi;
- heyətin işinin nəticələrinə görə deyil, fəallığına görə qiymətləndirilməsi;
- səbəblərə deyil, əlamətlərə reaksiya verilməsi.

Azərbaycanda otel biznesinin mövcud vəziyyəti xarici müəssisələrə nisbətən yerli müəssisələrin xidmət keyfiyyətində zəiflik ilə xarakterizə olunur. Bu gün otel biznesində Hilton, Marriott, Holiday Inn, Sheraton və s. tanınmış otel zəncirlərinin bir hissəsi olan bu otellər yerli otellərlə müqayisədə yüksək keyfiyyətli xidmət ilə seçilir. Azərbaycanda otellər və otel tipli müəssisələr tərəfindən göstərilən xidmətlərin keyfiyyətinin aşağı olmasının əsas səbəblərindən biri də bu sahədə aydın və dəqiqləşdirilmiş standartların olmamasıdır.

### **Qonaqpərvərlik sənayesində xidmət standartları və onlara nəzarət formaları**

Xidmət standartı beynəlxalq və milli təcrübədə formalaşmış, razılıq əsasında tərtib olunmuş, nüfuzlu təşkilatın təsdiq etdiyi, istifadəsi məcburi hesab olunan standartlaşma üzrə müəyyən kriteriyalara əsaslanan normativ sənəddir. Otellərdə standartların tətbiqi və vacib olması başlıca məqsəd hesab olunur. Standart sözünün ingiliscə mənası nümunə deməkdir. Standart etalon sayılmaqla digər uyğun müəssisələrə nisbətdə əsas, nümunə olaraq qəbul edilir. Həmçinin standart, otellərə dair

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

prinsipləri, mövcud tələbi və qaydaları özündə ehtiva edən normativ sənəddir. Standartda məhsulun və ya xidmətin keyfiyyətinə dair qoyulan ən ümumi tələblər öz əksini tapır.

İstənilən bir otel özünün müəssisədaxili qaydalarını işləyib hazırlamalıdır. Bu qaydalar əsas aşağıdakı istiqamətləri əhatə edir: personalın davranış məsuliyyəti, personalın xarici görünüşü, personalın iş xüsusiyyətlərindən asılı olaraq xarici dil bilgisi, texnoloji proseslər, otelin konsepsiyası və strukturu haqqında məlumatlı olmaq.

Qeyd edək ki, otel biznesində ilk növbədə təəssürat satılır. Bu baxımdan oteldə yaşayan qonaqlarda pozitiv əhval-ruhiyyənin yaradılmasına diqqət göstərməlidir. Qonaqlara neqativ enerji ötürülməməsi üçün onlara qarşı nəzakətli, xoş davranılmalı və özlərini psixoloji cəhətdən rahat hiss etmələrini təmin etmək lazımdır. Beynəlxalq şəbəkə otellərinin standartları digər otellərdən fərqlənir. Belə ki, şəbəkəyə daxil olan bütün otellər vahid standartdan istifadə edirlər. Nəticədə müxtəlif yerlərdə eyni standart xidməti görmək qonaqlara cəlbedici olur. Otellərin xidmət keyfiyyətini yüksəltmək və yüksək səviyyədə saxlamaq üçün müxtəlif istiqamətdə proqramlar həyata keçirilir və bütün heyət mütəmadi olaraq təlimdən keçirlər. Bir çox məşhur otel şəbəkələrinin standartlarına görə işçi heyəti gülərliz, ünsiyyətçil, xoş görünüşlü və eyni zamanda kollektivlə işləməyi bacaran şəxslərdən qurulmalıdır.

Bu standartlara nümunə olaraq aşağıdakıları göstərə bilərik: cəld xidmət, sifarişin yerinə yetirilmə dəqiqliyi, əvvəlcədən qonağın istəyini hiss etmək, personalın sayı bütün qonaqlara effektiv və fasiləsiz xidmət göstərməyi təmin edən qədər olmalıdır.

Beynəlxalq səviyyədə məhsul və xidmətlərin keyfiyyətinə dair standartlara nəzarət edən bir sıra təşkilatlar mövcuddur. Bunlar beynəlxalq səviyyədə, region üzrə və yerli səviyyədə olmaqla üç qrupa bölünür. Beynəlxalq səviyyədə daha çox tanınan və standartları dünyanın əksər ölkəsində qəbul olunan təşkilat ISO - Beynəlxalq Təşkilatdır. ISO-nun standartları kataloquna daxil edilmiş 22,571-dən çox beynəlxalq standart vardır. Bunlardan 700-ü xidmət sferasına aiddir. Xidmət sferasına təhsil, maliyyə və tibbi xidmətlərlə yanaşı turizm xidmətləri də daxildir [6]. Bundan başqa qitələr üzrə ayrılıqda regional (Avropa, Asiya, Amerika və s.) təşkilatlar da vardır. Yerli səviyyədə olan təşkilatlar isə ölkədaxili standartları qəbul edən və nəzarət edən təşkilatlardır. Otellərin müxtəlif kateqoriyaya və dərəcələrə bölünməsi, otelin maddi və texniki təhcizatından, məhsul çeşidindən və otelin sinifindən asılı olaraq təyin edilmiş otel xidmətlərinin keyfiyyətinə görə müəyyən edilməlidir [9].

Otellərdə xidmətin keyfiyyətinə nəzarət etmək üçün bir çox metodlardan istifadə olunur. Belə metodlardan biri müştəri məmnuniyyəti ilə bağlı keçirilən sorğudur. Sorğunun keçirilməsi əsasən anket və ya elektron poçt vasitəsilə həyata keçirilir. Sorğu nəticəsində otel təqdim etdiyi xidmətlərin standartlara uyğun olub-olmamasını və müştərilərin məmnunluq səviyyəsini müəyyən etmiş olur. Eyni zamanda müştərilərin məmnun olmadıqları məsələlərlə bağlı qeydlərinə əsasən, bu çatışmazlıqları tez bir zamanda aradan qaldırmağa çalışırlar. Otel biznesində qonaqla davranış qaydaları da mövcuddur ki, bu birbaşa müştəri məmnunluğunun təmin olunmasına xidmət edir. Yerləşmə müəssisələrində təqdim olunan xidmətlərin standarta uyğunluğu müştərilərin həmin müəssisələrin xidmət keyfiyyətinə qarşı inamını formalaşdırır. Aparılan müşahidələr göstərir ki, ölkədə fəaliyyət göstərən turizm müəssisələrinin bəzilərinə göstərilən xidmətlərin səviyyəsi standartlara cavab vermir. Bazar münasibətləri və rəqabət şəraitində dünyanın inkişaf etmiş ölkələri yüksək keyfiyyətli məhsulu strateji kommersiya şərtləri və milli sərvətin ən əhəmiyyətli mənbəyi kimi qəbul edirlər. Yalnız, bir qayda olaraq bir müəssisə rəqabət mühitində yaşamaq və tab gətirməklə lazımi mənfəət əldə edə bilər. Buna görə, bazar münasibətləri şəraitində keyfiyyəti yaxşılaşdırmaq və təmin etmək üçün tədbirlərin prioritet olması vacibdir.

### **Otellərdə xidmət keyfiyyətinin idarə edilməsi və onun təkmilləşdirilməsi proqramları**

Azərbaycanda fəaliyyət göstərən otellərin bir qismi frənçayzinq əsasında fəaliyyət göstərir. Frənçayzinqin əsas xüsusiyyəti, müəyyən bir otel zəncirində istifadə olunan korporativ standartlara ciddi şəkildə riayət edilməsidir. Onlar Avropa (daha yüksək) xidmət standartlarının keyfiyyətinə dəstək verirlər. Otelin sahibləri üçün, frənçayzinqə gedərkən, xidmət standartını tətbiq etmək və ya tətbiq etməmək üçün heç bir seçim yoxdur.

Azərbaycan otelləri konseptual olaraq tanınan xidmət keyfiyyəti modelini istifadə edə bilərlər. Bu model 1985-ci ildə Amerika marketinq elmləri üzrə mütəxəssis Berry Leonard tərəfindən təklif olunmuşdur. Bu model müştəri gözləntilərinə uyğun olaraq xidmət keyfiyyətini müəyyənləşdirir. Model aşağıdakı mərhələləri özündə ehtiva edir.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Birinci mərhələ: istehlak gözləntiləri və otel rəhbərliyinin reaksiyası.

Otellər bazar tələblərini müəyyən etmək üçün əvvəlcədən müştəri araşdırmaları aparmalı və sonra fəaliyyətlərini bu tələblərə uyğun olaraq yenidən istiqamətləndirməlidirlər. Müştərilərin otelin xidmət keyfiyyətinə diqqət yetirəcəyini bilməsi üçün sorğu aparmaq olar.

İkinci mərhələ: rəhbərliyin xidmət keyfiyyətinin xüsusiyyətlərini qəbul etməsi.

Məqsədləri otel personalı tərəfindən dəstəklənməlidir. Rəhbərlik işlərinin nəticələrini düzgün qiymətləndirmək, rəhbərlik və işçilər arasında ünsiyyət qurmaq və xüsusilə də yaxşı işçilərin təşviqi yolu ilə subordinatlara dəstək göstərməlidir.

Üçüncü mərhələ: rəhbərliyin xidmət keyfiyyətinin qəbul edilməsi.

Bu mərhələ müştərilərin ehtiyaclarını başa düşdüündə və keyfiyyətli xidmətlərin göstərilməsinə dair tələbləri bildiyi halda baş verir, lakin işçilər bu xidmət səviyyəsinə malik deyil və ya onu təmin etmək istəmirlər.

Bu mərhələdə səhvlər müəssisənin əməkdaşı və müştərinin qarşılıqlı əlaqəsi olduqda "həqiqət anında" baş verir. Bu səhvlər daxili marketinq proqramı vasitəsilə azaldılır. Səhvlərin qarşısını almaq üçün əsas yollar təlim, iş şəraitinin monitorinqi və əməkdaşları təşviq etmək üçün bir sistemin yaradılmasıdır.

Dördüncü mərhələ: xidmətlərin göstərilməsi və öhdəliklər.

Xidmətlərin göstərilməsində xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Lüks bir otel, bir müştərisi olsa belə, xidmət verməlidir. Biz risk qiymətini ödəmək və yüksək səviyyəli bir otel olaraq qalmaq üçün hazır olmalıyıq. Xidmət və xidmət siyasətinin təmin edilməsi eyni zamanda nəzərə alınmalıdır. Heç bir ikili standart ola bilməz. Məsələn, bir otelin kassiri müştəridən kredit kartı ilə ödənişləri qəbul etməkdən imtina etmədən hərəkət etdi. Bir ay əvvəl eyni qonaqla eyni kartla ödəniş qəbul etməsinə baxmayaraq, o, nağd ödəniş təklif etdi. Bu uyğunsuzluq səhvlərə səbəb olur.

Beşinci mərhələ: gözlənilən xidmət və təmin edilən xidmətin qəbulu.

Bu mərhələ başqalarından alınır. Əvvəlki addımlardan hər hansı bir ölçüsü artırılırsa belə də, beşinci addım da gözlənilən xidmət keyfiyyəti və həqiqətdə göstərilən fərq arasındakı artım imkanlarına malikdir.

Gözlənilən keyfiyyət - qonaq oteldən nə gözləyir anlamına gəlir. Təmin edilən xidməti qonaq oteldən aldığı hiss edir. Qonaq gözlədiyindən az alsaydı, o, narazı qalır və heç vaxt bu otelə qayıtmazdı.

Bir otel müəssisəsində keyfiyyətli idarəetmə xidməti tərəfindən yerinə yetirilməli olan keyfiyyətin idarəedilməsi işinin nəzarətini və koordinasiyasını tənzimləmək lazımdır.

Keyfiyyət meneceri xidmət keyfiyyətinə və onun texnoloji standartlara və sanitariya standartlarına uyğunluğuna dair gündəlik nəzarətini həyata keçirməlidir. O, digər otel bölmələrinin rəhbərləri ilə sıx əlaqə saxlayır. Keyfiyyət menecerinin şöbə və işçilərin rəhbərlərinə şərtləri məcburidir.

Keyfiyyət meneceri, kadr şöbəsi ilə yanaşı, otelin digər şöbələrini rəhbərləri kadrların hazırlanması və yenidən hazırlanmasını təşkil edir, marketinq menecerləri ilə birlikdə monitorinq edir və yeni otel və restoran xidmətləri təklif edir, həyata keçirmək üçün texnologiyalar tətbiq edir, otel müəssisələrinin strategiyasını inkişaf etdirir. Bu işdə müstəqil ekspertlər, konsaltinq və təlim şirkətləri iştirak edir.

Keyfiyyət meneceri digər otel bölmələri ilə birlikdə keyfiyyətin yaxşılaşdırılması proqramının inkişafına, həmçinin xidmətlərin təşkili və təmin edilməsinə nəzarət edən sistemlərə cəlb olunur. O, otel kompleksinin iasə müəssisələri üçün yeni menyu, şərab siyahısı və xidmət texnologiyasının inkişafı ilə məşğul olan kulinariya şurasının işində iştirak edir.

Keyfiyyət menecerinin fəaliyyəti oteldə xidmət keyfiyyətinin və təşkilinin təkmilləşdirilməsinə yönəlmiş sistemli və müntəzəm iş aparmağa yönəlir.

Keyfiyyət meneceri, otel nümayəndələri, sanitariya və ticarət yoxlamaları ilə, sertifikatlaşdırma orqanları ilə əlaqələrin qurulması və nümayəndələri ilə birgə yoxlamalarda iştirak edirlər. Tez-tez müştərilərlə əlaqə, ən effektiv ünsiyyət onların xidməti vəzifəsi sayılır.

Otel xidmətlərinin keyfiyyətini, onun təkmilləşdirilməsi proqramlarını qəbul etmək və tətbiq etmək yollarını idarə etmək üçün bir çox sistemlər və üsullar var. Düzgün seçilmiş sistemlərin və keyfiyyət idarəetmə xidmətlərinin metodikası müəssisədə işin qurulmasına imkan verir ki, nəticədə otel sənayesinin bütün üç subyekti bundan faydalanacaqdır: oteldə yaşayan qonaq, otel işçiləri işdən razı qalır və bundan faydalanan otel rəhbəri.

Keyfiyyətin yaxşılaşdırılması proqramları, onu idarə etmək yolları, otelin işinin tərkib hissəsi olmalıdır. Hər hansı bir otelin optimal təşkilatı quruluşu peşəkar standartlardan yeni bacarıqların inkişaf etdirilməsinə qədər formalaşan bütün otel sənayesi fəaliyyət proseslərinin standartlaşdırılmasına əsaslanır və keyfiyyətli xidmət funksiyalarına tabedir.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Bu baxımdan, qonaqpərvərlik sənayesinin bütün sahələrində göstərilən xidmətlərin müəyyən keyfiyyətinə nail olmaq üçün fəaliyyət proseslərinin effektiv idarə olunmasının əhəmiyyəti artır. Keyfiyyətin idarə edilməsi bir prosesdir və aşağıdakıları ifadə edir:

- Hər bir müəssisədə əlavə olaraq, terminin mənasını dəqiq şəkildə müəyyənləşdirmək;
- "keyfiyyət" və "dəyər" anlayışları arasında idarə heyətinin fikri ilə anlaşma;
- müştəri ehtiyaclarını ödəmək üçün səylərin davamlılığını nəzərdə tutan bir proses kimi keyfiyyətin qəbul edilməsi;
- keyfiyyət və korporativ mədəniyyət arasındakı əlaqəni anlamaq [4, s. 137].

Bu dörd aspekt həlledicidir, çünki müəssisənin məqsədlərinə və hər bir fərdi işçinin işinə təsir göstərir. Belə yanaşma korporativ mədəniyyətin bir hissəsi olmalıdır və bütün işçilər tərəfindən bölüşdürülməlidir.

Otel müəssisələrində keyfiyyətin idarə olunması çox vacib və çətin bir fəaliyyətdir. Keyfiyyətin idarə edilməsi fəaliyyəti keyfiyyət göstəricilərini müəyyən səviyyədə saxlamaq məqsədi daşıyır; kadrların yüksək keyfiyyətli xidmət göstərməsini təşviq etmək; daha çox istehlakçıya göstərilən xidmətlərin həcmi artırmaq; digər otellərlə rəqabətdə qazanmaq [3].

Xidmətin keyfiyyəti bu gün otel biznesinin təşkilinin vacib bir sahəsi hesab olunur. Bir sıra marketing mütəxəssisləri keyfiyyətli idarəetmənin keyfiyyət standartlarına cavab verən bir təşkilat tərəfindən idarə olunan bir fəaliyyət olduğunu düşünürlər. Digərləri isə keyfiyyətin bazar və istehlakçı tərəfindən müəyyənləşdirildiyini iddia edirlər. Bu mütəxəssislər keyfiyyət idarəetməsinin müştərilərin istəklərini təmin edəcəyinə və ya öhdəsindən gələ biləcəyinə inanırlar. Otel xidmətinin keyfiyyəti olduqca mürəkkəb idarəetmə obyektidir, istər qonaqpərvər xidmətin təmin edilməsi, istərsə də otel müəssisəsinin fəaliyyəti qonaqpərvərlik xidmətləri göstərən bir biznes kimidir.

Xidmət keyfiyyətinin idarə edilməsi kadrların seçilməsi və hazırlanması, kadrların dəstəklənməsi və işçilərin məmnunluğu, kadrların sosial və iqtisadi təşviqi, onlara xidmət göstərilməsi prosesinin standartlaşdırılması, əmək məhsuldarlığının monitorinqi, müştəri məmnuniyyətini şikayət və təkliflərdən istifadə edərək müştəri məmnuniyyətini müşahidə etməklə qəbul edilən tədbirlər sistemi vasitəsilə həyata keçirilir. Müştərilərin öyrənilməsi, rəqiblərin xidmət keyfiyyətinin öz xidmətlərinin keyfiyyəti ilə müqayisəsi xidmət keyfiyyətinin idarə edilməsi prosesinə daxildir [5, s. 138]. Bu gün ölkəmizdə biznes mərkəzlərində otel sənayesinin inkişafı üçün bütün şərait yaradılıb, lakin beynəlxalq standartlara uyğun xidmətlərin göstərilməsi üçün lazım olan bir çox məsələlər öz həllini tapmalıdır.

### Nəticə və təkliflər

Tədqiqatın nəticəsi olaraq bir sıra məsələləri qeyd etmək olar. Azərbaycanda otel biznesinin inkişafı üçün bütün lazımı şərait vardır:

- Avropa və Asiya qovşağında əlverişli coğrafi mövqe.
- Azərbaycan ölkəyə mühüm biznes tərəfdaşları cəlb edən iqtisadi potensiala malikdir.
- Ölkədə hər il çoxlu sayda beynəlxalq tədbirlər keçirilir: siyasi, iqtisadi və mədəni forumlar, sərgilər.

Araşdırma nəticəsində aşağıdakı çatışmazlıqlar aşkar edilmişdir:

- İxtisaslaşmış otel xidmətləri bazarının zəif inkişafı;
- Turizm xidmət səviyyəsinin aşağı olması;
- Turizm resurslarının səmərəsiz istifadəsi.

Müəyyən olunmuş çatışmazlıqları nəzərə alaraq, mövcud problemlərin həlli üçün aşağıdakı yolları təklif etmək olar:

1. Maddi-texniki bazanın və xidmət standartlarının beynəlxalq səviyyəyə gətirilməsi;
2. Otellərin hazırlanması və kadr hazırlığı mövzusunda davamlı seminarlar keçirmək.
3. Kiçik mehmanxana seqmentinin ölkə regionları üzrə genişləndirilməsi;
4. Milli və beynəlxalq əhəmiyyətli kurortların inkişafına dair yeni proqramların hazırlanması;
5. Xarici mütəxəssislərin tədris prosesinə cəlb olunması, "zəruri ixtisasların" inkişaf etdirilməsi daxil olmaqla kadrların hazırlığı, yenidən hazırlanması və ixtisaslarının artırılması sisteminin inkişafının stimullaşdırılması.

Otələrdə təqdim edilən xidmətlərin keyfiyyətini artırmaq üçün aşağıdakı istiqamətdə işlər görülməlidir:

1. Xidmət keyfiyyətinin və standartın inkişafının diaqnostikası;

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

2. Müştəri sorğusu əsasında, sorğunun aparılmasında müəssisənin praktiki təcrübəsini tətbiq etmək;

3. İşçilərin konsepsiyasında "xidmət standartları"nın tətbiqi və köklənməsi üzrə təlimlərin keçirilməsi;

4. Otel işçilərinin dil biliklərinin təkmilləşdirilməsi;

5. Oteli təşviq etmək üçün müxtəlif marketing vasitələrindən istifadə.

Bu gün müştəri xidməti keyfiyyəti otel biznesinin təşkilində əhəmiyyətli bir fəaliyyət sahəsi hesab edilməlidir. Müştərilərə xidmətin keyfiyyəti bir otelin rəqabətlik səviyyəsində mühüm parametrdir, xidmətin həyata keçirilməsi bir otel müəssisəsinin iqtisadi fəaliyyətinin əsasını təşkil edir. Bu baxımdan, xidmət proseslərinin davamlı təkmilləşdirilməsi bu gün Azərbaycanda otellərin böyük əksəriyyəti üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edən otel rəhbərliyinin təkmilləşdirilməsinin ayrılmaz bir hissəsidir.

Tədqiqatın nəticəsi kimi qeyd etmək olar ki, müəssisələrin hədəf auditoriyanı anlamaq və marketing məqsədlərini hədəf auditoriyaya uyğunlaşdırmaq hesabına müştərilərin sadıqlığını təmin etmək olar.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Берестова Л. "Качественные услуги: как их обеспечить" Государственная служба – 2009. №6. С. 23–27.
2. Булахов В.А. "Профессиональный подход к созданию систем менеджмента качества" Менеджмент сегодня. 2008, № 5. С. 278–289.
3. Тувагова В.Е. Проблемы и перспективы повышения качества услуг в гостиничном бизнесе "Маркетинг в России и за рубежом" №3, г. 2012.
4. Смирнов С.А. "Современные подходы к управлению качеством в сфере услуг" Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5: Экономика. 2008. Вып. 4. С. 136–140.
5. Лансков Д.П. "Анализ качества услуг как необходимое условие повышения конкурентоспособности организаций сервиса" Экономические науки. 2011. № 1. С. 138–140.
6. [www.iso.org](http://www.iso.org)
7. [www.turizm.fins.az](http://www.turizm.fins.az)
8. [www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az)
9. [www.dissercat.com](http://www.dissercat.com)

## MEHMANXANA BİZNESİ MÜƏSSİSƏLƏRİNİN DİAQNOSTİKASININ XÜSUSİYYƏTLƏRİ VƏ SPESİFİKASI

doktorant QƏHRƏMANOV İlkin İldirim oğlu  
Odlar Yurdu Universiteti

**Abstract:** *The market of tourism services is appearing as an important connecting link on the whole chain of the market processes of the entire economy at the moment. Some new directions of the tourism services and hotel business have appeared in the last years, such as investment and innovation, financial-credit and many other directions can be noted. Good results can only be achieved owing to the joint activities of the tourism market and hotel business enterprises. Based on this, the analysis of the condition and development directions of the tourism market and hotel business enterprises as an integrated union in the tourism sphere is very important. The objective assessment of the potential and place of the hotel and tourism branches as equitable participants of this market is very significant as well.*

**Keywords:** *hotel business, hotel type catering, catering, tourism market, catering facilities*

Mehmanxana biznesi müəssisələrinin diaqnostikasının turizm müəssisələrindən fərqli xüsusiyyəti ondadır ki, onlar məkan sistemində bir qədər məhdudurlar və əsasən müəyyən olunmuş xarakter daşıyırlar. Əgər turizm müəssisələri öz əsas funksiyalarını öz sisteminin hüdudları xaricində (səfərlər, səyahətlər və s.) yerinə yetirirlərsə, mehmanxana biznesi müəssisələri öz fəaliyyətlərini (qulluq, xidmətlər və s.) müəssisənin daxilində, yəni bilavasitə mehmanxanalarda həyata keçirirlər.

Bu mülahizələri əsas götürməklə, mehmanxana biznesi müəssisələrinin diaqnostikasını:



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

- mehmanxanaların və mehmanxana tipli müəssisələrin əsas göstəriciləri;
- mehmanxanalarda və mehmanxana tipli müəssisələrdə yerləşən şəxslərin sayı;
- mehmanxanaların və mehmanxana tipli müəssisələrin işçilərinin orta aylıq sayı;
- mehmanxanaların və mehmanxana tipli müəssisələrin mülkiyyət formalarına görə paylanması;
- mehmanxanaların və mehmanxana tipli müəssisələrin bütövlükdə və mülkiyyət formaları üzrə gəlirləri və xərcləri ardıcılığı ilə yerinə yetirmək təklif olunur.

Bundan əlavə:

- iaşə müəssisələrinin əsas göstəriciləri;
- iaşə dövriyyəsinin həcmi;
- iaşə dövriyyəsinin indeksləri ardıcılığı üzrə ayrıca olaraq, iaşə müəssisələrinin (mehmanxananın tərkibində və ya ondan kənarında) təhlilini aparmaq tövsiyə olunur.

Sonra isə yuxarıda göstərilən istiqamət üzrə mehmanxana biznesi müəssisələrinin fəaliyyətinin konkret təhlili aparılmışdır.

Gecələmə üçün yerləşdirilən adam günlərin sayında 1504312-dən 2125266-dək (o cümlədən, xarici vətəndaşlar – 673811-dən 1406264-dək), gecələyənlərin sayında isə 510162-dən 1122068-dək (o cümlədən, xarici vətəndaşlar – 257987-dən 776784-dək) olmaqla xeyli artım müşahidə olunur.

İstirahət və əyləncə məqsədi ilə yerləşənlərin sayı 172797-dən 565738-dək (o cümlədən, xarici vətəndaşlar – 48647-dən 367067-dək); işgüzar səfərlər – 185094-dən 258299-dək (o cümlədən, xarici vətəndaşlar – 124264-dən 188652-dək) olmaqla kəskin şəkildə artmışdır.

Eyni zamanda, müalicə məqsədi ilə, digər turizm məqsədləri ilə mehmanxanalarda yerləşən şəxslərin sayında azalma müşahidə olunmuşdur.

Mehmanxana təsərrüfatlarının sahəsinin genişləndirilməsində keyfiyyətə irəliləyişlər müşahidə olunur. O cümlədən, tədqiq olunan dövrdə onların sahəsi 2746,9 min kv. m-dən 3642,3 min kv. m-dək, yaşayış sahəsi isə 442,3 min kv. m-dən 553,0 min kv. m-dək artmışdır.

Mehmanxanalarda və mehmanxana tipli müəssisələrdə işləyən işçilərin sayı 6198-dən 9838-dək; müəssisələrin gəlirləri 114,7 mln. manatdan 240,1 mln. manatadək; xərcləri isə 88,7 mln. manatdan 204,8 mln. manatadək artmışdır.

**Cədvəl № 1. Mehmanxanaların və mehmanxana tipli müəssisələrin əsas göstəriciləri**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016/ 2011, %-lə
Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin sayı, vahid	508	514	530	535	536	548	107,9
Birdəfəlik tutum, yer	31979	32 834	33 951	35 652	37 278	40 042	125,3
Nömrələrin sayı, vahiil	14815	15 898	16 559	17 363	17 953	20 330	137,2
Gecələmələrin sayı, adam-gecə	1504312	1640863	1674065	1687457	1644056	2125266	141,3
Yerləşdirilmiş şəxslərin sayı - cəmi, nəfər	510162	624924	666348	672345	838145	1122068	2,2 d
istirahət, əyləncə məqsədi ilə	172 797	225 646	226 464	237 506	256 285	565 738	3,3 d
işgüzar məqsədlə	185 094	247 304	232 796	206 234	275 896	258 299	140,0
müalicə məqsədi ilə	27 533	15 145	45 060	70 981	68 896	11 450	41,0
Digər turizm məqsədləri ilə	40 242	32 863	42 617	35 922	37 282	33 814	84,1
digər məqsədlərlə	84 496	103 966	119411	121 702	199 786	252 767	3,0d
Müəssisələrin mülkiyyətində və (və ya) istifadəsində olan ümumi sahə, min kv. m	2 746,9	3 020,6	3073,3	3 563,1	3 463,5	3 642,3	132,6
Ümumi sahədən yaşayış sahəsi, min kv. m.	442,3	518,2	526,5	516,0	507,8	553,0	125,1
İşçilərin sayı, nəfər	6 198	7 321	8 259	9009	8364	9 838	158,7
Müəssisələrin əldə etdiyi gəlir, min manat	114686,1	153980,9	171255,9	181047,3	183055,1	240 112,7	2,1 d
Məhsul və xidmətlərin istehsalına çəkilən xərclər, min manat	88 680,4	110684,0	1454683	147068,1	171730,8	204852,3	2,3 d
Büdcəyə ödənilmiş vergilər, min manat	27 966,5	18 058,8	29 951,3	28 201,5	28 098,5	38 525,7	1,4 d

**Mənbə:** Azərbaycanda turizm. AR DSK. Səda – 2017 [s. 36-37]

2011-2016-cı illər ərzində nömrələrin satışı, yeməklərin satışı və müalicə-sağlamlıq tədbirləri də daxil olmaqla, bütün bəndlər üzrə gəlirlərin strukturu artmışdır (bütövlükdə 114,8 mln. manatdan

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

240,1 mln. manatadək). Həmçinin material və avadanlığa, əməkdaşların əmək haqlarına, enerjiyə, yanacağa və suya, əsas fondların amortizasiyasına, icarəyə, təmirə və s. çəkilən xərclər daxil olmaqla, bütün bəndlər üzrə xərclərin artması müşahidə olunur (bütövlükdə 88,7 mln. manatdan 204,8 mln. manatadək).

**Cədvəl № 2. Mehmanxanaların və mehmanxana tipli müəssisələrin gəlirləri və xərcləri, min manat**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016/ 2011, %-lə
Müəssisələrin gəlirləri	114686,1	153980,9	171255,9	181047,3	183055,1	240112,6	2,1 d
o cümlədən:							
nömrələrin satışından daxil olan gəlir	87 817,6	110641,5	110 808,4	117 072,1	115 921,9	144751,3	165,0
içkiləri də daxil etməklə qida məhsullarının satışından əldə edilən gəlir	18 118,4	28 872,3	40 022,8	43 019,7	43 521,3	61 289,7	3,4 d
müalicə-sağlamlıq xarakterli xidmətlərdən əldə olunan gəlir	2 419,5	2 630,8	2 001,0	2 379,5	2 509,2	2 309,4	95,8
sair gəlir	6 330,5	11836,3	18 423,7	18 576,0	21102,7	31 762,2	5,0 d
Müəssisələrin xərcləri	88 680,4	110684,0	145 468,3	147 068,1	171 730,8	204852,3	2,3 d
o cümlədən:							
avadanlıq və inventarların əldə olunması xərcləri	4 287,7	5 377,3	5 595,3	4 256,8	4 906,8	6 305,2	146,5
içkilərin və yeməklərin hazırlanması üçün alınan mallara çəkilən xərclər	14 529,4	18 090,1	24 187,0	23 576,5	27 149,0	35 623,5	2,5 d
bütün növ yanacaq və enerji xərcləri	5 484,5	5 902,2	7 697,3	8 781,0	11 584,0	19 030,8	3,5 d
suyun alınmasına çəkilən xərclər	539,6	1 028,7	1 299,4	1 489,3	1 253,6	1 779,4	3,3 d
əsas fondların amortizasiyası	11 509,3	20 564,3	14 990,6	13 083,9	11 701,7	17 301,0	150,3
icarə ödəmələri	728,9	1 792,4	2 321,6	2 408,5	2 410,8	1731,7	2,4 d
əmək haqqı xərcləri	18 222,2	27 389,2	44 406,1	46 008,7	52 353,4	61281,2	3,4 d
bütün növ sosial sığortalar üzrə ayırmalar	3 242,2	6 187,1	10 016,1	10 602,3	11 564,4	14 248,1	4,4 d
əsas vəsaitlərin cari təmirinə sərf olunan xərclər	4 866,2	4 801,2	4 741,7	4 921,5	2 447,2	2 820,3	57,9
Digər xərclər	25 270,4	19 551,5	30 213,2	31939,6	46 359,9	44 731,1	1,8 d

**Mənbə:** Azərbaycan turizm. AR DSK. Səda – 2017 [s. 46-47]

İaşə bazarı turizm bazarı və mehmanxana biznesi ilə bilavasitə bağlı olduğundan, respublikanın iaşə müəssisələri üzrə də təhlil aparılması məqsədəuyğun hesab .

Qeyd etmək lazımdır ki, respublikada iaşə bazarı 2011-2016-cı illər ərzində 2 dəfədən çox genişlənməmişdir. Belə ki, iaşə dövriyyəsi 565,5 mln. manatdan 1215,4 mln. manatadək, o cümlədən, dövlət sektorunda – 13,1 mln. manatdan 15,6 mln. manatadək, qeyri-dövlət sektorunda isə 552,4 mln. manatdan 1199,8 mln. manatadək artmışdır. Bu sahədə məşğul olan fərdi sahibkarların sayı da 9146-dan 17295-dək olmaqla xeyli dərəcədə artmışdır. İaşə sistemində keyfiyyət dəyişiklik-lərinə iaşə müəssisələrində oturmaq yerlərinin sayının 307,4 mindən 660,2 minədək artmasını aid etmək olar .

Əgər daha uzun müddət üzrə (1995-2016) iaşə dövriyyəsinə təhlil etsək, müəyyən edərik ki, o, 11,0 mln. manatdan 1215,4 mln. manatadək, yəni 110,4 dəfə, 1 nəfər hesabı ilə isə 1,4 manatdan 126,1 manatadək artmışdır (bax: cədvəl № 3.).

**Cədvəl № 3.İaşə dövriyyəsi və fiziki həcm indeksləri**

İllər	İaşə dövriyyəsi, mln. manat	İaşə dövriyyəsinin fiziki həcm indeksləri, əvvəlki ilə nisbətən, faizlə	Əhalinin hər nəfərinə düşən iaşə dövriyyəsi, manat
1995	11,0	76,0	1,4
2000	18,4	106,7	2,3
2005	74,0	126,1	8,9
2010	417,8	116,3	46,7
2011	565,5	122,6	62,5

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

2012	680,0	118,8	74,1
2013	800,1	116,0	86,1
2014	956,0	118,2	101,5
2015	1 111,2	114,0	116,6
2016	1 215,4	100,1	126,1

**Mənbə:** Azərbaycanca turizm. AR DSK. Səda – 2017 [s. 126]

Beləliklə, respublika üzrə mehmanxanaların və mehmanxana tipli müəssisələrin aparılmış diaqnostikası göstərmişdir ki, bu müəssisələr turizm bazarının əsas komponentləridirlər və onlar turizm müəssisələri ilə sıx qarşılıqlı əlaqədədirlər.

Tədqiqatın nəticələri mehmanxanaların və mehmanxana tipli müəssisələrin fəaliyyətində bir sıra müsbət və mənfi tərəfləri göstərmişdir.

2011-ci ilədən 2016-cı ilədək olan dövr ərzində **müsbət məqamlara** aşağıdakıları aid etmək olar:

- mehmanxanaların və mehmanxana tipli müəssisələrin sayı 7,9%, onların birdəfəlik tutumu – 25,3%, nömrələrin sayı – 37,2%, adam-günlərin sayı isə 41,3% artmış;
- yerləşdirilən şəxslərin sayı 2,2 dəfə, o cümlədən, istirahət edənlərin sayı – 3,3 dəfə, işgüzar səfərlər – 1,4 dəfə, istifadə olunmuş ümumi sahə – 1,3 dəfə (o cümlədən, yaşayış sahəsi – 1,25 dəfə), işçilərin sayı – 1,6 dəfə, mənfəət – 2,1 dəfə, xərclər – 2,3 dəfə, büdcəyə vergilər – 1,4 dəfə artmış;
- mülkiyyətin bütün formaları üzrə mehmanxanaların və mehmanxana tipli müəssisələrin ümumi sahələri və yaşayış sahələri cəmi 32,5%, dövlət mülkiyyəti üzrə 57,8%, özəl mülkiyyət üzrə 32,1%, xarici mülkiyyət üzrə 14,47% artmış, birgə mülkiyyəti üzrə isə dəyişməz qalmışdır.

Mehmanxanaların və mehmanxana tipli müəssisələrin işə ilə birbaşa əlaqədar olduğunu nəzərə alaraq, qeyd etmək lazımdır ki, bu sahədə də xeyli müsbət dəyişikliklər müşahidə olunur, onların sırasına:

- tədqiq olunan dövrdə respublikada işə dövryyəsinin 2,1 dəfə;
- ictimai işə ilə məşğul olan fərdi sahibkarların sayının 1,9 dəfə;
- müəssisələrdə oturmaq yerlərinin sayının 3,2 dəfə artdığını;
- işə müəssisələrinin indeks göstəricilərinin sabit olaraq müsbət qaldığını aid etmək olar.

Mehmanxanaların və mehmanxana tipli müəssisələrin fəaliyyətindəki **nöqsanlara** isə:

- tədqiq olunan dövrdə mehmanxanalarda yerləşən xarici vətəndaşların sayının azalmasının müşahidə olunduğunu (53,4%);
- mehmanxanaların və mehmanxana tipli müəssisələrin birgə istiqamətlənmiş fəaliyyət üzrə zəif işini;
- müalicəyə gələnlərin mehmanxanalara zəif axınını (41,0%) və s. aid etmək olar.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Azərbaycanca turizm. AR DSK. Səda – 2017

## AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA TURİZM SƏNAYESİNİN VƏ OTEL TƏSƏRRÜFATININ İNKİŞAFI VƏ MÜASİR VƏZİYYƏTİ

**magistrant MUSTAFAYEV Anar Nurayət oğlu**

**t.ü.f.d.,dosent Bahadır Ənvər oğlu BİLALOV**

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *Tourism is one of the global issues of the modern age and is one of the ways of strengthening economy of the countries in the world. In the globalized world, tourism and hotel industry are developing in our country day by day, new hotels are opened and various types of the tourism are developing. The favorable geographical position of our country between Europe and Asia creates a basis for tourism and hotel industry development. Also, holding various international events, competitions, exhibitions in our country creates opportunity to us to become one of the tourism countries in the world.*

**Key words:** *tourism and hotel industry at Azerbaijan, tourism industry, hotel economy, tourism development, modern situation of hotel economy*

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

**Giriş.** Müasir dövrdə milyonlarla insan daimi yaşayış yerlərindən müvəqqəti müddətə başqa yerlərə hərəkət etməkdədirlər. Bu vəziyyətin XX əsrə aid müasir hadisə olaraq görülməsinə baxmayaraq yer dəyişmə insanlıq tarixi qədər qədimdir. İnsanlar tarix boyu fərqli səbəb və məqsədlərlə mövcud olduqları yerlərin xaricindəki fərqli coğrafi məkanlara hərəkət etmişlər.

XX əsrin II yarısından etibarən turizm fenomenal bir hadisəyə çevrilmişdir. Beynəlxalq turizm ölkələri bir-biri ilə yaxınlaşdırır və beynəlxalq əlaqələri möhkəmlədir, iqtisadi və mədəni əlaqələrin inkişaf etməsinə səbəb olur. Beynəlxalq turizm ölkələr arasında iqtisadi inteqrasiya yaradır, valyutanın, işçi qüvvəsinin və kapitalın ölkələr arasında hərəkətinə zəmin yaradır. İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi bir daha sübut edir ki, turizm iqtisadiyyata müsbət təsir göstərir [3,səh 5].

Çoxsaylı tədqiqatlar göstərir ki, perspektivliyinə görə turizm qeyri-neft sahələri içərisində aparıcı mövqeyə malikdir. Hal-hazırda turizm beynəlxalq aləmdə sürətlə inkişaf etməkdə olan biznes sahələrindən biridir. Dünya üzrə ümummillə məhsulun 10%, ixracatın 8% beynəlxalq turizmin payına düşür, göstərilən xidmətlərin təqribən üçdə biri beynəlxalq turizm sənayesində və onunla bağlı sahələrdə məşğuldur. Turizm dünya ölkələrinin 40%-də xarici valyutaların daxil olduğu əsas mənbədir [3,səh 9].

**Əsas hissə.** Ölkəmizdə də turizmin inkişafına xüsusi diqqət göstərilir. Turizmin davamlı olaraq inkişafı bu sahəni sosial-iqtisadi tərəqqidə əsas aparıcı qüvvəyə çevirib. Bu, özünü yeni iş yerlərinin açılması, turizm infrastrukturunun qurulmasında göstərir. Azərbaycan kontekstində ölkənin diversifikasiyası və regionların inkişafı üçün turizm sənayesi həll edici rol oynayır. Turizm rəqabət imkanlarımız çox yüksəkdir. Təbbi sərvətlərimiz, mədəniyyət abidələrimiz, zəngin tarixi irsimiz cəlbedici turizm məhsulu yaratmaq üçün mühüm zəmindir. Son 15 ildə ölkədə turizmlə bağlı görülən işlər, dövlət proqramları, aparılan islahatlar, normativ-hüquqi bazanın təkmilləşdirilməsi bunu bir daha sübut edir.

Son dövrlərdə Azərbaycanda turizm istiqamətində beynəlxalq əlaqələrin təşkil edilməsi və inkişaf etdirilməsi, ölkə turizminin inkişafı və turizm infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi, turizm imkanlarının təbliği sahəsində konkret vəzifələr müəyyən olunmuşdur. Qədim tariximiz, Xəzər dənizi sahilı mövqeyimiz, tarixi abidələrlə zənginliyimiz, dünyanın 11 iqlim tipindən 9-nun ölkəmizdə mövcud olması və insanlarımızın qonaqpərvərliyi turizmin inkişafı üçün geniş imkanlar yaradır. Ölkənin müxtəlif regionlarında 6 mindən çox mədəniyyət və memarlıq abidələri qorunub saxlanılır. YUNESKO tərəfindən qeydiyyatda alınmış İçəri şəhər, Qız qalası, Şəki Xan sarayı, Möminə Xatun Türbəsi və digər mədəniyyət abidələri artıq bütün dünyada məşhurlaşmışlar [4].

Son 20 ildə qəbul edilmiş dövlət proqramları bütün sərvətlərimizdən səmərəli istifadə etməklə ölkə turizmini inkişaf etdirməyi qarşıya məqsəd qoymuşdur. Eyni zamanda ölkə ərazisində turizmin inkişafı məqsədilə bir sıra vəzifələr qarşıya qoyulmuşdur: rəqabətə davamlı turizm bazarı yaratmaq məqsədi ilə turizm sahəsində sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi; turistlərə xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsi və beynəlxalq standartlara cavab verməsini təmin etmək; turizmdən dövlət və yerli büdcələrə daxil olan vəsaitin həcmi artırmaq; turizm sahəsində dövlət tənzimlənməsini həyata keçirmək; turizm infrastrukturunu və maddi-texniki bazanı möhkəmlətmək; xarici investorları turizm sferasına cəlb etmək.

**Cədvəl 1. 2018-ci ildə Azərbaycan Respublikasına gələn turistlərin faiz göstəriciləri**

Rusiya	Gürcüstan	Türkiyə	İran	BƏƏ	Səudiyyə Ərəbistanı	İraq	Ukrayna	Digər ölkə vətəndaşları
31.1%	20.9%	10.1%	8.6%	3.1%	2.7%	2.4%	2%	19%

**Qeyd:** Cədvəl ARDSK məlumatlarına əsasən müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Bütün bunları göz önünə alaraq haqlı olaraq deyə bilərik ki, ildən-ilə turizm respublikamızda inkişaf edir və gələnlərin sayı ilbəil artmaqda davam edir. 2016-cı ildə ölkəyə gələnlərin sayı 2 696,7 min nəfər olaraq, bu rəqəm 2017-ci ildə 2 696,7 nəfər olmuşdur. 2018-ci ildə bu rəqəmdə 6%-dən çox böyümə olmuşdur. Belə ki, ötən il ərzində ölkəmizə dünyanın 19 ölkəsindən 2 milyon 850 min turist gəlmişdir. 2019-cu il yanvar ayı ərzində respublika ərazisinə dünyanın 143 ölkəsindən 191,6 min nəfər gəlmişdir.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Son dövrlərdə ölkəmizdə davamlı turizmin inkişafı üçün qış turizm bazasının yaradılması və mövsümlüüyün aradan qaldırılması əsas məsələlərdən birinə çevrilmişdir. Bu məqsədlə Respublikamızın Qusar rayonu ərazisində yaradılmış “Şahdağ” Yay-Qış Turizm kompleksi ölkə tarixində ilk dağ-xizək kurortudur. Bundan əlavə, 2014-cü ildə Qəbələ rayonunda açılışı olan “Tufandağ” Dağ-Xizək Mərkəzi göstərir ki, ölkəmizdə təkcə yay deyil, həmçinin qış turizm növlərinin inkişafına və bu yöndə infrastrukturun inkişaf etdirilməsinə xüsusi diqqət yetirilir.

Son illərdə turizmin inkişafı üçün əhəmiyyətli addımlar atılmışdır. Yeni otellər açılmış, istirahət mərkəzləri tikilmişdir, viza rejimi sadələşdirilmiş, 2013-cü ildən elektron viza sistemi tətbiq edilmiş, həmçinin, müxtəlif sərgilər, beynəlxalq yarışlar və idman oyunları keçirilmişdir. Əsrarəngiz təbiət, mineral qaynaqlar, dünyada yeganə olan müalicəvi Naftalan nefti, qədim memarlıq abidələri, özünəməxsus mədəniyyət, milli mətbəximiz və bir çox digər amillər Azərbaycanda turizmin bir çox növlərinin, xüsusilə işgüzar, idman, qastronomik, tanışlıq, ovçuluq, çimərlik, müalicəvi və hətta qış turizminin inkişafına əlverişli şərait yaradır.

Bunlardan əlavə, "2002-2005-ci illərdə Azərbaycanda turizmin inkişafı" və "Azərbaycan Respublikasında 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair" Dövlət Proqramları ölkəmizdə bu sahənin inkişafı üçün zəmin yaradıb. Dövlət başçısı turizmin inkişafını şəxsən diqqətdə saxlayır. Bunun bariz nümunəsi 2011-ci ilin ölkəmizdə “Turizm ili” olaraq elan edilmisidir [3, səh 16].

Bundan əlavə hər il sentyabrın 27-si ölkəmizdə “Dünya Turizm Günü” kimi qeyd edilməsi, Formula 1 yarışlarının keçirilməsi və bunlardan əlavə yerli əhəmiyyətli “Nar”, “Xurma, “Jazz” kimi festivalların, AİTF turizm sərgisinin keçirilməsi ölkə turizmi üçün böyük şanslar əldə edir. 2012-ci ildə Avroviziya mahnı müsabiqəsi, 2015-ci ildə Avropa oyunları, 2017-ci ildə İslam Həmrəyliyi Olimpia oyunlarında ölkəni dünyada tanıdan vasitələrdən biri olmuş və ölkə ərazisinə millərlə turistlərin gəlməsinə səbəb olmuşdur.

Ölkəmizdə turizmin inkişaf etdirilməsi yolunda atılmış ən böyük addımlardan biri Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2018-ci il 20 aprel tarixli “Mədəniyyət və turizm sahəsində dövlət idarəçiliyinin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı bəzi tədbirlər haqqında Sərəncam”ına əsasən Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi əsasında Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyinin yaradılmasıdır. Agentlik turizm sahəsində dövlət siyasətini formalaşdırmaq və həyata keçirmək, turizmin inkişafı məqsədilə digər dövlət orqanları, müəssisələri və təşkilatları, həmçinin fiziki və hüquqi şəxslər, o cümlədən beynəlxalq və qeyri-hökumət təşkilatları arasında əlaqəli fəaliyyəti təmin etmək, dövlət turizm tənzimləməsi, turizmde dövlət nəzarəti, milli kulinariyamızın qorunması və onun təbliği istiqamətində fəaliyyətlər göstərir.

Bundan əlavə ölkəmizdə turizm sənayesi ilə paralel olaraq otel təsərrüfatıda inkişaf edir. Mehmanxana və ya otel təsərrüfatı turizm sənayesinin mühüm tərkib hissəsini təşkil edir. Hər il yeni-yeni otellər açılır, brend otellər Azərbaycan bazarına daxil olur. Ölkəmizdə beynəlxalq mehmanxana şəbəkəsi sistemi 90-cı ildən fəaliyyətə başlamışdır. Müstəqillik əldə etdikdən sonra və 1994-cü il “Əsrin müqaviləsi” imzalandıqdan sonra xarici qonaqlar, konfrans, toplantı, sərgilərin keçirilməsi üçün ölkə ərazisində, xüsusən də paytaxt Bakıda yeni mehmanxanalara ehtiyac duyulurdu. Qısa müddət ərzində “Naxçıvan” oteli bərpa edilərək “Hyatt Regency” oteli kimi fəaliyyət göstərməyə başladı. Məhz bu otel Azərbaycanda ilk fəaliyyət göstərən şəbəkə oteli idi.

“İsr Plaza”, “Crescent Beach”, “Grand Europe Hotel” və bir sıra mehmanxanalar tikildi. Son illər-də Azərbaycanın müxtəlif گوشələrində, xüsusilə kurort zonalarında turizm kompleksləri tikilmişdir.

**Cədvəl 2. Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin göstəriciləri**

Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin sayı, vahid	535	536	548	563
Birdəfəlik tutum, yer	35,652	32,278	40,042	41,611
Nömrələrin sayı, vahid	17,363	17,953	20,330	20,778
Təqdim edilmiş çarpayı-sutka, vahid	1,687,457	1,644,056	2,125,266	2,590,641
O cümlədən:				
Ölkə vətəndaşları	884,908	685,117	719,002	886,187
Xarici vətəndaşlar	802,549	958,839	1,406,264	1,704,454
Yerləşdirilmiş şəxslər, nəfər	672,345	838,145	1,122,068	1,414,708
O cümlədən:				
Ölkə vətəndaşları	279,555	342,497	345,284	433,476
Xarici vətəndaş	392,790	495,648	776,784	981,232

**Mənbə:** Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Bu günkü gündə mehmanxana sənayesi ölkəmizdə inkişaf etməkdədir. Lakin bu sahə üzrə ölkəmiz bir sıra problemlərlə üzləşir. Bunlardan ilk öncəsi və ən başlıcası qiymətlərin baha olmasıdır. Bildiyimiz kimi, Azərbaycanda fəaliyyət göstərən mehmanxanaların böyük əksəriyyəti 4 və 5 ulduzlu otellərdir və bu otellərin bir gecəlik qiyməti orta təbəqənin insanları üçün münasib deyildir. Həmçinin yay mövsümü boyu ölkə ərazisində qiymətlər birə-beş artır. Bu isə həm daxili, həm də gəlmə turizmin inkişafına çox böyük mənfi təsir göstərir.

Bundan əlavə digər problemlərdən biri ölkəmizdə daha aşağı ulduzlu otellərin və hostellərin paytaxt Bakıdan başqa rayon və şəhərlərdə sayının azlığı və mövcud yerləşdirmə müəssisələrində isə keyfiyyətin heçdə ürəkaçan olmamasıdır. Bu səbəbdən də beynəlxalq standartlara cavab verən az ulduzlu mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin sayının artırılmasına ehtiyac vardır.

Mehmanxana təsərrüfatında ixtisaslı yerli kadrların yetəri sayda olmaması qarşılaşdığımız digər problemlərdən biridir. Bu səbəblə 2006-cı ildən Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti təsis edilmişdir. Universitetin fəaliyyət göstərdiyi illər ərzində turizm sənayesində çoxlu sayda ixtisaslı kadrlar yetişdirmişdir. Artıq müasir dövrümüzdə otel sənayesində aparıcı vəzifələrdə öz kadrlarımızı görmək mümkündür. Lakin artan tələbatə uyğun olaraq inkişaf edən mehmanxana təsərrüfatı daim yerli kadrlara ehtiyac duymuşdur.

**Nəticə.** Yuxarı qeyd etdiyimiz fikirləri göz önünə alaraq qeyd edə bilərik ki, turizm ölkə iqtisadiyyatımızın prioritet istiqamətlərindən biri olub, gələcək perspektivdə böyük imkanlara malikdir. Ölkə ərazisində turizmin inkişafı üçün lazımi tədbirlər görülür, yeni-yeni turizm növləri və marşrutları yaradılaraq inkişaf etdirilir.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. Ə.Əlirzəyev, S.Əslanova. Turizmin inkişafının sosial-iqtisadi problemləri. Bakı 2006. "Adiloğlu". 163 s.
2. H.Soltanova. Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı. Bakı 2015, 475 s.
3. M.Əbadov. Azərbaycan turizmi və onun inkişaf problemləri. Bakı 2014. "Şərq-Qərb". 248 s.
4. H.Soltanova, M. Ağakərimov, S. Babazadə. Mehmanxana təsərrüfatı. Bakı 2005. 230s.
5. <http://www.anl.az/down/meqale/respublika/2012/avqust/257642.htm>
6. <http://serqqapisi.az/index.php/humanitar/turizm/3671-otel-taesaerrufat-turizmin-apar-dz-sahaesidir>

## QUBA-XAÇMAZ BÖLGƏSİNDƏ GECƏLƏMƏ MÜƏSSİSƏLƏRİ VƏ ONLARIN MÜASİR VƏZİYYƏTİ

magistrant GÜLMƏMMƏDOVA Nigar Çingiz qızı

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *The article is about the country's tourism sector, its development and as one of the measures taken in this direction, to increase the quantity and quality of accommodation facilities in Guba-Khachmaz region. The disadvantages of these accommodation facilities, and the lack of such facilities in certain districts in the region are discussed.*

**Key words:** *Guba-Khachmaz, tourism, hotel, service, quality*

### Giriş

Ölkəmizə gələn turistlərin əksəriyyəti yalnız paytaxt Bakını gəzməklə kifayətlənməyib onun şəfəli guşələrinə də baş çəkməyi üstün tuturlar. Bunun əsas səbəblərindən biri Bakının çox da böyük olmaması və 1-2 gün ərzində gəzilə bilməsədirsə, digər səbəbi qonaqların şəhərin səs-küyündən uzaqlaşmaq istəmələri ilə əlaqədardır. Turistlərin bu tələbatının ödənilməsinin başlıca yolu isə onlara həmin məkanlarda rahat, komfortlu, ən son standartlara cavab verən, peşəkar personalı, münasib qiyməti olan otellərin tikilib istifadəyə verilməsi ilə əlaqədardır.

Azərbaycanda yüksək kateqoriyalı hotellərin olması baxımından Bakıdan sonra ən ön sıralarda məhz Quba-Xaçmaz turizm bölgəsinin adını çəkmək olar. Belə ki, bölgəyə daxil olan rayonlarda bir sıra otel, mehmanxana, hostel, qonaq evləri vardır. Həmçinin burada bir çox evlərdə də əhali öz evlərini kirayə verir.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

### Əsas hissə

Quba-Xaçmaz bölgəsinə daxil olan rayonlar arasında ən komfortlu, qonaqların tələblərinə cavab verə biləcək gecələmə yerlərinin olması baxımından Qusar rayonunu daha çox inkişaf etmiş hesab etmək olar. Rayonda, əsasən də Şahdağ Turizm Kompleksində qış turizmi inkişaf etmişdir və mövcud lüks hotellər əsasən, həmin istiqamətdə fəaliyyət göstərir. Bu səbəbdən yayda turistlərin sayının azalması nəzərə alınaraq, burada yay əyləncə paketləri də işlənib hazırlanmışdır. Şahdağ Turizm Kompleksində “Şahdağ Hotel & Spa”, “Park Chalet”, “Pik Palace”, “Zirvə”, kimi hotellər, həmçinin, qonaq evləri fəaliyyət göstərir. Mərkəzin xidmətlərinə uşaq əyləncə paketləri, transfer xidməti və tibbi klinikanın xidmətləri də daxildir.

Mərkəzin gecələmə obyektləri tez-tez müxtəlif bayram və festivallara ev sahibliyi edir. Məsələn, 2018-2019-cu illərdə burada “Şahdağ salsa və baçata” festivalı, “İtaliya mətbəxi” festivalı, “Qış mövsümünün açılışı” adlı tədbir, “Asian food” festivalı, “Aralıq dənizi mətbəxi” festivalı, “Urban” festivalı, “Beer day” festivalı və s. keçirilmişdir.

“Shahdagh Hotel & Spa”. “Absheron Hotel Group”a daxil olan bu hotel Qusar rayonunun Ləzə kəndində yerləşir. Hotel 5 ulduzlu olmaqla, turistlərə müxtəlif xidmətlər təklif edir. 173 ədəd otaqdan ibarət olan otel “deluxe king”, “superior twin”, “junior suite”, “superior”, “presidential suite” kimi kateqoriyalı otaqları qonaqlara təklif edir. Otaqlar müasir tipli interyerə əsasən tikilmişdir.

“Zirvə”. Bu otel də “Absheron Hotel Group”a daxildir və burada cəmi 43 otaq qonaqların istifadəsinə verilir ki, bunlardan da 40-ı standart, 3-ü isə lüksdür. Otaqların növləri “superior king” və “superior twin” olmaqla iki yə ayrılır. “Zirvə” hoteli qonaqların rahatlığını təmin edən bir sıra vasitələrlə, o cümlədən, fasiləsiz wi-fi, televizor, çay və kofe hazırlamaq üçün avadanlıq, fen, şəxsi gigiyena və kosmetik vasitələrlə, həmçinin, rahat hamam otağı ilə təchiz olunmuşdur.

“Pik Palace”. Qusarda yerləşən, “Absheron Hotel Group”a daxil olan digər bir hotel isə “Pik Palace”dir. Bu 5 ulduzlu otel “deluxe king”, “deluxe twin”, “deluxe king balcony”, “deluxe twin balcony”, “junior suite”, “executive suite”, “royal suite” tipləri olmaqla, ümumilikdə 167 otaqdan ibarətdir. Otaqların hər birində geniş çarpayı, iş masası, hamam otağı, həmçinin bir sıra avadanlıqlar vardır. Hər bir otağın eyvanı fransız üslubundan inşa edilmişdir və pəncərələr tavandan döşəməyə qədər olmaqla, içərini daha da işıqlı olmasını təmin edir. Əksər otaqların mənzərəsi dağa, bəzilərinə isə digər hotelin həyətinə baxır.

“Park Chalet” hoteli də Qusarda yerləşən 5 ulduzlu gecələmə müəssisəsidir. Hoteldə ümumilikdə 164 otaq qonaqların istifadəsinə verilir ki, bunlar da “deluxe king”, “deluxe twin”, “deluxe king balcony”, “deluxe twin balcony”, “chalet suite”, “mansard suite”, “duplex suite” olmaqla 7 kateqoriyaya bölünür. Otaqların demək olar ki, hər birinin mənzərəsi dağa açılır.

Quba-Xaçmaz regionunda gecələmə müəssisələrinin nisbətən yüksək standartlara cavab verməsi baxımından digər inkişaf etmiş rayon Qubadır. Burada yerləşən bir neçə məşhur hotellərin adlarını çəkməyə bilərik.

“Quba Palace” hoteli. Əvvəlki adı “Rixos Guba” olan hotel nəinki Quba-Xaçmaz bölgəsində, eyni zamanda, Azərbaycanda mövcud olan ən bahalı, ən lüks və ən son standartlara cavab verən hotellərdən biridir. 5 ulduzlu hotel Azərbaycanda qolf meydançasına sahib ilk və yeganə gecələmə müəssisəsidir. Ümumilikdə 212 otaqdan ibarət olan oteldə həmçinin, villalar da qonaqların istifadəsinə verilir.

“Quba Palace” hotelində, həmçinin, bir-birindən ləzzətli mətbəxi olan “Mosaic”, “Lobby Lounge”, “The Challette Stake House” kimi restoranlar da fəaliyyət göstərir.

Qonaqların əyləncəsini təmin etmək üçün burada stend atıcılığı, balıq ovu, “Playstation 4 Əyləncə Mərkəzi”, piknik zonası, bouling və bilyard yeri, “Uşaq Əyləncə Mərkəzi”, “Quba Planet” əyləncə parkı, “Diamond X” gecə klubu fəaliyyət göstərir, velosipedlərin icarəsi və vaxtaşırı müəyyən idman tədbirləri həyata keçirilir.

Quba rayonu ərazisində yerləşən digər bir 5 ulduzlu hotel isə “Şahdağ Quba” hotelidir. Sözügedən gecələmə müəssisəsi “Quba Palace” kimi lüks hotel olmasa da, qonaqların ehtiyacını ödəyə bilən yüksək səviyyəli otel kimi qiymətləndirilir.

Mehmanxanada 1000 yerlik konfrans zalı, 150-200 yerlik bar və 800 yerlik restoran vardır. Həmçinin, kanalizasiya, su və elektrik sistemləri təmir edilmiş, havalandırma və istilik sistemləri yenidən qurulmuşdur. Burada 5 mərtəbə və mansard tipli çardağ vardır, otaqları isə “standard”, “twin”, “family”, “suite” olmaqla 4 yerə bölünür. Hotelin təklif etdiyi xidmətlərə hovuz, türk hamamı, müxtəlif növ əyləncələr, sauna, spa və s. aiddir. Həmçinin, hotel daxilində “Bar-1”, “Bar-2”, “Bar-3”, “Şahdağ” şadlıq sarayı, “Panoramic Terrace” restoranı, “Quba” restoranı da fəaliyyət göstərir.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Quba-Xaçmaz bölgəsinə daxil olan digər rayon - Şabran rayonu gecələmə müəssisələrinin mövcudluğu baxımından çox da inkişaf etməsə də, burada tikilən "Qalaaltı" sanatoriyası turistlər tərəfindən ən çox üz tutulan gecələmə obyektlərindəndir.

Sanatoriya Bakının mərkəzindən cəmi 120 km məsafədə yerləşir və 152 "superior", 15 "suite" tipli otaqlardan, 3 villadan ibarətdir. Hər bir otaq kondisioner, ventilyasiya, istilik sistemləri, LED televizor, fasiləsiz internetlə təmin edilmişdir.

Sanatoriya daxilində fəaliyyət göstərən "Çıraq" tibb mərkəzində qonaqlara müxtəlif bərpəedici və sağlamlıq proqramları təklif edilir ki, bu da turistlərin müəssisəyə gəlməsinin başlıca səbəbi hesab edilir.

Həmçinin, "Qalaaltı" sanatoriyasında ən son avadanlıq və müasir tələblərə cavab verən vasitələrlə təmin edilmiş "Qalaaltı Gözəllik Salonu" və "Qalaaltı Fitness Mərkəzi" də fəaliyyət göstərir. Buranın spa mərkəzində isə Taylanddan ölkəmizə dəvət edilmiş spa terapistləri tərəfindən aromaterapiya, stounterapiya, solyariy, talasoterapiya xidmətləri təklif edilir.

"Qalaaltı" sanatoriyasının mövcudluğunun ən müsbət tərəfi buranın başlıca olaraq müalicə mərkəzi olmasıdır. Belə ki, sanatoriya ,kurort müəssisələrinə turistlər daha çox xəstəliklərdən azad olmaq və müalicə məqsədilə gəldiklərinə görə, burada həkimlərin göstərişi ilə daha uzun müddət qalmalı olurlar. Bu isə daha çox valyutanın ölkəyə cəlb edilməsinə səbəb olur.

Quba-Xaçmaz bölgəsinin gecələmə müəssisələri baxımından inkişaf etmiş digər bir regionu isə Xaçmaz rayonudur. Bölgənin digər rayonlarında, xüsusilə, Qusarda qış turizmi inkişaf etmişdirsə də, Xaçmaz rayonunda əsasən yay turizmi daha çox inkişaf etmişdir. Belə ki, rayonun əsasən Nabran qəsəbəsində yay turizminin inkişafı üçün kifayət qədər geniş potensial vardır. Qəsəbənin bir tərəfi meşəliklə, digər tərəfi isə Xəzər dənizi ilə əhatə olunmuşdur. Burada "Palma", "Atlant", "Xəzər", "Malibu", "El Faro", "Caspian Sea Resort", kimi gecələmə müəssisələri fəaliyyət göstərir. Bunlardan "Palma" istirahət mərkəzinə gələn qonaqlar ayrı-ayrı kotteclərdə qalırlar. Onlara həmçinin müxtəlif növ Şərq, Avropa və Rus mətbəxini təqdim edən "Ocaqbaşı", "Təndir" kimi restoranlar, diskoteka və 120 nəfər tutumu olan konfans zalı, həmçinin, 2 hovuz, futbol, voleybol, basketbol meydançaları da vardır.

"Atlant" istirahət mərkəzində 6 mərtəbəli və 116 ədəd standart otağı olan müəssisə fəaliyyət göstərir. Lakin qonaqlar daha çox, burada olan kotteclərdə qalmağa üstünlük verirlər ki, onların 55-i standart 3 otaqlı, 12-i isə lüks kotteclərdir. Mərkəzdə hovuz, restoranlar, əyləncə mərkəzləri kimi bir sıra digər xidmətlər də vardır.

Xızı rayonunda mövcud olan ən məşhur gecələmə müəssisələrindən biri Altiyağac istirahət mərkəzidir. Bura "Cənnət Bağı" şirkətlər qrupuna məxsus ilk yerləşdirmə müəssisələrindəndir. Hoteldə "standart", "suite", "junior suite" kimi otaqlar və kotteclərdə gecələmək imkanı vardır. Bundan əlavə, hotelin ərazisində tennis kortu, basketbol, voleybol, futbol meydançası, fitness, atçılıq, kanat yolu, paintball, uşaq əyləncə müəssisəsi, zoopark, spa kimi bir sıra fəaliyyət növlərindən də yararlanmaq imkanı vardır.

### Nəticə

Beləliklə, Quba-Xaçmaz bölgəsində gecələmə müəssisələrini digər bir sıra bölgələrlə nisbətdə daha çox inkişaf etmiş hesab etmək olar. Yuxarıda sadalanan rayonlarda hotellərlə yanaşı qonaq evləri, rayon sakinləri tərəfindən turistlərə kirayə verilmiş evlərdə də gecələmək mümkündür.

Lakin, onu da qeyd etmək lazımdır ki, bu gecələmə müəssisələrində də xidmət keyfiyyəti dünya standartlarına cavab vermir. Həmçinin, qiymətlər də olduqca yüksəkdir. Xüsusilə də yay ayları və bayram günlərində qiymətlər xeyli yüksək olur ki, bu da əsasən, yerli turistlərin büdcəsinə uyğun gəlmir. Düşünürəm ki, bu problemlərin həlli yolunda müəyyən tədbirlərin həyata keçirilməsi müsbət nəticələr doğurar.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI

1. Aynur Talibova. "Azərbaycanı kəşf et"
2. Həbibə Soltanova. "Azərbaycan Respublikasında Turizm və Onun İnkişafı". Bakı, 2015
3. <http://shahdag.az/en/accomodation/shahdag-hotel-spa/>
4. <http://www.qalaalti.com/az/about/history/>
5. <http://www.qusar-ih.gov.az/page/24.html>
6. <http://www.palma.az>
7. <https://qubapalace.com>
8. <https://president.az/articles/3169>







AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI  
TƏHSİL NAZİRLİYİ



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ  
DÖVLƏT TURİZM AGENTLİYİ



*Dedicated to the 96<sup>th</sup> Anniversary of the National leader of Azerbaijan, Heydar Aliyev*

IV INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE OF  
**TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY:  
PROBLEMS AND PROSPECTS**

3-4, May 2019, Baku, Azerbaijan

**PROCEEDINGS**

**- PART VI -**

## **BÖLMƏ 6. TURİZM BİZNESİNİN TƏŞKİLİ VƏ İDARƏ EDİLMƏSİ**

### **TURİZMDƏ MARKETİNQ MÜNASİBƏTLƏRİ**

**Kənan SƏBZƏLİYEV (magistr)**

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti  
Kenansebzeliyev@mail.ru*

#### **XÜLASƏ**

Marketing münasibətləri satıcının müştəri ilə hər bir görüşünü şəxsi (səmimi) görüş kimi qiymətləndirməyi təklif edir. Alıcılarla qurulmuş səmimi münasibətlər qiymətli resurs kimi qəbul olunmalıdır və bu cür münasibətlər firmanın sərvəti hesab olunur. Səmimi münasibətləri yaradan insanlardır, ona görə də, məhsulun irəliləməsində (satılmasında) əldə olunan nailiyyətlərin səbəbi məhsulun özündən qabaq müştəri ilə səmimi münasibətləri yaratmağı bacaran satıcının intellektindən, bacarığından, personalın xüsusi keyfiyyətlərindən asılıdır. Aparılan müşahidələr göstərir ki, alıcılarla əlaqələrin kəsilməsinə səbəb olan halların 68 %-i müştəriyə qarşı diqqətsiz və kobud rəftar nəticəsində baş verirsə, 14 %-i məhsulun keyfiyyətinə olan narazılıqdan doğur.

Açar sözlər: Marketing münasibətləri, müştəri, firma, personal, qiymətli resurs, keyfiyyət, müşahidə, alıcılarla əlaqələrin kəsilməsi, diqqətsiz və kobud rəftar, narazılıq

#### **Abstract:**

Marketing relationships offer the seller the opportunity to view each meeting with the customer as a personal meeting. Sincere relations with buyers should be regarded as valuable resources, and such relationships are considered to be the wealth of the fleet. They are people who make sincere relationships, so the success of the product's advancement depends on the merchant's ability to build a sincere relationship with the customer beforehand, and the qualities of the individual. Observations show that 68% of the hall, which leads to a loss of relationships with buyers, results from careless handling and 14% of dissatisfaction with product quality.

Key words: Marketing Relationships, Customer Relationships, Pulsation, Personnel, Precious Resources, Quality, Observation, Relationships with Recipients, Careful and Dishonest Attitudes, Dissatisfaction

Giriş: Marketing – iqtisadi bir prosesdir. Hansı ki, bu prosesi daha geniş şəkildə öyrənmək istəyiriksə, “marketing” sözünün hansı məna verdiyini tam olaraq araşdırmalıyıq. “**Marketing**” sözü ingilis dilində market (bazar) sözündən yaranıb, mənası bazar fəaliyyəti, başqa sözlə desək bazar fəaliyyətinin öyrənilməsi deməkdir. Ancaq qeyd etdiyimiz bu açıqlama marketingi sözünün hansı məna verdiyini açıqlamaq üçün kifayət etmir. “Marketing” sözünün mənası daha genişdir və iqtisadi proses olaraq daha çox sahəlidir. [8]

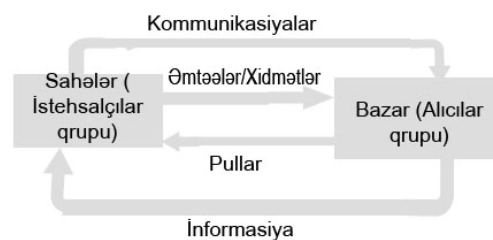
Marketingin məqsədlərindən biri istehlakçıların tələbatlarını öyrənmək, bu tələbləri əlverişli bir qiymət qarşılığında ödəməkdən ibarətdir. Bu prosesin nəticəsində müəssisə gəlir əldə edir. Marketingin əsas məqsədi isə müştəri segmentini yaradılmasıdır. Bu fəaliyyət müəssisənin sosial, siyasi və texnoloji mühitini araşdırmaq, habelə, müəssisənin rəqiblərini öyrənmək kimi prosesləri özündə birləşdirir. Məhsul, məhsulun qiyməti, reallaşdırılma yeri, həmin reallaşdırılmanın stimullaşdırılması - bunların hamısı hər hansı bir sənayenin tətbiq etdiyi marketingin əsas komponentləridir. Rəqib müəssisələrin SWOT, pestel, kanvas, 7p kimi marketing analizlərinin aparılması marketing planının həyata keçirmək üçün uyğun olan strategiyayı həyata keçirilməsinə imkan verir. Marketing tədqiqatlarının aparılmasında əsas məqsəd bazar situasiyasının, bu situasiyaya təsir edəcək amillərin öncədən öyrənilməsidir. Eləcə də, müəssisə fəaliyyəti zamanı nəzərə alınması vacib olan tədbirlərin işlənilib hazırlanması, nəticədə qeyri – müəyənlilik və risk səviyyəsinin azaldılması, həmçinin müəssisə imkanlarının bazar imkanlarına, bazarda olan istehlakçıların tələbatlarına uyğunlaşdırılması üzrə tövsiyələrin hazırlanmasıdır. Marketingin əsas vəzifəsi ümumi olaraq marketing fəaliyyətində yol verilmiş, həqiqətə uyğun olmayan informasiyaların və

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

qiymətləndirmələrin, riskin, eləcə də, bütün növ məhsuldar olmayaq xərclərin aradan qaldırılmasıdır. Marketing prosesində bazar, istehlakçılar, rəqiblər, bazara xas olan firma strukturu, məhsullar, qiymət, məhsulların bölüşdürülməsi, satış kanalları, satışın həvəsləndirilməsi, reklam, müəssisəyə xas olan idarəetmə quruluşu və makromühit amilləri tədqiq edilir. [6]

Turizmdə marketing münasibətləri mövzusunda apardığım tədqiqatların sonunda belə bir nəticəyə gəldim ki, turizmin inkişafında marketingin rolu əvəzsizdir. Söhbət turizmin ölkəyə ən çox gəlir gətirdiyi forması olan gəlmə (incoming) turizmindən gedirsə əgər, biz əminliklə deyə bilərik ki, sözügedən inkişaf marketingin tətbiqi olmadan mümkünsüzdür. Marketing iqtisadi prosesdir, hansı ki, müxtəlif sahələrdə satışın artırılması, daha çox gəlirin əldə edilməsi, müəssisənin daha müsbət bir imicə sahib olması üçün müəssisənin həyata keçirməli olduğu əsas fəaliyyətlərdəndir. Əks halda məhsul nə qədər keyfiyyətli olursa olsun bazarda həmin məhsula daha çox tələb yaratmaq mümkün olmayacaqdır. Çünki satış prosesinin əsas subyekti sayılan alıcılar bu məhsulun keyfiyyəti haqqında heç bir məlumatla malik olmayacaqlar. Məhz alıcılara məhsul haqqında məlumatın müxtəlif üsullarla çatdırılması üçün marketingə ehtiyac duyulur. Əgər istehsal olunan məhsul turizm məhsuludursa ( xidmət) , ümumi prosesə marketing fəaliyyətinin tətbiqinin önəmi daha da artacaqdır. Çünki marketingin əsas xüsusiyyətlərindən biri reklam-informasiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsidir. Belə ki, marketing kommunikasiya sisteminin reklam, PR ( public relation) kimi elementlərindən reklam-informasiya məqsədi ilə geniş istifadə olunur. Ölkənin turizm imkanlarının xarici ölkələrdə, xarici ölkə vətəndaşlarına göstərmək üçün bu kimi prosedurlar mütləq həyata keçirilməlidir. Çünki heç bir xarici turist, turizmi haqqında heç bir məlumatı olmayan bir ölkəyə istirahət məqsədi ilə səyahət etməz. Marketingdən yalnız reklam-informasiya məqsədi ilə deyil, həm də, müxtəlif sahələrdə, eləcə də turizmdə fəaliyyət göstərən müəssisələrin hər hansı bir məhsulun istehsalı haqqında düşündüyü andan etibarən, son mərhələyə (həmin məhsulun istehsalının dayandırılması) qədər marketingdən geniş şəkildə istifadə edir. Bu fəaliyyətə marketingin SWOT, pestel, 7p, kanvas kimi marketing analizləri daxildir. Hansı ki rəqabətin mövcud olduğu bir mühitdə bu marketing analizləri müəssisənin daha çox satış həyata keçirməsi və rəqabətə dözərək daha uzunmüddət fəaliyyət göstərərək daha uğurlu nəticələr əldə etməsi baxımından çox önəmlidir. [7]

Marketingin məqsədlərindən biri istehlakçıların tələbatlarını öyrənmək, bu tələbləri əlverişli bir qiymət qarşılığında ödəməkdən ibarətdir. Bu prosesin nəticəsində müəssisə gəlir əldə edir. Marketingin əsas məqsədi isə müştəri segmentini yaradılmasıdır. Bu fəaliyyət müəssisənin sosial, siyasi və texnoloji mühitini araşdırmaq, habelə, müəssisənin rəqiblərini öyrənmək kimi prosesləri özündə birləşdirir. Məhsul, məhsulun qiyməti, reallaşdırılma yeri, həmin reallaşdırılmanın stimullaşdırılması - bunların hamısı hər hansı bir sənayenin tətbiq etdiyi marketingin əsas komponentləridir. Rəqib müəssisələrin SWOT, pestel, kanvas, 7p kimi marketing analizlərinin aparılması marketing planının həyata keçirmək üçün uyğun olan strategiyanı həyata keçirilməsinə imkan verir. [1. s.6.]



Şəkil 1.1 Sadə marketing sistemi

### ❖ Turizmdə marketing münasibətləri konsepsiyası

Bu konsepsiya ona əsaslanır ki, marketingin klassik üsulları turist müəssisəsi qarşısında duran məsələləri həll etməyə qadir deyil. Müəssisənin mədəniyyəti, personalın şəxsi keyfiyyətləri və turistlərlə kontaktda olmadan, turizmdə marketing inkişaf edə bilməz və bu sahədə görülən tədbirlərin səmərəliliyi çox aşağı olar.

Marketing münasibətləri satıcının müştəri ilə hər bir görüşünü şəxsi (səmimi) görüş kimi qiymətləndirməyi təklif edir. Alıcılarla qurulmuş səmimi münasibətlər qiymətli resurs kimi qəbul olunmalıdır və bu cür münasibətlər firmanın sərvəti hesab olunur. Səmimi münasibətləri yaradan

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

insanlardır, ona görə də, məhsulun irəliləməsində (satılmasında) əldə olunan nailiyyətlərin səbəbi məhsulun özündən qabaq müştəri ilə səmimi münasibətləri yaratmağı bacaran satıcının intellektindən, bacarığından, personalın xüsusi keyfiyyətlərindən asılıdır. [7]

Aparılan müşahidələr göstərir ki, alıcılarla əlaqələrin kəsilməsinə səbəb olan halların 68 %-i müştəriyə qarşı diqqətsiz və kobud rəftar nəticəsində baş verirsə, 14 %-i məhsulun keyfiyyətinə olan narazılıqdan doğur. Buradan aydın olur ki müştəri haqqında düşünmək, ona qayğıkeşlik fəlsəfəsi çox vacib tədbirlərdən biridir. Personal müştəri müəssisəsinə daxil olanda onu xoş məramla və gülər üzlə qarşılamalıdır, diqqətlə onun arzu və istəkləri ilə tanış olmalı, problem yaranarsa, ondan çıxış yollarını tapmalıdır. [6]

Turizm firmalarının marketinq münasibətləri daxilində müxtəlif növ alıcı qruplarına qarşı yaradılan münasibətlər müxtəlif səviyyələrdə ola bilər. Müştərilərlə yaradılacaq münasibətlər aşağıda verilən səviyyələrdə ola bilər:

- Passiv münasibətlər – satış meneceri yalnız məhsulun satışı ilə kifayətlənir;
- Həssas reaksiya verən – satış meneceri satışı həyata keçirdikdən sonra müştəriyə hər hansı bir problem yaranacağı təqdirdə müraciət edə biləcəyini bildirir.
- Məsuliyyətli münasibətlər – satış meneceri satışı həyata keçirdikdən sonra alıcı ilə əlaqə saxlayaraq təsürratlarını öyrənir.
- Aktiv münasibətlər – satış meneceri alıcı ilə daima əlaqədə olur, ona müəssisə təklifləri haqqında mütəmadi məlumatlar verir;
- Partnyorluq münasibətləri – satış meneceri müştərini sadıq müştəriyə çevirmək üçün daim onunla əlaqə saxlayır;

Qısacası, marketinq münasibətləri konsepsiyası alıcıların göstərilən xidmətdən tam olaraq razı qalmasını hədəfləyir. Nəticələrin faydalılığı məhz alıcının əldə etdiyi məhsul və xidmətdən hansı dərəcədə razı qaldığı ilə müəyyən olunur.

Turizm Marketinqi: 1975-ci ildə Kanadanın Ottava şəhərində keçirilən Dünya Turizm Təşkilatının tədbirində bu formada ifadə olunmuşdur. “Turizm marketinqi, bir turist stansiyasının ya da turizm müəssisəsinin ən yüksək qazanc əldə etmək məqsədinə uyğun olaraq, turizm məhsulunun bazarda yaxşı bir yer tutmasını təmin etmək məqsədi ilə turizm tələbinin xüsusiyyətlərini də diqqətə alaraq turist məhsulu ilə əlaqəli araşdırma, təxmin və seçim etməyi hədəfləyən və bu mövzularda alınacaq qərarlarla əlaqəli bir idarə fəlsəfəsidir”.

Turizm marketinqinin hədəfləri: Beynəlxalq turizmin çatdığı həcm baxımından müasir dövrdə turizmdə marketinqi əhəmiyyətli edən və lazımlı edən bir neçə səbəb vardır ki bu səbəbləri ölkə, cəmiyyət və idarə səviyyəsində qiymətləndirmək mümkündür.

### a) İdarə səviyyəsində hədəflər

İdarə menecerinin əsas hədəfi, istifadə edəcəyi amillərin miqdarı ilə, məhsul və xidmət miqdarı arasında ən uyğun əlaqə yaratmaqdır. İdarə səviyyəsində marketinq hədəfləri aşağıdakılardır:

- Müəssisənin istehsal etdiyi məhsul və xidmətlər üçün istək yaratmaq,
- Bazarda rəqabət üstünlüyü təmin etmək,
- Firmanın istehsal etdiyi məhsul və xidmətlərin istehlakçıya aktiv olaraq çatdırılması,
- İstehsal olunan məhsul və ya xidmətlərin daha yaxşı tanıtılması,
- Bazar payının qorunması və artırılması və eyni zamanda yeni daha çox bazarlara girmək,
- İstehlakçıya uyğun yeni məhsul inkişaf etdirmək və mövcud məhsulların istifadəsi daha aktiv vəziyyətə gətirmək,
- İdarə baxımından maksimum qazanc və satış hədəfinə çatmaq,
- İstehsal fəaliyyətini artırmaq və rentabelli məhsulu inkişaf etdirmək-rentabellsiz məhsulu tərk etmək,
- Bazarda daimi araşdırmalar edərək bir tərəfdən istehlakçı istək və seçimlərindəki dəyişmələri izləmək digər tərəfdən isə bu istəklərə uyğun məhsul inkişaf etdirmək,
- Yeni hədəf qruplarını müəyyən etmək,
- İdarənin satış gücünü artırmaq, inkişaf etdirmək,
- İstehsalı, paylanı doğru təşkil etmək,
- Məhsulların bazara uyğunluğunu təmin etmək ,
- Rəqiblərlə bazarda mübarizə aparmaq.

### b) Ölkə səviyyəsində hədəflər

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Turizm marketinqinin bu mövzudakı əsas hədəfləri aşağıdakı formada göstərilmişdir:

- Gecələmə müəssisələrinin rezervasiya nisbətlərini artırmaq
- Turizmdə istehsal sistemini rasyonal hala gətirmək
- Qiymətlər və məhsul xidmətlər arasında optimal bir əlaqə qurmaq
- Turizm təklifini daim turistlərin dəyişən zövqlərinə uyğun səviyyəyə gətirmək
- Turizm reklamu, tanıtıdırmanı isabətli olaraq tətbiq etmək
- Bazar araşdırmalarını tətbiq etmək, yeni bazarlar aşkar etmək
- Uyğun marketinq strategiyası, planlaşdırmanı tətbiq etmək
- Cəlbədicə turizm təklifi əmələ gətirmək, onu müxtəlifləşdirmək
- Ölkənin turizm məhsulu, xidmətlərini digər ölkələrə tanıtmaq
- Ölkəyə qarşı potensial tələbi uyarmaq
- Beynəlxalq turizm bazarında mövcud olan bazar payını qorumaq və artırmaq
- Turizm sektorundan əldə olunan gəlirlərin artırılmasına dəstək olmaq
- Turizmin tanıtımı ilə yanaşı, ölkənin digər xüsusiyyətlərinin də tanınmasına dəstəkdə olmaq
- Beynəlxalq və regionlararası rəqabətdə üstünlüyü tənzimləmək

c) Cəmiyyət baxımından hədəflər

- Yerli əl sənətlərinin inkişaf etdirilməsi
- Cəmiyyətin adət-ənənəsinin davam etdirilməsi
- Regionlararası olan iqtisadi və cəmiyyət tarazlığının təmin olunmasına dəstək
- Regionlar üçün alternativ sektorların yaradılması və inkişaf etdirilməsi
- İqtisadiyyatda istehsal müxtəlifliyinin artırılaraq, iqtisadi canlanmaya dəstəkdə olmaq
- Daxili bazarda cəmiyyətə istirahət ehtiyacını hiss etdirmə və bu prosesin inkişafına dəstəkdə

olmaq

- Cəmiyyətin turizm şüurunun inkişaf etdirilməsinə dəstəyi təmin etmək

Xarici bazara çıxan müəssisələr sadəcə olara orada məhsul satışı ilə məşğul olmur, eyni zamanda həmin bazarda həmin bazarda hərtərəfli fəaliyyət göstərmək istəyir. Bu onların xarici bazarda öz müəssisələrinin və təmsil etdikləri ölkənin imicinin formalaşması üçün olduqca vacib amildir. [4. s.18]

Beynəlxalq marketinqin əsas prinsipi – hazır məhsulların nəticə olaraq xarici istehlakçıların tələblərinə uyğunlaşdırılması. Bu da məhz xarici istehlakçıların ehtiyac və tələbatlarının öyrənilməsi hesabına həyata keçirilir.

Beynəlxalq marketinqdə ən əsas məsələ məqsədli istiqamətlənmə və komplekslikdir. Beynəlxalq marketinqin tətbiqi praktikada göstərir ki bunların hər biri ayrı-ayrılıqda istənilən nəticəni vermir, yalnız kompleks şəkildə istifadə edərsə xarici turist həmin məhsuldan razı qalacaqdır. Effektiv nəticə əldə etmək üçün lazımdır ki istehlakçıları cəlb edə biləcək xüsusiyyətlərlə xarici bazara çıxasan. [5. s.47]

Xarici bazara çıxarkən müəssisənin diqqət yetirməli olduğu vacib amillərdən biri də marketinq xidmətinin səmərəli və çevik təşkili quruluşunun (marketing service organization) yaradılmasıdır. Miqyasın genişləndiyini nəzərə alaraq müəssisə özünün marketinq bölməsinin quruluşunu dəyişməli, xarici mühitə uyğun şəkildə fəaliyyət göstərən bir formaya salmalıdır. Bu dəyişim bir zamanı bir neçə amil nəzərə alınmalıdır: təklif olunacaq məhsulun növü, fəaliyyət göstəriləcək istənilən ölkə, aktivlərin xarakteri hansı ki bu aktivlərdən xarici ölkədə istifadə ediləcəkdir, müəssisənin perspektiv məqsədlərinə çatma üsulları. Müəssisə xarici bir mühitdə fəaliyyət göstərdiyi zaman öz filial və nümayəndəliklərin fəaliyyətinə ciddi nəzarət etməlidir. Bundan əlavə, müəssisənin fəaliyyət göstərdiyi bir neçə ölkə varsa əgər, bütün ölkələrdə marketinqin standart quruluşundan istifadə edilməsi heç də əlverişli deyil. Belə ki, müəssisə fəaliyyət göstərdiyi ölkənin spesifik xüsusiyyətlərindən asılı olaraq marketinq xidmətinin müxtəlif quruluşundan istifadə etməlidir. [3. s.489]

### ƏDƏBİYYAT

- 1) dos. İ.M.Xeyirxəbərov, «TURİZM MARKETİNQİ», BAKI -2015, s. 6.
- 2) А. П. ДУРОВИЧ, А. С. КОПАНЕВ, МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ, МИНСК «Экономпресс» 1998, с. 28.
- 3) Ротц Р.Ф. Интернационал Маркетинг Ёммуниѳатионс. – Ёщиѳаѳо, 1982. s.489
- 4) Ф.Котлер . Маркетингин ясаслары. Бакы, 1993, с.18
- 5) Волкер Пш. Маркетинг Ёонсептионс ин Модерн Ёѳономиес Лондон, 1978, П. 47
- 6) <http://www.mtk.az/content/?i=37&title=turizm-ve-marketing>
- 7) <https://lemanpirimova.wordpress.com/2012/02/08/turizmdə-marketingin-məqsədi-və-əsas-anlayışları/>
- 8) <https://refailiskenderov.wordpress.com/2016/12/12/turizmdə-destinasiyasının-marketing-strategiyasının-formaları/>

## **TURİZM SƏNAYESİNDƏ SAHİBKARLIĞIN ROLU**

**Yusif RƏSULZADƏ**

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti  
Yusifresulzade79@gmail.com*

### **XÜLASƏ**

Müasir dövrdə inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrin əsas məqsədlərindən biri sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafını təmin etməkdir . Sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafı ölkədə işsizlik dərəcəsinin azalmasına ,təhsilin inkişafına təkan verir . Hazırda turizm biznesi iqtisadiyyatda böyük rol tutmaqla yanaşı , inkişaf etməkdə davam edir . Sahibkarlıq fəaliyyəti Turizm sənayesinin ayrılmaz hissəsidir . Ölkəyə gələn turistlərin sayının artıb azalması Turizm sənayesindəki sahibkarların ümumi maraqlarını birləşirdiyi üçün onların bəzi hallarda ortaq hərəkət etməsinə gətirib çıxarır .

**Açar sözlər** : Sahibkarlıq , Turizm sənayesi , işsizlik

### **ПУТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА.**

**Резюме:** В современном мире для развитых и развивающихся стран одним из главных является обеспечить продвижение предпринимательской деятельности. Прогресс предпринимательской деятельности в стране приводит к уменьшению безработицы, а также улучшению образования. В настоящее время туристический бизнес близится к держанию лидирующих позиций в экономике, продолжая свое прогрессирующее развитие. Предпринимательская деятельность является неотъемлемой частью туристической индустрии. Увеличение или уменьшение притока туристов в стране способствует объединению общих интересов индустрии туризма с предпринимательством, что приводит к совместному движению в некоторых ситуациях.

**Ключевые слова:** предпринимательство, индустрия туризма, безработица.

### **THE ROLE OF ENTREPRENEURSHIP IN TOURISM INDUSTRY**

**Abstract:** Modern-day one of the main goals of developed and developing countries is ensure developed of entrepreneurial activity . The development of entrepreneurial activity promotes reduction of unemployment rate and development of education in the country . Currently tourism business plays an important role in the economy also continues progress in the economy . Entrepreneurial activity is an integral part of tourism industry . Increased or decreasing number of tourists coming to country it combines the common interests of entrepreneurs in the tourism industry thats why they sometimes act together

### **Giriş**

“Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının qanununda sahibkarlıq fəaliyyəti bu cür təyin olunur : “Maddə 1. Sahibkarlıq fəaliyyəti şəxsin müstəqil şəkildə həyata keçirdiyi, əsas məqsədi əmlak istifadəsindən , əmtəə satışından , işlər görülməsindən və ya xidmətlər göstərilməsindən mənfəət götürülməli olan fəaliyyətdir .” Sahibkarlıq fəaliyyətinə verilən açıqlamalar müxtəlif mənbələrdə fərqli olaraq qeydə alınsa da ümumi məğz eynidir . Sahibkarları digərlərindən fərqli edən cəhət istehsal amillərinin düzgün şəkildə bir araya gətirilərək bu amillərin cəmindən mənfəət əldə edilməsidir . Məhsuldar istehsal amillərinin sayı 5 dir . Bunlar aşağıdakılardır :

**Torpaq-**Bura bütün təbii resurslar aiddir : Çaylar , göllər , meşələr , dənizlər , göllər, mədənlər , günəş , külək , səhralar bir sözlə bütün yeraltı və yerüstü sərvətlər daxildir .

**Kapital-** Bura bütün yaradılan məhsullar daxildir . Burada insanlar tərəfindən yaradılan bütün infrastrukturları da qeyd etmək olar : maşınlar , alətlər , binalar , yollar , körpülər , materiallar, xam maddələr . İqtisadiyyatda kapitalın artımı iqtisadiyyatın məhsuldarlıq həcmnin artımına gətirib çıxarır

**İşçi Qüvvəsi** – Ən önəmli məhsuldar qüvvələrdəndir . İşçilərin həm zehni həm fiziki qüvvələri iqtisadiyyat üçün önəmli sahibdir.

**Sahibkar-** O şəxsdirki bütün bu məhsuldar qüvvələri bir araya gətirərək risk alır və fəaliyyətə başlayır . Sahibkar bu faktorların düzgün koordinasiyası sahəsində maksimum mənfəət əldə etməyə çalışırşəxsdir

Sahibkarın məsuliyyəti yaradıcı və innovative mühit qurmaqdır . Bu cür məsuliyyəti istənilən cür sahədə tətbiq etmək olar : biznes , kənd təsərrüfatı , sosial iş , təhsil və sərə . Sahibkarlar üçün iqtisadi və siyasi mühit haqqında məlumatlı olmaq , dövlətin iqtisadi siyasəti və kommertiya institutları

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

haqqında ən yeni informasiyaları bilmək zəruridir . Hal hazırda turizm sektorunda olan inkişaf Turizm sənayesində də rəqabətin genişlənməsinə səbəb olmuşdur . Turizm sənayesi geniş bir anlayış olmaqla bir neçə sahəni özündə birləşdirir . Turizm sənayesinə daxildir :

- 1.Səyahət agentlikləri
- 2.Tur operatorlar
- 3.Turist informasiya mərkəzləri
- 4.Qonaqlama və Qarşılama
- 5.Onlayn səyahət xidmətləri
- 6.Nəqliyyat xidmətləri

Bu sənayelərin hər birinin qarşılıqlı əlaqəsi mövcuddur . Turistlər çox vaxt tur paket almaqla bütün xidmətlərin kompleks istifadəsində maraqlı olmuşdur . Bu sənayelərin hər birində özü özlüyündə bir biznes sahəsi kimi böyük iqtisadi rəqabət mövcuddur . Sahibkarlıq ilk dəfə 1700 cü illərdə yaranmış və o vaxtdan bu vaxta inkişaf etmişdir . Bir çox kiçik sahibkarların öz işini böyütmək istəyi onların yeni ideyalara investisiya yaratmasına və sahibkarlığın inkişafına səbəb oldu . Sahibkarlığın əsas üstün cəhəti yeni fikir yaratmaqdır . Sahibkarlıq iqtisadi inkişafın təmin olunmasında əvəzsiz rola malikdir . Sahibkarlıqda pulun sürətli dövr etməsi ölkələrin iqtisadiyyatlarının inkişafına səbəb olmuşdur . Turizmin inkişafı və qloballaşma ilə əlaqədar başqa sektorların şirkətləri turizm sektoruna investisiya qoymuş və bu sahənin daha da inkişaf etməsinə şərait yaratmışdır . 21-ci əsrdə hər kəs öz biznesini qurmaq istəsə də öz biznesi yaradan zaman qarşıya çıxan problemlər bir çox insanın bu fikirdən daşınmasına səbəb olmuşdur . Bütün sahibkarların biznesə ilk başladıkları vaxtlarda qarşılaşdıqları problemlər bunlardır :

İş və ideya konsepsiyasını inkişaf etdirmək.Başlanğıc biznesin əsaslarının qurulması.İş komandasının yaradılması.Düzgün iş saytının yaradılması, sadıq iş komandasının və müştərilərin müəyyənəndirilməsi.Rəqiblərlə rəqabət aparmaq.Gözlənməyən iş problemləri və xərcləri.Sənaye dəyişiklikləri və texnoloji inkişafın təmin olunması Düşüş və durğunluq dövrü.Turizm biznesi iqtisadiyyatla ölkə iqtisadiyyatı ilə birbaşa bağlı olan əsas sektorlardan biridir . Turizmin ölkədəki inkişafı ölkənin stabilliyi , ölkədəki infrastrukturun inkişafı , landşaftın qorunması , ölkəyə giriş çıxışın rahatlığı ilə birbaşa bağlıdır . İndiyə qədər Turizm sahəsində Avropa ölkələri əsas rola malik olsalarda , son illərdə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə bu sektorda öz payını yüksəltməkdədir . Turizmin regiona görə təyin olunması :

a) **Yerli turizm biznesi**- Dünyanın müxtəlif yerlərindən ölkəyə turist axınına deyilir . Müasir dövrdə bütün ölkələr İnbound turizmi artırmaqla ölkədəki iqtisadiyyatın inkişafını təmin etməyə çalışırlar

b) **Beynəlxalq turizm biznesi**- Bu turistlər il boyu ölkədən çıxaraq müxtəlif ölkələrə səyahət edən turistlərdir . Ölkə xaricinə gedən turistlər müxtəlif ölkələrə gedərək öz mədəni intellektual səviyyələrini qaldırmaq , öz ölkələrini orada təmsil edirlər . Lakin ölkədən çıxan turistlər öz ölkələrində olan pulları başqa ölkədə xərcləməklə ölkəyə müəyyən qədər zərər vurmuş olurlar

**Turistlərin sayına görə** : a) İndividual turizm biznesi b) Qrup turizm biznesi

**Təşkilat standartına görə** : a) Təşkilatlanmış turizm biznesi b) Təşkilatlanmamış turizm biznesi c) Yarı-təşkilatlanmış turizm biznesi

**Sezon kriteriyalarına görə** : a) Mövsümi b) İlboyu davam edən

**Yaş və məşğuliyyətlərə görə** : a) Gənclər b) Orta yaşlı c) Böyüklər - Turizm fransız sözü olub mənası gəzinti deməkdir . İnsanların gedəcəyi ölkədə ödənişli vəzifələrinin olması istisna olmaqla dini , idman , istirahət , səyahət, sağlam **olmaq** , tanışlıq və sarə bu kimi məqsədlər üçün öz yaşadığı yerləri müvəqqəti tərk etmək üçün istifadə etdiyi sözdür . Tarix boyu insanlar müxtəlif ölkələrə , şəhərlərə səyahət etsələr də tarixdə heç vaxt dünya üzrə nə turizm bu qədər inkişaf etmiş nə də turistlərin sayı bu qədər olmuşdur . Müasir dövrdə elmi texnoloji yeniliklərin olması , informasiya mübadiləsinin artması , qloballaşma , hava limanlarının , quru və dəniz nəqliyyatının inkişaf etməsi turizmin inkişafını stimullaşdırmış və bunu dünya iqtisadiyyatının bir parçasına çevirmişdir . İnsanların müxtəlif ölkələrə səyahət edərək orada xərclədiyi pullar həmin ölkələrin iqtisadiyyatının inkişafına turizm sənayesinin inkişafına səbəb olmuşdur . Turizmin iqtisadiyyatda tutduğu mövqenin hər gün artımı dövlətlərin və şirkətlərin ayrı ayrı sahibkarların bura investisiya qoyuluşunun artımına səbəb olmuşdur

Turizm əhatə edir :

1 **Ölkə Xaricinə gedən (Outbond)** – Bu turistlər il boyu ölkədən çıxaraq müxtəlif ölkələrə səyahət edən turistlərdir . Ölkə xaricinə gedən turistlər müxtəlif ölkələrə gedərək öz mədəni intellektual səviyyələrini



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

qaldırmaq , öz ölkələrini orada təmsil edirlər . Lakin ölkədən çıxan turistlər öz ölkələrində olan pulları başqa ölkədə xərcləməklə ölkəyə müəyyən qədər zərər vurmuş olurlar

2 **Ölkəyə gələn (İnbound)** - Dünyanın müxtəlif yerlərindən ölkəyə turist axınına deyilir . Müasir dövrdə bütün ölkələr İnbound turizmi artırmaqla ölkədəki iqtisadiyyatın inkişafını təmin etməyə çalışırlar

3 **Yerli Turizm** - Yerli əhalinin öz yaşadığı əraziyə yaxın yerlərdə istirahətə getməsidir . Adətən iş , əyləncə , istirahət məqsədli olur .

4 **Turizm sektorları**- Turizm sənayesinin bir çox sektorları vardır . Bu sektorların əsas vəzifəsi turistləri xidmətlərlə təmin etməkdir . Qloballaşma , miqrasiya , səyahət , turizm və biznes son illərdə iqtisadi debatlarda və diskussiyalarda ən çox işlənən sözlərdir . Səyahətin və turizm sənayesinin əsas faydalarından biri də insanların dünyanın hər bir yeri ilə daha yaxından tanış olması və bir parçası olmasıdır . Bu sektorun işçiləri də özləri özlərini inkişaf elətdirir və öz karyeralarını həyatlarını qururlar . Finlandiyada o ölkələrdəndir ki dünyanın hər yerindən işçilər buraya gəlir burda yaşayır və iş qururlar . Buna səbəb təhlükəsizlik , yüksək texnologiya , infrastruktur və iş imkanlarıdır . 2013 cü ilin statistikasına görə təkcə bu ildə 30300 insan müxtəlif ölkələrdən bura işləməyə gəlmişdir . Bu ölkənin turizm sənayesi miqrantlara böyük bir biznes üçün imkanlar yaradır . Burada turizmin hər bir sahəsi sahibkarlıq fəaliyyətinin qurulması üçün əlverişlidir . Yeni turizm biznesini qurmaq və kareyiyar qurmaq turizm tələbələrinin əsas hədəfidir . Onların bəziləri öz ambisiyalarına tez başlayaraq ev şəraiti üzərində öz bizneslərini qururlar . Ümumiyyətlə turizm sənayesi dünyanın ən böyük sənayesi olmaqla yanaşı dünyada ən sürətlə inkişaf edən sənayedir . Neft sənayesindən sonra ən çox gəlir gətirən ikinci sənayedir . Baxmayaraq ki çox turizm və qonaqpərvərlik biznesi kiçikdir lakin o sənaye özü özlüyündə böyük sahibkarlıq aktivliyinə ehtiyac duyur . Asiyada sakit okean ətrafında olan adalarda ailə biznesi tipli turizm müəssələrinin çoxluq təşkil etdiyini görürük . İlkin mərhələdə turizmin inkişafının sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafı ilə birbaşa əlaqədə olduğunu görürük.

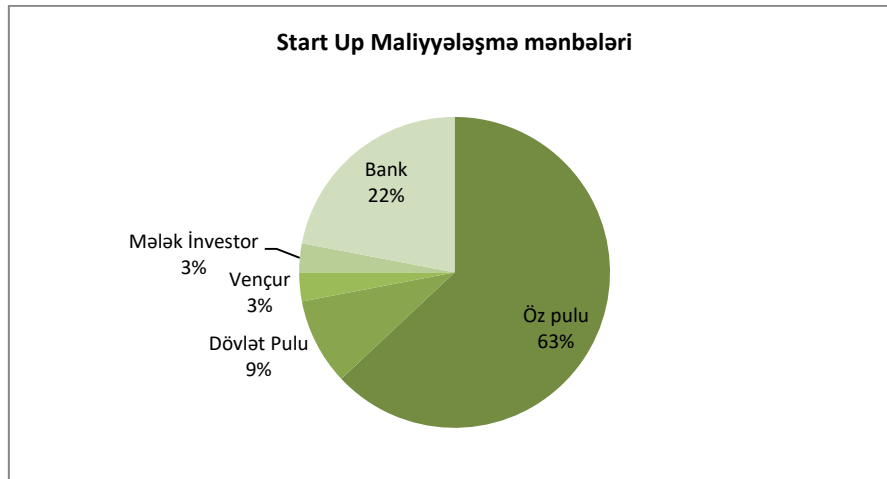
Cədvəl 1. Sahibkarlıq fəaliyyətində işçi gücü



İşçi qüvvəsi məhsuldar qüvvələrin ən önəmli olanlarından biridir . İşçilərin sayı xərclərə təsir edə bilər . Hər bir sahibkar işini quran zaman minimum işçi qüvvəsi ilə dolayısı ilə minimum xərclərlə maksimum mənfəət əldə etməyi düşünür . Yuxarıda göstərdiyimiz qrafikdə dünyada kiçik bizneslərin işçi sayına görə faizləri göstərilmişdir . İşçilərinin sayı 19 a qədər olan bizneslər 40 faizlə ən böyük pay tuturlar . İkinci yerdə 30,5 faizlə 50-249 arası işçiləri olan bizneslər yerləşir . Ən az faiz 11,5 faizlə işçilərin sayının 250-499 arası olduğu bizneslərdir . Burdan da gördüyümüz kimi kiçik sahibkarlar işçi sayı az olan işlər qurmaqla maksimum mənfəət əldə etməyə çalışırlar . **Start-Up in maliyyələşməsi** İstənilən sahibkarlıq fəaliyyətinə başlamaq üçün sahibkarlara müəyyən məbləğdə pul lazım olur . Sahibkarlar bu pulu müxtəlif mənbələrdən əldə edərək öz bizneslərinə başlayır :

- 1 Özünü Maliyyələşdirmə
- 2 Banklardan kredit götürmək
- 3 Mələk İnvestor
- 4 Dövlətdən maliyyə dəstəyi
- 5 Ventura kapitalist

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS



Cədvəl2 Qrafikdə start-up ların özlərini hansı mənbədən və hansı faiz dərəcəsində maliyyələşdirdiyini görürük .

### Sahibkarlıq fəaliyyətində uğur:

Aşağıdakı aspektlər uğurlu sahibkarlıq fəaliyyətinin qurulması üçün vacibdir :

1 Alıcılar , distribüterlər , dillerlər , topdansatışçılar , daşımaçılar və sarə vasitəsi ilə güclü əlaqə qurmaq . Xam mal , keyfiyyət aspektləri , dövlət qurumları , işçilər və rəqiblər kimi məsələlərdə məlumatlı və əlaqəli olmaq

2.Müştəri məmnuniyyətinin əldə olunması.

3 Müvafiq “Cash Flow” hazırlanması.

4 Sahibkarlıq fəaliyyətinin obyektiv qiymətləndirilməsi.

5 Məhsuldarlığın artırılması.

6 Keyfiyyət hədəfləri.

7 Dövrün texnoloji üstünlüklərindən istifadəsi.

8 İnnovativ olmaq.

9 İşçilərin motivasiyasını qorumaq.

10 Materialların düzgün istifadə olunması.

11 Vaxtın idarə olunması

**Nəticə** Müasir kapitalizmi Sahibkarlıq fəaliyyəti olmadan təsəvvür etmək olmaz . Bütün məhsuldar istehsal amillərini bir araya toplayan sahibkar ümumi iqtisadiyyatın inkişafına ölkənin ümumidaxili məhsulunun artımına yardım edir . Bazarda pulun sürətli dövriyyəsinə təmin edərək iqtisadi mühitin yaxşılaşdırılmasına xidmət edir .Sahibkarlıq və sahibkarlıq fəaliyyəti biznes innovasiyalarını və iqtisadi inkişafı təşviq edir . Turizm sənayesi milli iqtisadiyyatın çevikliyini və pulun dövr etmə tezliyini artıran əsas amillərdən biridir . Davamlı turizm inkişafının təmin olunması dövlətin bu sektora dəstəyi , uzun müddətli planlaşdırılma investisiyalar yolu ilə təmin olunur.

### ƏDƏBİYYAT

- 1 Albu, C. (2013) mədəniyyətin idarə olunması jurnalı
- 2 Blackman, A., Foster, F., Hyvonen, T., Kuilboer, A., & Moscardo, G. (2002). Turizmin uğurlu inkişafı , 15(1), 59–70.
- 3 Brokaj, R. (2014). Dövlətin turizmin dayanıqlı inkişafında rolu Development
- 4 Fernandes, P. (2016). Sahibkarlıq nədir ? World wide web: <http://www.businessnewsdaily.com/2642-entrepreneurship.html>
- 5 WTTC. (2016). İqtisadi Təsir Analizi

## **TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS**



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI  
TƏHSİL NAZİRLİYİ



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ  
DÖVLƏT TURİZM AGENTLİYİ



*Dedicated to the 96<sup>th</sup> Anniversary of the National leader of Azerbaijan, Heydar Aliyev*

IV INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE OF  
**TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY:  
PROBLEMS AND PROSPECTS**

3-4, May 2019, Baku, Azerbaijan

**PROCEEDINGS**

**- PART VII -**

## **BÖLMƏ 7. TURİZM MƏDƏNİYYƏTLƏRARASI DİALOQ VASİTƏSİ KİMİ**

### **AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA TURİZM SİYASƏTİNİN MİQRASIYA PROSESLƏRİNƏ VƏ MƏDƏNİYYƏTLƏRARASI DİALOQUN İNKİŞAFINA TƏSİRİ**

**Aqil ƏHMƏDOV**

*AMEA-nın A.A.Bakıxanov adına Tarix İnstitutunun  
Əliyevşünaslıq şöbəsinin dosenti, tarix üzrə fəlsəfə doktoru*

*"...turizm Azərbaycanda hazırda ən sürətlə inkişaf edən sahələrdən biridir. Bunu beynəlxalq qurumlar da qeyd edirlər. Dünya Turizm Təşkilatının rəhbərliyi Azərbaycanda görülən işlərə çox yüksək qiymət verir"*

**İlham Əliyev**

*Azərbaycan Respublikasının Prezidenti*

#### **The impact of tourism policy in the Republic of Azerbaijan on the development of migration processes and intercultural dialogue**

##### **Summary**

Tourism policy and migration are a foreign concept based on both areas at first glance with different subjects. More specifically, in both cases, tourists and migrants in the country have brought their own culture together. From this point of view, tourism policy in Azerbaijan is open to intercultural dialogue, as tourists and migrants are interested in local language, culture and history, and participate in enlightenment tours in this direction reflects the political and cultural importance of tourism. The successful tourism policy carried out in the Republic of Azerbaijan, the rich multicultural country of the modern world with the highest values in the future, justifies the relevance of the topic. At present, the steps taken towards the development of tourism in Azerbaijan, the state care for this sphere, make the republic an attractive country for migrant workers. The high level of development and culture in Azerbaijan, the elevation of the tourism sector to world standards, in this regard, continue to have a positive effect on the expansion of intercultural dialogue and migration management in the country.

The article examines the impact of tourism policy in the Republic of Azerbaijan on the development of migration processes and intercultural dialogue.

#### **Воздействие туристической политики в развитии миграционного процесса и межкультурного диалога в Азербайджанской Республике**

##### **Резюме**

На первый взгляд политика туризма и миграция как разные темы, в центре обеих сфер стоит понятие иностранец. Если более четко, то в обоих случаях, поступающие мигранты и туристы, везут культуру с собой в страну. С этой точки зрения, политика туризма, так как открыта для межкультурного диалога в Азербайджане, заинтересованность туристов и мигрантов местном языком, культурой и исторической прошлой, участие их в просветительских турах в этой направлении, именно показывает политическую и культурную значимость туризма. То есть, осуществляемая успешная политика туризма в Азербайджанской Республике, имеющая богатое мультикультуральное прошлое, имея прошлость высшей мультикультуральной ценности передача в будущее страны, обосновывает актуальность темы в современный период. В настоящее время, предпринятые шаги в области развития туризма в Азербайджане, государственная забота о данной сфере, превращает республику в привлекательную страну для трудовых мигрантов. Наблюдаемые темпы высокого развития и культуры в Азербайджане, повышение уровня сектора туризма мировых стандартов, с этой точки зрения продолжает положительное влияние на расширение межкультурного диалога и на управление миграции в республике.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

В статье изучается влияние туристической политики в развитии миграционных процессов и межкультурного диалога Азербайджанской Республики.

*Açar sözlər:* turizm, miqrasiya, mədəniyyət, dialoq, əməkdaşlıq, inkişaf, siyasət

*Key words:* tourism, migration, culture, dialogue, cooperation, development, policy

*Ключевые слова:* туризм, миграция, культура, диалог, сотрудничество, развитие, политика

Azərbaycan Respublikasında turizm siyasəti, miqrasiya prosesləri və mədəniyyətlərarası dialoq ilk baxışda fərqli mövzular sayılsalar da hər üç sahənin mərkəzində əcnəbi amili dayanır. Bu isə insan hüquq və azadlıqlarının qorunmasında respublikanın müstəqqi dövlət idarəçiliyini göstərməklə yanaşı, müasir beynəlxalq münasibətlərdə tolerant, müstəqil və şəffaf siyasət yürütdüyünü əyani şəkildə əks etdirir. Daha dəqiq ifadə etsək hər iki halda ölkəyə daxil olan turist və miqrantlar öz mədəniyyətlərini də bərabərində gətirmiş olurlar. Nəticə etibarilə Azərbaycan Respublikası müasir mədəniyyətlərarası dialoqaun inkişafında öz rolunu göstərmiş olur.

Miqrasiya problemi dünyada ən aktual məsələlərdən biridir. Hərçənd demək olarki dünyada elə bir insan tapılmaz ki, miqrasiya ilə tanış olmasın [15, 5]. Miqrasiya bu gün istər-istəməz cəmiyyətlərə dəyişiklik gətirir, əhalinin etnik, mədəni və dini şaxələndirilməsinə, dünya ölkələrində yüksəlməsinə, əksər ölkələrdə özünüdərk məsələlərinə gətirib çıxarır [9, 28]. Son illərin təhlili göstərir ki, Azərbaycanda müşahidə olunan davamlı sosial-iqtisadi inkişaf, energetika və nəqliyyat sahələrində beynəlxalq kommunikasiyaların genişlənməsi, eyni zamanda ölkəmizin geosiyasi mövqeyi turizm sahəsinin inkişafına, həmçinin miqrasiya proseslərinin intensivləşməsinə müsbət təsir göstərmişdir [6, 540]. Bu baxımdan çoxkonfensiya Azərbaycanında turizm siyasəti mədəniyyətlərarası dialoqa açıq olduğu üçün turist və miqrantların yerli dil, mədəniyyət və ölkənin tarixi keçmiş ilə maraqlanmaları, bu istiqamətdə maarifləndirici turlarda iştirak etmələri məhz turizmin siyasi və mədəni əhmiyyətini göstərir.

Xalqların bir-birinə yaxınlaşmasında, iqtisadi və mədəni əlaqələrin yaradılmasında və qarşılıqlı anlaşmada turizmin əvəzsiz rolu var. Ona görə də turizmin inkişafı inteqrasiya amili olaraq dövrümüzün vacib məsələlərindən biridir [8, 4]. Yəni, Azərbaycan Respublikasında həyata keçirilən uğurlu turizm siyasəti, zəngin multikultural keçmişə malik ölkənin müasir dövrdə ali dəyərləri yaşadaraq gələcəyə ötürməsi, mövzunun aktuallığını əsaslandırır və elmi-nəzəri, konseptual yanaşma tələb edir. Hazırda Azərbaycanda turizmin inkişafı istiqamətində atılan addımlar, bu sahəyə dövlət qayğısı respublikanı turistlər və əməkçi miqrantlar üçün cəlbedici ölkəyə çevirir.

Azərbaycan Respublikası tərəfindən 2009-cu ildə ratifikasiya edilmiş “Mədəni özünüifadə müxtəlifliyinin qorunması və təşviqinə dair konvensiya” çərçivəsində Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi tərəfindən “Mədəni müxtəlifliyimiz mədəni vəhdətimizdir” layihəsi həyata keçirilməkdədir [5, 40]. Layihə son illər əhəmiyyətli dərəcədə genişlənməmiş və ölkənin bütün regionlarını əhatə etmişdir. Azərbaycanda müşahidə olunan yüksək inkişaf və mədəniyyət tempi, turizm sektorunun dünya standartları səviyyəsinə qaldırılması, bu baxımdan respublikada mədəniyyətlərarası dialoqun genişlənməsinə və miqrasiya idarəçiliyinə müsbət təsirini davam etdirir. Dövlət müstəqilliyinin bərpasından ötən dövr ərzində multikultural Azərbaycanda dini bayramlar və müqəddəs şəxsiyyətlərə həsr olunmuş mərasimlər, kütləvi ziyarət, dini turizm geniş vüsətlə inkişaf etməyə başlamışdır [1, 231]. Respublikada həyata keçirilən sosial-iqtisadi layihələr, köklü islahatlar turizm siyasətinin bilavasitə miqrasiya proseslərinə və mədəniyyətlərarası dialoqun genişlənməsinə münbit şərait yaratmışdır.

Azərbaycan Respublikası dünya miqyasında tanınan, seçilən ölkə olsa da təşkil olunmuş turizmin və səyahətlərin tarixi ötən əsrin 20-ci illərinin axırlarından başlayır [7, 466]. Hələ sovet dövründən Azərbaycanın səfali guşələri – Kəlbəcərin müalicəvi isti suyu, Göygölün əsrarəngiz təbiəti, Naftalan, Bakı sanatoriyaları, qoruqlar və s. yaxşı tanınırdı. Xalqımızın ümummilli lideri Heydər Əliyevin istər SSRİ dövründə, istərsə də müstəqillik dövründə Azərbaycana rəhbərliyi respublikada bir sıra sahələrlə yanaşı turizm sektorunun inkişafına əhəmiyyətli təsir göstərmişdir. Görkəmli dövlət xadiminin müdrük siyasəti həmçinin, ölkədə turizmlə yanaşı miqrasiya siyasətinin və multikultural dəyərlərin inkişafında həlledici rol oynamışdır. Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin turizm və miqrasiya kimi mühüm sahələri diqqətdən kənar qoymaması bir daha onu göstərir ki, ölkədə qeyri neft sektorunun, insan kapitalının inkişafı strateji sahə olaraq qalır.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Hazırda, müasir dövrün aparıcı aktoru kimi çıxış edən turizm siyasəti və miqrasiya prosesləri Azərbaycan Respublikasının davamlı inkişaf siyasətində perspektiv sahələr sayılır. Azərbaycan son illər xarici turizmə marağını artırmışdır. Beynəlxalq turizm xarici ölkələrə səyahət olub onun məqsədi yaşayış yerindən uzaqlaşmanı nəzərdə tutur. Ölkədən kənarında beynəlxalq müqavilələr, prinsiplər, dövlətlərarası iqtisadi və miqrasiya qaydaları əsasında qurulur [2, 203]. Ona görə də beynəlxalq turizm əlaqələrini qiymətləndirmək, onun proqnozunu vermək və təşkilatı tədbirlər həyata keçirmək üçün miqrasiyanı qiymətləndirmək onun respublikada daxili və xaricdə dinamikasını ölçmək vacibdir [3, 155]. Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycanda beynəlxalq turizm və miqrasiya kimi mühüm sahələrdə əldə olunan uğurlar, yuxarıda qeyd olunduğu kimi insan kapitalının və qeyri-neft sektorunun inkişafı baxımından ciddi əhəmiyyəti ilə seçilir. Burada innovativ ideyalar, milli təhlükəsizlik, insan hüquqlarının müdafiəsi, sosial inkişafın müzakirəsi mühüm olan məsələlərdir.

Azərbaycanın mövcud sahədə beynəlxalq əməkdaşlığa marağı dövrün sosial-iqtisadi çağırışları ilə bağlıdır. Bu baxımdan, 16 noyabr 2011-ci ildə Ümumdünya Turizm Təşkilatının (ÜTT) baş katibi Taleb Rifainin Azərbaycan Respublikasının Dövlət Miqrasiya Xidmətində (DMX) keçirdiyi yüksək səviyyəli görüş bir daha onu göstərdi ki, Azərbaycan Respublikası sülhməramlı siyasətində turizm, miqrasiya və mədəniyyətlərarası dialoqun inkişafında yaxından iştirak edən demokratik-hüquqi dövlətdir. Baş katib Azərbaycanda turizm sektorunun dövlətin əsas prioritet sahələrindən biri olmaqla gələcəkdə daha da inkişaf etdiriləcəyinə əminliyini ifadə etmişdir. T.Rifai miqrasiya ilə turizm sahələrinin sıx əlaqədə olduğunu vurğulamış, Azərbaycanda miqrasiya sahəsində dövlət səlahiyyətlərini yerinə yetirən müstəqil qurumun olmasını təqdir etmişdir [14]. Göründüyü kimi Azərbaycanın müasir turizm ölkəsi kimi tanınmasında beynəlxalq əməkdaşlıq və təşkilatların rolu getdikcə artır.

Belə bir fikir var ki, miqrasiya fenomeninin tədqiqatı onun müxtəlif aspektlərinin öyrənilməsi ilə birbaşa bağlıdır. Daha çox insanlar belə bir fikirə düşürlər ki, miqrasiya hər bir dövlətin həyatının vacib və ayrılmaz sosial-iqtisadi komponentidir [10, 72]. Bu səbəbdən, Azərbaycan Respublikasında turizm, miqrasiya idarəçiliyi və dövlətimizin tarixi keçmişi ilə sıx bağlı olan mədəniyyətlərarası dialoq ilə bağlı maarifləndirici tədbirlərin keçirilməsi mövcud sahələrin ölkə ərazisində inkişaf tempini göstərir. Turizm xidmət sahələrinin dünya standartlarına uyğunlaşdırılması kimi yüksək nailiyyətlər bu sahəyə miqrantları cəlb edən müsbət amillərdən biridir. Bu isə öz növbəsində insanlar arasında mədəni münasibətlərin inkişafı, fərqli sivilizasiyaların öyrənilməsi baxımından əhəmiyyət daşıyır. Maarifləndirici tədbirlərdən biri 17 may 2018-ci ildə Xaçmaz şəhərində keçirilmişdir.

Yerli səviyyədə turizmi inkişaf etdirərkən regional, milli və hətta beynəlxalq turizm nəzərə alınmalıdır. Regional və milli səviyyədə siyasət, inkişafın plan və proqramları, qanun-qaydalar, habelə marketing strategiyası turizmin inkişafına təsir göstərir [11, 4]. Xüsusilə yaz-yay mövsümü ilə əlaqədar turist və miqrantların daha aktiv olduğu aylarda turizm xidməti göstərən obyektlərin iş qrafiki, gündəlik turist qəbulu, qanun çərçivəsində fəaliyyət, yaxud yüksək səviyyəli turizm obyektlərində ixtisaslı miqrantların işə cəlb olunması hər iki sahədə yeni perspektiv imkanların dəyərləndirilməsinə şərait yaradır. Hər iki halda ölkə ərazisinə əcnəbilərin daxil olması həmçinin yeni mədəniyyətlərin qəbul olunması və öyrənilməsinə öz təsirini göstərir. Yay turizm mövsümünün başlanması ərəfəsində DMX-nin Xaçmaz regional miqrasiya idarəsinin xidmət ərazisində fəaliyyət göstərən turizm obyektləri sahiblərinin, turizm informasiya agentliklərinin və regional turizm idarəsinin nümayəndələrinin iştirakı ilə keçirilən maarifləndirmə tədbiri bu baxımdan səmərə təşkil etmiş, yeni xidmət sahələrinin yaranması və davamlılığına dəstək vermişdir [13]. Hal-hazırda demək olar ki, dünyanın bütün ölkələrində işçi qüvvəsinin ixracı və idxalının tənzimlənməsi həyata keçirilir. Bu, yerli məşğulluq bazarını xarici işçi qüvvəsinin axınından mühafizə edir, bir tərəfdən, yerli əhali arasında işsizlik probleminin aradan qaldırılmasına kömək edir, digər tərəfdən isə xarici işçi qüvvəsinin əməyinin rəşadətini təmin edir [12, 212]. Həmçinin, qeyd etmək lazımdır ki, əmək haqqı iş miqrasiyasını formalaşdırır. Miqrasiya təkcə regionlarda deyil, həm də ölkələrə baş verir [4, 194]. Burada əldə olunan inkişafda turizm siyasətinin rolu danılmazdır. Güzəştli paket turlarının təşkil olunması daha çox turist və miqrant deməkdir. Bu isə ölkəyə xarici valyutanın cəlb olunmasında azda olsa dəstək ifadə edir.

Sonda, ümummillə lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 96-ci ildönümünə həsr olunmuş "Turizm və rekreasiya XXI əsrdə: problemlər və perspektivlər" mövzusunda IV beynəlxalq elmi-praktiki konfransa təqdim olunan məqalədə sadalanan mühüm məqamları aşağıda göstəriləndiyi şəkildə sıralamaq mümkündür:

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

- ❖ Azərbaycan Respublikasında həyata keçirilən davamlı inkişaf siyasəti müxtəlif sahələrlə yanaşı ölkə turizminin beynəlxalq qəbul olunmuş standartlar səviyyəsinə qaldırılmasında mühüm əhəmiyyət kəsb edir;
- ❖ Respublikada davam edən uğurlu turizm idarəçiliyi, həmçinin miqrasiya proseslərinin pozitiv istiqamətdə irəliləməsinə yol açır və əməkçi miqrantların hüquqlarının müdafiəsində insan hüquq və azadlıqlarının səmərə təşkil etdiyini göstərir;
- ❖ Azərbaycanda hər iki sahənin yüksək tempə inkişafı fərqli mədəniyyətləri bir araya gətirməklə, mədəniyyətlərarası dialoqun genişlənməsinə və ölkənin tolerantlıq mərkəzinə çevrilməsinə diqqət çəkir;
- ❖ Mövcud sahələrdə əldə olunan müsbət təcrübə Azərbaycanda həyata keçirilən təmelli siyasətə söykənir. Xalqımızın görkəmli, dahi rəhbəri Heydər Əliyevin müəyyən etdiyi iqtisadi tərəqqi yolu hazırda Prezident İlham Əliyevin praqmatik siyasəti ilə daha da yüksəklərə qalxmışdır;
- ❖ İlham Əliyevin ölkəyə rəhbərliyinin ilk illərindən bir sıra perspektiv sahələrlə yanaşı, turizm sektorunun inkişafı və miqrasiya proseslərinin tənzimlənməsi kimi mühüm sahələrə qayğı göstərilmiş, bu isə öz növbəsində çoxmədəniyyətli cəmiyyətə malik Azərbaycanın multikulturalizm siyasətinin tanınmasında həlledici rol oynamışdır;
- ❖ Azərbaycanın mövcud sahələrdə beynəlxalq təcrübəni öyrənməsi və milli qanunvericiliyə uyğunlaşdırması turizm, miqrasiya və mədəniyyətlərarası dialoqun inkişafında əməkdaşlığın, siyasi dialoqun səmərə təşkil etdiyini əks etdirir;
- ❖ Nəticə etibarilə tolerant dövlət kimi tanınan Azərbaycanın milli təhlükəsizliyinin təmin olunmasında turizm və miqrasiyanın ölkə qanunları, yəni hüquqi çərçivədə tənzimlənməsi də mövzunun müasir dövrdə kifayət qədər aktual olduğunu göstərir;
- ❖ Azərbaycan hazırda Cənubi Qafqazın aparıcı dövlətidir, bölgədə Azərbaycanın iradəsi olmadan heç bir beynəlxalq layihənin reallaşması mümkün deyil. Baş tutan nəhəng sosial-iqtisadi müqavilələr isə bütövlükdə regionun turizm və miqrasiya potensialının yüksəlməsinə öz töhfəsini verməkdə davam edir. Bu isə bölgənin mədəniyyətlərarası dialoqda yaxından iştirak etməsinə şərait yaradır və Azərbaycanın müsbət təcrübəsini əks etdirir.

### ƏDƏBİYYAT

1. Aslanova R.N. Qloballaşma və mədəni müxtəliflik. Bakı: Elm, 2004, 264 s.
2. Abbasov İ.M., Əliyev T.N. Qeyri-neft sənayesinin iqtisadiyyatı. Dərslük. Bakı: Bakı Biznes Universiteti, 2018, 267 s.
3. Əlirzayev Ə., Aslanova S. Turizmin inkişafının sosial-iqtisadi problemləri. Bakı: Adiloğlu nəşriyyatı, 2006, 164 s.
4. Əlirzayev Ə.Q. Turizmin iqtisadiyyatı və idarə olunması. Bakı: İqtisad Universiteti Nəşriyyatı, 2010, 529 s.
5. Əsnəli A.: "Müasir şəraitdə Azərbaycanda dini-mədəni dəyərlərin inkişaf xüsusiyyətləri", Bakı: Nur Art nəşriyyatı, 2014, 144 s.
6. Həsənov Ə.M. Azərbaycan Respublikasının milli inkişaf və təhlükəsizlik siyasətinin əsasları. Bakı: Zərdabi LTD, 2016, 700 s.
7. Məmmədov C.A., Soltanova H.B., Rəhimov S.H. Beynəlxalq turizmin coğrafiyası (dərs vəsaiti) Azərbaycan dilində. Bakı: Mütərcim, 2002, 512 s.
8. Məmmədov E.Q. Azərbaycanda turizm bazarının formalaşması və idarə olunmasının regional xüsusiyyətləri (Monoqrafiya). Bakı: Gənclik Nəşriyyatı, 2013, 172 s.
9. Migration, human rights and governance. Handbook for Parliamentarians № 24. Geneva: Inter-Parliamentary Union, 2015, 196 p.
10. Nəsimov E.M. Miqrasiyanın əsasları. Miqrasiologiya. Miqrasiya prosesləri. Dünya miqrasiya mərkəzləri. I Kitab. Bakı: Elm və Təhsil nəşriyyatı, 2014, 240 s.
11. Turizmin davamlı inkişafı yerli planlaşdırma üzrə mütəxəssislər üçün vəsait / buraxılışa məsul şəxslər: F.Qürbətov, B.Qılıncov, N.Bağirov, K.Şərabçiyeva, R.Quliyev, N.Əliyeva. Bakı: Ümumdünya Turizm Təşkilatı, 2012, 61 s.
12. Turizmin əsasları: dərslük / B.Ə.Bilalov, Ç.G.Gülalhyevin redaktəsi ilə. Bakı: QHT Nəşriyyatı, 2015, 496 s.
13. Turizm sektoru nümayəndələri miqrasiya sahəsində məlumatlandırılıblar / [https://migration.gov.az/press/news\\_content/12527](https://migration.gov.az/press/news_content/12527) (17-05-2018).
14. Ümumdünya Turizm Təşkilatının baş katibi Dövlət Miqrasiya Xidmətində olmuşdur / [https://www.migration.gov.az/press/news\\_content/8691](https://www.migration.gov.az/press/news_content/8691) (16-11-2011).
15. Методология и методы изучения миграционных процессов. Междисциплинарное учебное пособие / под ред. Ж.Зайончковской, И.Молодиковой, В.Мукомеля. М.: Центр миграционных исследований, 2007, 370 с.



**AZƏRBAYCANIN MACHU PICCHUSU ADLANDIRILAN  
ƏLİNCƏQALAYA SƏYAHƏT EDƏN ƏCNƏBİ TURİSTLƏR  
ÜÇÜN CAZİBƏ ELEMENTLƏRİ**

**Əli CABBAROV, i.f.d. dos.**

*"Naxçıvan" Universiteti  
alijabbarov@yahoo.com*

**Günel İSAYEVA**

*Naxçıvan Dövlət Universiteti  
i\_gunel@yahoo.com*

**XÜLASƏ**

Bu məqalədə Naxçıvan Muxtar Respublikasına səyahət edən turistlər tərəfindən Azərbaycanın Machu Picchusu adlandırılan Əlincə qalasının cazibə elementləri araşdırılmışdır. Perudakı Machu Picchu qala şəhəri ilə müqayisədə Əlincəqalanın daha fərqli turizm cazibəsinin öyrənilməsi mədəniyyətlərarası dialoq və turların təşkili baxımından faydalıdır.

*Açar sözlər: Naxçıvan Muxtar Respublikası; Əlincə qala, Machu Picchu; turizm cazibəsi; zirvə turizmi; fotoovçuluq*

**THE ATTRACTION ELEMENTS FOR FOREIGN TOURISTS VISITING ALINJA  
CASTLE NAMED THE MACHU PICCHU OF AZERBAIJAN  
SUMMARY**

In this article was researched the attraction elements of Alinja Castle named the Machu Picchu of Azerbaijan by tourists visiting Nakhchivan Autonomous Republic. The studying of more attractiveness of Alinja Castle than Machu Picchu fortress city in Peru is considered useful for the point of view intercultural dialogue and organizational issues as well.

*Key words; Nakhchivan Autonomous Republic; Alinja Castle, Machu Picchu; tourism attractiveness; rooftop tourism; photohunting*

Qədim Azərbaycan torpağı Naxçıvan özünün təbii və tarixi zənginlikləri ilə güclü turizm potensialına malikdir. Burada turistlərə təklif olunan turlar onlarda uzunmüddətə unudulmaz təəssüratlar yaratmaqla bərabər həm də regionun turizm-rekreasiya potensialının daha dərindən öyrənilməsi üçün təcrübə formalaşdırır. Xüsusən, əcnəbi turistlərin Naxçıvana səyahətləri zamanı onların burada görüb-tanıdığı yerlər və ya turizm ehtiyatları barədə fikirləri bəlkə də yalnız turistlərin gözü ilə görülebilməklə səviyyədə maraq doğurur.

Hər bir turistin səyahət səbəbləri arasında şübhəsiz onun səfər edəcəyi məkanın cazibə elementlərinin yaratdığı motivlər ən əsas faktorlardandır. Bu mənada Naxçıvan Muxtar Respublikasına səyahət edən turistlərin, xüsusən əcnəbi turistlərin motivləri ilə tanış olduqda olduqca maraqlı məqamları görmək olar ki, bunların təhlili də turizm fəaliyyəti təşkilatçıları və eləcə də ümumən turizmin inkişafı məsələləri baxımından əhəmiyyətlidir.

Müasir turistlərin səyahət motivlərinin düzgün başa düşülməsi turların təşkili və turizmin daha kütləvi hala gətirilməsi baxımından əhəmiyyətlidir. Turizmin inkişaf tarixi və turistlərlə aparılan iş zamanı əldə olunan təcrübə göstərir ki, cəmiyyət həyatının digər sahələrində olduğu kimi turizm də modası keçmiş olan servislərin yenilənməsi bu sahənin uğurunun əsasında dayanır. Şübhəsiz, planet üzrə aktiv səyahət edən 1,3 milyard nəfər turistin [1] artan tələbatlarına uyğunlaşmaq üçün müasir turizm biznesi də müvafiq yenilənmədən keçməli, səyahətlərin təşkili üçün yeni cazibə elementləri tapılmalıdır. Bu prinsip isə ÜTT-nun tövsiyələrinə [2] görə çox qiymətlidir. Əlincəqala və onun ətrafındakı turizm-rekreasiya cazibədarlığı da bu baxımdan turistlər üçün çox maraqlıdır.

Naxçıvan şəhərindən şimal-şərq istiqamətində 30 kilometr məsafədə yerləşən Əlincəqala əcnəbi turistlərin birgünlük ekskursiyası üçün çox əlverişlidir. Belə ki, Naxçıvan-Əlincə turizm marşrutu üzrə səyahətin əsas motivləri turistlərin Naxçıvana gəlişindən xeyli əvvəl formalaşır. Turlar zamanı apardığımız müşahidələrə əsasən deyə bilərik ki, alman, ingilis, yaxıd pribaltikalı turistlər kimi yaşadıkları yerdə sərt qayalıqlı yerlərin çox az olduğu insanların Perudakı qədim İnk mədəniyyətinin çox nadir nümunəsi olan Machu Picchu ilə müqayisədə Əlincə qala haqqındakı fikirləri bu baxımdan mühüm rol oynayır. Çünki

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

dünyadakı muasir informasyia bolluğu şəraitində Əlincə qalası haqqında kifayət qədər virtual məlumat alan turistlərin bu yerlərə gəlməsiylə bu təsəvvürlərin real olması mümkün olur.

Əlincəqala Perudakı Machu Picchu qala şəhəri ilə müqayisədə daha qədim tarixə malikdir [4]. Əgər Machu Picchunun tarixi yalnız XV əsrdə [3] gedib çatırsa, Əlincəqalanın sübut olunmuş tarixi eramızın V-VI əsrlərdə [3] çatır. Əlincəqala haqqında tarixçilərdən Stepanos Orbeliani (1258-1304), Nəsəvi (13-cü əsr), Şərafəddin Əli Yəzdi (15-ci əsr), İspaniya səfiri Klavixó (15-ci əsr), türk səyyahı Övliya Çələbi (17-ci əsr) məlumat vermişlər. Əlincəqala monqolların və teymurilərin zamanında xüsusilə dağıntıya uğramış və yenidən bərpa olunmuşdur. Əlincəqalanın Əmir Teymurun ordusuna qarşı on dörd il (1387-1401) müqavimət göstərməsi Azərbaycan tarixinin şanlı səhifələrindən biridir.

XVI-XVII əsrlərdə Əlincə qala bu torpaqda mövcud olmuş Azərbaycan hökmdarlarının müdafiə istehkamı və xəzinə mühafizəsi üçün istifadə olunub. Bütün bunlar çox güman ki, Əlincəqalanın sərt sıldırımlı qayalar üzərində yerləşməsi, oraya gedən yolların çox çətin keçilən olması və burada möhkəmlənmiş müdafiəçilərinin özlərini qorumaq üçün çox böyük üstünlüyə malik olması ilə əlaqədar olub. Buna görə də Əlincəqala, ətrafındakı yaşayış məntəqələri və eləcə də buradakı tarixi abidələr tarix və mədəniyyət və eləcə də dırmanma həvəskarları olan turistlər üçün sevimli yerləridir. Naxçıvan Muxtar Respublikasına xarici turistlərin səyahətlərinin artması ilə hazırda Əlincəqala da çox cazibədar turizm destinasiyası halına gəlib. Hazırda hər il Naxçıvana səyahət edən təqribən 400 minə yaxın turistin mühüm bir hissəsini təşkil edən əcnəbi turistlər bu qalaya da səfərlər edərək dərin təəssürat əldə edirlər.

Əlincəqalaya müxtəlif ölkələrdən və müxtəlif kateqoriyalardan olan turistlərin səyahətləri zamanı qazandığı təəssüratların təhlili də göstərir ki, müasir turislər arasında zirvə turizmi motivi kifayət qədər yüksəkdir. Bunu göstərə bilmək üçün yaşı 70-dən ötmüş bir Avropalının Əlincəqala kimi dəniz səviyyəsindən təqribən 1500 m. və ətraf platformadan 500 metr yüksəklikdə [Şəkil 1] olan bir şiş zirvəyə dırmanaraq sanki dünyanı necə yenidən kəşf etdiyini yaxşıca başa düşmək lazımdır. Hesab edirik ki, belə bir emosional və psixoloji rekreasiya tələbatının qiymətləndirilməsi metodologiyasının işlənilib hazırlanması zirvə turizmi kimi turizm növlərinin daha yaxşı inkişafına səbəb olur ki, bu da turizmin kütləviləşdirilməsi kimi ali tələblərə xidmət edir.

Zirvə turizmi üzrə turistlərin səyahət motivasiyasının öyrənilməsi praktiki olaraq Əlincəqala kimi yüksək qayalıq yerlərə dırmanaraq burada adi düzənlik ərazilərdə, yaxud mürəkkəb relyefli yerlərdən fərqli olan geniş panoramalı mənzərə ilə rastlaşması zamanı göstərdiyi davranışların müşahidəsi ilə başlayır. İnsanların təbii instinkt olaraq yüksəkliyə meyli, yaxud səməyə daha yaxın olmaqla özünü Uca Yaradana daha yaxın hiss etməsi və ya yaşlı yaxud şişman adamların onlara əngəl olan manelərə qarşı qalib gəlmək hissi ilə yüksəkliyə dırmanması istəyi bu zaman açıq görünən motivasiyaedici amillərdəndir. Bundan əlavə, Naxçıvana səyahət edən, ancaq Əlincəqala haqqında heç bir məlumatı olmayan turistlərə buraya səyahət etmək təklif olunanda qalanın tarixi ilə tanış olmaqdan əlavə sadəcə yüksəkliyə dırmanmaq kimi motivlərin də olduğunu görməkdəyik. Xüsusən, ən qısa yolu belə avtomobillərlə gətməyə çalışan şəhərli turistlərin qalaya dırmanması zamanı müşahidə olunan davranış formaları daha maraqlıdır. Qeyd edək ki, qalaya gedən yolun mürəkkəb olması onun Əmir Teymur ordularının hücumu zamanı müdafiəçilərinin işini asanlaşdıran fakt olubsa, bu daha sonra buraya qalxmaq istəyən ekskursantlar üçün əngəl törədib. 2013-cü ildə isə qalanın restavratsiya olunması və buraya gedən yolun qaydaya salınması Əlincəqalaya qalxmaq istəyənlərin işini asanlaşdırıb. Başqa sözlə, əgər 700 il əvvəl Orta Asiyadan Bağdada qədər böyük bir ərazini lişğal etmiş Əmir Teymurun ordularının 14 il ərzində qalxa bilmədiyi 500 metr məsafəyi 35-40 dəqiqəyə qalxan turistlərin [Şəkil 2] bundan zövq alması zirvə turizmi üzrə səyahət edənlərin sayının artmasına səbəb olan amillərdəndir. Əslində isə müşahidə göstərir ki, ətrafdakılara yuxarıdan baxmaq, bunu eqoizm kimi deyil, təbii zirvə mövqeyindən edə bilmək insana cəsarət verən duyğulardandır. Bəlkə də bu cəsarət, və yaxud sağ qalmaq instinkti o zamankı Əlincəqala müdafiəçilərinin qurduqları və indiyə qədər gəlib çatmış derivasiya tipli su hovuzlarının, buradakı qayaüstü əkinçiliyinin, yaxud düşmənlərin hücumlarına dözmüş möhkəm divarların yaranmasının əsas amillərindəndir. Odur ki, Əlincə qala timsalında zirvə turizminin perspektivlərini öyrəndikdə dünyanın başqa yerində buna bənzər səyahətlərin praktikasını nəzərə almaqla yanaşı Əlincə qalanın unikal yerləşmə mövqeyini və buranın zirvəsindən açılan cazibə elementlərini hökmən nəzərə almaq lazımdır. Bundan əlavə, göydələnləri və ya ətraf mənzərə ilə tanış olmaq üçün damına qalxması mümkün olan uca binaları olan bir çox dünya şəhərlərində zirvə turizminin populyar olması bu barədə fikirlərimizi təsdiq edir.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Zirvə turizmi kifayət qədər riskli və eyni zamanda prestijli turizm növlərindəndir. Müasir dünyada dünyanın damı adlandırılan Pamirə [7], Tibet dağlarına[8], yaxud Stokholmda [10] və ya yüksəkdən baxarkən hər tərəfdən gözəllik yağan Sankt-Peterburqdakı uca binaların damına qalxaraq bundan zövq duyan turistlərin profillərinə nəzər saldıqda bunların daha çox dünyanın bir çox yerlərinə ənənəvi səyahət təcrübələri olan insanlar olduğunu görürük. Ona görə də müasir dövrdə zirvə turizmi müasir turizmde mövcud olan ənənəvi **SSS** (Sea, Sand, Sun) və ya **LLL** (Leisure, Lore, Landscape) formulu əvəzinə daha çox **EEE** (Earth, Extreme, Enjoyment) formulu ilə səyahət edib az məsafə qət etməklə daha çox yeri görmək, daha çox həyəcan yaşamaq və səyahətindən daha çox ləzzət almaq imkanı yarada bilər. Bu mənada zirvə turizminə qatılan hər bir turist qazandığı təəssüratın adı bir səyahətdən aldığı təəssüratla müqayisədə daha dərin və təsiredici gücü olduğunu deyə bilərik

Turizm də digər sahələr kimi resurslardan daha rəşional istifadəyə çox həssas olan bir sahədir. Belə ki, turizm səyahətləri artıb, turistlərin sayı da çoxaldıqca, ətraf mühitə olan antorogen təsirlərin həcmi də artır ki, bu da dayanıqlılıq prinsiplərinə ziddir. Buna görə də Əlincəqala kimi uca bir zirvədən onlarla və hətta yüzlərlə kilometr məsafəyə qədər ərazinin müşahidəsi, buradan edilən fotooçuluq əsl dayanıqlılıq nümunəsi ola bilər[12]. Belə səyahətlər yığcam, kompakt turların ən yaxşı forması kimi izafi məsrəflərdən qaçınılmaqla turfirmaların mənfəət payının da artırılması üçün də əlverişlidir.

Əlincəqalada zirvə turizminin praktiki imkanları yüksəkdir. Naxçıvan Muxtar Respublikasının demək olar ki, bütün ərazisində olduğu kimi buraya gedən yollar da tam modernləşdirilib və təhlükəsizdir. Tur proqramlarda da gecikmə olmur. Naxçıvanda fəaliyyət göstərən gəlmə turizm operatorları və səyahət agentliklərində dillər bilən gənc və yetişmiş bələdçilər də tapmaq olar. Naxçıvandakı regional turizm və informasiya Mərkəzi də bu işdə turistlərə kömək edə bilər.

Turistlərin yaşına, cinsinə və qrup üzvlərinin sayına görə Əlincəqalaya dırmanış 2-6 saat arasında dəyişir. Burada gecə işıqlandırması olduğundan, xüsusən ilin isti və ilıq aylarında gecə turları da mümkündür. Ətraf mənzərə min il əvvəlki kimi toxunmaz görünür. Qala zirvəsində çox tez-tez uçuşan qartallar və digər nadir quşlar fotooçuluq həvəskarları üçün də ideal mənzərə açıq. Çox zaman müşahidə olunan mənzərə buraya gəlmiş turistlərin ən çox xoşladığı selfi çəkdirmək istəyi ilə yanaşı, xüsusən müsəlman turistlərin qalxa bildiyi ən yüksək nöqtədə namaz qılmasıdır. Belə ki, İslam inancları ilə insanın qalxa bildiyi zirvələrdə namaz qılması motivi burada da özünü göstərir. Selfi və ya ümumiləkdə şəkil çəkən turistlər üçün Araz çayından Zəngəzur dağlarınınadək yüz kilometrədək məsafədə geniş panorama vardır [Şəkil 3]. Əlincəqalanın quruluşu burada yüksəklik fobiyasının ən az yaranmasına səbəb olur. Qala haqqında məlumat alan turistlər eniş yolunda buranın restavrasiyasından sonra tapılmış eksponatların sərgiəndiyi muzeylə də tanış olub, Azərbaycan xalqının tarixi haqqda zəngin məlumat əldə edə bilərlər.

Beləliklə, Naxçıvanın Əlincəqalası istiqamətində zirvə turizmi üzrə apardığımız araşdırmalar və praktiki müşahidələr nəticəsində gəldiyimiz nəticələr turizm motivinin reallaşdırılması və təşkilatçılıq baxımından aşağıdakı kimi sadalana bilər:

- Zirvə turizmi buraya səyahət edənlər arasında yaşlı və orta nəsil nümayəndələri ilə yanaşı gənclərin və xüsusən də tələbələrin səyahətlərini motivasiya edir;
- Əlincəqalaya dırmanan turistlərin buradakı maraqlı obyektlərinin Perudakı Machi-Puchi ilə müqayisəsi min illər əvvəl bir-birindən xəbərsiz yaşamış iki sivilizasiyanın yaratdığı mədəniyyətin ortaq və fərqli cəhətlərinin öyrənilməsi baxımından maraqlı kəsb edir;
- Belə turizm növü turizm-ekskursiya xidmətlərinin diversifikasiyası baxımından çox yaxşı seçim ola bilər;
- Zirvə turizmi pedaqoji tərbiyə vasitəsi kimi də istifadə oluna bilər [Şəkil 4].

### ƏDƏBİYYAT

1. UNWTO Tourism Highlights: 2018 Edition <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>
2. Osaka Millennium Declaration <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/unwtogad.2001.1.v385u76984x63188>
3. Magli G. At the other end of the sun's path. A new interpretation of Machu Picchu. <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/0904/0904.4882.pdf>
4. Alinjagala. Alinjagala. Nakhchivan: "Ajami" Publishing-Polygraph Association, 2016, 304 p. <http://ebooks.azlibnet.az/book/05210118.pdf>
5. Jabbarov A., Zulfugarov Z. Social Tourism in Duzdag, Nakhchivan Autonomous Republic within the Republic of Azerbaijan: Resources, Planning and Development American Journal of Tourism Management 2015, 4(1): 1-6 DOI: 10.5923/j.tourism.20150401.01 <http://www.sapub.org/global/showpaperpdf.aspx?doi=10.5923/j.tourism.20150401.01>
6. <http://ashabikahf.nakhchivan.az/ashabi-kahf-english/index.html>
7. World Roof Tours <http://www.visitpamirs.com/world-roof-tours/>

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

8. <https://tibetecotravel.com/operator/tibet-roof-top-of-the-world-international-travel-services/>
9. <https://takvandring.com/en/book-rooftop-tours/rooftop-tour/>
10. Excursions to the roofs in Saint Petersburg <https://www.sputnik8.com/en/st-petersburg/category/roofs>
11. Catherine M. Cameron, John B. Gatewood. Beyond Sun, Sand and Sea: The Emergent Tourism Programme in the Turks and Caicos Islands <https://www.lehigh.edu/~jbg1/sun-sand-sea.pdf>
12. Sunlu U. Environmental impacts of tourism. In: Camarda D. (ed.), Grassini L. (ed.). Local resources and global trades: Environments and agriculture in the Mediterranean region. Bari : CIHEAM, 2003. p. 263-270 (Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 57) <http://om.ciheam.org/om/pdf/a57/04001977.pdf>



Şəkil 1.



Şəkil 2.



Şəkil 3



Şəkil 4

**BİRLƏŞMİŞ MİLLƏTLƏR TƏŞKİLATI VƏ TURİZM  
SAHƏSİNDƏ BEYNƏLXALQ ƏMƏKDAŞLIQ – TURİZM  
MƏDƏNİYYƏTLƏRARASI DİALOQ VASİTƏSİ KİMİ**

**Dosent, t.ü.f.d., a.e.i.AXUNDOVA Nigar**

*AMEA A.A.Bakıxanov adına Tarix İnstitutu,*

*Bakı Biznes Universiteti*

*nigar-akhundova@yandex.ru*

**UNITED NATIONS AND INTERNATIONAL COOPERATION IN THE AREA  
OF TOURISM AS A MEANS OF TOURISM INTERCULTURAL DIALOGUE  
SUMMARY**

The UN declared the 2018 year the “International Year of Sustainable Tourism for Development”. Delegation of the Republic of Azerbaijan took part in the meeting of the ST-EP Foundation of the UN World Tourism Organization (UNWTO) on January 17-19, 2018 in the Spanish Kingdom, the city of Madrid. Measures were taken in the framework of cooperation, sustainable tourism with the Republic of Azerbaijan.

In this regard, the approval of the strategic roadmap of tourism as a means of intercultural dialogue of tourism in the World Forum on Intercultural Dialogue is very important. It should be noted that the number of tourists visiting Azerbaijan has increased by 9-11% in recent years.

At the same time, Azerbaijan is becoming one of the intercultural and international centers for the development of ties between the UNWTO and Azerbaijan and for the growth of economic and cultural ties and further development of these relations.

In recent years, Azerbaijan has hosted World Intercultural Dialogue Forums (I, II, III). Azerbaijan is already preparing for the IV Forum. This is one of the positive trends. During the years of independence, intercultural dialogue is developing and the process continues.

**Key words:** United Nations, tourism, international, intercultural dialogue, Azerbaijan

**Açar sözlər:** Birləşmiş Millətlər Təşkilatı, turizm, beynəlxalq mədəniyyətlərarası dialoq, Azərbaycan

2018-ci il BMT tərəfindən «İnkişaf naminə Davamlı Turizm Beynəlxalq ili» elan olunmuşdur. Azərbaycan Respublikası nümayəndə heyəti BMT-nin Ümumdünya Turizm Təşkilatının (BMÜTT) ST-EP Fondunun 2018-ci il yanvar ayının 17-19-da İspaniya Krallığının Madrid şəhərində keçirilən iclasında iştirak etmişdir. Görüşdə Azərbaycan Respublikası ilə əməkdaşlıq üçün davamlı turizm çərçivəsində tədbirlər keçirilmişdir.

Bu baxımdan Ümumdünya Mədəniyyətlərarası Dialoq Forumunda mədəniyyətlərarası dialoq vasitəsi kimi turizm sahəsinin strateji yol xəritəsinin təsdiqi çox vacibdir. Son illərdə Azərbaycanda bir neçə Ümumdünya Mədəniyyətlərarası Dialoq Forumları (I, II, III) keçirilmişdir.

Artıq Azərbaycan IV foruma hazırlıq işləri aparır. Bu müsbət meyillərdən biridir. Müstəqillik illərində mədəniyyətlərarası dialoq daha da inkişaf edir və bu proses çox vacibdir.

2019-cu il martın 14-də Azərbaycanın paytaxtı Bakı şəhərində VII Qlobal Bakı Forumu keçirilmişdir. Forumu Nizami Gəncəvi Beynəlxalq Mərkəzi təşkil edib. Forumda, Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev cənabları iştirak etmişdir.

Forumda (14-16 mart 2019) 55 ölkənin 500-dən artıq nümayəndə heyəti (5 prezident, 1 baş nazir və s.) iştirak etmişdir.

VII Qlobal Bakı Forumunu Nizami Gəncəvi Beynəlxalq Mərkəzinin sədri İsmayıl Serageldin açmışdır. O, mədəniyyətlərarası dialoqu çox yüksək qiymətləndirmişdir.

BMT-nin Ümumdünya Turizm Təşkilatının (BMÜTT) ST-EP Fondunun iclasında iştirak üçün Azərbaycan nümayəndəliyi yanvarın 17-19-da Madrid səfərində olmuş, orada görüşlər keçirmişdir.

BMT-nin Ümumdünya Turizm Təşkilatının baş katibi Taleb Rifai [1, s.55] Azərbaycanla əməkdaşlıq çərçivəsində davamlı turizm, mədəniyyətlərarası dialoqlar, forumlar, məsələlər üzrə müzakirə aparmışdır.

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab İlham Əliyevin turizm sahəsi ilə bağlı imzaladığı vacib sərəncamlar, Azərbaycan Respublikasının Turizm Şurasının yaradılması, turizm sahəsinin inkişafı ilə bağlı strateji yol xəritəsi təsdiq edildi.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

2016-cı ildə ölkəmizə gələn turistlərin sayında 11% artım olduğu qeyd olunmuşdur [1, s. 54].

2017-ci ildə BMÜTT-ün ST-EP Fondunun Direktorlarının 14-cü görüşü təşkil olunmuşdur.

Gürcüstanla Azərbaycan arasında intensiv mədəniyyətlərarası dialoqlar aparılması qərara alınmışdır.

Birləşmiş Millətlər Təşkilatının 70-ci Baş Assambleyası tərəfindən 2017-ci il «İnkişaf Naminə Davamlı Turizm Beynəlxalq ili» elan edilmişdir [1, s.54].

Müasir dövrdə qloballaşma prosesləri hər şeydən əvvəl beynəlxalq əlaqələrin güclənməsi, ölkələr arasında kommunikasiyanın genişlənməsi, ayrı-ayrı xalqların mədəniyyətlərində ümumi elementlərin artması ilə səciyyələnir. Eyni zamanda bu proseslərin gedişində daha çox Amerika və bir qədər zəif də olsa, Qərbi Avropa elementlərinin üstünlük təşkil etdiyi transmilli mədəniyyətin mədəni-siyasi hegemonluğunun özünü getdikcə daha bariz şəkildə göstərdiyini sezməmək mümkün deyildir. Bu hal bəzi tədqiqatçıları mədəniyyətlərin inteqrasiyası, vahid dünya mədəniyyətinin təşəkkülü, millətlərin və xalqların qovuşaraq «superetnos» yaradacağı barədə konsepsiyalar irəli sürməyə ruhlandırır, digər mütəxəssisləri, əksinə, sivilizasiyaların toqquşmasından, Şərqi və Qərbi mədəniyyətləri arasında dialoqun qeyri-mümkünlüyündən danışımağa sövq edir. Hətta bəziləri belə hesab edirlər ki, hər bir sivilizasiyanın əsasında din durur, dini etiqad və inanclar xalqların şüurunda dərin kök salmışdır və buna görə də sivilizasiyaların dialoqu mümkün deyil [2, s. 159]. Bakı Humanitar forumunda yeni olan «Qloballaşmanın çağırışları» əsnə ilə transformasiya arasında müzakirələri bu suallar ətrafında olan reallıqlar haqqında fikir mübadiləsinə təkan verəcəkdir [2, s. 157].

Mədəniyyətdə, ədəbiyyatda, incəsənətdə, hətta siyasətdə dinlərarası dialoqda qloballaşma çox vacibdir.

Azərbaycanda mədəniyyətlərarası dialoq, qarşılıqlı əlaqələr və sintez də milli və mənəvi dəyərlərin əsasında formalaşmışdır. Bu baxımdan turizm sahəsində səmərəli əməkdaşlığın qurulması, Birləşmiş Millətlər Təşkilatı və turizm sahəsində beynəlxalq əməkdaşlıq vacib mədəniyyətlərarası dialoqun vasitəsidir.

FİTUR beynəlxalq turizm sərgisində Ermənistan Azərbaycan torpaqlarını işğal etdiyini və bu təcavüzün hələ də davam etdiyini bir daha göstərərək, yenidən tərribatə əl atmış, Ermənistana aid təqdimat stendində Qarabağla bağlı şəkillər və materiallar yerləşdirmişdir.

Azərbaycanın ərazi bütövlüyünü təsdiq edən sənədlərə, eləcə də 2015-ci ildə BMÜTT İcraiyyə Şurasının 100-cü iclasında «Münaqişə zonalarının turizm məqsədilə qanunsuz təbliğinə dair» qərarına bir daha istinad edilmişdir [1, s. 55]. Məsələ ilə bağlı BMÜTT-ün baş katibi Talib Rifai ilə müzakirə aparılmış və Ermənistan tərəfinin beynəlxalq hüquqa zidd olan bu hərəkətlərinin həm təşkilatın fəaliyyətinə və həm də qəbul etdiyi qərarlara hörmətsizliyi diqqətə çatdırılmışdır [1, s. 55].

Son hadisə ilə bağlı müvafiq səviyyələrdə müzakirələr apararaq, lazımi ölçülər götürüləcəkdir.

Azərbaycan Respublikası Prezidenti cənab İlham Əliyevin uğurlu xarici siyasəti nəticəsində əldə edilmiş beynəlxalq nüfuz bu tərribatların qarşısını alır.

BMÜT-də Ermənistanın təcavüzkar siyasəti və işğalçı fəaliyyətini beynəlxalq ictimaiyyətin diqqətinə çatdırılması baxımından Azərbaycan üçün əlavə beynəlxalq platformaya çevrilir.

«Azərbaycanın ərazi bütövlüyü bütün dünya tərəfindən tanınır və qeyd-şərtsiz bərpa edilməlidir. İşğaldan əziyyət çəkən, öz yerindən didərgin düşən soydaşlarımız doğma torpaqlarına qayıtmalıdır. Baxmayaraq ki, o torpaqlarda artıq həyat yoxdur, hər şey dağılıb. ATƏT-in formalaşdırıcı və qiymətləndirmə missiyaları işğal edilmiş torpaqlara iki dəfə ezam olunmuşdur və onların məruzələrində açıq-aydın göstərilir ki, hər şey dağıdılıb. Bizim məsclərimiz, əcdadlarımızın qəbirləri, tarixi abidələrimiz dağıdılıb, muzeylərimiz talan edilib. Yəni, bu böyük humanitar fəlakətdir və Azərbaycan təkbəşinə, öz gücü hesabına bu humanitar məsələnin həlli, köçkünlərin yerləşdirilməsi, onları işlə təmin etmək üçün böyük işlər görüb və hələ bu işlər davam edir» [2, s.8]. Bunu Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev 2014-cü il oktyabrın 2-də Bakı Beynəlxalq Humanitar Forumunda çıxışında demişdir.

2017-ci il 10-13 may tarixində Birləşmiş Millətlərin Ümumdünya Turizm təşkilatının (BMÜTT) iclaslarında Azərbaycanın ərazi bütövlüyünü təsdiq edən sənədlərə və 2015-ci ildə BMÜTT İcraiyyə Şurasının 100-cü iclasında «Münaqişə zonalarının turizm məqsədilə qanunsuz təbliğinə dair» qərarına bir daha istinad edilmişdir. Müzakirələrdə Ermənistan tərəfinin beynəlxalq hüquqa zidd olan bu hərəkətlərinin həm təşkilatın fəaliyyətinə və həm də qəbul etdiyi qərarlara hörmətsizliyi haqqında söylənilmişdir [1, s.55-56]

BMÜTT tərəfindən məlumat verilmişdir ki, məsələ ilə bağlı müvafiq səviyyələrdə müzakirə aparılmış, lazımi ölçülər götürüləcəkdir.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Ermənistan tərəfin belə beynəlxalq tədbirlərdə təxribatları nəinki onların xeyrinə olmuş, əksinə Azərbaycan Respublikası Prezidenti İlham Əliyevin uğurlu xarici siyasəti nəticəsində əldə edilmiş beynəlxalq nüfuzu sayəsində belə təxribatların qarşısı layiqli şəkildə alınır.

Bu təxribatların təşkil olunduğu məkanlar erməni faşistlərinin təcavüzkar siyasətini və işğalçı fəaliyyətini beynəlxalq ictimaiyyətin diqqətinə çatdırılması baxımından Azərbaycan üçün beynəlxalq platformaya çevrilir.

Azərbaycan və BMÜTT-nin 2001-ci ildən olan əməkdaşlığı çox vacibdir. Forumlar, görüşlər, diskussiyalar, həyata keçirilən layihələr, Azərbaycan-BMÜTT əməkdaşlığı beynəlxalq turizmə öz tövhələrini verir, fəaliyyət istiqamətləri müəyyənləşdirilir və genişləndirilir.

13 sentyabr 2017-ci ildə «Turizm və dayanıqlı inkişaf məqsədləri» mövzusunda keçirilmiş forumda Azərbaycan, Misir, Mərakeş, Kolumbiya, Gürcüstan, Filippin və İsveçrənin nümayəndələri iştirak etmişlər.

Azərbaycanın Beynəlxalq Sərgilər Bürosunun «EXRO-2025» tədbirinə ev sahibliyi etmək üçün namizədliyi barədə 2017-ci ildə məlumat verilmişdir [1, s.56] və turizm sahəsində beynəlxalq əməkdaşlığın – turizm mədəniyyətlərarası dialoq vasitəsi kimi inkişaf edir, iqtisadi mədəni əlaqələri artırır və mədəniyyətlərarası dialoqun əsas vasitəsinə çevrilir.

### ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin 2017-ci il ərzində gördüyü işlər haqqında – 76 s.
2. Bakı Beynəlxalq Humanitar Forumunun materialları (2-3 oktyabr, 2014-cü il). – Bakı: Şərq-Qərb, 2016. 2 cildə, I cild-352 s.
3. Bakı Beynəlxalq Humanitar forumunun materialları (2-3 oktyabr, 2014-cü il). Bakı: Şərq-Qərb, 2016. 2 cildə, II cild-408 s.

## INNOVATIVE APPROACH TO THE RESEARCH OF MULTICULTURAL VALUES OF GANJA BASED ON LOCAL TOURISM MONUMENTS

**HASANOV Elnur Latif**

*PhD., senior specialist*

*Ganja Branch of Azerbaijan National Academy of Sciences*

### ABSTRACT

*This scientific work deals with the research importance of historical-architectural monuments of ancient city Ganja as local sources in investigation of development of tourism in the Western region of Azerbaijan. Based on various academic materials, scientific literatures and contemporary World experience have been researched the significance of tourism monuments, also material-cultural samples in study of traditional multicultural values, too.*

**Key words:** *Ganja, tourism, monuments, architecture, tolerance.*

### Introduction

Ganja, one of the oldest cities in the East with ancient history. On the issue of the etymology of the name of the city, scientists suggested different options, but they came to the common opinion that Ganja takes its name from the ancient Turkic tribes "Genjak" [1, p. 10-12].

On the basis of indisputable archaeological and ethnographic materials, the existence of settlements in the territories of ancient Ganja was proved in the Neolithic era, that is, the VII-VI millennia BC.

The first archaeological excavations in the valley of the Ganjachai river were carried out at the end of the XIX century by Dubois de Manpere, F. Baern, E. Resler, J. Hummel and other foreign archaeological scientists. Later, historical and archaeological exploration work was carried out by Azerbaijani archaeologists and for the first time the location of the city of Ganja was fully and comprehensively depicted by I. Jafarzadeh [2, p. 4].

Due to centuries-old national and moral values, this city has been considered as a kind of "indicator" of the socio-cultural and political-social system for many centuries. Since it was Ganja that

## **TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS**

was the main center of the main historical reforms, important national uprisings against the enemy troops advancing on our homeland.

### **Materials and methods**

Ancient historical-cultural monuments in Ganja city have great importance in development of tourism. One of the most ancient Orthodox churches in the western region of the country is located in Ganja, and here until now, believers perform their religious rites, celebrate important historical dates and holidays. And this ancient temple is protected as an important historical and architectural monument and the residents of the city respect the Orthodox believers. One of the largest and at the same time ancient German Lutheran churches is also preserved in our ancient city and is declared a historical and architectural monument. Despite the fact that the main part of the faithful population of the city is Muslim, the inhabitants of the city for centuries protected with special respect the ancient Albanian Christian churches, as well as the Georgian church and other monuments.

Ganja is one of the few cities where such residential neighborhoods as “Jewish Street”, “Lezghy Quarter”, “Lagich (Lahydzh)” Quarter, etc., existed, where other nations lived in peace and quiet [4, p. 118; 5, p. 34-37; 6, p. 11-13].

Ganja, the capital of the first democratic republic of the Muslim East and in the XX century, has retained its status as a center of national state values. In Ganja in 1918, more than 200 government documents, declarations and decisions on the proclamation of the native language, on the creation of a national army, on confirming the flag of the state, etc. were adopted.

Ganja residents are proud, but humane, simple people. They fought against evil to the end, but always defended the weak, needy people. Today, these spiritual values are preserved and respected, as many thousands of years ago.

The Imamzade complex, located on the territory of the State Historical and Cultural Reserve of one of the ancient centers of science and culture - the city of Ganja, was erected in 739 over the grave of Movlan Ibrahim - the son of the fifth imam Mohammed Bagir, great-grandson of Huseyn ibn Ali - grandson of the prophet Mohammed. This monument is one of the main symbols of the city. The word "Imamzadeh" comes from the concept of "child of imam" and means "a descendant of the kind of imams." Among the people, the name Imamzade is considered a sacred place of worship and pilgrimage. Many members of the “Ahli Beit” who fled from persecution and persecution during the rule of the Umayyad dynasty (661-750), found refuge on the outskirts of the caliphate. Hazrat Ibrahim (a) moved to one of the centers of Islamic culture - the city of Ganja. Hazrat Ibrahim (a) lived on this land until the end of his life, where he was buried. A mausoleum (turbe) was erected over the grave of Movlan Ibrahim, and the tomb itself became a sacred place of pilgrimage [7-9].

The territory of the mausoleum, built in the VIII century, was expanded in the XIV-XVI centuries, and the buildings around it were erected mainly in the XVII-XVIII centuries. The mausoleum is the most valuable historical monument of the Imamzade complex. Its height is 12 m, the height of the dome is 2.7 m, the diameter is 4.4 m. Outside, the dome is covered with blue facing [2, p. 19-21].

In the XX century, a significant historical epigraphic pattern was discovered on the inner walls of the tomb - an ancient scripture that was studied by prominent historians and researchers – archeologist Isag Jafarzadeh, and a prominent epigraphy scientist, member of the National Academy of Sciences of Azerbaijan Meshadikhanum Neimatova, and read as follows:

“He, Allah, is eternal. This is the son of Imam Mohammed Bagheer Movlan Ibrahim (bless him) a glorious (paradise) garden. He died 120 years after his grandfather - may Allah bless him!” As a result of scientific research of this historical scripture, it became known that the mausoleum of Imam’s son was erected in 739.

The territory of the pilgrimage site Imamzade was in the possession of the representatives of the kind of the great Azerbaijani poet and thinker Nizami Ganjavi - Sheikhzamanovs. For centuries, the tomb of Movlan Ibrahim was holy guarded and was a place of worship. At the direction of the legendary commander, the last Khan Ganja Javadkhan Ziyadoglu (1748-1804), who entered his name in the heroic history of Azerbaijan, large-scale restoration work was carried out in Imamzade. In 1878-1879, at the initiative of General Major Israfil bey Yadigarzadeh, and at the beginning of the XX century - the Ganja intellectuals in the Imamzadeh complex underwent a major overhaul [1, p. 12-14; 2, p. 44, 49-55]. Representatives of prominent famous families are buried in this holy place. For



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

centuries, the Ganja complex Imamzade was a hotbed of charity, providing disinterested help to the needy and defenseless.

In the period from 1930 to 1944 the buildings of the complex were adapted for an orphanage. This sacred corner sheltered young children of different nationalities who suffered during the war. And today, supporters of different religious beliefs with a sense of gratitude come here to pay homage to this holy place. [9, p. 17].

### Conclusion

In the Republic of Azerbaijan, tolerance and multiculturalism have deep historical roots and are a way of life of the people. Preservation of various religious, cultural and historical monuments is one of the main priorities of state policy.

Imamzade complex in Ganja was reconstructed; construction work in the traditional Ganja architectural style was carried out at a high level. Two minarets with a height of 40 meters were erected in the main sanctuary, separate prayer halls for men and women were built. The complex has built rooms for guests with 90 beds and rooms for namaz. The renewed majestic complex Imamzade is one of the sacred places of the Islamic world, the pearl of the shrines of the East, and today is a place of pilgrimage not only for the local population, but also for many pilgrims from foreign countries.

### REFERENCES:

1. Hasanov S.L., Hasanov E.L. Applied features of comparative technical, sociological investigation of historical and contemporary heritage of Azerbaijan // International Scientific Journal Theoretical & Applied Science, 2018, Issue 1, vol. 57, part 1, p. 9-16
2. Həsənov E.L. Azərbaycan ziyarətgahları: Gəncə İmamzadə türbəsi. Bakı: Elm və təhsil, 2012, 268 s.
3. Həsənov E.L. Azərbaycan ziyarətgahları: Seyid Yusif ağa ocağı. Gəncə: Elm, 2008, 67 s.
4. Həsənov E.L. Gəncə İmamzadə türbəsi ənənəvi multikulturalizm abidəsi kimi / Qafqazda mədəni-dini irsin qorunması mövzusunda beynəlxalq konfransın materialları. Bakı, 2015, s. 117-120
5. Azərbaycan incəsənəti. VIII cild, Bakı: Elm, 1959. 276 s.
6. Əhmədov F.M. Gəncənin tarix yaddaşı. Bakı: Şirvan nəşr, 1998, 328 s.
7. Əhmədov F.M. XIX-XX əsrlərin hüdudlarında Gəncənin yaşayış məhəllələri və ticarət obyektləri / Azərbaycanın qərb regionunun problemlərinə həsr olunmuş elmi-tədqiqat işlərinin yekunları elmi-təcrübi konfransının materialları. Bakı, 1989, s. 247
8. Azərbaycan Respublikası Milli Arxiv İdarəsi Dövlət Arxivinin Gəncə şəhər filialı. F. 20, s. 1, iş 17
9. Нейматова М. Эпиграфические памятники Гянджи. Баку, 1991, стр. 4-7
10. Mustafayev A.N. Azərbaycan sənətkarlığı. Bakı: Altay, 2001. 232 s.
11. Mustafayev C.M. Orta əsrlərdə sənətkar təşkilatları // Cahan jurnalı, 1998, 4, s.17-21
12. Hasanov E.L. Applied significance of investigation of handicrafts branches in Ganja city based on innovative technologies (Historical-ethnographic research). Prague: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ» (Czech Republic), 2018, 110 p. ISBN 978-80-7526-323-0
13. Памятная книжка Елисаветпольской губернии на 1914 годъ. Елисаветполь, 1910, 337 с.
14. Azərbaycan etnoqrafiyası: 3 cildə, I cild. Bakı: Şərq-Qərb, 2007, 544 s.
15. Guliyeva N.M., Hasanov E.L. Investigation of basic decorative-applied arts of Ganja on the basis of some innovative arguments and technologies / Science and Society: Proceedings of the 3rd International scientific-practical conference. London: Scieuro, 2013, p. 281-291
16. Hasanov E.L. To the Question on Research of Craftsmanship Traditions of Ganja of XIX – First Half of XX Centuries // Mediterranean Journal of Social Sciences, 2015, vol. 6, № 1, Part S1, pp. 433-437. Doi:10.5901/mjss.2015.v6n1s1p433
17. Məmmədov F.N. XIX əsrdə Gəncə şəhərinin ərazisi, əhalisi və idarəsi (1868-ci ilə qədər) // Azərbaycan SSR Elmlər Akademiyasının Xəbərləri (Tarix, fəlsəfə və hüquq seriyası), 1976, № 3, s. 30-37

## **ANA DİLİMİZ MİLLİ SƏRVƏTİMİZDİR**

**p.ü.f.d., dosent Seyidəli Həsən oğlu MƏMMƏDLİ**

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *Having existed thousands of years our mother tongue was exposed to persecution, pressure and political cataclysms in some periods of the history. However, it could survive and made progress through the years of independence. Today the Azerbaijani language is the official language of the Republic of Azerbaijan.*

*Decisions concerning the mother tongue that were made by the independent Republic of Azerbaijan contribute to its reinforcement, development and protection.*

*Borrowed words are of the factors contributing to the development of the mother tongue. However, observations reveal that there are some faults in their spelling and pronunciation. There exist problems in finding Azerbaijani equivalents for these borrowings and including them in the active vocabulary. There also exist spelling-related inaccuracies and mistakes on advertising boards. All these issues should be removed.*

**Key words:** *native language, official language, national language, preservation and development of the language*

Araşdırmalar göstərir ki, Azərbaycan aborigenləri türkdilli olmuş, e.ə. III-I minilliklərdən üzü bəri türk dili ana dili statusunda böyük tarixi inkişaf yolu keçmiş, XI əsrin ortalarında oğuz tayfaları dilinin güclü təsiri nəticəsində tam şəkildə formalaşmış, XII əsrdə ədəbi Azərbaycan dili təşəkkül tapmışdır. Digər dillər kimi ana dilimiz tarix boyu yadellilərin təqib və təzyiqlərinə məruz qalsa da Səfəvilər dövləti dövründə Şah İsmayıl Xətai ilk dəfə Azərbaycan türkcəsini rəsmi dövlət dili elan etmişdir. O dövrdə Azərbaycan dilinin səfəvilərin saray-dövlət dilinə çevrilməsi çox böyük ictimai-siyasi hadisə idi. Bu hadisə ana dilinin daha da inkişaf etməsinə güclü təsir göstərmişdir.

İslam dininin vüsət aldığı, var gücü ilə oturuşduğu bir dövrdə ana dilinin belə yüksəkliyə qaldırılması xalqımızın tarixinə yazılan ən önəmli hadisələrdən biridir.

Tarixin sonrakı dövrlərində görkəmli şair və yazıçılarımız Azərbaycan dilinin daha da inkişafı qayğısına qalmış, şifahi və yazılı ədəbiyyatımızı inkişaf etdirmişlər.

1828-ci ildə Tükmənçay müqaviləsi nəticəsində ikiye bölünən Azərbaycan uzun müddət rus və fars dillərinin təsiri altına salınmış, xalqımızın ana dilini rus və fars dilləri içərisində əritməyə çalışmışlar.

1918-20-ci illərdə Azərbaycan Xalq Cumhuriyyəti dövründə dilimiz öz ənənəvi adı ilə türk dili şəklində dövlət dili kimi qəbul edildi. Qısa müddətdə aparılan islahatlar dilin inkişafına öz töhfəsini verdi.

Hətta sovetləşmədən sonra xeyli müddət belə qaldı. 1936-cı ildən sonra isə dilimizin adı Azərbaycan dili, torpağımızın adı Azərbaycan, milli mənsubiyətimiz də azərbaycanlı kimi təyin edildi.

SSRİ dövründə qəbul olunmuş Azərbaycan SSR Konstitusiyalarında Azərbaycan dili respublikanın dövlət dili kimi təsbit olunsa da bu, yalnız kağızda öz əksini tapmışdır. Dövlət həyatında isə Azərbaycan dilinin heç bir hüququ yox idi. Hər yerdə, xüsusilə, respublikanın paytaxtında və digər iri şəhərlərdə rus dili hökmranlıq edirdi. Rus dilini bilməyənlər ictimai-siyasi həyatda mövqə qazana bilmirdi. Rus dilində danışmayan vətəndaşlar aşağılanır, onların ünvanına müxtəlif təhqiredici ifadələr işlədirdilər. Dövlət strukturlarında tədbirlər rus dilində keçirilir, rəsmi yazışmalar rus dilində aparılırdı. Rus dilində təhsil artıq rayon və kəndlərə ayaq açmışdır. Bütün bunlar bir məqsədlə edilirdi: xalq öz dilini, milli mənsubluğunu, kimliyini unutsun. Uşnskinin təbirincə desək “bir xalqı məhv etmək üçün onun torpağını, malını, mülkünü əlindən almaq kifayət etməz, ancaq onun dilini alsan həmin millətdən əsər-ələmət qalmaz.”

Sovet imperiyası dövründə uzun müddət xalqımıza qarşı dil genosidi siyasəti yeridilsə də bu iyirənc istəyin tam həyata keçirilməsi mümkün olmadı.

Lakin 1991-ci ilin 18 oktyabrında öz müstəqilliyini elan edən Azərbaycan Respublikası milli özünəqayıdış yolunu tutdu. Digər sferalarda olduğu kimi, ana dilinin inkişafı sahəsində də geniş imkanlar açıldı. 1992-ci ilin 22 dekabrında verilən fərmanla dövlətimizin dili türk dili adlandırıldı.

Əlifbanın kirildən latın qrafikalı əlifbaya keçidi ilə bağlı 1991-ci ilin dekabrında yeni layihə qəbul olundu, 2001-ci ilin 18 iyun tarixində bütün Azərbaycan ərazisində latın əlifbasına keçid təmin olundu.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

1995-ci ildə ümumxalq səsverməsi ilə qəbul olunmuş konstitusiyada dövlət diliimiz yenə Azərbaycan dili adlandırıldı. 2002-ci ildə “Azərbaycan Respublikasında dövlət dili haqqında” qanun qəbul olundu. Avqustun 9-u “Azərbaycan əlifbası və Azərbaycan dili” günü kimi qeyd olundu.

Müstəqil Azərbaycanın dövlətinin ana dili ilə bağlı müxtəlif vaxtlarda qəbul etdiyi qərarlar onun daha da möhkəmlənməsinə, inkişaf etməsinə və qorunmasına xidmət göstərir.

Azərbaycan Prezidenti İlham Əliyev 2011-ci il aprelin 26-da Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının illik ümumi yığıncağında söylədiyi giriş nitqində deyilib: “Ana dilimizə hörmət və qayğı daim olmalıdır. Biz ana dilimizi xarici təsirlərdən qoruyuruq. Ana dilimiz bizim toxunulmaz sərvətimizdir. Azərbaycan xalqının formalaşmasında, müstəqil ana dilimiz – Azərbaycan dili müstəsna rol oynamışdır. Biz elə etməliyik ki, dilimizin saflığını daim qoruyaq. Bu məsələyə çox ciddi diqqət göstərilməlidir.”

Azərbaycan dili dərin fikirlərin ən incə çalarlarındanək olduqca aydın şəkildə ifadə etmək qüdrətinə malikdir. Dilimizin özünəməxsus inkişaf qanunları ilə cilalanmış kamil qrammatik quruluşu, zəngin söz fondu, geniş ifadə imkanları, mükəmməl əlifbası, yüksək səviyyəli yazı qaydaları vardır.

Beləliklə, məlum olur ki, dövlət müstəqilliyimizin qısa tarixi dövründə dilimizin inkişafı ilə bağlı çox ciddi hüquqi baza yaradılıb. Hazırda dövlət dilimiz beynəlxalq tribunalardan eşidilir. Dilimizin mühüm sahələrinin inkişafı istiqamətində müxtəlif tədqiqatlar aparılır, digər dillərlə qarşılıqlı inkişafı imkanları və istiqamətləri müəyyənləşir. Digər dillər kimi Azərbaycan dili də daim inkişaf edir, dilin lüğət tərkibi milli və alınma sözlər hesabına daim zənginləşir, bəzi sözlər isə köhnələrək dildəki işləklilik tezliyini itirir və dilin passiv fonduna daxil olur. Müşahidələr göstərir ki, dünyada baş verən elmi-texniki tərəqqi və qloballaşma Azərbaycan dilinin də alınma sözlər (xüsusilə Avropa dilləri) hesabına, zənginləşməsi prosesini sürətləndirir.

Lakin alınma sözlərin dilin fəal lüğətində özünə yer eləməsi prosesində müəyyən problemlər də özünü göstərir. Yeni sözlərin tələffüzü və yazılışı sahəsində müxtəliflik mövcuddur ki, bu da dilin ədəbi səviyyəsinə mənfi təsirsiz ötürmədir. Məsələn, **kompyuter**, **hotel**, **horoskop**, kimi sözlərin orfoqrafiyasındakı ikili vəziyyəti eyni sözün izahlı və orfoqrafiya lüğətlərində müxtəlif cür yazılması ciddi orfoqrafik və orfoepik problemlər yaradır.

Ciddi nöqsanlardan biri də alınma sözlərə dilimizdə uyğun ekvivalent sözlərin tapılmaması və ya özləşmiş sözlərin fəal lüğətdə kifayət qədər möhkəmlənməməsidir.

Plyaj əvəzinə **çimərlik**, stoyanka əvəzinə **dayanacaq**, əsr əvəzinə **yüzillaq**, kameraxraneniya əvəzinə **saxlancaq**, tormoz əvəzinə **əyləç**, mərhələ əvəzinə **dönəm**, fortoçka əvəzinə **nəfəslik**, otkritka əvəzinə **açıqca**, rajok əvəzinə **dabankeş**, genosid əvəzinə **soyqırım**, svarka əvəzinə **qaynaq**(qaynaqçı), familiya əvəzinə **soyad**, vəziyyət əvəzinə **durum**, cəmiyyət əvəzinə **toplum**, təyyarə əvəzinə **uçaq** kimi sözlərin işlədilməsinə nə qədər nail olmuşuq!?

Dilimizi xoşagəlməz vəziyyətə salan məsələlərdən biri də reklam işinin düzgün qurulmaması və ona nəzarətin zəifliyidir. Bunun nəticəsidir ki, şəhər başdan ayğa anlaşılmaz reklam lövhələri ilə “zəngindir”.

Son dövrlər yerli-yersiz rus dilində danışığa qayıdış meyli, ingilis dilinə supermarağın yaranması da ana dilinin inkişafına müəyyən əngəl törədən amillərdən birinə çevrilir. Bu heç də o demək deyil ki, ingilis və ya digər dillər öyrənilməməlidir? Əslində insan nə qədər çox dil bilsə, (xüsusilə ingilis və rus dillərini) o qədər də xeyrinədir. Lakin uşağın ingilis və ya rus dilli bağçaya, sonra da orta məktəbə getməsi, daha sonra isə xarici dövlətlərin birində ali təhsil alması gələcəkdə vətəndaşlıq borclarının tamlığı ilə bağlı problem yaradır.

Ana dilimiz bizim milli sərvətimizdir. Ana dilimizi bilməyən və ya pis bilən kəsin vətən sevgisi də tam olmaz. Hər birimiz ana dilimizi sevməli, onun inkişafına qayğı ilə yanaşmalıyıq.

### ƏDƏBİYYAT SIYAHISI:

1. “Azərbaycan Respublikasında Dövlət dili haqqında” qanun. 30.09.2002
2. Mustafayeva S. Dilimizi sevak və sevdirek. ”Respublika” qəzeti 21.02.2013
3. Milli varlığın ifadəsi-21 fevral Beynəlxalq Ana dili günüdür. “Azərbaycan” qəzeti 21.02. 2012

**AZƏRBAYCANDA TƏHLÜKƏ ALTINDA OLAN  
TARİXİ-MƏDƏNİ ABİDƏLƏR**

**magistrant Turanə Mehman qızı MƏMMƏDOVA**

*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*

**Abstract:** *One of the most important moments in the development of tourist infrastructure is not to disturb the historical appearance of the place where it will be located. Each newly created tourist site must comply with national characteristics and traditions and have an incomparable appearance. The creation of natural and historical parks should help preserve the most valuable cultural and historical monuments as a single architectural, landscape and cultural complex. From this point of view, the protection and restoration of important historical values, natural and traditional landscapes, cultural and historical monuments should be considered as one of the necessary works.*

*The loss of cultural property is irreversible and cannot be replenished. The loss of any historical and cultural monument will inevitably affect all aspects of the life of present and future generations, which will lead to spiritual poverty, the destruction of historical memory and the poverty of society as a whole. These results cannot be compensated by the development of modern culture or the creation of new works.*

**Key words:** *cultural tourism, cultural heritage, historical and cultural monuments, threats, restoration and protection.*

Mütəşəkkil və düzgün turizm siyasətinin formalaşdırılması, bunun uğurlu surətdə həyata keçirilməsi heç də asan məsələ deyil. Bu məsələdə ölkənin yalnız mədəni turizm resurslarının və potensial imkanların olması hər şeyi həll etmir. Kifayət qədər turizm resursları olduğu halda, ölkəmiz beynəlxalq aləmdə hələ də mədəni turizm regionu kimi kifayət qədər tanına bilməmişdir. Bunun əsas səbəblərindən biri Azərbaycanın müstəqillik qazandığı ilk illərdən etibarən Ermənistanın torpaqlarımızı işğal etməsi nəticəsində elan edilməmiş müharibəyə cəlb edilməsi, bunun nəticəsində ölkədə bir çox sosial-iqtisadi problemlərin yaranması, 1 milyon 200 mindən çox azərbaycanlının öz ölkəsində qaçqın və məcburi köçkün vəziyyətinə düşməsi [9], hər il dövlət büdcəsinin böyük bir hissəsinin Azərbaycanın müdafiə qabiliyyətinin möhkəmləndirilməsinə sərf edilməsidir. Bundan başqa işğal altında olan rayon və şəhərlərimizin müharibə nəticəsində dağıdılması, zəngin mədəni-tarixi və təbii abidələrinin əksəriyyətinin məhv edilməsi nəticəsində onların turizm potensialından istifadənin qeyri-mümkünlüyü də belə bir şəraitin yaranmasına gətirib çıxarmışdır. Yalnız son illərdə Azərbaycanın sürətli iqtisadi inkişaf dövrünü yaşadığını nəzərə alsaq bu sektorun inkişafı üçün siyasi, iqtisadi və sosial-mədəni imkanlar yarandığından yaxın gələcəkdə Azərbaycanda mədəni turizmin inkişaf perspektivlərinə nikbin baxmaq olar.

Turizm infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi zamanı ən vacib məqamlardan biri onun yerləşəcəyi ərazinin tarixi simasını pozmamadır. Hər bir yeni yaradılmış turizm mərkəzi (obyekti) milli xüsusiyyətlərə və ənənələrə uyğun olmalıdır və eyni zamanda təkrarolunmaz görünüşə malik olmalıdır. Təbii-tarixi parkların yaradılması ən dəyərli mədəni və tarixi abidələrin vahid memarlıq-landşaftı və mədəni komplekslər kimi xilas edilməsinə kömək etməlidir. Əhəmiyyətli tarixi dəyərlər, milli xəzinə kimi dəyərləndirilən əl işi, təbii və ənənəvi landşaftların mədəniyyət və tarixi abidələrini qorumaq və bərpa etmək zəruri işlərdən biri hesab edilməlidir.

Mədəni dəyərlərin itirilməsi bərpa olunan bir proses deyil və onun yerini doldurmaq olmur. Hər hansı bir mədəni miras itkisi qaçılmaz olaraq indiki və gələcək nəsillərin həyatının bütün sahələrinə təsir göstərəcək, mənəvi yoxsulluq, tarixi yaddaşın pozulması, bütövlükdə cəmiyyətin yoxsulluğu ilə nəticələnəcəkdir. Bu nəticələr müasir mədəniyyətin inkişafı və ya yeni əhəmiyyətli əsərlərin yaradılması ilə kompensasiya edilə bilməz.

Böyük mədəni turizm potensialına malik Azərbaycanda bu sahədə görülməli mühüm işlərdən biri hələ 1968-ci ildə hazırlanmış "Azərbaycan SSR ərazisində dövlət mühafizəsinə götürülən daşınmaz tarix və mədəniyyət abidələrinin siyahısı"nın yenidən tərtib olunmasıdır. Çünki keçən dövr ərzində çoxlu sayda yeni abidələr tapılmışdır ki, bu da siyahının yenidən tərtib olunması ehtiyacını doğurmuşdur. Siyahı üzərində 1988 və 2001-ci illərdə aparılmış işlər nəticəsində ölkədə yerli, respublika və dünya əhəmiyyətli qorunan abidələrin sayı 6.308-ə çatmışdır. Son vaxtlar aparılan yeni dəqiqləşdirmələr bu siyahının 7.000-ə çatacağını göstərir. Bu siyahının hazırlanması yalnız mühafizəni gücləndirmir, qorumaqla istifadə

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

zərurətini də ortaya çıxarır. Bu səbəbdəndir ki, keçən dövr ərzində turizmin nümayiş obyektini kimi istifadə olunması məqsəddə uyğun hesab edilən bir sıra tarix-mədəniyyət abidələri bərpa edilmiş və turistlərin istifadəsinə verilmişdir [4, s.34].

İki əsrdən artıqdır Azərbaycan xalqına qarşı davam edən erməni təcavüzünün qurbanları təkcə soydaşlarımız deyil, həm də tarixi-mədəni abidələrimiz, müqəddəs ocaqlarımız və məbədlərimizdir. Azərbaycanın mədəni irsi bəşər mədəniyyətinin ayrılmaz tərkib hissəsi olduğundan ölkəmizin ərazisində xalqımızın çoxəsrlik tarixi keçmişindən yadigar qalmış mədəniyyət abidələrinin mühafizəsi beynəlxalq əhəmiyyət kəsb edən problem olaraq qalır. Çünki Ermənistan işğal etdiyi Azərbaycan ərazilərində mədəni irsin məhv edilməsinə və saxtalaşdırılmasına yönələn, beynəlxalq konvensiyalarda bəşəri cinayət kimi qiymətləndirilən əməllər törədir.

Erməni təcavüzkarları işğal olunmuş ərazilərdə Azərbaycanın mədəni irsini təşkil edən mədəniyyət obyektlərini xüsusi qəddarlıqla məhv etmişlər. Ələ keçirdikləri ərazilərdə onlar 12 muzeyi və 6 rəsm qalereyasını, tarixi əhəmiyyətli 9 sarayı qarət etmiş və yandırmışlar. Onlardan İbrahimxəlil xan sarayı, Qarabağ xan sarayı, Qaraböyük xanım sarayı, Məhəmməd həsən ağa sarayı, Həməzə Sultan və Soltan Əhməd sarayları, Xurşud Banu Natəvanın saray kompleksi, Məlik Əjdər türbəsi, Üzeyir Hacıbəyovun və Bülbülün ev-muzeyləri, Qurban Pirimovun xatirə muzeyi, Ağdam Şəkil Qalereyası və s. in adlarını çəkmək olar. Nadir tarixi əhəmiyyətli 40 min muzey sərəvəti və eksponatı talan olunmuş, 44 məbəd və 9 məscid təhqir edilmişdir. Dağıdılan və yandırılan 927 kitabxanada 4 milyon 6 yüz min kitab və misilsiz əlyazma nümunələri məhv edilmişdir [5]. Ermənistan silahlı qüvvələrinin hərbi təcavüzü nəticəsində ölkəyə dəymiş ziyan təxminən 500 milyard ABŞ dollarından çoxdur (bu rəqəm Beynəlxalq Qiymətləndiricilər Assosiasiyası tərəfindən dəqiqləşdirilir) [5].

İşğal nəticəsində Dağlıq Qarabağ və ətraf rayonlarda dağıdılan muzeylər, məscidlər, abidələr tək Azərbaycan xalqının deyil, bütün İslam dünyasına, ümumilikdə isə bəşəriyyətə aiddir. Bu, bəşər mədəniyyətinə qarşı təcavüzdür. 1994-cü ildə atəşkəsin əldə edilməsindən sonrakı 23 il ərzində işğal altındakı ərazilərdə dağıdılan mədəniyyət, tarixi-dini abidələrin sayı hərbi münaqişə zamanı dağıdılmış abidələrin sayından çoxdur.

İşğal olunmuş ərazilərimizdə dövlət qeydiyyatında olan tarix və mədəniyyət abidələrinin ümumi sayı 900-dən çoxdur. Bəzi məlumatlara görə, dövlət qeydiyyatında olmayan abidələrin sayı 1500-dən çox, beynəlxalq əhəmiyyətli abidələrin sayı onlardır, qəbiristanların sayı isə 900-dən artıqdır. Dini Qurumlarla İş üzrə Dövlət Komitəsi tərəfindən işğal altındakı torpaqlarımızda təsbit edilmiş tarixi-dini abidələrin təqribi sayı isə 403-dür. Onlardan 67-si məscid, 144-ü məbəd, 192-i isə ziyarətgahdır. Ermənilər tərəfindən bir çox nadir tarixi mədəniyyət abidələrinin dağıdılması, İslam dininə aid olan nümunələrin məhv edilməsi və hətta tarixi abidələrin restavrasiyası adı altında Qafqaz Albaniyasına aid mədəni irsin saxtalaşdırılması, erməniləşdirilməsi prosesi bu gün də davam edir [5].

Azərbaycanın digər bölgələrində də bəzi tarixi-mədəni abidələr mühafizə olunmadığından dağılmaq təhlükəsi altındadır. Dağılmaq təhlükəsi ilə üzləşən belə abidələrdən biri unikal Dərvişlər karvansarasıdır. Qaradağ rayonu ərazisində Miəcik deyilən ərazidə yerləşən bu karvansara XV əsrdə inşa olunub: “Nazirlər Kabinetinin 2 avqust 2001-ci il tarixli qərarı ilə “Ölkə əhəmiyyətli daşınmaz tarix və mədəniyyət abidələrinin siyahısı”na daxil edilib. İnventar nömrəsi 106 olan abidə hazırda qəzalı vəziyyətdədir. Divarlarda çatlar, dağınıqlar var. Unikal tarixi abidə olan bu karvansara da Dövlət Xidmətinin nəzarətindədir. Karvansaranın bərpa olunması ilə bağlı məsələ diqqətdə saxlanılır. Abidə Qobustan Milli Tarixi-Bədii Qoruğunun tərkibinə veriləcək. Xidmət rəsmisi qeyd edib ki, karvansaranın təmir-bərpa olunması istiqamətində sahibkarlarla danışıqlar aparılıb: “Yaxın vaxtlarda abidənin turizm məqsədləri ilə istifadə olunması üçün təmir işlərinə başlanılacaq” [6].

Bakının ən qədim kəndlərindən olan Balaxanıda tarixi abidələrin bir çoxu baxımsız vəziyyətdədir. Yolları uçur-sökük kəndin qəbiristanlığında yerləşən Hacı Şəhla məscidi isə tamamilə məhv olmaq təhlükəsi ilə üz-üzədir. Hacı Şəhla məscidinin üstündə vaxtilə iki sətirlik kitabə olub. Həmin kitabədə bu sözlər olub: “Bu imarət Hacı Şəhla bin Şakir bin Mustafa Köşkinindir. Yeddi yüz səksən yeddinci il”. Bu kitabədən bir az solda, qapı çərçivəsindən bir az aralı ərəbcə bir kitabə də olub ki, bu da imarəti tikən ustaların adını bildirir. İki sətirlik bu kitabə belə oxunub: “Ustad Arif bin ustad Musa Cibalin işidir”. Üzərində olan kitabələrdə məscid imarət adlandırılıb [7].

Ancaq bəzi məscidlərdə onları son imarət kimi qeyd olunmasına rast gəlinir. Məsciddə məzarlığa təsadüf olunmadığı üçün məzarın harada yerləşməsi bu günə qədər bilinmir. Yəni məscid tədqiq olunmadan tarixə qovuşmaq üzrədir. Tikili hazırda uçulmuş vəziyyətdədir. Bir qədər əvvəl kimi

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

məscidin tam yarısı, cənubdan-şimal tərəfə dağınıq vəziyyətdə olsa da qalırdı. Yəni portal hissəsinin yarısı, qərb divarı sağlam idi. Hazırda isə həmin tikilinin qalan divarları da tamamilə dağılmaq ərafındadır.

Ümumiyyətlə, Balaxanı qəsəbəsindəki tarixi abidələrin hər birinin durumu acınacaqdır. Şirvanşah əmiri Xacə Zeynəddinin göstərişi ilə XIV əsrdə tikilmiş ovdanın ümumi görünüşü heç də yaxşı vəziyyətdə deyil. 40 pilləkənli su ovdanı vaxtilə insanların suya olan tələbatı ödəməyə görə inşa edilib. XIV əsrdən XIX əsrin sonuna qədər, eləcə də 1920-ci ilin aprel çevrilişinə qədər istifadə olunub. Yeddi metr dərinliyi olan bu ovdan Balaxanı sakinləri üçün təmiz sudan istifadə üçün nəzərdə tutulmuşdu. Su quyusunun ortasında olan çarxa sakinlər at bağlayaraq suyu çəkiblər. Su arxlara, eləcə də Qum hamamına da gedərmiş. Sovet dövründə tarixi abidə baxımsızlıqdan zibil atılan məkana çevirilmişdi. Müstəqilliyin ilk illərində isə su ovdanı yerli sakinlərin təşəbbüsü ilə təmizlənilib səhmana salınmışdı. Kəndin cənubundakı “Boq-boqi” adlanan yerin yaxınlığında vaxtilə Suraxanı atəşgahına bənzər abidə olub. Kəndin cənub hissəsindəki köhnə qəbiristanlıqda “Pirə Moulo” piri, kəndin ortasındakı böyük tut ağacının yanında olan “Sənqıran” piri olub. Tarixi abidələrə biganəlik sadalanan abidələrin tarixdən silinib yox olmasına gətirib çıxarıb [7].

1636-cı ildə tikilmiş Hacı Ruhulla tikilisi, yerli sakinlərin Şah Səfi karvansarayı adlandırdığı bina kəndin mərkəzində yerləşir. Bu abidə də məhv olmaq təhlükəsinə məruz qalmışdır. Balaxanı qəsəbəsi coğrafi mövqeyinə görə, Abşeron yarımadasının mərkəzində, tarixi “İpək yolu”nun üstündədir. Zamanında bütün tacirlərin yolu buradan düşüb və Şah Səfi karvansarayı da onların ixtiyarında olub.

Bundan başqa Füzuli rayonu ərazisində üç tarixi mədəniyyət abidəsi dağılmaq təhlükəsi ilə üzləşib. APA-nın Qarabağ bürosunun məlumatına görə, bunlar Babı kəndi ərazisində yerləşən Şeyx Babı Yaqub türbəsi (13-cü əsrə aid), Əhmədəlilər kəndi ərazisindəki Əhmədəlilər türbəsi (13-cü əsrə aid) və 19 əsrdə inşa olunmuş Böyük Bəhmənli məscididir. Uzun illərdir təmirə ehtiyac duyan tarixi abidələr sözügedən yaşayış məntəqələrinin ermənilər tərəfindən işğalı zamanı daha da acınacaqlı vəziyyətə salınıb.

MİRAS Mədəni İrsin Öyrənilməsinə Kömək İctimai Birliyi tərəfindən “Azərbaycanda tarix və mədəniyyət abidələrinin mühafizəsi və təbliği: mövcud vəziyyətin monitorinqi və qarşıda duran vəzifələr” layihəsi hazırlanmış və 2013-cü il may ayının 1-dən etibarən həyata keçirilməyə başlanmışdır [8]. Layihənin məqsədi mədəni irsimizə aidiyyəti qurumlar, o cümlədən yerli təşkilatlar və geniş ictimaiyyətin münasibəti sahəsindəki problemləri ilk dəfə bir ictimai birliyin söyləri nəticəsində üzə çıxarmaq, mütəxəssis araşdırmaları, təklif və tövsiyələri, keçirilən ictimai müzakirələr, çəkilən film vasitəsilə şəhər və kənd sakinləri, abidələrə yaxınlıqda yaşayan insanları maarifləndirmək, bununla da mədəni irsimizin mühafizəsi və təbliği sahəsində görülən işləri stimullaşdırmaqdan ibarət olmuşdur.

Layihənin həyata keçirilməsi zamanı layihə iştirakçıları Ağsu, Gəncə, Qazax, Şamaxı, İsmayılı və Şəmkir rayonlarında olmuş və təhlükə altında olan bir sıra tarixi-mədəni abidə aşkar etmişlər. Layihə çərçivəsində araşdırılan abidələrdən biri Sarıtəpə qədim yaşayış məskəni olmuşdur. Sarıtəpə qədim yaşayış məskəni Qazax şəhərinin qərb qurtaracağında yerləşir. Tədqiqatlar nəticəsində müəyyən olunmuşdur ki, yaşayış yeri hələ tunc dövrünün sonu, dəmir dövrünün əvvəllərində meydana gəlmiş və e.ə. I minilliyin son rübünədək orada yaşayış davam etmişdir. Sarıtəpə abidəsi 100 metr diametri və 10 metr hündürlüyü olan möhtəşəm təpədən ibarətdir. Aparılan monitorinq və sorğular zamanı məlum olmuşdur ki, hazırda abidə qorunmur, abidənin qorunması haqqında heç bir göstəriş yoxdur və bu səbəbdən də acınacaqlı vəziyyətdədir.

Layihə çərçivəsində Orta əsr Gəncə şəhərində də monitorinq aparılıb. Kiçik Qafqaz dağlarının şimal ətəklərində, Kür çayının sağ qolu olan Gəncə çayının hər iki sahilində yerləşən Gəncə Azərbaycanın ən qədim şəhərlərindəndir. Bəzi alimlər şəhərin yaranmasını e.ə.VII əsr, əksəriyyəti isə orta əsrlərin başlanğıcına aid edirlər. Orta əsr Gəncə şəhərində kompleks arxeoloji tədqiqatlar 1938-1940-cı illərdə Azərbaycan Dövlət Tarix Muzeyi və Tarix İnstitutunun birgə ekspedisiyası tərəfindən aparılmışdır. İshaq Cəfərzadə və Vadim Leviatovun rəhbərliyi ilə Qədim Gəncə ekspedisiyası adı ilə aparılan genişmiqyaslı tədqiqatların nəticəsində minlərlə maddimədəniyyət nümunəsi aşkar olunmuş, hal-hazırda Milli Azərbaycan Tarix Muzeyi, Nizami adına Milli Azərbaycan Ədəbiyyat Muzeyi və Gəncə Tarix və Diyarşünaslıq Muzeyində qorunur və nümayiş olunur. Qazıntılar sonralar fasilələrlə davam etdirilsə də, hal-hazırda tədqiqat aparılan sahələr baxımsız və tonlarla zibil yığınının altındadır. Tədqiqat qrupunun şəhər yerində rastlaşdığı kimi qədim tarixə malik Gəncə şəhəri abidə olaraq ona layiq səviyyədə qorunmur. Gəncə sakinlərinin də doğma şəhər haqqında məlumatı azdır [8].

Layihə qrupunun araşdırmalar apardığı növbəti abidə Cavanşir qalası olub. Cavanşir qalası - İsmayılı rayonu ərazisində Talıstan kəndi yaxınlığında yerləşir. Qafqaz Albaniyasında Mehranilər

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

sülaləsinin hakimiyyəti dövründə inşa edilmiş bu qala hökmdar Cavanşirin adını daşıyır. Məlumdur ki, Albaniya tarixinin son dövrləri, onun əsas vilayətlərindən olan Girdiman vilayəti və tanınmış sərkərdəsi Cavanşirin adı ilə bağlıdır. Qalanın inzibati mərkəz kimi də istifadə olunduğu güman edilir. Qala İsmayılı rayonunun Talistan kəndindən 4 km şimalda, Ağ çayın sağ sahilində yerləşir. Qala əsas hissə və “içqala”dan ibarətdir. İç qala qalanın şimal hissəsindədir. İç qalanın divarları daha çox dağıntıya məruz qalmışdır. Bir çox yerlərdə onun yalnız bünövrəsi qalmışdır.

Mütəxəssislərin fikrincə, Cavanşir qalası respublika səviyyəsində diqqət mərkəzində saxlanılan tarixi abidələrimizdən olmağa layiqdir. Amma təəssüf ki, monitoring zamanı məlum olmuşdu ki, burada da vəziyyət ürəkaçan deyil. Abidə elmi baxımdan öyrənilməyib, burada arxeoloji tədqiqatlar aparılmayıb, turizm marşrutlarına daxil edilməyib. İctimaiyyətin nümayəndələri onun haqqında kifayət qədər məlumatlı deyillər. Heç zaman bərpa olunmaması və son illərdə leysan yağışların yağması nəticəsində qala divarlarının uçmasına şərait yaratmışdır.

Layihə çərçivəsində Xınıslı yaşayış yerində (Qədim Şamaxı şəhəri) də monitoring aparılmışdır. Xınıslı – Azərbaycan Respublikasının Şamaxı rayonu ərazisində antik və ilk orta əsrlər dövrünə aid arxeoloji abidədir. II əsrdə Klavdi Ptolemey şəhərin adını Kamaxeya kimi yad etmiş, həmin dövrdə onun mövcudluğu tarixə keçmişdir [8]. Qədim Şamaxı hesab olunan Xınıslıda ötən əsrin 60-70-ci illərində arxeoloq Cabbar Xəlilovun rəhbərliyi ilə aparılan tədqiqatlar nəticəsində oradan qəbirlər, yerli ustaların əməyinin məhsulu sayılan çoxsaylı maddi-mədəniyyət nümunələri, o cümlədən yerli istehsal olan nəfis şüşə məmulatı, qab və bəzək şeyləri də aşkar olunmuşdur. Oradan tapılan ən qiymətli nümunələr içərisində Xınıslı dəfinəsi xüsusi yer tutur. Layihə çərçivəsində görülən işlər üzə çıxardı ki, bu abidə haqqında da məlumat azdır. Yerli əhali, ümumiyyətlə abidəni tanımır. Abidənin yerləşdiyi ərazi ev tikmək üçün sakinlər arasında bölünüb. Bəzi yerlər məişət tullantıları ilə zibillənib, abidənin qorunması haqqında isə heç bir göstərici nişan yoxdur.

Dəfələrlə qeyd olunduğu kimi, Azərbaycan qədim tarixə malik bir ölkə olduğundan olduqca zəngin tarixi-mədəni abidələr potensialına malikdir. Lakin bu abidələrin bir hissəsi hələ də dövlət tərəfindən mühafizə olunmur və bu səbəbdən məhv olmaq təhlükəsi ilə üz-üzədir. Belə abidələrin sayı çox olduğundan bu məqalə çərçivəsində onlardan yalnız bir neçəsi nəzərdən keçirilmişdir. Ümid edirik ki, dövlət qurumları tez bir zamanda həmin abidələri aşkar edərək dövlət mühafizəsi altına alacaq və bərpası üçün lazımlı tədbirləri həyata keçirəcəklər. Çünki mədəni turizmin uğurlu inkişafı, turist potensialının kütləvi şəkildə cəlb edilməsi ərazidəki mədəni, tarixi və təbii sərvətlərinin qorunmasına yönələn fəaliyyətlərdən çox asılıdır.

### ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. Bilalov B., Məmmədov C. Azərbaycanda gəlmə turizm və onun inkişaf yolları (monoqrafiya). Bakı: 2004, 180 s.
2. Əlirzayev Ə.Q. Turizmin iqtisadiyyatı və idarəedilməsi. Dərs vəsaiti. Bakı: Azərbaycan Dövlət İqtisadiyyat Universiteti, 2011, 493 s.
3. Hüseynov İ., Əfəndiyeva N. Turizmin əsasları. Bakı, “Mars-Print” NPF, 2007, 442 s.
4. Məhişov S.E. Azərbaycanda mədəni turizmin perspektivlərinə dair. Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universitetinin Elmi əsərləri. Bakı, ADMİU, 2012, s.32-38.
5. <http://www.qmkdk.gov.az/az/pages/15.html>
6. [http://faktxeber.com/upload/videos/2013/april/29/anket/News\\_h522699.html](http://faktxeber.com/upload/videos/2013/april/29/anket/News_h522699.html)
7. <http://www.7news.az/balaxanida-632-yasli-mescid-memarliq-abidesi-dailmaq-uzredir-fotolar/>
8. <http://miras.az/index.php?sectionid=50&sect=59>
9. <http://modern.az/az/news/40557#gsc.tab=0>



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI  
TƏHSİL NAZİRLİYİ



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ  
DÖVLƏT TURİZM AGENTLİYİ



*Dedicated to the 96<sup>th</sup> Anniversary of the National leader of Azerbaijan, Heydar Aliyev*

IV INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE OF  
**TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY:  
PROBLEMS AND PROSPECTS**

3-4, May 2019, Baku, Azerbaijan

**PROCEEDINGS**

**- PART VIII -**



## **BÖLMƏ 8. TURİZMİN İNKİŞAFINDA DÖVLƏT VƏ YERLİ ÖZÜNÜ İDARƏETMƏ ORQANLARININ ROLU**

### **MÜASİR İPƏK YOLUNUN TURİZM İMKANLARI**

**c.ü.f.d. dos., Məmməd SADIQOV**  
**magistrant Könül HƏŞİMOVA**  
*Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti*  
*konulhesim@gmail.com*

#### **ANNOTASIYA**

Turizm sektorunun olmazsa olmazı hesab olunan nəqliyyat ünsürü, Azərbaycan turizminə Avropa-Qafqaz-Asiya beynəlxalq nəqliyyat dəhlizi vasitəsilə ciddi töhfə verəcəkdir. Məqalədə göstərilir ki, müasir İpək Yolu ölkələri turizmi inkişaf etdirmək üçün, ortaq "İpək Yolu pilot turizm" layihəsinin imkanlarını gerçəkləşdirirlər. Səyahət agentlikləri və turoperatorların üzərinə bu regionlarda turizmin canlandırılması baxımından mühüm vəzifələr düşür. Bu məqalədə, müasir İpək Yolu proqramının turizmdə yaratdığı fürsətlər, dünyanın mədəni irsində yeri araşdırılıb. Məqalədə, BMÜTT və YUNESKO-nun əməkdaşlığı çərçivəsində müasir İpək Yolu ölkələrində turizmin təbliği layihələri və nailiyyətləri təhlil edilib. "İpək Yolunda Təşəbbüs" proqramının mədəniyyətlərarası dialoqa təsirinin nəticələri göstərilib. Mədəniyyətlərarası dialoq və xalqlararası əməkdaşlığın turizmdə payı müəyyənləşdirilib.

**Açar sözlər:** TRASEKA, integrasiya, tur paket, tranzit qovşaq, mədəni turizm

**Abstract:** The transport element considered to be a part of the tourism sector will make a significant contribution to Azerbaijan's tourism through the Europe-Caucasus-Asia international transport corridor. The article notes that modern Silk Road countries are realizing the opportunities of the joint Silk Road pilot tourism project to develop tourism. Travel agencies and tour operators are crucial in terms of tourism revival in these regions. This article explores the opportunities created by the modern Silk Road program in tourism and the cultural heritage of the world. The article analyzes tourism promotion projects and achievements in the modern Silk Road countries within the framework of UNWTO and UNESCO cooperation. The results of the "Silk Road Initiative" program's impact on intercultural dialogue are shown. Intercultural dialogue and cooperation among nations have been defined in tourism.

**Key words:** TRACECA, integration, tour package, transit junction, cultural tourism

Təxminən iki min illik tarixi keçmişə malik İpək Yolu yollar şəbəkəsi qiymətli mal və məhsulların, xüsusilə, şərq ölkələri tərəfindən istehsal olunan qərbin ehtiyaclarına cavab verən ipək məhsullarının bazarını yaratmaq üçün tarix boyunca davamlı inkişaf göstərib. İki min illik geniş qədim tarixinə rəğmən, İpək Yolunun anlayış olaraq istifadəsi ilk dəfə XVIII əsrin II yarısında almaniyalı alim Ferdinad Von Richthofen tərəfindən 1877-ci ildə istifadə edilib [3s.441].

Turizmi inkişaf etdirən nəqliyyat əsrlər boyu mədəni, siyasi, sosial mənada əlaqələrin saxlandığı ən əsas ünsürlərdən olmuşdur. İpək Yolu avtomobil yolu, dəmiryolu, dəniz yolları ilə sıx-sıx kəsişmiş və ətrafa integrasiya etmişdir. Əsrlər boyu varlığını saxlayan İpək Yolu işğalçılar, tacirlər, missionerlər, coğrafiyaçılar və son zamanlarda isə turistlər tərəfindən səyahət və kəşf olunur. Dünyada dəyişən hər şey kimi İpək Yolu da tarix boyu dəyişməyə məruz qalmışdır və bu gün müasir İpək Yolu proqramına dünya ölkələrinin göstərdiyi maraq da gündən-günə artmaqda davam edir.

Müasir zamanda İpək Yolu layihəsi təkrar gündəmədir və YUNESKO ilə başlayan maraq BMÜTT ilə artmaqda davam edir. Hər iki qurumun bu mövzuda qarşılıqlı əlaqədə olan ortaq İpək Yolu layihələri var. İpək Yolu Asiyayı Avropaya bağlayan ticarət yolu olmaqdan əlavə, bölgədə yaşayan dinlərin, irqlərin, mədəniyyətin də izlərini daşıyır və inanılmaz tarixi və mədəni zənginlik təqdim edir.

İpək Yolu sülh istiqamətli missiyaların həyata keçirilməsində əsas vasitədir. Şərqlə-Qərbi əlaqələndirən İpək yolunun əhəmiyyəti yalnız beynəlxalq ticarətlə məhdudlaşmır, o eyni zamanda müxtəlif xalqların mədəni münasibətlərinin inkişafında, siyasi diplomatik əlaqələrin qurulmasında, insanların regionlararası səyahət etmək istəklərinin yaranmasında əsas rol oynayır. H.Əliyevin dediyi kimi: "Tarixi İpək Yolu keçmişdən başlasa da gələcəyə gedən yoldur. O yeni müstəqil dövlətlərin

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

istiqlaliyyətinin və suverenliyinin möhkəmlənməsinə, müxtəlif xalqların yaxınlaşmasına və qarşılıqlı şəkildə zənginləşməsinə təkan verəcək. Sülhün, regionda sabitliyin, təhlükəsizliyin təmin olunmasına xidmət edəcək” [2, s.2].

İpək Yolu iştirakçı ölkələr arasında yalnız əmtəə mübadiləsinə təşviq etmirdi, o, eyni zamanda mədəni mübadiləni də təşviq edirdi. Məsələn, qədim Hindistanda Kuşan imperiyasının dini olan buddizm, rahiblərin tacir karvanları ilə səyahətində Çin mədəniyyətinə nüfuz etmişdi. Tarixi yolun bərpası ilə əlaqədar nəqliyyat yollarının Azərbaycandan da keçməsi, türk dünyası ölkələrinin dərin mədəni-etnik və dini-humanitar əlaqələrini bir-birinə sıx bağlamışdır. Eyni zamanda, turizmi inkişaf etdirən amillərdəndir. Günümüzdə İpək Yolu üzərində yerləşən proqram ölkələri, nəqliyyat dəhlizi çərçivəsində əməkdaşlıq şərtləri ilə səyahəti sitimullaşdırırlar.

Beynəlxalq turizm və ya daxili turizm nəqliyyatında istifadə olunan marşrutların yaratdığı müəyyən sərhədlər zamanla qəlibləşərək turizm dəhlizi halına gəlir. Turizm dəhlizləri müəyyən bir sərhəd daxilində bir neçə bölgəni, regionu əhatə edərək, turizm ümumiləşmə məqsədinə uyğun olaraq, milyonlarla turisti kilometrərlə məsafədə səyahət etdirir. Bəzi nəqliyyat dəhlizləri hətta tematik dəhliz kimi də turistlərin diqqətini cərkərək fəaliyyət göstərir. Azərbaycanda da müasir yeni “İpək Yolu” marşrutunun inkişaf etdirilməsi üçün xarici ölkələrin sınaqdan keçmiş turizm dəhlizləri strategiyasından istifadə olunmalı, TRASEKA-nın iştirakçı ölkələri ilə əməkdaşlıq saxlanılmalı, turizm dəhlizlərində bir sıra güzəştli siyasətin aparılması əsas şərtədir. Ümumiyyətlə, turizm nəqliyyatında ən məşhur konsepsiya tematik turist marşrutlarıdır. Bu marşrutlar mənzərəli yol boyu ziyarətçiləri turist xidmətlərindən yararlandıraraq bir turizm destinasiyasına çatdırən yoldur. Nəqliyyat dəhlizlərində turist marşrutlarının təyin olunması turist axınlarını müəyyən istiqamət üzrə yönləndirir.

Ümumiyyətlə, keçmiş sovet ölkələrinin müstəqiliyi turizm dəhlizlərində “Mədəni Marşrut”-lara maraq yaratmışdır və turizm dəhlizlərində mədəni məqsədlər üçün yeni imkanlara qapı açıb. Turizm dəhlizlərində mədəni marşrutlar turistlərin interaktiv fəaliyyəti və coğrafi, mədəni aspektlərin qarşılıqlı təsiri vasitəsilə yaranır. Turistlər mədəni irslə daha dərin əlaqəyə malik olduqlarına inanırlar. Buna görə də bəzi turistlər mədəni marşrutları epik səyahətlər haqqında şəhadətnamə adlandırırırlar və bu gün sülh mədəniyyətini təşviq etmək üçün onlardan istifadə olunur.

TRASEKA layihəsinin gerçəkləşdirilməsindəki tədbirlər nəinki elmi-mədəni dəyərin mübadiləsinə, müxtəlif mədəniyyətlərin bir-birinə yaxınlaşmasına səbəb olur. Bilindiyi kimi, turizmin türk dünyasında kütləvi hal almasına, nəticədə isə iştirakçı ölkələrin büdcələrinin zəngin olmasına təsir göstərir. Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, TRASEKA nəinki mədəniyyətlərarası dialoqun təşəkkülünə, eyni zamanda iştirakçı ölkələrin humanitar prinsiplərinin gerçəkləşdirilməsindəki xidmətlərdə də öz əhəmiyyətini biruzə verir. TRASEKA layihəsinə üzv olmuş ölkələrlə mədəni, humanitar əlaqələrin geniş ölçüdə olması, təbii ki, öz növbəsində bu ölkə xalqlarının qarşılıqlı yaxınlaşmasına səbəb olur. Regionun münafiqə ocaqlarında turizmin inkişafı üçün sabitliyin yaranmasında da layihənin rolu əvəzəndir.

TRASEKA layihəsinin yaranması ilə bu yolun əhatə etdiyi ərazilərdə turizmin inkişaf imkanları olan yerli, milli dəyərlərin, bir-birinə oxşarlığı və tanışlığı regionda sülh-sabitlik əlaqəsinin əsaslı surətdə yüksəlməsinə təkan verib. Müasir nəqliyyat dəhlizi olan TRASEKA Asiyanın quraq çöllərindən Aralıq dənizinə qədər geniş məsafədəki ölkələrdə yalnız ticarəti deyil, həmçinin eyni zamanda, turizmi də regionda kütləviləşdirən layihə olmuşdur. Yüksək təbii sərvətlərlə zəngin potensialı olan Qafqaz və Xəzər ölkələri bu layihə ilə ümumdünya təsərrüfat sisteminə aktiv qoşulmaqla sosial-iqtisadi tərəqqidə yeni imkanlar əldə edirlər.

Azərbaycan üçün layihəyə nəzər saldıqda yaxın zamanlarda Azərbaycanın ciddi bir turizm mərkəzi olmağa başladığını görürük. Azərbaycan dünyadakı əhəmiyyətli turizm destinasiyalarından biri kimi qəbul olunmaq üçün nəqliyyat dəhlizləri sahəsində böyük sərmayələr qoydu. TRASEKA layihəsi geniş coğrafiyada türk dünyasının bütün tərəfləri üçün birləşməyə gedən yolda xüsusilə, mədəni turizmi təkmilləşdirəcək vacib bir vasitə olacaqdır. Dolayısı ilə desək, türk dünyası coğrafiyası Çindən Qərbə uzanan tarixi İpək Yolu ilə üst-üstə düşür və son zamanlarda İpək Yolu turizm markası olaraq ön plana çıxır. Türk dünyasındakı turizm fəaliyyətləri eyni zamanda İpək Yolundakı turizm fəaliyyətləri olaraq da qiymətləndirilə bilər. Məsələn, “National geographic” İpək yolu sənədli filmi hazırlayır və İpək Yolunun başlanğıc nöqtəsində uyğur türklərinin məscidlərini, bayramlarını mədəniyyət ünsürü olaraq təqdim edir [4,s.2]. Bənzər şəkildə fərqli illərdə hazırlanan İpək Yolu sənədli filmləri bütün dünyaya səs gətirən türk dünyasının tanınma reklamını etmişdir.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Türk dünyasında İpək Yolu mədəni turizmin markasıdır. Bu yolun məntəqələrində elm, mistik inanclar dinlər yayılma fürsəti tapdılar. Ümumiyyətlə, tarixi yol boyu iqtisadiyyat canlandı, şəhərlər inşa edildi, mədəniyyətlər isə təkmilləşdi. Çin mədəniyyətində bir çox icad və kəşf buradan dünyaya yayılıb. Mərkəzi Asiyadan Şimala, Cənuba, Qərbə uzanan ticarət yolları da orta əsrlər boyu canlılıq qazanıb. Bu canlılıq əsnasında meydana gələn ticari və mədəni hərəkətlənmə bu ərazilərdə memarlığının abad edilməsinə yol açmışdır. Mərkəzi Asiya böyük bir mədəniyyət mərkəzi olmuşdur və dünyanın ən gözoxşayan memarlıq üslublu şəhərləri burada qurulmuşdur. İpək Yolunun bərpası ilə həm mədəni mirasın üzə çıxarılması, həm də buna bağlı olan turizmin hərəkətləndirilməsi üçün layihələr gündəmə gəlmişdir.

Beynəlxalq təşkilatlar, xüsusilə YUNESKO dialoq yolları proqramı əhatəsində 1987-ci ildə “Böyük İpək Yolu” proqramını başlatmışdır. Bu layihə əhatəsində elmi və mədəni nəşrlər çap etdirmişdir. BMÜTT isə 1993-cü ildə İndoneziyadakı ümumi iclasında mövzunu gündəmə alaraq İpək Yolu turizm anlayışını tanıdacaq uzun vədəli turizm proqramının həyata keçirilməsinə qərar verdi. İpək Yolunun simvolik şəhəri olan Səmərqənddə 1994-cü il “İpək Yolu Turizmi Səmərqənd Deklarasiyası” ilk addım olaraq imzalandı. 2000-ci ildə isə YUNESKO tərəfindən “Böyük İpək Yolu” yəni, “TRASEKA ili” elan olundu. 2002-ci il Özbəkistanın Buxara şəhərində “Buxara Deklarasiyası” ilə “İpək Yolu Turizm Ofisinin” Səmərqənddə qurulması qərara alındı [1,s.4].

Bu gün müasir İpək Yolunda dünyanın diqqətini çəkən möhtəşəm memarlıq əsərləri turizmin cazibəsini artırmaqdadır. Türk xalqları üçün xüsusi məna kəsb edən bir çox memarlıq şəhərləri YUNESKO tərəfdən qorunması labüd olan dünya mədəni miras siyahısına əlavə edilmişdir. Bu mədəni mirasın turizm məqsədli dəyərləndirilməsi üçün BMÜTT də “İpək Yolu Təşəbbüsü” adlı proqram başlatmışdır. Bu proqram əhatəsində çalışmalar davam etməkdə olub və 2010-cu ildən etibarən İpək Yolu turizmini bir marka halına gətirmək üçün fəaliyyət planı çıxarılmışdır. Türk dünyasının bir-birini tanımasına vəsile olan çalışmalar növbəti illərin fəaliyyət planının da hazırlanmasına səbəb oldu.

Azərbaycan baxımından İpək Yolu mədəni mirası son dərəcə əhəmiyyətlidir. İpək Yolu mirası kimi məscidlər, divanxanalar, karvansaraylar Mərkəzi Asiyadan Aralıq dənizinə mədəni körpünün kimliyini daşıyır. Yenidən canlanmağa başlayan İpək Yolunun əsas marşrutu geniş ərazidə türk mədəniyyətinin coğrafiyası üzərindədir. Bu sahədə görüləcək hər cür layihələr Türk dünyasındakı yaxınlaşmanı artıracaqdır. Xüsusilə, İpək Yolu turizmi ilə atılacaq addımlar fərqli coğrafiyalarda yaşayan türk birliklərinin bir-birini daha yaxından tanımasına vəsile olacaqdır. Bu vəziyyət müxtəlif mədəniyyətlərin bənzərliyinin tanınması ilə birləşən və əməkdaşlığın gücləndirilməsində son dərəcə əhəmiyyətlidir.

Qərbin diqqətini xüsusilə çəkən İpək Yolu üzərində yer alan ölkələrin turist səyahətlərini planlayarkən bir turda bir neçə ölkəni səyahət etmə imkanlarının olmasıdır. Xarici turistə bir paketdə bir neçə ölkəni səyahət etmə imkanı təqdim olunsaydı turistlər üçün cəlbedici paket, yeni İpək Yolu tur paketinin üstünlüyü olar. Yeni İpək Yolu ortaqlar tur paketi proqramını reallaşdırmaq qərarı Qazaxıstan, Türkiyə, Azərbaycan və Qırğızıstanı əhatə edirki, bu proqram da turizm sahəsinin inkişafına müəyyən bir ölçüdə pay qatacağı düşünülməkdədir. YUNESKO tərəfindən dəstəklənən, Azərbaycanın da iştirak etdiyi İpək Yolu online platforması adlı proqram isə 2013-cü ildən etibarən həyata keçirilir. Həmin proqram sayəsində İpək Yolu üzərindəki əsas dövlətlər tarixi və mədəni miraslarını virtual aləmdə turistlərə öncədən nümayiş etdirirlər. Tarixi dəhlizin bərpası ilə YUNESKO tərəfindən dəstəklənən digər əhəmiyyətli layihələrdən biri “İpək Yolu Abidələrinin Ümümdünya İrs Siyahısında Nominasiyası” adı ilə hallanır [6]. Azərbaycanda Qobustan qayaüstü təsvirlərinin, İçərişəhər memarlıq kompleksinin bu siyahıda yer alması, zəngin maddi-mədəni irsi ilə turizmde nailiyyətlər əldə etməsinə səbəb olur.

2014-cü il Türkdilli Dövlətlərin Əməkdaşlıq Şurası Bodrum zirvə görüşündə Azərbaycan, Türkiyə, Qazaxıstan, Qırğızıstan rəhbərlərinin razılığı ilə “Müasir İpək Yolu” turizm paketi layihəsini reallaşdırmağı qərara aldılar. Dörd ölkə üzrə təşkil olunan turun müddətinin hələlik 14 gün davam etdirilməsi nəzərdə tutulur[7]. Bu layihə turizmde gəlir əldə etməkdən daha çox müasir İpək Yolu xəttinin təbliği funksiyasını daşıyır. Bu layihə çərçivəsində turizm iqtisadiyyatında əməkdaşlığın genişlənməsi düşünülür. İstanbuldan başlayan turlar Azərbaycan, Qırğızıstan səfərindən sonra Qazaxıstanda yekunlaşır. Müasir İpək Yolu turizm paketi layihəsi Naftalan, Gəncə, Şəki, Qəbələ, Bakı şəhərlərini əhatələməklə, turizm imkanlarını, mədəniyyəti tanıtmqla turistlər üçün maraqlı məkan obrazı yaradır.

İpək Yolunun dünya sivilizasiyalarının inkişafında apardığı rolun əhəmiyyətini nəzərə alaraq YUNESKO bu bərdə hər il fərqli layihələr həyata keçirir. 2018-ci il bu təşkilat “İpək Yolu diyalog yolunun kompleks tətqiqi” adlı proqramının 30 illiyini qeyd etmişdi. Həmin proqram çərçivəsində İpək Yolu marşrut xətləri ilə ekspedisiya təşkil edilib Yaponiya, Çin, Monqolustan, Nepal, Özbəkistan,

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Azərbaycan, İran kimi dövlətlərdə tarixi yolun elmi mərkəzləri yaradılıb və şəhərlərin turizm destinasiyaları baxımından cəlbediciliyi ilə bağlı əsərlər nəşr etdirilib. Azərbaycan İpək Yolu ilə bağlı layihə və proqramlara aktiv qoşulmaq və potensialdan faydalanmaq üçün YUNESKO ilə əməkdaşlıq fəaliyyətini səmərəli şəkildə təşkil edir. Mütəmadi olaraq Azərbaycanda həyata keçirilən “İpək Yolu Beynəlxalq Musiqi Festivalı”, “İpək Yolu Sərgisi” turizm baxımından ölkənin regionda tanınması üçün üstünlükdür [8]. Onu da qeyd edək ki, hər il “Böyük İpək Yolu” Beynəlxalq Gənclər İttifaqı Azərbaycanda fərqli dövlətlərdən olan gənclərin yaradıcılıq fəaliyyət forumlarını və səyahət seminarlarını bir-birləri ilə bölüşmələrinə və tanıtmalarına imkan yaradır.

Azərbaycan da daxil olmaqla 34 ölkənin qatıldığı 2010-2017-ci illəri əhatə edən BMÜTT-in İpək Yolu proqramı dövlət və özəl sektor arasında güclü tərəfdaşlıq quraraq, İpək Yolunu bir səyahət markası kimi genişləndirdi. Bu proqram sayəsində Turizm də birlikdə tədqiqat, birlikdə potensialın istifadəsi, tarixi marşrutlarda turizmi təbliğ etmək kimi ölkələr arasında müsbət nəticələrə nail olunub. TRASEKA beynəlxalq dəhlizi çərçivəsində BMÜTT-in dəstəklədiyi müasir İpək Yolu proqramına görə İpək Yolu beynəlxalq səviyyədə tanınan, birbaşa səyahət təcrübəsidir. Təşkilatın İpək Yolu layihəsi dövlətlərin birlikdə təşəbbüsü ilə İpək Yolu marşrutu əhatəsində turizmin davamlı inkişafını təmin etməkdədir. Həmçinin layihə Azərbaycanda turizm sektoruna sərvət qazandıran sərmayələrin artırılmasını dəstəkləyir və TRASEKA ölkələrini ümumi qazanc üçün qarşılıqlı əlaqədə birləşdirir. Nəticədə, Azərbaycanda İpək Yolu turizm də mədəni münasibətlərin inkişafına və ətraf mühitin yaxşı idarə olunmasına istiqamətləndirilərək, subregionda xalqlararası mədəni anlayışı və sülhü inkişaf etdirmək üçün vasitədir.

Hazırda Azərbaycanda turistlərə təklif olunan ən mükəmməl turizm xidmətləri antik İpək Yolu şəhərlərini araşdırmaq, İpək Yolunda YUNESKO-nun Dünya İrsini səyahət etmək, milli festivallara və hadisələrə qoşulmaq, incəsənət qalereyaları, muzeyləri ziyarət etməkdir. Bu gün Azərbaycanda BMT-nin Təhsil, Elm və Mədəniyyət Təşkilatı tərəfindən müəyyənləşdirilən İpək Yolu marşrutu və ya “Miras Dəhlizləri” iqtisadi mənfəət, fayda təklif etmək və turizmi inkişaf etdirmək yolu ilə mədəni mübadilə keçmək potensialına malikdir.

Azərbaycanda İpək Yolunun şəhərlərinin mədəni mirası turizm üçün inanılmaz imkanlar yaradır. Azərbaycan İpək Yolu proqramına 2010-cu ildə qoşulandan bəri, hədəflərini TRASEKA dəhlizi çərçivəsində şəhər turizminin inkişafına, mədəni turizmə istiqamətləndirib [5]. Azərbaycan Ümumdünya Turizm Təşkilatı və YUNESKO-nun sıx əməkdaşlıqlı İpək Yolu layihələrində turizm potensialının istifadəsinin artırılması məqsədilə ciddi işlərə başlamışdır. İpək Yolu şəhərləri istiqamətində yerləşmiş maddi-mədəni irs, Bakıdan əlavə yeni turizm destinasiyalarının yaradılmasına imkan yaradır. Bu səbəblə, Azərbaycan turizmin uğurlu inkişafı naminə yol boyu investisiya imkanları və infrastrukturun təkmilləşdirilməsi istiqamətində davamlı inkişaf və ətraf mühitin qorunması siyasətini yerinə yetirir.

Ümumummiyyətlə, bu gün Azərbaycanın sahib olduğu turizm potensialı müasir İpək Yolu proqramı əhatəsindəki nəqliyyat proqramları ilə uyğun hala gətirilərək, tarixi, mədəni bağlarımız olan türk dövlətlərinin yer aldığı yeni bazarlara istiqamətləndirilir. İpək Yolu keçdiyi marşrutlardakı destinasiyaların tanınmasında və bazara çıxarılmasında aktiv rol oynayacaqdır. Azərbaycanda turizmin inkişafı imkanları üçün şərqin və qərbin fərqli mədəniyyətlərinin harmonik birləşməsinə İpək Yolu turizm marşrutunda turistlərə düzgün təqdim etmək lazımdır.

### ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Respublikasında logistika və ticarətin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi 67 s.
2. Həmidov H. İpək Yolu və Azərbaycanın strateji maraqları. Bakı: Gənclik, 2007, 143 s.
3. Atasoy Fahri. Yüksələn İpək Yolu III cilt Ankara:2016, 1152 s.
4. Atasoy Fahri. Doga kultur tarix turizmin birlige katkısı. Ankara:2012, 7s.
5. UNWTO Silk Road action plan 2014 / 2015
6. <http://www.respublica-news.az/index.php/dig-r-x-b-rl-r/dig-r-x-b-rl-r/item/19475-azaerbaydzan-n-tarixi-ipaek-yolu-taedzrubaesi-vae-perspektivlaeri>
7. <http://www.anl.az/down/meqale/medeniyyet/2017/may/540657.htm>
8. <http://www.silkroad-az.com/az/festival5/meqaleler>

**AZƏRBAYCANDA TURİZMİN DAYANIQLI İNKİŞAFININ  
SOSIAL-İQTISADI ROLU VƏ QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ**

**KÖÇƏRLİ Yalçın Ənvər oğlu**

*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin "Qiyabi təhsil" şöbəsinin müdiri,  
"Sosial inkişaf iqtisadiyyatı və qiymətləndirmə" kafedrasının baş müəllimi*

**KÖÇƏRLİ Leyla Rais qızı**

*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
"Sosial inkişaf iqtisadiyyatı və qiymətləndirmə" kafedrasının müəllimi*

**XÜLASƏ**

Azərbaycanda turizmin dayanıqlı inkişafı gələcək nəsillərin turizm ehtiyaclarını qarşılamaq imkanına xələl gətirmədən, müasir dövrün turizm ehtiyaclarının təmin olunmasına imkan verən inkişaf nəzərdə tutulur. Məqalədə turizmin dayanıqlı inkişafı aktiv turizmin rolunun yüksəldilməsi, turizmin keyfiyyət göstəricilərinin dinamik artımı, ətraf mühitin mühafizəsi tədbirlərinin gücləndirilməsi kimi elementlərin əhalinin rifahına təsirinin sosial-iqtisadi rolu qiymətləndirilir. Turizm resurslarını bütövlükdə hərəkətə gətirməklə aztəminatlı ailələrin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi dayanıqlı inkişaf üçün inkarolunmaz şərtlərdəndir. Turizmin dayanıqlı inkişafının təməl xüsusiyyətlərindən ən əsası investisiyaların cəlb olunması və innovativ texnologiyalara əsaslanan turizm potensialın formalaşdırılmasıdır.

**SUMMARY**

The sustainable development of tourism in Azerbaijan is designed to provide for the development of tourism needs of the modern world, without undermining the ability of future generations to meet their tourism needs. The article assesses the socio-economic role of elements such as sustainable tourism development, enhancing the role of active tourism, dynamic growth of tourism quality and strengthening of environmental protection measures on the welfare of the population. Raising the living standards of vulnerable families by encouraging tourism resources as a whole is an indispensable condition for sustainable development. The key features of sustainable tourism development are the attraction of investments and the formation of tourism potential based on innovative technologies.

**Açar sözlər:** Qloballaşma, dayanıqlı inkişaf, əhalinin rifahı, turizm ehtiyacları, turizmin keyfiyyət göstəriciləri

**Key words:** Globalization, sustainable development, welfare of the population, tourism needs, quality indicators of tourism

Turizmin iqtisadiyyatda rolu onun iqtisadi artımda, tarazlı iqtisadi siyasətdə və beynəlxalq iqtisadi əlaqələrdə xüsusi çəkisi ilə müəyyənləşir. İqtisadi inkişafın müasir mərhələsində həm ənənəvi sahələr üzrə, həm də yüksək texnologiyalar, informasiya və biliklər iqtisadiyyatı sahələrində müqayisəli üstünlüklərin təyin edilməsi ilə qlobal iqtisadi sistemdə ölkənin iştirakı və ixtisaslaşması təmin edilməlidir. Ölkəmizdə turizmin inkişaf etdirilməsi üçün həyata keçirilən dövlət proqramlarında turizmin inkişafına təminat yarada biləcək maddi-texniki bazanın yaradılması, turizm sahələrinin proporsional inkişafının təmin edilməsinə, müasir tələblərə cavab verə biləcək sistemin formalaşdırılmasına xüsusi yer verilir. Bütün bunları nəzərə alaraq turizmin hərtərəfli inkişaf etdirilməsi üçün kiçik və orta sahibkarlığa geniş səlahiyyətlərin verilməsi, turistlərə xidmət göstərəcək obyektlərin yenidən qurulması və dünya standartlarına uyğunlaşdırılması, respublikanın beynəlxalq və daxili turizm bazarında rəqabət qabiliyyətinin artırılması, turizmin inkişaf etdirilməsi üçün mütərəqqi və səmərəli metodlardan istifadə edilməsi əsas prioritetlər hesab olunur [5, səh.425]. Turizm sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin davamlı inkişafında müəssisədəki işçilərin sayı, peşəkarlıq səviyyəsi, əsas kapitalın dəyəri, fondlar, turizm xidmətləri bazarına çıxarılan məhsul və xidmətlərin dəyər ifadəsində həcmi, rəqabətə davamlılıq və s. göstəricilər proqnozlaşdırılmalıdır.

Turizm sahibkarlığının inkişafı turizmin dayanıqlı inkişafının təməli hesab edilir. Qloballaşma şəraitində milli iqtisadiyyatının şaxələndirilməsində özünəməxsus rolu ilə seçilən turizm sənayesinin dəqiq və kompleks planlaşdırılmasının davam etdirilməsi mühüm məsələlərdən biridir.

Turizmin dayanıqlı inkişafı qloballaşmanın intensivləşməsi nəticəsində Azərbaycanda yeni çağırışlar doğurur. Bu çağırışlara cavab vermək turizmin dayanıqlı inkişafının sosial-iqtisadi rolunun qiymətləndirilməsində vacib tələblərdən biri kimi əsaslandırılır. Turizmin beynəlxalq rolunun artması

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

şəraitində təsisatlar bu çağırışlara vaxtında yerli imkanları obyektiv qiymətləndirməklə cavab vermək və formalaşan yeni imkanlardan faydalanmaq üçün birgə fəaliyyət göstərməyə məcburdurlar. Бейнялхалг туризм инкишафында вя бу сферада итисади-идаряетмя проблемляринин щяллиндя тьялб-тъяклифля ялацяли olan əsas amillərin, о сүмлэдән milli destinasiyaların инкишafina дөвлət investisiyalarının yatırılması, туризм фəаилиyyətində ялацяляндирмянин ролунун йцксяйдилмяси, туризм сferасынын кadr тяминаты, туризм бизнесинин инкишафына щяrait yaradyлması, турист хидмтяляринин һяyata кечирилмяси вя reklam prosesində кцтляви информация vasитяляринин ролунун йцксяйдилмяси kimi amillяrin фягцяляндирилмяси зягүридир.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli fərmanı ilə təsdiqlənən “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”ndə əksini tapmış konkret məqsədlər davamlı inkişafın təmin edilməsinin perspektiv inkişaf modelini təşkil edir. Yol Xəritəsində 2020-ci ilədək olan dövrdə regionun turizm potensialından səmərəli istifadə, milli səviyyədə peşəkar idarəetmənin təşkili, destinasiyaların formalaşdırılması, mövsümiyyənin aradan qaldırılması məqsədilə turizm infrastrukturlarının inkişafı, turizm formallıqlarının sadələşdirilməsi, turizm sahəsində müasir təhsil proqramlarına investisiya qoyuluşunu həyata keçirməklə insan kapitalının rölünün gücləndirilməsi prioritet kimi qarşıya qoyulmuş əsas vəzifələrdəndir. Yol xəritəsinin reallaşdırılmasının ən mühüm cəhətlərindən biri səmərəli və optimal təhsil və elm sisteminin tətbiqidir [1, səh.9].

Əhalinin rifah halının yaxşılaşdırılması istiqamətində əldə olunan müsbət meylləri davam etdirmək məqsədilə Prezident İlham Əliyevin imzaladığı Fərmanla 2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında yoxsulluğun azaldılması və davamlı inkişaf üzrə və regional inkişafa dair Dövlət Proqramlarının qəbul edilməsi regional turizmin makrosəviyyədə dayanıqlı inkişafına zəmin yaratdı. İntestisiya фəаллыбынын артырлыması вя интестисиya мцһитинин уахшылашдыгылыması hesabына цтумиликдя юлкядя, о сцтмлядьян аугы-аугы regionlarda туризм sahibkarлыбынын инкишафынын сцгтяляндирилмяси, туризм сferasında яһмяиууятли sayda yeni иш уерлягинин yaradyлması вя тьяшьуулуқ сьвиууясинин уцксяйдилмяси, region яһалисинин sosial вьзиууятинин уахшылашдыгылыması, milli иқтисадиууатын дцnya тьсягүцфат системиня интєգрасиуасынын сцгтяляндирилмясинə тəkan verdi.

Dayanıqlı turizmin inkişafını tənzimləyən normativlər turizm bazarında rəqabət və risk amillərinin hökmran olduğu şəraitdə xidmət keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi üzrə vahid göstəricilərin müəyyən edilməsini mürəkkəbləşdirir. İqtisadi, sosial, siyasi, təşkilati, texniki və innovasiya xarakterli amillərin təsiri turizm fəaliyyətinin müxtəlif növlərində xidmət keyfiyyətinin eyni göstəricilərinə qiymətləndirməyə imkan vermir [4, səh.319]. Geniş imkanlarla yanaşı, özü ilə böyük riskləri gətirən qloballaşma beynəlxalq miqyasda turizm məhsulu və xidmətlərinin istehsalı ilə yanaşı ticarətin, kapital axınının və əmək miqrasiyasının sərbəstləşməsi tendensiyalarını kəskin artırmışdır [2, səh.150]. Beynəlxalq turizmin inkişafının qeyri-müəyyən xarakteri daha da güclənmiş, dünyada iqtisadi dinamikanın müəyyənləşməsində həlledici rola malik güc mərkəzləri sayılan ölkələr sırasına yeni ölkələr qoşulmuşlar. Bu isə öz növbəsində iqtisadi və ticarət əlaqələrinə təsir edir, resursların yenidən bölüşdürülməsinə, həmçinin turizm sferasında beynəlxalq rəqabətin güclənməsinə gətirib çıxarır. Belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, dünya turizm bazarında rəqabət və risk amillərinin hökmran olduğu şəraitdə Azərbaycanda turizmin dayanıqlı inkişafının təmin olunmasına elmi yanaşmalar mövcud olmalıdır.

Turizmdə uzunmüddətli dayanıqlıq prinsiplərinin təmin olunması turizmin iqtisadi və sosial-mədəni aspektləri ilə yanaşı ətraf mühitin qorunması ilə yanaşı baş verməlidir. Beləliklə, dayanıqlı turizmin sosial-iqtisadi rolu və qiymətləndirilməsi aşağıdakı aspektlərə əsaslanmalıdır:

1) ekoloji prosesləri dəstəkləyən təbii miras və bioloji müxtəlifliyin qorunmasına kömək edən ekoloji resursların optimal istifadəsi turizmin inkişafında zəruri element kimi təmin olunmalıdır;

2) destinasiyalar tolerantlığı qorumaqla ərazini ziyarət edən turistlərin spesifik sosial-mədəni xüsusiyyətlərinə hörmətlə yanaşmalı, mədəni irs və ənənəvi amilləri əsas götürməklə, fərqli mədəniyyətlərin qarşılıqlı anlaşmasına, davranışlara həssas yanaşmalıdır;

3) uzunmüddətli iqtisadi proseslərin dayanıqlılığını təmin etmək, daimi məşğulluq və gəlir imkanları, destinasiyalarda sosial xidmətlərin təşkil olunması və yoxsulluğun azaldılmasına töhfə verən bütün tərəflərin maraqları çərçivəsində reallaşmalıdır.

Dayanıqlı turizm zəruri hallarda müvafiq profilaktik tədbirləri həyata keçirməklə ətraf mühitə təsirlərin davamlı monitorinqini tələb edən davamlı prosesdir. Dayanıqlı turizm turistlərin ehtiyaclarını ödəmək, çoxölçülül tələblərindən istifadə edərək, nəticələrin davamlılığı barədə məlumatlılığını artırmaq və

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

onlar arasında dayanıqlı turizmə dair praktik fəaliyyətlərin təşviqini özündə birləşdirir. Kütləvi (ənənəvi) və dayanıqlı turizm modelləri arasında əsas fərq turizmin dayanıqlı inkişafı nəticəsində əldə olunan gəlirlərin bir hissəsinin resurs bazasının bərpasına və turizm xidmətlərinin innovativ texnoloji strukturunun təkmilləşdirilməsinə istiqamətlənməsidir.

**Dayanıqlı turizmin kütləvi (ənənəvi) turizmdən fərqləndirici xüsusiyyətləri**

Müqayisəli faktorlar	Dayanıqlı turizm	Kütləvi (ənənəvi) turizm
<b>Turistlərin cəlb olunması</b>	Turizm xidmətlərinin həcmi, turizm sahəsinin təbiətini müəyyən edən destinasiyaların sosial-iqtisadi və ekoloji imkanlarına uyğun gəlir.	Turizm fəaliyyəti turist axınının daimi artmasına istiqamətlənib. Turizm xidmətlərinin həcmi yalnız maddi-texniki bazanın tutumu ilə məhdudlaşır.
<b>Turistlərin davranışı</b>	Turistlər səyahət zamanı destinasiyaların mədəniyyətinə uyğun müəyyən davranış tərzinə əməl edirlər. Turistlərin davranışları yerli əhalinin təbii qaynaqlarına və ənənələrinə zərər yetirmir.	Turistlər həyat təzi və davranışlarını istirahət sahəsinə gətirirlər.
<b>Təbiət və ətraf mühitə münasibət</b>	Turistlər üçün təbii obyektlərin mövcudluğu onların istehlak dəyərindən daha əhəmiyyətli hesab olunur.	Turistlər təbiət obyektlərində istehlakçı münasibətinə hakimdir. Təbiət obyektləri insanlar üçün faydalı olduğuna görə qiymətləndirilməlidir.
<b>Turistlərlə yerli əhali arasındakı münasibətlər</b>	Dostluq, qonaqpərvərlik, hörmətə layiq münasibətlər, yeni mədəniyyətlərin öyrənilməsi əsas göstəricilərdən hesab olunur..	Formal əlaqələr zəmnində ziyarətçilər özləri xidmət göstərməyə məcburdurlar..

Destinasiyalarda turizmi inkişaf etdirərkən regional, milli və beynəlxalq turizm mütləq nəzərə alınmalıdır. Regional və milli səviyyədə sosial-iqtisadi siyasət, inkişaf proqramları, habelə marketing strategiyası turizmin dayanıqlı inkişafına təsir göstərir. Çox vaxt beynəlxalq turizmin stimullaşdırılması bu istiqamətdə uğurlu addım sayılmış olur ki, turizm bazarının vəziyyətinin qiymətləndirilməsi məhz bazar indikatorları əsasında aparılır. Bazar indikatorlarına turizm xidmətləri təklifi, satış həcmi, qiymətlər və rentabellik daxildir. Turməhsul və xidmətlər üzrə qiymətlərin diskriminasiyasının aradan qaldırılması dayanıqlılığın təmin olunmasında əvəzedilməz rol oynaya bilər [3, səh.243]. Çox vaxt bu göstəricilər statistik göstəricilər deyil, dinamiklik indeksi sayılır. Qloballaşma şəraitində turizm bazarının vəziyyətinin tədqiqində müxtəlif zəruri elementlər əsas sayılmalıdır: turizm sektorunda mövcud iqtisadi hadisələrin qarşılıqlı əlaqə və asılılığının təhlili; seqmentlərin müəyyənləşdirilməsi istiqamətində ardıcıl müşahidələrin aparılması və əsaslandırılması; turizm bazarının təhlilində müəyyən ardıcılığa riayət edilməsi, o cümlədən vəziyyətin proqnozunun hazırlanması.

Turizmin iqtisadi fəaliyyətini xarakterizə edən göstəricilərdən ən geniş yayılanı xidmət həcmidir. Statistikanın qiymətləndirdiyi turizm xidmətlərinin praktiki olaraq xeyli hissəsi turizmin deyil, xidmət sferasının fəaliyyəti kimi təqdim edilir. Müasir qloballaşma şəraitində dünya ölkələri sahib olduqları turizm ehtiyatlarından səmərəli istifadə etməklə onun dayanıqlılığına nail olmaq, bununla da təbiət, cəmiyyət, iqtisadi inkişaf və ekoloji vəziyyət arasında dayanıqlı əlaqələr yaratmağa çalışırlar.

### ƏDƏBİYYAT

1. «Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi». Bakı-2016, 6 dekabr. 98 səh.
2. В.М.Кудров «Мировая экономика: социально-экономические модели развития». Питер-2015, 400 стр.
3. В.Н.Вяткин, В.А.Гамза, Ф.В.Маевский «Риск-менеджмент». Питер-2017, 365 стр.
4. Бен Бернардо, Роберт Френк «Экономикс». Питер-2018, 462 стр.
5. Y.Ə.Köçərli, L.R.Köçərli "Turizmin davamlı inkişafı: qloballaşma və rəqabət". Bakı Biznes Universiteti. Heydər Əliyevin 93 illiyinə həsr olunmuş Beynəlxalq elmi-praktiki konfrans. 05-06 May 2016-cı il. Bakı-2016, 769 səh.

**ABŞERON TURİZM BÖLGƏSİNDƏ KURORT-MÜALİCƏ  
TURİZMİNİN MÜASİR VƏZİYYƏTİ VƏ PERSPEKTİVLƏR**

**Baş müəllim SULTANOVA Gülşən Abdul qızı**

**Müəllim VƏLİYEVƏ Günel Vahid qızı**

*Bakı Dövlət Universiteti*

**SYMMARY**

**The modern situation and perspectives of the resort-recreation  
tourism in Absheron tourism zone**

*Absheron resort tourism zone offers favorable comfort, climatic, conditions, rich mineral springs along the Caspian Sea, pomegranate beaches, and therapeutic mud resources. The complex resort factors available on the Absheron Peninsula allow the treatment of diseases of the nerves, cardiovascular system, gastrointestinal tract, pacemaker. Strategic planning of treatment tourism is carried out taking into account economic reforms taking place in the country.*

*In this point of view, the expansion of economic reforms in the region and the high rates of economic growth play a key role in the development of domestic and foreign tourism.*

*Key words: Tourism, resort, recreation, balneological, cure-health*

Kurort-müalicə müəssisələrinin tiplərinə balneoloji, iqlim və pəncə kurortları daxildir. Respublikamızda balneoloji kurort ehtiyatları bol olsada bu sektor hələ lazımı səviyyədə inkişaf etməmişdir. Lakin, Abşeron əlverişli mikroiklim ehtiyatları komfort şərait, müalicə imkanları baxımından böyük əhəmiyyət daşıyır. Abşeronda əlverişli iqlim şəraiti iqlimlə müalicənin aero və helioterapiya növlərinin həyata keçirilməsi üçün geniş imkanlar yaradır. [6, s.383].

Bölgənin mikroiklim ehtiyatlarının turizmin təşkili baxımından qiymətləndirilməsi, əsasən, komfortlu günlərin təkrarlanması, günəşli günlərin cəmi kurort-müalicə turizminin inkişafı üçün əlverişlidir. Əlverişli subtropik iqlim şəraiti, narin qumlu çimərliklər, isti dəniz, həmçinin mineral bulaqlar və müalicəvi pəncə ehtiyatları burada istirahət və müalicənin təşkili üçün əlverişlidir. Abşeron yarımadasının şimal hissəsində Novxanı, Bilgəh, Pirşağı; şimal-şərqində Zaqulba, Buzovna, Şüvəlan, Mərdəkan, cənubunda isə Sahil, Hövsan və Şıx kurort qəsəbələri yerləşir. Balneoloji turizm resurslarından ən geniş yayılanı mineral və termal sulardır. Abşeronda termal su mənbələri daha çox yayılmışdır. Burada olan termal su mənbələri əsasən yodlu-bromlu və hidrogen-sulfidlidir. Abşerondakı məşhur termal sulara "Qala", "Bilgəh", "Şıx" və "Suraxanı" və s. aiddir. Bu suların ümumi debiti 240 mln l/gündən çoxdur. Bu termal su mənbələrində temperatur 25-35°C-yə çatır. Masazır və Böyük Şordakı pəncəli, yodlu-bromlu, minerallaşması yüksək olan müalicəvi sular da mühüm balneoloji ehtiyatlar sayılır. Xalq arasında bu sulara kükürlü sular da deyilir. Bu suların temperaturu yüksək olur. Ölkədə kükürlü suların bütün növlərinə təsadüf edilir. Bu sular neft və bitumlu rayonlarda, hidrogen-sulfid qazlı sular Abşeron bölgəsində geniş yayılmışdır.

Abşeron yarımadasında mövcud olan kompleks kurort amilləri sinir, ürək-damar sistemi, mədə-bağırsaq, dayaq-hərəkət aparatı xəstəliklərinin müalicəsinə imkan verir. Burada dənizsahili boyunca sanatoriya, pansiyat və istirahət mərkəzləri fəaliyyət göstərir. Masazır və Böyük Şordakı pəncəli, yodlu-bromlu, minerallaşması yüksək olan müalicəvi sular da mühüm balneoloji ehtiyatlar sayılır. Bu göllərdə olan müalicəvi pəncəli və suyunun tərkibi Gürcüstanın "Axtala" pəncəli vulkanı kurortunda olan balneoloji ehtiyatlara oxşardır.

Masazır və Böyük Şorda müalicəvi pəncəli suların ümumi hesablanmış ehtiyatı 133×106 m<sup>3</sup> təşkil edir. Hazırda bu müalicəvi pəncəli sular əsasən yerli əhəmiyyətli müalicə vannalarından Abşeronun bir sıra sanatoriyalarında, müxtəlif müalicə müəssisələrində Masazır və Böyük Şorun müalicəvi pəncəli sularından istifadə olunur. "Binəqədi" gölünün də müalicəvi əhəmiyyəti vardır. Gölün suyunun tərkibində müxtəlif minerallar, yod-brom vardır. Abşeronun digər pəncəli vulkanlarından olan "Axtarma", "Qaradağ", "Daşqılın" da müalicəvi xassələrə malik olsada, hazırda qeyd olunan müalicəvi pəncəli sularından istifadə edilmir.

Azərbaycanda balneoloji rekreasiya ehtiyatlarından istifadə qənaətbəxş səviyyədə deyildir. Bunların cəmi 5-10%-i kurort müəssisələrində istifadə olunur. Respublikada "Kurort" Səhmdar Cəmiyyətinin tabeliyində 11130 yerlik balneoloji sanatoriya kompleksi vardır. Bundan başqa, özəl şirkətlərə məxsus



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

müalicə vannaları, balneoloji müəssisələrdə ümumi yerlərin sayı 1325-yə çatır. Özəl balneoloji kurortlarda xidmət müalicə ilə yanaşı, digər istirahət növləri ilə birlikdə aparılır ki, bu da onları sanatoriya-kurort kompleksi adlandırmağa imkan vermir. "Kurort" Səhmdar Cəmiyyətinin tabeliyində olan sanatoriya-kurort müəssisələrində faktiki olaraq, fəaliyyət göstərə bilən yerlərin sayı 7594-ə çatır ki, bunun da 5910-u il boyu xəstələri qəbul edə bilər. Bunların əsas hissəsi Abşeron kurortlarının payına düşür (65%).[1, s.32].

Hal-hazırda "Kurort" Səhmdar Cəmiyyətinin tabeliyində olan "Bilgəh", "Abşeron", "Qaranquş", "Günəşli", "Şıx", "Qalaaltı" sanatoriyaları, həmçinin "İlisu" pansionatı fəaliyyət göstərir. "Bilgəh" sanatoriyası 460 yerlik olmaqla, kardioloji xəstəliklərin müalicəsi üzrə ixtisaslaşmışdır. Bu sanatoriyada əsas təbii müalicə faktorları kimi iqlim, dəniz, narın qumlu çimərliklər və kurort ərazisində mövcud olan yodlu-bromlu və sulfidli mənbələridir. Burada iqlimlə müalicə, talassoterapiya (dənzədə çimmə may ayının ortalarından sentyabrın ortalarındakə həyata keçirilir), balneoterapiya (Suraxanıdakı mənbədən əldə olunmuş yodlu-bromlu və sulfidli su vannaları) müalicəsi tətbiq olunur. Sanatoriya kompleks xidmət göstərmək imkanlarına malikdir.

"Abşeron" sanatoriyası Mərdəkan qəsəbəsində yerləşir və mədə-bağırsaq xəstəlikləri üzrə ixtisaslaşmışdır. Bu sanatoriya 740 yerlik çarpayı tutumuna malikdir. Burada balneopalçıq müalicəxanası fəaliyyət göstərir. "Qaranquş" sanatoriyası uroloji xəstəliklər üzrə ixtisaslaşmış Mərdəkan qəsəbəsində yerləşir, sanatoriya 510 yerlikdir.

Sanatoriyada balneopalçıq müalicəxanasında təbii müalicəvi palçıq və yodlu-bromlu sularla müalicə həyata keçirilir. Son illərdə həyata keçirilən təmir-bərpa işləri ilə əlaqədar olaraq xidmət səviyyəsi yüksəlmişdir.

"Günəşli" sanatoriyası Mərdəkan qəsəbəsində yerləşir və nevroloji xəstəliklərin müalicəsi üzrə ixtisaslaşmışdır. Sanatoriya 735 yerlik çarpayı tutumuna malikdir, lakin tam gücü ilə işləmir. "Şıx" sanatoriyası Bibiheybət qəsəbəsində yerləşir, 210 yerlik balneoterapevtik sanatoriyada dayaq-hərəkət sistemi və dəri xəstəlikləri müalicə olunur.

Bununla yanaşı, ayrı-ayrı özəl klinikalarda (xüsusilə Bakıda) müalicəvi palçıqlardan, mineral və termal sularından istifadə etməklə də xəstələrin müalicəsi aparılır. Balneoloji kurort ehtiyatlarından istifadə etmək üçün kompleks sanatoriya-kurort və sağlamlıq mərkəzlərinin yaradılması mümkündür. Nəzərə almaq lazımdır ki, balneoloji kurortlardan əsasən ölkə vətəndaşları istifadə edir, bu da yaxın gələcəkdə kurort təsərrüfatının inkişafına təkan verən amillərdən sayıla bilər.

Bölgədə fəaliyyət göstərən kurortların səmərəliliyinin və müasir tələblərə uyğun fəaliyyətinin təmin olunması məqsədilə kompleks xidmətlərin təqdim olunmasına diqqət artırılmalıdır. Bu məqsədlə, sanatoriya-kurort müəssisələrində animasiya, aktiv istirahət formaları, SPA xidməti təşkil olunmalıdır.

Ölkədə kurort təsərrüfatının inkişafı üçün əsaslı dəyişiklərin olunmasına ehtiyac duyulur. Kurort təsərrüfatının öz əvvəlki şöhrətini bərpa etməsi məqsədilə, 2007-ci ildə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərmanı ilə 2009-2018-ci illərdə ölkədə kurort təsərrüfatının inkişafı məqsədilə dövlət proqramı qəbul edilmişdir. Bu dövlət proqramında ölkə ərazisində mövcud təbii müalicə ehtiyatlarının öyrənilməsi, onlardan səmərəli istifadə olunmasının təşkili, sanatoriya-kurort müəssisələrində göstərilən xidmətlərin kəmiyyət və keyfiyyət göstəricilərinin yüksəldilməsi ilə səmərəliliyinin artırılması, bu sahədə zəruri infrastrukturun yaradılması, yeni idarəetmə və marketinq üsullarının tətbiqi, özəl sektorun fəaliyyətinə dəstəyin artırılması ilə bağlı işlərin görülməsi nəzərdə tutulur [3, s.12].

Kurortlara gələnlərin yaş xüsusiyyətlərinə və maraqlarına uyğun olaraq müxtəlif animasiya proqramlarını təşkil etməklə həm gələnlərin istirahətini mənalı etmək, həm də istirahət və müalicə müddətini uzatmaqla bu sahədən əldə olunan gəlirləri artırmaq mümkündür. Ölkədə fəaliyyət göstərən müalicə-sağlamlıq müəssisələrində müxtəlif mədəni (festivallar, konsertlər, musiqi gecələri, teatr tamaşaları, sərgi və s.) və idman (fərdi və qrup idman növləri) animasiya proqramlarının təşkili vacibdir, xüsusilə, "Kurort" Səhmdar Cəmiyyətinin nəzdində olan dövlət sanatoriyalarında bu cür proqramlar təşkil olunmalıdır.

Hal-hazırda dünya təcrübəsində sanatoriya və kurortlarda SPA-Wellness xidmətlərinin göstərilməsi geniş yayılmışdır. Abşeronda isə, SPA xidmətləri yalnız son illərdə yaradılmış bəzi özəl müalicə-sağlamlıq müəssisələrində Yengicə (Qəbələ), Chinar Hotel & Spa Naftalan, Qaşaltı (Naftalan) göstərilir. Dövlətə məxsus müəssisələrdə isə bu cür xidmətlər göstərilir. Gələcəkdə bu tip xidmətlər göstərən SPA mərkəzlərinin yaradılması böyük önəm daşıyır, xüsusilə, Abşeronda yerləşən balneoloji kurortlarda SPA xidmətləri göstərən mərkəzlərin yaradılması xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsi, istirahət və müalicənin effektivliyinin artırılması baxımından vacibdir.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Ölkədə sanatoriya-kurort xidmətlərinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi və səmərəli fəaliyyətin təmin edilməsi məqsədilə, dövlət müəssisələrinin özəlləşdirilməsi bu sahənin inkişafına təkan verə bilər. Belə ki, sanatoriya-kurort müəssisələrinin fəaliyyəti yalnız müalicə ilə məhdudlaşmamalıdır. Onlar dünya praktikasında olduğu kimi müştərilərin istirahətinə istiqamətli müxtəlif xidmətlərin göstərilməsinə diqqət artırılmalıdır. Bununla bağlı olaraq, həmin müəssisələrdə müxtəlif əyləncə, idman ləvazimatları, ekskursiya (kiçik miqyasda), sakit istirahətə üstünlük verənlər üçün yaşıllıq ərazilərin və parkların olması önəmlidir.

Ölkədə fəaliyyət göstərən kurort-sanatoriya müəssisələrinin özəlləşdirilməsi məqsədilə ilk öncə "Kurort" Səhmdar Cəmiyyətində dəyişiklər edilməli, mövcud kurort müəssisələrinin bərpası həyata keçirilməli və orada məskunlaşmış qaçqınlar başqa ərazilərdə köçürülməlidirlər. Kurort müəssisələrinin özəlləşdirilməsindən sonra bu sahəyə xarici investisiyaların cəlb olunması mümkündür ola bilər. Lakin özəlləşdirmə Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi və Səhiyyə nazirliklərinin tabeliyində olan bərpa müəssisələrinə aid olmamalıdır. Digər müalicə-sağlamlıq müəssisələrindən fərqli olaraq, bu müəssisələr əhalinin sosial təminatının təmin edilməsi məqsədinə xidmət edir və əksər ölkələrdə özəlləşdirilmir. [2, s.38]

Bu sahənin dirçəldilməsi üçün təbii-rekreasiya ehtiyatlarından istifadəyə şərait yaradılması, ilk mərhələdə sahibkarlara dövlət tərəfindən güzəştli kreditlərin verilməsi, onları bu sahəyə investisiya qoymağa stimullaşdırmaq üçün bir çox güzəştlərin edilməsi, yeni özəl sanatoriya açılmasının dəstəklənməsi böyük əhəmiyyət daşıyır. Bu baxımdan özəlləşdirməyə ilk öncə Abşeronda yerləşən kurortlardan başlanılması və model olaraq kompleks xidmətlər göstərən kurort müəssisələrinin yaradılması lazımdır.

Müalicə-sağlamlıq müəssisələrinə yerli və xarici turistlərin cəlb olunmasında dövlət və özəl müəssisələr marketing tədbirləri həyata keçirməlidirlər. Beləliklə, bölgədə müalicə-sağlamlıq müəssisələrinin yenidən qurulması, göstərilən xidmətlərinin keyfiyyət və kəmiyyətinin artırılmasına yönəldilmiş bir çox işlərin görülməsinə ehtiyac var. Bu tədbirlər həyata keçirilərsə, gələcəkdə ölkəmiz müalicə-sağlamlıq turizminin inkişafı ilə seçilən ölkəyə çevrilə və bu sahədən əhəmiyyətli gəlirlər əldə edə bilər.

Müalicəvi turizminin strateji planlaşdırılması ölkədə baş verən iqtisadi islahatlar nəzərə alınmaqla aparılır. Bu baxımdan bölgədə iqtisadi islahatların genişlənməsi, iqtisadi artım templərinin yüksək olması daxili və xarici turizmin inkişafında baza rolunu oynayır. Buna görə də, müalicəvi-sağlamlıq turizminin inkişafının iqtisadi artımda rolunun yüksək olması mövcud balneoloji resurs potensialından səmərəli istifadə olunmasını zəruri edən amillərdəndir. Müalicəvi turizmin strateji planlaşdırılmasında göstərilən amillərin üstün tutulması vacibdir:

-balneoloji turizm potensialından səmərəli istifadə etməklə, ölkənin ümumi iqtisadi inkişafında rolunun artırılması;

-kurort turizminin sosial-iqtisadi əhəmiyyətini artırmaq məqsədilə regionların rekreasiya potensialının dövrüyyəyə cəlb edilməsi fəaliyyətinin gücləndirilməsi;

-müalicə və sağlamlıq turizmində marketing fəaliyyətinin genişləndirilməsi və turizm bazarında bu sahəyə yönələn tələb-təklifin öyrənilməsi;

-müalicə və sağlamlıq turizminin maliyyə imkanlarının artırılması məqsədilə yerli və xarici sərmayədarların cəlb olunması üçün əlverişli investisiya mühitinin yaradılması;

-müalicəvi turizmdə kiçik sahibkarlığın rolunun artırılması.

-müalicəvi turizmlə bağlı olan xidmətlərdə, əsasən, turpaketdə qidalanma xidmətlərinin turistlərin öz vəsaiti hesabına ödəməsi ölkənin əksər istirahət mərkəzlərində geniş yayılmışdır. Buna görə də, əhalinin kütləvi istirahəti üçün ölkədə fəaliyyət göstərən turizm mərkəzləri cəlbedici olsa da, qiymətlərin yüksək olması və tam pansion xidmətlərin göstərilməməsi onlardan istifadəni məhdudlaşdırır.

Son illər daxili turizmdə əhalinin kütləvi istirahətinin təşkili məqsədilə özəl istirahət mərkəzləri müxtəlif iri müəssisələrlə müqavilə bağlamaqla, işçilərin 10-12 günlük istirahətini təşkil edirlər. Belə müqavilələr Dövlət Neft-Qaz Şirkəti, neft emalı müəssisələri, xarici müştərəkləşkilatlarla imzalanmışdır.

Bölgədə müalicəvi turizmin inkişafı kiçik və orta biznesin formalaşması ilə birbaşa bağlıdır. Kiçik və orta biznes xidmət və ticarət sahəsində daha çox yayılmışdır. Kiçik müəssisələrin rahat idarə olunması, bazarda rəqabət imkanlarının böyüklüyü, investisiyaların daha çox cəlb olunmasına görə digər iri müəssisələrdən üstündür. Bununla yanaşı, kiçik müəssisələrdə məhsulların bazara tez uyğunlaşması, manevr imkanlarının genişliyi müxtəlif məhsullar üzrə ixtisaslaşması onun imkanlarını artırır.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Ölkəmizdə kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı «Regionların sosial-iqtisadi inkişafı haqqında» Dövlət Proqramında nəzərdə tutulmuş və prioritet sahə kimi götürülmüşdür. Belə ki, ölkədə kiçik və orta sahibkarlara məxsus olan özəl şirkət və müəssisələr bütövlükdə istehsal sahələrinin 42%-ni, xidmət sahələrinin 78%-dən çoxunu təşkil edir. Kiçik və orta biznes sahəsinin xidmət sektorunda payının çox olması bu sahənin tamamilə özəlləşdirilməsi və inkişafı ilə bağlıdır. [5 s.34 ]

Turizmdə kiçik və orta biznesin inkişafı əhalinin məşğulluğunun artmasına, ölkə iqtisadiyyatının stabilləşməsinə, müxtəlif xidmət sahələrinin genişlənməsinə imkan yaradır. Bu baxımdan turizmdə kiçik və orta biznesin genişlənməsi dövlətin sosial-iqtisadi siyasəti ilə əlaqələndirilir. Turizm sahəsində vergilərin azaldılması da bu siyasətin tərkib hissəsini təşkil edir.

Müalicəvi turizmin əsas istiqamətlərindən biri də sosial turizmin inkişaf etdirilməsidir. Respublikada 1996-cı ildən sonra baş verən iqtisadi stabillik, əhalinin maliyyə gəlirlərinin tədricən artması da sosial turizmin inkişafına təsir göstərməmişdir. Belə ki, yeni tikilən istirahət-turizm müəssisələrində qiymətlərin yüksək olması əhalinin daha çox imkanlı təbəqəsinin tələbatını ödəyirdi. Sosial turizmdə kurort xidmətləri "Kurort" Səhmdar Cəmiyyəti tərəfindən həyata keçirilirdi.

Sosial turizmin inkişafı əhalinin kütləvi hissəsinin maraqlarını təmin etməklə yanaşı, asudə vaxtın səmərəli təşkili, bölgələrdə və şəhər ətrafında istirahət-sağlamlıq müəssisələrinin genişlənməsinə təsir göstərə bilər. Bu baxımdan bölgələrdə istirahət mərkəzlərinin genişləndirilməsi, əhalinin daxili turizm hərəkatında fəal iştirakı birbaşa sosial turizmin inkişafı ilə bağlı ola bilər.

Ölkənin kurort xidmətlərində yollayışların mövcud qiymətlərə uyğunlaşdırılması məqsədəuyğun olardı. Araşdırmalar göstərir ki, respublikamızda fəaliyyət göstərən sanatoriyalarda 20 günlük istirahət və müalicənin qiyməti hər nəfər üçün 550-1200 manat təşkil edir. Bu qiymətə 20 gün ərzində 3 dəfə qidalanma (tam pansion) və müalicə xidmətləri daxildir. Müalicə xidmətləri nisbətən yaxşı olsa da, yeməklə təminat qənaətbəxş deyildir. Belə ki, əksər sanatoriyalarda verilən yeməklərin keyfiyyəti aşağı olduğuna görə, müştərilər ondan imtina edirlər. Digər tərəfdən sanatoriya otaqlarında çarpayılardan və digər avadanlıqların köhnə olması, həmçinin televizor, soyuducu kimi avadanlıqların yoxluğu, hər nömrədə ayrıca vanna otağının olmaması yollayışın qiymətinin çox yüksək olduğunu göstərir. Bunu nəzərə alaraq, sanatoriyalarda əvvəlcə xidmətin səviyyəsi yüksəldilməli, sonra isə yollayışların qiymətləri ona uyğunlaşdırılmalıdır.

Abşeron bir çox hidromineral ehtiyatları vardır ki, bu da sanatoriya-kurort işinin inkişafı üçün əhəmiyyətlidir. Eyni zamanda termal suların debitinin yüksək olması bir çox sağlamlıq turizm növlərinin inkişafına imkan vermiş olur. Mineral suların, müalicə nefti və palçıqının olması kurort yerlərinin əhəmiyyətini artırmaqla yanaşı, onların il boyu fəaliyyət göstərməsinə şərait yaradır. Bu xidmət sahəsi çox gəncdir. Bu gün respublika ərazisində 27 minə qədər yeri olan 132 sanatoriya və istirahət müəssisələri və 4 minə yaxın yeri olan 10 turist bazası yaradılıb. Sağlamlıq ocaqlarında ildə orta hesabla 600 mindən artıq adam müalicə oluna bilər. Azərbaycanın kurort ehtiyatları burada müalicə olunan və istirahət edənlərin sayını 2 milyona qədər artırmağa imkan verir. Bu baxımdan Xəzər sahili zonanın əhəmiyyəti daha böyükdür. Bu zonanın çox böyük üstünlükləri var. Abşeron sahillərindəki hidrogen-sulfidli termal və yodlu-bromlu müalicəvi suların zənginliyi onlardan kompleks istifadə etməyə imkandır. Bölgədə qeyd olunan termal suların potensialından az miqdarda istifadə olunur, termal suların əsasən dayaq-həkət orqanları, dəri xəstəlikləri müalicə olunur. Təbii müalicəvi sulara olan tələbatın artması, otellərdə və SPA mərkəzlərində ondan istifadə olunması imkanların nəzərə alaraq regionda yerli termal mənbələrdən istifadə etmək mümkündür.

Abşeron yarımadası kurortlar qrupu rayonu respublikamızda məşhur kurort guşəsidir. Təxminən 53 kilometr dənizin içərisinə doğru irəliləyən bu yarımada çimərliklərlə əhatələnib. Abşeron yarımadası iqliminə görə subtropik iqlimə çox yaxındır. Burada isti yay, günəşli payız, mülayim qış keçir, yazı nisbətən qısa olur. Abşeron təkə qumlu sahil və dənizlə xarakterizə edilmir, burada həm də çoxlu şəfa bulaqları qaynayır. Belə ki, Suraxanı, Sabunçu və Şıx burnunda çıxan və tərkibi yod, brom və böyük müalicə təsiri gücünə malik çoxlu başqa maddələrlə zəngin mineral sular həm də böyük müalicə əhəmiyyətinə malikdir. Təəssüf ki, ərazidəki palçıq vulkanlarının müalicə palçıqları balneoloqlar və kurortoloqlar tərəfindən lazımınca tədqiq olunmayıb.

Bunlara metan və kükürlü oksigen suları, mineral palçıq, mineral göllər, çimərliklər, dənizkənarı iqlim stansiyaları daxildir. Yarımada böyük sayda metan və kükürlü mineral sular vardır. Zığ qəsəbəsində və Şıxda mineral suların xüsusilə müalicəvi əhəmiyyət daşıyır.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Respublikada əsas turizm tələbatının qeyd olunan regionda formalaşması və onlar arasında müalicə və sağlamlıq turizminə maraqların artması bölgənin termal sularının potensialından geniş istifadə olunmasına imkan vermiş olardı. Bu baxımdan qeyd olunan potensialdan istifadə rəqspektivlərinin çox olmasını nəzərə alaraq göstərilən imkanların təklif etmək olar- ölkədə fəaliyyət göstərən otellərin əksəriyyətinin Abşeronda cəmlənməsi onların SPA xidmətlərində yerli mənbələrdən istifadə etməyə imkan vermiş olardı. Bu məqsədlə otellərin müalicə-sağlamlıq mərkəzlərində yerli etiyatlardan istifadə olunması üçün onların müalicəvi xüsusiyyətlərinin öyrənilməsi və SPA xidmətlərində istifadə imkanları müəyyən olunmalıdır.

Termal suların bazasında fəaliyyət göstərən müəssisələrin müasirləşdirilməsi, yeni SPA texnologiyası ilə təmin olunması vacibdir. Dövlət proqramına uyğun olaraq Abşeronda mövcud sanatoriya larin xidmətlərinin genişləndirilməsi üçün investisiyaların cəlb olunması mümkündür.

Termal suların bazasında yeni kompleks kurort xidmətlərinin yaradılması. Dövlət və yerli investisiya fondları hesabına, bu sahədə mövcud olan iqtisadi güzəştlərdən istifadə etməklə sahibkarlıq subyektlərin bu sahəyə cəlb etmək mümkündür.

Bölgənin termal sularla zəngin olmasına baxmayaraq onlardan istifadənin səviyyəsi aşağı olaraq qalır. Bölgədə turizmin müxtəlif növləri inkişaf etsə də, müalicəvi turizmə maraq aşağı olaraq qalır. Müqayisə üçün qeyd edək ki, Avstriyadakı termal suların tərkibi Abşeron bölgəsində ki, sularla oxşardır. Avstriyanın balneloji kurortları ilboyu fəaliyyət göstərir. Bu kurortlarda müalicə xidmətləri ilə yanaşı müxtəlif turizm tədbirlərindən istifadə olunur. Zalsburdan cənubda Sell və Zalbox dağ idman mərkəzləri termal kurortları fəaliyyət göstərir.

Dağ kurortları olan Lex və Lankəndə kurort turizmle bağlı olan tədbirlər yay mövsümü ilə yanaşı qış idman turizminə əhatə edir ki, nəticədə bölgəyə gələn turistlərin sayının ilbəil artmasına səbəb olur. Ştiriya turizm bölgəsində Bat-Qleyhenburq balneloji kurortu, şimalda isə mənzərəli Marsel kurort mərkəzi yerləşir. Buradakı mineral suların tərkibi karbonlu və sulfidli, karbonlu sularla ibarətdir. Temperaturu 40-50 dərəcədən yüksək olan vanna müalicəsi aparılır. Bunlardan ən məşhurlarına Xayptukle termal suyudur. Bölgədə eyni tərkibli suların olması və əlverişli coğrafi mövqedə yerləşməsi onlardan müalicə-sağlamlıq turizmində istifadə olunmasına imkan verir. İrandan gələn turistlərinə bu kurortlara cəlb olunması mümkündür.

Respublikanın digər regionalrında termal sularından istifadə vəziyyəti eyni olaraq qalır. Bölgələrdə termal suların bazasında yerli əhəmiyyətli müalicə vannaları fəaliyyət göstərir.

Müalicəvi turizm üzrə Azərbaycana rəqib ola biləcək və bu sahədə ixtisaslaşmış, münasib qiymətlər təklif edən ölkələr çoxdur. Bizim vətəndaşların bir qismi Şimali Qafqaz, Gürcüstan və ya Ukraynada, daha yaxşı imkanları olanlar isə Çexiyada müalicəyə üstünlük verir. Bu ölkələr bu sahədə böyük uğurlar əldə ediblər və yaxşı pul qazanırlar. Bu ölkələr Azərbaycanın bu sahədə ən güclü rəqibləridir.

Onu da qeyd edək ki, müalicə mərkəzlərindəki qiymətlər də müştəri cəlbində böyük rol oynayır. Azərbaycanın mineral suları Şimali Qafqazdakı müalicə sularının bənzəridir. Bu bölgədə üçulduzlu oteldə 21 günlük kursun qiyməti 1500 manatdır. Təyyarə biletinin qiyməti bu tarifə daxil deyil. Ukraynada qiymətlər 1300-1800 manat arasında dəyişir. Çexiyada qiymətlər 2000 manatdan başlayır.

"Bilgəh" sanatoriyasında xidmətlərin dərəcəsiindən asılı olaraq paketlər 520 manatdan başlayır. Rəqəmlərdən görüldüyü kimi, dövlət tabeliyindəki müəssisələrdə müalicə turizmi daha ucuzdur. Amma bu mərkəzlərdə əlavə turizm xidmətlərinin heç biri göstərilmir. Adıçəkilən ölkələrdə isə paketə ən populyar turizm xidmətləri (ekskursiya, əyləncə xidmətləri və s.) daxildir. Rentabelliği saxlamaq üçün digər xidmətlərində olması vacibdir. Respublikada özəl sanatoriyalarda bir sıra turizm xidmətləri göstərilə də, qiymət münasib deyil. Məsələn, Qəbələdəki özəl müalicə müəssisəsində birgünlük seans 70 manatdır. Bu da əhalinin kütləvi hissəsinin maraqlarını təmin etmir. . [2, s.45].

Termal sulardan istifadənin perspektivləri üçün-termal sulardan kompleks istifadə etmək, investisiyaları cəlb etmək, termal suların bazasında yeni müasir xidmətlər göstərən müalicə-sağlamlıq komplekslərinin yaradılması, ölkədən xaricə müalicə-sağlamlıq məqsədilə gedən turistlərin cəlb olunması üçün marketing fəaliyyətinin genişləndirilmək, otellərdə SPA xidmətlərində termal sulardan istifadə, rekreasiya zonalarının daxilində müalicəvi-sağlamlıq turizmi ilə bağlı olan mərkəzlərin təşkili və s. nəzərdə tutulur

Son dövrlərdə müalicə-sağlamlıq turizm bazarı dəyişikliklərə məruz qalmış və daha fərqli anlam kəsb etməyə başlamışdır. Daha çox yaşlı nəslin müalicə və sağlamlıq yeri olan ənənəvi sanatoriya-

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

kurort müəssisələri hal-hazırda daha geniş istehlakçı kütləsinə istiqamətlənən çoxfunksiyalı sağlamlıq mərkəzlərinə çevrilmişlər.

Kurort mərkəzlərində baş verən müasir dəyişikliklər iki başlıca hadisə ilə əlaqədardır. Hər şeydən öncə onu qeyd etmək lazımdır ki, müalicə və sağlamlıq turizminə tələbinin xarakteri dəyişmişdir..

Turizmə dövlət və bələdiyyə orqanları tərəfindən göstərilən maliyyə yardımının da daxil olduğu ənənəvi yardımların təcridən azaldılmasıdır. Buna görə də, müalicə mərkəzləri daha çox müştəri cəlb etmək məqsədilə öz xidmətlərinə və məhsullarına çeşid və keyfiyyət dəyişikliyi edərək istehlakçı bazarına uyğunlaşmalı olurlar.

İnsanlar istirahət üçün sanatoriya seçərkən tibbi – müalicəvi xidmətlə yanaşı, müəssisənin animasiya və idman proqramları çeşidliliyini də nəzərə alırlar. Əhalinin rekreasiya xidmətlərinə və istirahətin keyfiyyətinə tələbatının artması, əsas məqsədi insanların həyat keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, ömür müddətinin uzadılması və sağlamlığının bərpası olan kurort-rekreasiya sisteminin böyüməsinə səbəb olmuşdur. Müasir müalicə-sağlamlıq turizm bazarı özündə müalicə xidmətlərini təşkil edən müəssisələri və bu xidmətləri istehlakçılara əlçatan edən vasitəçi turizm müəssisələrini ehtiva edir. Olduqca qiymətli müalicəvi təbii resursları, bu resursların hasilatı və emalını təmin edən bahalı tibbi texnikanı əhatə etdiyi üçün müalicə xidmətləri bahalı xidmətlər kateqoriyasına daxildir. Effektiv müalicə xidmətinin təşkili həm də xüsusi hazırlanmış tibbi mütəxəssis heyəti olmadan mümkün deyildir. Əlavə olaraq qeyd etmək lazımdır ki, müalicə müəssisələrində istirahət edənlər üçün xüsusi dietik yemək proqramları da hazırlanır.

### ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan turizminin statistikasi. Bakı: 2014, 268 s.
2. Azərbaycan Respublikasının qanunlar toplusu. Bakı: 2012, 332 s.
3. Azərbaycan Respublikası regionların sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı (2004-2008) Bakı- 2004.
4. Azərbaycan Respublikası regionların sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı (2009-2013) Bakı- 2009.
5. Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı/ Bakı: 2002.
6. Soltanova H.B. Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı, Bakı: 2015, s. 382-387

## AQROTURİZMİN İNKİŞAFI MƏSƏLƏLƏRİ

**HƏSƏNOVA Mətanət Samik qızı**

*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin  
"Sosial sferanın iqtisadiyyatı və idarə edilməsi"  
kafedrasının müəllimi*

### XÜLASƏ

Aqroturizm sosial-iqtisadi rolu və sahə-ərazi resurslarının iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsi xüsusiyyətləri onun idarə olunmasının xüsusiyyətlərini yaradır. Aqroturizm sahə, funksional iqtisadi və sosial vəzifələri olmaqla islahatlar proqramının tərkib hissəsidir. Aqroturizmin ərazi və sahə quruluşu, turizm tələbatına və ölkə iqtisadiyyatının struktur dəyişmələrinə uyğun aparılır. Aqroturizmin inkişafında kənd təsərrüfatı və kəndin inkişafına şərait yaratmaqla müasir dövrdə iqtisadiyyatın ərazi strukturunun təkmilləşməsinə nail olmaq olur. Aqroturizm inkişafı tendensiyası ölkənin ali qanunvericilik aktlarında öz əksini tapmışdır. Aqroturizm ölkə üçün əlavə gəlir mənbəyini, yerli əhalinin öz məhsulunu satmaq imkanlarını genişləndirir.

**Açar sözlər.** Aqroturizm təsərrüfatı, turizm biznesi, aqroturizm məhsulu, sosial-iqtisadi inkişaf.

### DEVELOPMENT ISSUES OF AGROTURISM

The social-economic role of agrotourism and the features of area-territorial resources that are attracted to economic turnover create the features of its managing. Agrotourism is an integral part of reforms program with its territorial, functional, economic and social missions. Territorial structure of agrotourism is dealt according to tourism demand and structural changes of country's economy. In the development of agrotourism, improvement of economy's territorial structure can be achieved by creating conditions for agriculture and the development of rural areas. Tendency of growth in

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

agrotourism is reflected in supreme legislative statements of the country. Agrotourism enlarges the additional source of income for the country and the opportunities for selling the products of local people.

Key words-agrotourism farm, tourist business, agrotourism product, social-economic development.

Aqroturizm ölkə iqtisadiyyatının inkişafının mühüm sahələrindən biridir. Başqa sahələrdən fərqli olaraq ,aqroturizm ,iqtisadiyyatın inkişaf istiqaməti kimi bir çox üstünlüklərə malikdir. Aqroturizm iqtisadiyyatın ən iri və dinamik sahələrindən biridir.Aqroturizm sferası kənd təsərrüfatı ,təbii resurslar,ondan istifadə və turist şəraitinin yaradılmasına yönəldilən sahələrin kompleks təşkili sferasıdır.Aqroturizm sahə və ərazi planlaşması kommertiya və sosial inkişaf istiqamətlərinin üzvü bağlılığı və idarə edilməsi yolu ilə fəaliyyət göstərir.Aqroturizmin inkişafının tədqiqi yerli resursların region şaxələnməsini nəzərə almaqla, hər bir konkret və ümumi resurslardan səmərəli istifadə yollarını əhatə edir. Aqroturizmin məqsəd və resurs potensialı məqsədli proqram və səmərəli istifadə, yollarını əhatə edir.Aqroturizmin məqsəd və resurs potensialı məqsədli proqram və səmərəli istifadə,planlaşma bölgü və maraqlar üzərində qurulur.Məqsədlər uyğun olaraq ali region əhali və turist marağına uyğun təsnifatlaşır.Ali məqsədlərin imkan təsviri modeli ölkə iqtisadiyyatında onun rolunu artırmaq turist potensialını genişləndirmək.İxracat potensialını genişləndirmək ixracat potensialını artırmaqdan ibarətdir.Aqroturizmə sistem yanaşma metodologiyası turizm məhsulu,turizm gəlirləri və faydalılığı ilə aqrar sahələrin və kənd təsərrüfatının qarşılıqlı əlaqəsi multipikasiya səmərəsi nəzərə almaqla təsviri və təşkili metodlarına və mexanizmlərini əhatə edir.İlkin növbədə turizmin məqsədi və onun inkişafına aqrar resursların imkanları nəzərə alınır.İxtisaslaşma və əmək bölgüsünün aqrar potensialları üzərində iqtisadi səmərəsi qiymətləndirilir.Sistem yanaşma məqsəd-resurs və idarə etmə metodologiyasına və onların perespektiv proqnoz meyllərin uyğun təşkil olunur.

Onun yüksək inkişaf tempi iri həcmli valyuta daxil olmaları iqtisadiyyatın müxtəlif sektorlarına aktiv təsir göstərir,ayrıca aqroturizm sənayesinin formalaşmasını şərtləndirir.Dünya Ümumi Milli Məhsulunun 6%-i dünya investisiyalarının 7%-hər 16 iş yerindən biri,dünya istehlak xərclərinin 11%-i bu sahənin payına düşür. Aqroturizm xidmətləri bilavasitə istehlakçılar üçün nəzərdə tutulan son məhsuldar və bu baxımdan onların qiymətləri pərakəndə satış qiymətlərdir.Nəzərə alınmalıdır ki,turizm xidmətlərinə olan tələbin dayanıqlığı insanların fərdi xüsusiyyətlərindən asılıdır.Məlumdur ki, xidmətlərin istehsalı, reallaşdırılması və istehlakının vaxt baxımından üst-üstə düşməsi qiymət və tariflərin mövsümi differensiallaşdırılmasını şərtləndirir.Aqroturizm xidmətləri də istisna deyil, onlara olan tələb sifir mövsümi xarakter daşıyır.Aqroturizm xidmətləri daxili və beynəlxalq bazarlarda reallaşdırılır. Ona görə də onların keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi və standartlaşma prosesində beynəlxalq tələblər nəzərə alınır.Bu həm də ondan irəli gəlir ki, xarici turistlər üçün müəyyən edilən qiymətlər yerli nəzərdə tutulan qiymətlərdən yüksək olur və sərbəst dönerli valyuta ilə ifadə olunur.Aqroturizm sahəsi səhələrarası kompleks kimi istehsal makroiqtisadi bölgü və yerli sahələrlə ,funksional sahələr arasında təsərrüfat əlaqələri kimi inkişaf etdirilir.Turizmin istehsal kriteriyası turizm məhsulunun keyfiyyətli xidmət sferasını təmin etmək qarşıda durur.

Aqroturizm iqtisadi konteksdə yeri və onun rolu bu sahənin makrosəviyyəli səmərəsini ifadə edir.Aqroturizm sahələrarası kompleks,differensiallaşmış və sosial-məişət infrastrukturu funksiyası rolunu oynayır.Aqroturizm istehsal, və qeyri- istehsal funksiyasını formalaşdırır. Aqroturizm təsərrüfat prosesi kimi maddi-texniki baza, iş qüvvəsi və onlardan istifadənin müxtəlif variantlarını özündə əks etdirir . Aqroturizm sferası rentabellik, mənfəət və sosial effekt kimi meyarlar məcmu və onların kombinasiyası ilə qiymətləndirilir.Aqroturizm potensialının qiymətləndirilməsi onun planlaşması və davamlı inkişaf strategiyasını yerləşmə konturunu və əsas istiqamətlərini əsaslandırmağa imkan verir. Potensial qiymətləndirmə son səmərə ilə ölçülür.

Müasir dövr iqtisadiyyatın mühüm sahəsi kimi aqroturizm sənayesi müxtəlif ölkələrin iqtisadi və sosial inkişafının əsasını təşkil etdiyi artıq sübut edilmişdir. Məlum olur ki, bu sənayenin inkişafı, ölkənin iqtisadiyyatı ilə yanaşı elmin və mədəniyyətinin inkişafında da mühüm əhəmiyyətə malikdir.Turizm sənayesinin inkişafı xalqların bir-birinə yaxınlaşmasında bir –birlərinin tarixi,adət-ənənələri ilə tanış olmasına şərait yaratmaqla və son nəticədə xalqlar arasında qarşılıqlı anlaşmaya,inama yardım etməklə,hətta ölkələr arasında ümüdünya sülhün bərqərar olmasında və rolu böyük ola bilər.Belə ki, aqroturizmə qoyulan sərmayə qısa müddətə öz bəhrəsini verir, qoyulan kapital yüksək dövretmə əmsalına malikdir.Aqroturizm cazibədarlığı xidmət sahələrinin durmadan

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

genişlənməsində ,qoyulan sərmayələrin qısa müddət ərzində özünü doğrultmasında və gəlirlərin konvertasiyası mümkün olan valyuta şəklində olmasındadır.Turizm fəaliyyət sahəsi olmaqla özünün nəzəri-metodoloji və praktiki əhəmiyyət kəsb edən təşkilati-iqtisadi,sosial amilləri və məqsədləri ilə tədqiq olunur.Aqroturizmin məqsədi və onun inkişafına zəruriyyət real iqtisadiyyatın müəyyən xüsusiyyətləri,iqtisadi potensialın imkanları və perspektiv struktur dəyişmələri ilə uyğun olaraq formalaşır.Hər bir ölkənin iqtisadi inkişaf meyilləri və dinamikası,resurslarının mövcud vəziyyəti və perspektivi turizmin inkişafına iqtisadi baza yaradır.Respublika iqtisadi potensialının iqtisadi dövriyyəyə cəlb edilməsinin əlverişli və perspektiv sahəsi olaraq turizmin inkişafı qeyri-neft sektorunun inkişafı məqsədilə neftdən gələn gəlirlərin səmərəli istifadəsi məqsədilə layihələşdirilir.Turizm mahiyyətcə səyahət olsa da,real iqtisadi potensial inkişaf strategiyası və ölkə iqtisadiyyatının struktur islahatlarının ərazi və sahə istiqamətləridir.Regionun kompleks inkişafı və iqtisadi potensialın bazar iqtisadiyyatı şəraitində faydalı fəaliyyəti sahəsinə çevirmək üçün turizm sahəsində sosial və iqtisadi məqsədlər güdülür.

Qeyd etmək lazımdır ki,beynəlxalq turizm dünya ixracının 8-9 %-ni təşkil edir.Ümumi məhsul dəyərində görə artıq neft və avtomobil istehsalını qabaqlamışdır.2002-ci ildə beynəlxalq turistlərin sayı 715 milyona çatmışdır.ÜTT-nin proqnozlarına görə 2020-ci ildə beynəlxalq turistlərin sayı 1602 milyon nəfər və turizmdən alınan gəlirlərin miqdarı isə 2000 milyard dollar olacaqdır.Qeyd etmək lazımdır ki,aqroturizm Ən çox işçi qüvvəsi tələb edən sahədir.

Azərbaycan son dövrdə inkişaf tempini sürətləndirərək,dünyanın aparıcı və inkişafda olan ölkələri sırasında öz mövqeyi, eləcə də, mövcud potensialı ilə seçilir və özünəməxsus yer qazanmışdır. Azərbaycanın turizm profili ölkəyə çevrilməsi üçün çoxlu imkanlar vardır.Zəngin təbii sərvətləri, qədim tarixi və memarlıq abidələri,özünə məxsus mentaliteti və qonaqpərvərliyi,dənizi, dağları, meşələri,rəngarəng iqlimi və s.Xəzərin sahilləri turizmi inkişaf etdirmək üçün ideal bir yerdir.İldə 220 günəşli günlər ,yumşaq qumla örtülü dəniz sahili,enliyarpaqlı meşələr düz sahilə kimi yaxınlaşır. Unikal təbii və bioloji sərvətləri,sərin bulaqları,dadlı,şirin meyvələri və milli yeməkləri,qonaqpərvər insanlar və bu qədər gözəlliklərin balaca bir coğrafi məkanda cəmlənməsi həqiqətən Azərbaycanı cənnətə bənzədir.Bundan başqa,o,Şimali Cənubla,Avropanı Asiya ilə birləşdirən yolların kəsişdiyi yerdə yerləşmişdir. Azərbaycan regionları özlərinin təbii resurslarının əmək qabiliyyətinin iş qüvvəsinə,iqtisadi quruluşuna görə fərqlənir.Azərbaycanda iqtisadi təsərrüfata görə və ictimai əmək bölgüsünün əsas istiqamətlərinə uyğun on bir turizm zonası mövcuddur.Tədqiqatlar göstərir ki, Aqroturizmin yerləşməsi və inkişafı bu 11 region üzrə daha sərfəlidir.Regionlara daxildir cənub iqtisadi zonası, Qarabağ,Şəki,Şirvan iqtisadi zonası,Aran iqtisadi turizm zonası,Quba-Qusar,Xaçmaz,Bakı-Abşeron , Qobustan on bir turizm zonasına bölmək olar.Hər bir zonada ümumi konseptual potensial yanaşma mövcuddur.Buna görə də bəzi iqtisadçılar potensial qiymətləndirərək turizm sferasına regional inkişafın tərkib hissəsi baxır və yerli orqanlar əhali iqtisadi və sosial maraq baxımından buna can atır.Aqroturizm müəssisəsi sahə və ərazi yerləşmə prinsipinə malikdir. Sahə üzrə yerləşmədə təbii sərvətlər yerli resurslar bazarın mümkünlüyü və yerləşməsi əsas yer tutur.Sahə üzrə yerləşmədə intensiv amillər üzrə yerləşmədə ərazinin intensiv amillər,sahibkarlıq,infrastruktura əhalinin faktorları daxildir.Sahə və ərazi marağı əlverişli olduqda aqroturizm inkişafına qərar qəbul olur.Dövlətin rolu aqroturizm dəstək proqramları üzrə həll olunur.Aqroturizmin özəl sektor olması onun fəaliyyətində bazar tənzimlənməsində daha uyğun və hər bir regionda faydalı növ fəaliyyət seçilir.Əlavə kapital qoyuluşu təbii resurslardan fərqli olaraq vahid məhsula düşən xərcləri artırır.Qısa bir dövr ərzində əldə olunan nailiyyətlər ölkənin milli maraqlarının zəminində formalaşmış eləcə də, dövlət tərəfindən həyata keçirilən milli strategiya, yürüdülməli ictimai ,siyası və mədəni mövqe məhz belə imicin Azərbaycan ətrafında yaranmasına gətirib çıxarmışdır.Sözsüz ki, bu uğurlar, nailiyyətlər, Azərbaycanın iqtisadiyyatına ,sosial rifahının yüksəlməsinə gətirib çıxarmışdır. Azərbaycan iqtisadiyyatının əsasını təşkil edən neft və bununla bağlı imzalanmış beynəlxalq sazişlər,müqavilələr dövlətin maliyyə vəsaitinin yüksəlməsinə və bunun müqabilində ölkənin bütövlükdə sferasının dəyişməsinə səbəb olmuşdur. Beləliklə,dövlət aqroturizm siyasəti yeritməklə onun aşağıdakı istiqamətlərdə inkişafını təmin edir:

- Aqroturizmin məqsədəuyğun inkişafını təmin etmək üçün iqtisadi,ictimai-siyasi şəraitin seçilməsi;

-turizm iqtisadiyyatının rəqabət qabiliyyətinin artırılması;

-əhalinin daha çox hissəsinin aqroturizmin inkişafında iştirakına yer vermək;Beynəlxalq aqroturizmdə əməkdaşlığı genişləndirmək.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Bu istiqamətdə tənzimləmə fəaliyyəti həyata keçirib, aqroturizm sənayesinin kortəbii inkişafını dövlətin və onun vətəndaşlarının mənafeyi istiqamətinə yönəltmək üçün iki qrup tədbirlər sistemi həyata keçirilə bilər. Bunlar ilk növbədə, sahənin inkişafını müəyyənləşdirən hüquqi, maliyyə, iqtisadi bazanın müəyyənləşdirilməsi, ikincisi isə özəl sektorun maliyyələşdirməkdə çətinlik çəkdiyi prioritet sahələrin, zəruri infrastruktura investisiya qoyuluşunun mexanizminin işlənilib hazırlanmasıdır. Həmin tədbirlərin əhatə etdiyi sahəni isə aşağıdakı şəkildə göstərmək mümkündür:

- aqroturizm sferası üçün kadrların hazırlanması və yenidən hazırlanması;
- aqroturizm sahəsində kiçik və orta sahibkarlığın dəstəklənməsi;
- ölkə daxilində aqroturizm sferasının vəziyyəti barədə informasiya yaymaq;
- milli turizm məhsulunun beynəlxalq turizm bazarında tanıtılması;
- yeni milli turizm məhsulunun işlənilib hazırlanmasını təşkil etmək və s.

Aqroturizm bazarının sahə quruluşu onun əmtəə və xidmət bazarında əmək və infrastrukturun təşkili mənbələri və maddi-əşya strukturuna uyğun formalaşır. Formalaşma dinamikası və xüsusiyyətləri uyğun olaraq kənd təsərrüfatı ilə bağlı istehsalın və kənd təsərrüfatı məhsullarının turizm dövriyyəsinə istifadəsi mexanizmlərinin səmərəli təşkili ilə həyata keçirilir. Kənd təsərrüfatı və kəndin potensialının istifadəsi bazar şəraitində daha səmərəli texnologiyaları və bölgü sistemi ilə əsaslanır. Ona görə də kənd təsərrüfatı məhsullarının artımı, onun aqroturizm sənayesi və turistlər üçün istehlak bazarına çıxarılması və yerli əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi yolları turizmin inkişafına maddi baza yaradır. Kəndin əsas resursu olan insan resursları özünün çox istiqamətli mahiyyəti və istifadəsi istiqamətinə görə eyni olmayan və müxtəlif meyarlardan baxımda özünəməxsus əhəmiyyət kəsb edir. İnsan resurslarının idarə edilməsi təşkilatçılıq mühitinin bütün aspektlərini əhatə edir və özünə inteqrasiya edilməsi baxımından yanaşmasını tələb edir. İnsan amili, insan potensialı onun istifadəsi mexanizmləri, insanın təkrar istehsalı və insanın əməyinin kəmiyyət və keyfiyyətinə uyğun düzgün, sosial ədalətli bölgü prinsipləri planlı təsərrüfat sistemində ödəmə meyarı olaraq tətbiq olunurdu. Əhalinin təbii artımı onun əqli, fiziki qabiliyyəti və ehtiyacları, iqtisadi inkişafın əsas artımını və onun istifadəsi istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Bazar tələbi insan potensialının təkrar istehsalını minimumlarla orta təminat səviyyəsinə uyğun dövlət tənzimlənməsini və iqtisadiyyata təsir etməyin mexanizmlərini hazırlayır. Aqroturizmin təşkili onun bazara uyğun məhsul istehsal etmək kommersiya mənfəəti əldə etmək və iqtisadi potensialdan istifadə etmək məqsədini güdür. Müəssisənin forması yerləşməsi onun illik gücü potensialı planlaşma və təşkilatı idarəetmə obyektidir. Aqroturizmin təşkilinin aparıcı həlqəsi planlaşmadır. Məhsuldar qüvvə kimi təbii coğrafi şəraitdən istifadə etmək, yönəltmək mənfəət əldə etmək məqsədinə uyğun təşkilatlanma baş verir. Firma, müəssisə, otel və turist birlikəri təşkilatı sistemin elementləridir. Aqroturizmin təşkili kommersiya maraqlarını güdür və rəqabət qabiliyyətli texnoloji, texniki sistemini formalaşdırır. Bəzi hallarda turist müəssisələri özünün mülkiyyətində olmayan istifadə üçün resurslardan istifadə edir və onlara haqq verir. Turist gəlirləri turist fəaliyyətində iştirak edən subyektlər və obyektlər arasında bölüşdürülür. Aqroturizmin fəaliyyəti təşkilatı iqtisadi sistemdir. Turist fəaliyyəti lisenziya almaq yolu ilə təşkil olunur. Lisenziya alanda uyğun icra orqanlarının biznes planı müəyyənləşdirilir və sahibkarlıq qanunu ilə tənzimlənir. Bundan başqa turizm haqqında qanun üzrə mexanizmlər tərtib olunur. Aqroturizmin təşkilinin bazarla modeli onun inkişafının konseptual, onun məhsulunu əhatə edən tələbatla ölçülür. Tələbatın təşkili və idarə olunması subyektiv və obyektiv amillərdən asılıdır. Aqroturizm sahəsi səhələrarası kompleks kimi istehsal makroiqtisadi bölgü və yerli sahələrlə, funksional sahələr arasında təsərrüfat əlaqələri kimi inkişaf etdirilir. Aqroturizm istehsal kriteriyası turizm məhsulunun keyfiyyətli xidmət sferasını təmin etmək qarşısında durur. Aqroturizm iqtisadi kontekstdə yeri və onun rolu bu sahənin makrosəviyyəli səmərəsini ifadə edir. Aqroturizm səhələrarası kompleks, differensiallaşmış və sosial-məişət infrastrukturunu funksiyası rolunu oynayır. Aqroturizm istehsal, və qeyri-istehsal funksiyasını formalaşdırır. Aqroturizm təsərrüfat prosesi kimi maddi-texniki baza, is qüvvəsi və onlardan istifadənin müxtəlif variantlarını özündə əks etdirir. Aqroturizm sferası rentabellik, mənfəət və sosial effekt kimi meyarlar məcmu və onların kombinasiyası ilə qiymətləndirilir. Aqroturizmin potensialının qiymətləndirilməsi onun planlaşması və davamlı inkişaf strategiyasını yerləşmə konturunu və əsas istiqamətlərini əsaslandırmağa imkan verir. Potensial qiymətləndirmə son səmərə ilə ölçülür. Potensial proqnozlaşdırmaq yolu ilə turizmin inkişafına şərait yaradılıb, mühit dəyişdirildi. Müasir dövrdə beynəlxalq aqroturizmdə kommersiya xidmətlərinin əsas xüsusiyyəti onun dərinləşən intensivliyidir. Aqroturizm ölkələrin



## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

inkışafında önəmli rol oynayan iqtisadi cəhətdən böyük faydası olan və hər keçən gün daha da böyüyən bir sektordur. Bu səbəbdən ,ölkənin beynəlxalq turizm bazarından daha cox pay ala bilmək üçün rəqabət içərisindədir.Dünyanın her yerində aqroturizmin inkışafına dövlətlər və sivilizasiyalar səviyyəsində böyük maraq göstərilir.Elə buna görə də hazırda beynəlxalq maliyyə qurumları və təşkilatları aqroturizm inkışafına öz maraq və diqqətlərini artırırlar.

### ƏDƏBİYYAT

1. Ə.Q.Əlirzayev "Sosial sferanın iqtisadiyyatı və idarə edilməsi" Bakı-2010, s.302
2. Siyavuş Yeganlı,Emin Hacıyev "Turizm"Bakı-2006,s.127
3. Arif Şəkərəliyev "Dövlətin İqtisadi siyasəti: Dayanıqlı və Davamlı inkışafın təntənəsi"Bakı-2011s.110
4. Ə.Q.Əlirzayev,E.Ə.Əlirzayev " Azərbaycanın sosial –iqtisadi problemləri,konseptual yanaşma,maliyyə-büdcə və sahələrarası proqnozlaşma mexanizmləri" Bakı-2012.s 489

## AZƏRBAYCAN İQTİSADİYYATINDA TURİZMİN ROLU

**dosent ƏLİYEVƏ Roza Əligulovna**

*Azərbaycan Texniki Universiteti  
Kafedra: "İqtisadi nəzəriyyə və xidmətlər"*

**Xülasə:** Azərbaycanda müasir turizm sektoru infrastruktur elementlərinin - otel, restoran və ticarət müəssisələrinin inkışafını stimullaşdırır. Azərbaycanda turizm yerli gəlirləri artırmaq, yeni iş yerləri yaratmaq, turizm xidmətlərinin inkışafı ilə bağlı bütün sahələri inkışaf etdirmək, turizm mərkəzlərində sosial və istehsal infrastrukturunu inkışaf etdirmək, mədəniyyətin və mədəniyyətin inkışafını stimullaşdırmaq və inkışaf etdirməyə müsbət təsir göstərir yerli əhali valyuta mənfəətini artırır.

**Açar sözlər:** turizm, Azərbaycan, infrastruktur, iqtisadi, xidmətlər

### ANNOTATION

The modern tourism industry in Azerbaijan stimulates the development of infrastructure elements - hotels, restaurants, trade enterprises. Tourism in Azerbaijan has a positive effect on increasing local incomes, creates new jobs, develops all industries related to the production of tourism services, develops social and production infrastructure in tourist centers, activates and promotes the development of cultural standards and cultural activities, local population increases foreign exchange earnings.

**Keywords:** tourism, Azerbaijan, infrastructure, economic, services

Azərbaycanda ictimai problemlərin həllində turizmin inkışafı mühüm rol tutur. Turizmlə əlaqədar olaraq yeni iş yerləri yaradılır, əhalinin yüksək səviyyədə yaşaması təmin edilir və ölkənin ödəniş balansının yaxşılaşdırılması üçün şərait yaradılır. Turizm sənayesinin inkışaf etdirilməsinin zəruriliyi təhsil səviyyəsinin yüksəlməsinə, əhaliyə göstərilən tibbi xidmətlər sisteminin təkmilləşdirilməsinə, informasiya yaymağın yeni vasitələrinə tətbiq edilməsinə yönəlmişdir.

Turizm tarixi və mədəni irsin qorunması və inkışafına müsbət təsir göstərir, müxtəlif ölkələr və xalqlar arasındakı əlaqələrin uyğunlaşmasına gətirib çıxarır, hökumətləri, qeyri-hökumət təşkilatları və kommertiya strukturlarını ətraf mühitin mühafizəsi və təkmilləşdirilməsində aktiv iştirak etməyə cəlb edir.

Azərbaycanda müasir turizm sənaye iqtisadiyyatın ən sürətlə irəliləyən sektorlarından biridir və həm müstəqil iqtisadi fəaliyyət növü, həm də sektorlararası bir kompleks kimi qəbul edilə bilər.

Azərbaycanda turizm infrastruktur elementlərinin inkışafını stimullaşdırır - otel, restoran, ticarət müəssisələri və s. Büdcənin gəlir hissəsinin vergilərə görə birbaşa ola biləcəyi (viza haqqı, gömrük rüsumları) və ya dolayı ola biləcəyi (işçilərin əmək haqqının artması büdcəyə verdikləri gəlir vergisi məbləğinin artmasına səbəb olur) artımını müəyyənləşdirir. Bundan əlavə, turizm xarici valyuta və müxtəlif növ investisiyaların cəlb edilməsi üçün geniş imkanlara malikdir. Turizmin mühüm iqtisadi funksiyası iqtisadiyyatın saxələndirilməsidir, turizm sənayesinə xidmət edən sənaye qurur, əhalinin gəlirlərinin artmasını təmin edir və xalqın rifahını artırır.

Turizmin iqtisadi inkışafa təsiri, xarici və yerli turistlər sayəsində effektiv tələbatın artması nəticəsində biznes fəaliyyətinin artırılması və malların, xidmətlərin, istehsalının genişləndirilməsidir. İqtisadi

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

baxımdan, turizmin xidmətləri təmin edən bir sənaye kimi cəlbediciliyi sərbəst çevrilən valyutada investisiya və gəlirin daha sürətli qaytarılmasında yatır. Bir çox ölkələrdə turizm dövlətin aparıcı sektorlarından biridir, sürətlə inkişaf edir və mühüm sosial və iqtisadi əhəmiyyət kəsb edir, çünki:

- yerli gəlirləri artırır;
- yeni iş yerlərini yaradır;
- turizm xidmətlərinin göstərilməsi ilə bağlı bütün sənaye sahələrini inkişaf etdirir;
- turizm mərkəzlərində sosial və sənaye infrastrukturunu inkişaf etdirir;
- xalq sənətkarlıq fəaliyyətlərini və mədəniyyətin inkişafını aktivləşdirir və onları təbliğ edir;
- yerli əhalinin yaşayış səviyyəsinin artmasını təmin edir;
- valyuta mənfəətini artırır.

Dünyanın bir çox ölkəsində turizm ən prioritet sahələrdən biridir, ümumi gəlirinin 20-45% -dək olan payı və xarici turizmin gəlirləri əsas pul mənbəyidir. Nəticədə, turizm sənayesi yalnız gəlirlərin əhəmiyyətli bir hissəsini inkişaf etmiş ölkələrin büdcəsinə gətirir, həm də son dərəcə perspektivli və şübhəsiz ki, Azərbaycanın dövlət büdcəsi üçün əsas gəlir mənbələrindən birinə çevrilə bilər.

İqtisadiyyat məhdud resursların istifadəsindən optimal faydalar əldə etməklə bağlıdır. Adətən məhdud olan iqtisadi amillər şəxsin psixoloji və fiziki ehtiyaclarını ödəmək üçün nəzərdə tutulmuşdur.

Digər bölgələrdən olan səyahət xərcləri qonaq bölgənin iqtisadiyyatına olan töhfədir. Belə ki, Azərbaycanda səyahət edən Yaponiya turistləri əsasən öz vətənlərində gəlir əldə edirlər. Azərbaycana pul xərcləyərək, ölkəmizin iqtisadiyyatına sərmayə qoyurlar. Beləliklə, ölkədə xaricilərin turist məqsədləri üçün xərcləri Azərbaycan üçün turizm ixracını təşkil edir. Bu ölkəyə səyahət etməklə turistlər turist təcrübəsi qazanır və səfərləri onlara unudulmaz təəssüratlarını verirlər.

Turizm iqtisadiyyatı turizmin fəaliyyətinin nəticələrinin istehsal, bölüşdürülməsi, mübadiləsi və istifadəsi prosesində turizm sahəsində yaranmış münasibətlər sistemidir.

Bir turist firmasının iqtisadiyyatı bir turist məhsulunun satılması və müxtəlif xidmətlərin (tamamlanmış işlərin) təmin edilməsi nəticəsində alınan istehsal, dövriyyə vəsaitləri və qeyri-maddi aktivləri, mənfəət (mənfəət) amillərinin birləşməsidir.

Turizm Azərbaycan iqtisadiyyatının bir sahəsi kimi

Hər hansı bir ölkənin iqtisadiyyatında turizm böyük rol oynayır. Turizm sənayesinin iqtisadiyyatı səyahətçilərin istək və ehtiyaclarını ödəmək üçün nəzərdə tutulmuş turistik məhsul və xidmətlərin istehsal və istehlak prosesində inkişaf edən iqtisadi əlaqələri öyrənən və təhlil edən bir intizam kimi müəyyən edilə bilər.

Bu münasibətlər həm makro səviyyədə (dövlət səviyyəsində, həm də regionda) və mikro səviyyədə (müəyyən bir bölgənin və ya müəssisənin səviyyəsi) nəzərdən keçirilə bilər. Turizm sənayesinin inkişafı bir çox fərqli, həm xarici, həm də daxili amillərdən təsirlənir. Buna görə də, milli iqtisadiyyatın sürətlə inkişaf edən, dinamik, qeyri-müəyyən bir komponenti kimi tanınır. Bir çox ölkələr üçün hələ də inkişaf mərhələsindədir.

Azərbaycanda turizm ölkə iqtisadiyyatının digər sahələrinə müsbət təsir göstərir, ərazinin iqtisadi inkişafını stimullaşdırır, yerli əhalinin məşğulluğunu iqtisadi baxımdan artırır. Turizm təbiətin ən ekoloji cəhətdən təbii növüdür.

Xidmət sənayesi maddi və qeyri-maddi məhsullar istehsal edən müəssisələri birləşdirən iqtisadiyyatın çox xüsusi və çoxtərəfli bir sektorudur. Bu, iqtisadiyyatın digər sektorlarından fərqlənir ki, bu da sənayenin bütünlüklə və xidmət sektorunda fərdi müəssisələrin idarə olunmasının mürəkkəbliyini əhəmiyyətli dərəcədə artırır.

Amma turizmin dövlət iqtisadiyyatına müsbət təsiri yalnız hər tərəfdən inkişaf edərsə, yəni ölkə iqtisadiyyatını xidmət iqtisadiyyatına çevirmir. Başqa sözlə, turizmin iqtisadi səmərəliliyi onu dövlətdə paralel və sosial-iqtisadi kompleksin digər sahələri ilə birlikdə inkişaf etdirməyi nəzərdə tutur.

Turizm sənayesindəki istehsal artımı iqtisadiyyatın digər sahələrinə köçürülür, burada investisiya fəaliyyəti inkişaf edir, yeni iş yerləri yaranır, ticarət genişlənir və nəticədə gəlirlər artır. Alınan gəlir hissəsi vergilər şəklində gəlir. Bu şəkildə qaldırılan vəsaitlər turizm sənayesinin infrastrukturunu daha da maliyyələşdirmək, əhalinin sosial cəhətdən zəif qruplarına maddi yardım göstərmək və turizm xidmətləri sənayesi üçün kadr hazırlığı sistemini inkişaf etdirmək üçün istifadə edilə bilər.

Turizm sənayesi milli iqtisadiyyatın bir-birinə bağlı sənayesi və sənayesinin bir sıra qrupunu ifadə edən iqtisadi bir kateqoriyadır, bir funksional vəzifəsi bütün mövcud turistik resursları rəşional

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

olaraq istifadə edərkən, müxtəlif növ istirahət və istirahət səyahətlərində insanların müxtəlifliyini və daim artan ehtiyaclarını həll etməkdir.

Turizm, müxtəlif sənaye sahələrini birləşdirən turizm sektoru adi vertikal düzlemde deyil, müxtəlif sənaye müəssisələri və müəssisələri daxil olmaqla, bir növ üfqi məkanı əhatə edir, çünki milli iqtisadiyyatın böyük müstəqil sektorlararası iqtisadi kompleksi kimi qəbul edilməlidir.

Azərbaycanda turizm inkişaf etməkdə olan bir kompleksdir. Buna görə də biz bazarda yeni iş növlərini və bu sənədə yaranan problemləri həll etmək yollarını daim axtarıyıq.

Turizm sənayesinin idarə edilməsinin iqtisadi aspektləri ilə bağlı bir çox xüsusiyyətlər mövcuddur, çünki effektiv fəaliyyət müxtəlif amillərdən asılıdır: siyasi, iqtisadi, sosial, ekoloji və s.

Turizm sənayesi birbaşa təbiətnən bağlı və mövsümdən asılı olan iqtisadiyyatın xüsusi sektorlarından biridir.

### ƏDƏBİYYAT

1. Morozov M.A. "Turizm İqtisadiyyatı", iş təlimatı. -M.: IT & G, 1998.
2. Aleksandrova A.Yu. "İqtisadiyyat və beynəlxalq turizmin ərazi təşkilatı" .- M., 2001.
3. Moiseyev N "Turist formasının strateji idarə olunması" .- M., 2001.
4. Azar V.İ., Tumanov S.Yu. "Turizm bazarının iqtisadiyyatı" .- M., 1998

## TURİZM XİDMƏTLƏRİ İXRACININ ARTIRILMASINDA DÖVLƏTİN STİMULLAŞDIRICI ROLU

**QASIMOV Əliağa Əlişgər oğlu**

*Elmi işçi, UNEC nəzdində İqtisadi Araşdırmalar Elmi-Tədqiqat İnstitutu  
e-mail: gasimovaliaga@gmail.com*

**ƏZİZOVA Günay Saleh qızı**

*Program meneceri, UNEC Biznes məktəbi  
e-mail: g\_azizova@mail.ru*

### Abstract

*It is obvious that export has very essential role on economic development. Increasing export has a lot of benefits for economy: improving economic growth, opening new workplaces, increasing incomes of individuals and government, development of technologies, improving value of money and etc. For this regard it is main goals of many countries to prepare condition for broaden export potencial. Although of some events that implemented in our country in last years oil export has main part of the country export. At the moment tourism services export is one of the priority sectors for export non-oil sector export. We consider that tourism services export has very big potensial for increasing non-oil export. But it may be useful to implement stimulating activities by government in this regard.*

**Key words:** *tourism services export, tourism direct impact.*

Hər bir ölkə özünün inkişaf strategiyasında xarici ticarət əlaqələrinin inkişafından bəhrələnməyə bilməz. Dünya ölkələri üzrə aparılan müxtəlif tədqiqatlarda xarici ticarət əlaqələrinin, xüsusilə də ixracın ölkənin iqtisadi inkişafında mühüm əhəmiyyətə malik olduğunu müşahidə etmək mümkündür. Bu səbəbdən də hər bir ölkə ixracın genişləndirilməsi və ixrac potensialının artırılmasına xüsusi diqqət göstərir və özünün ən əsas prioritet sahələrindən biri hesab edir. Hazırkı şəraitdə qlobal miqyasda əmtəələrin xarici ticarəti ilə yanaşı xidmətlərin də xarici ticarətinə geniş yer verilir. Belə ki, xidmətlər də əmtəələr kimi ixrac və idxal edildiyindən bu sahənin inkişafı öz aktuallığını artırmaqdadır. Statistik rəqəmlərə nəzər yetirdikdə aydın olur ki, qlobal miqyasda xidmətlərin ixracı artır və ümumi xarici ticarətdə payı çoxalır. Xidmətlərin içərisində isə perspektivli sahələrdən biri turizm xidmətləridir. 2017-ci ilin statistik rəqəmlərinə əsasən qlobal turizm və səyahət dünya ÜDM-nin 10.4%-ə bərabər olmuş və bu sahədə çalışanlar dünya üzrə məşğulluğun 9,9%-ni təşkil etmişdir. Eyni zamanda, səyahət və turizmin dünya ÜDM-də birbaşa iştirakı 2570,1 milyard ABŞ dolları olmuşdur (dünya ÜDM-nin

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

3,2%-i). Həmin ildə turizm və səyahət xidmətləri ixracının miqdarı 1492,2 milyard ABŞ dolları olmaqla dünya ixracının 6.5%-ə bərabər olmuşdur. Bu sektorun ixracı dünya xidmət ixracının 30%-ə yaxın olmuşdur [1].

Azərbaycan Respublikası müstəqillik əldə etdiyi zamandan başlayaraq xarici ticarət əlaqələrinə xüsusi yer vermiş və bu sahənin inkişafı məqsədilə müvafiq tədbirlər həyata keçirmişdir. Bunun nəticəsində qısa müddət ərzində uğurlu neft strategiyamızın reallaşdırılması ilə ölkəmizin xarici ticarət əlaqələri genişlənmiş və ixracımız istər dəyər və istərsə də miqdar baxımından böyük artımlar əldə etmişdir. Son illərdə ölkəmizin qarşısında duran əsas məsələlərdən biri iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi və ixrac məhsullarının sayının artırılmasıdır. Son illərdə qeyri-neft sektoru üzrə ixracın artırılmasında müəyyən irəliləyişlərin əldə edilməsinə baxmayaraq, hələ də neft ixracı ümumi ixracımızda yüksək paya malikdir. Fikrimizcə ixracımızın diversifikasiyasında turizm xidmətlərinin ixracı əhəmiyyətli rola malik ola bilər. Bir sıra dünya ölkələrində turizm xidmətlərinin ixracının ölkənin iqtisadi inkişafına təsiri ilə əlaqədar aparılmış tədqiqatlardan aydın olur ki, turizm xidmətlərinin ixracı ölkə iqtisadiyyatına müxtəlif aspektlərdən müsbət təsir göstərir.

Ümimilikdə qeyd etmək olar ki, xarici turistlərin ölkədə müəyyən məbləğdə maliyyə vəsaiti xərcləməsilə turizm sektoru vasitəsilə ölkə iqtisadiyyatına xarici valyuta axınları artır. Turizm birbaşa və dolayı yollarla iqtisadi artıma müsbət təsir edir. Turizmin iqtisadi artıma təsiri əsasən üç aspektdən təhlil edilməlidir. Turizm fəaliyyətinin təşkili məqsədilə bir sıra iqtisadi tədbirlər həyata keçirilməlidir. Turizmin normal fəaliyyətinin təmin edilməsi üçün tikinti məsələləri ilə əlaqədar infrastruktur lazımı şəkildə mövcud olmalıdır. Beləliklə də mühəndislərin bu sahədəki fəaliyyətləri turizm biznesindən gəlir əldə etməklə stimullaşır. Belə olan təqdirdə dövlət turizm sektoru ilə birbaşa və dolayı əlaqəsi olan vətəndaşlara vergi tətbiq etməklə mədaxilini artırmağa bilər [4].

Ölkənin təbii ehtiyatlarla zəngin olması və çoxlu sayda insan resurslarının mövcudluğu turizmin inkişafının əsas amili hesab edilir. Lanza və Pigiariu 2000-ci ildə qeyd etmişdi ki, geniş təbii ehtiyatlara malik olan ölkənin turizm sahəsində ixtisaslaşması həmin ölkənin iqtisadi artımına müsbət təsir göstərir. 2007-ci ildə 143 ölkə üzrə apardığı tədqiqatda Brau və başqaları bu nəticəyə gəlmişdilər ki, bir milyondan az əhalisi olan ölkənin turizm sahəsində ixtisaslaşması başqa ölkələrə nisbətən daha çox uğur əldə edir [6].

Sayman və başqa tədqiqatçılar bildirmişlər ki, dünyanın sürətli inkişaf sektoru olan turizmin ölkədə infrastrukturun yaxşılaşdırılması və investisiyanın artırılmasında müsbət təsiri vardır. Turizmin fəaliyyəti üçün əlverişli infrastrukturun yaradılması və bu sahəyə zəruri investisiyaların yatırılmasından turizm ilə bərabər başqa sahələr də yararlanır. Məsələn, kənd təsərrüfatı sahəsi ilə əlaqədar qeyd etmək olar ki, turistlər üçün nəzərdə tutulan infrastruktur regionların bir-biri ilə əlaqələrinin yaradılmasında və məhsulların daşınmasında istifadə olunur. Hernandez bildirmişdir ki, turizm məqsədilə tikinti işlərinin reallaşdırılması yeni iş yerlərinin açılmasına və gəlirlərin yaranmasına səbəb olur. Bu yeni iş yerləri qisməddətli olmasına rəğmən, insanların həyat səviyyəsinin yaxşılaşmasına və ərazidə pul dövriyyəsinin artmasına səbəb olur. Turistlərin səfərlərinin artması regionlarda daha çox maliyyə vəsaitinin xərclənməsinə səbəb olur ki, bu da öz növbəsində iqtisadi artıma müsbət təsir edir [4].

Turizmin iqtisadiyyata təsiri turistlərin tələb etdikləri məhsulların miqdarından (qalmaq üçün yerlər, ərzaq, nəqliyyat və əyləncə mərkəzləri) asılıdır. Bu məhsullara və xidmətlərə olan tələb turizm ilə əlaqədar sahələrin inkişafına müsbət təsir edir. Turistlərin tələblərinin artması nəticəsində qeyd edilən sahələrin istehsalı və gəlirləri də artır, nəticədə turizmin induksiya edilmiş təsirləri genişləyir. Gəlirlərin artımı öz növbəsində birbaşa və dolayı vergi, habelə gömrük rüsumları vasitəsilə dövlət büdcəsinə mədaxilin artmasına səbəb olur [4].

Xarici ticarət baxımından bir sıra inkişaf etməkdə olan ölkələrdə turizm sektoru başqa sahələrə nisbətən xarici valyuta mədaxilində daha çox paya malik olduğundan ixracıönümlü sektor hesab edilir. Eyni zamanda turizm sektoru başqa ixracıönümlü sektorlardan fərqli olaraq ən az ticari məhdudiyətlərlə üzləşir. Çünki turizm ilə əlaqədar əmtəə və xidmətlər əsasən ölkə daxilində istehsal olunur [4].

Hər bir ölkə iqtisadiyyatının ixracdan asılılığını nəzərə alaraq, qeyd etmək lazımdır ki, turizm ölkənin xammal ixracından asılılığını azaltmaq gücündədir. Belə ki, əgər ölkə əsasən kənd təsərrüfatı məhsulları və təbii ehtiyatların ixracından asılıdırsa, turizmin inkişafı ölkənin valyuta gəlirlərini artırmaqla yanaşı, xammal məhsullarına mənfi təsir göstərən qiymət dəyişikliklərini sabitləşdirə bilər. Turizm də daxil olmaqla iqtisadi sektorların qarşılıqlı olaraq xammal və hazır məhsullar üzrə alqı-satqıları inkişaf etdikcə yerli sektorların turistlər və daxili bazar üçün məhsul istehsalı və xidmət göstərmək məqsədilə istifadə olunan kapital məhsullarının idxalından asılılıqları azalır. Beləliklə də

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

idxal üçün sərf olunacaq maliyyə vəsaitləri yerli sektorların ehtiyacı və inkişafı məqsədilə xərclənir. İƏİT üzrə araşdırmalara əsasən Turizm ixracının 80%-i ixrac edən ölkə üçün əlavə dəyər yaradır və yalnız 20%-i isə başqa ölkədə əlavə dəyər yaradır [2].

Turizmin əsas üstünlüklərindən biri onun əməkətutumlu olmasıdır. Turizm xidmətlərinin artımı birbaşa şəkildə ölkədə məşğulluğun artmasına, başqa bir tərəfdən isə, turizm sektoru üzrə əmək bazarında əmək haqlarının yüksəlməsinə səbəb olur [4].

Turizm iqtisadiyyatda multiplikativ təsirə malikdir. Turizmin multivlikativ təsiri dedikdə turizmdən əldə olunan gəlirlərin iqtisadi sektorlar üzrə paylanması nəzərdə tutulur. Turizm fəaliyyəti ayrıca fəaliyyət sahəsi olmadığına görə bütün iqtisadi sektorlar ilə qarşılıqlı əlaqədədir. Belə ki, turistlərin ehtiyaclarının və istəklərinin ödənilməsi dedikdə təkcə turizm məhsulları (təbiət gözəllikləri, kurort zonaları və başqaları) nəzərdə tutulmur, eyni zamanda nəqliyyat, kənd təsərrüfatı, maliyyə və başqa sektorlar əhatə olunur. Bir əraziyə turistlərin gəlişi təkcə bir sektor üzrə valyuta axımına səbəb olmur, habelə turizmi dəstəkləyən başqa sahələr üzrə gəlirlərin paylanmasına şərait yaradır. Bu sektorlar da xammal və avadanlıq almaqla başqa sektorların gəlir əldə etməsinə səbəb olurlar. Bu səbəbdən də qeyd etmək olar ki, turizm iqtisadiyyatda əsas katalizator sektordur. Turizmin inkişafı multiplikativ təsir vasitəsilə başqa sektorlara da sirayət edir. Beləliklə də qeyd edilməlidir ki, turizm iqtisadi inkişafa birbaşa, dolay və induksiya edilmiş təsirləri vardır. Turizmin birbaşa təsiri dedikdə turistlərlə birbaşa əlaqədə olan sahələrin (otellər, restoranlar, kurort mərkəzləri və başqaları) gəlirləri nəzərdə tutulur. Lakin turizmin təsiri bununla yekunlaşmır. Turizmin dolay təsiri dedikdə isə turistlərlə birbaşa əlaqədə olan sektorlara əmtəə və xidmət təklif edən sahələr nəzərdə tutulur. Turizmin induksiya edilmiş təsiri isə turizmdən əldə olunan gəlirlər hesabına yerli sahələrdə (daşınmaz əmlak bazarı, ərzaq, nəqliyyat, təhsil və başqa istehlak məhsulları) tələbin artımıdır. Beləliklə də turizmin birbaşa, dolay və induksiya edilmiş təsirləri bütünlükdə ölkə iqtisadiyyatı üzrə paylanır. Dolay və induksiya edilmiş təsirlərin dərəcəsi regiondakı biznes qurumları və ev təsərrüfatlarının yerli məhsul almaq səviyyəsindən asılıdır. Hər nə qədər yerli məhsullar daha çox istehlak olunarsa region turizm sənayesindən bir o qədər faydalanmış olar [4].

Qeyd etmək lazımdır ki, turizmin iqtisadi inkişafa müsbət təsirini gücləndirmək və turizm sektorunun davamlılığını təmin etmək məqsədilə təkcə bu sahənin irəliləyiş əldə etməsinə deyil, bütünlükdə tamamlayıcı sahələrin də genişlənməsi nəzərə alınmalıdır. Belə ki, turizm sektoruna lazım olan təhlükəsizlik, lazımı xidmətlər, müvafiq infrastruktur, əlverişli yerlərin tanınması və başqa məsələlər zəruri səviyyədə olmadıqda bu sahədə əldə edilən gəlirlərin azalmasına səbəb olmaqla yanaşı, eyni zamanda turizm ilə başqa sektorların əlaqələrinin zəifləməsinə gətirib çıxara bilər. Turizmin inkişafına maneə olan səbəblərdən biri sektorlar arası əlaqələrin lazımı səviyyədə olmaması, habelə tələb olunan kənd təsərrüfatı və sənaye məhsullarının əsasən idxal hesabına olmasıdır. Bu səbəbdən də qeyd etmək olar ki, turizmin başqa sektorlar ilə güclü əlaqələrə malik olması bu sahənin tək halda inkişafını qeyri-mümkün edir. Turizmin bir sıra tamamlayıcı sahələr (tikinti, təhlükəsizlik, tibbi xidmətlər, emal, kənd təsərrüfatı və başqa) ilə birlikdə inkişaf etdirilməsi daha zəruridir.

Beləliklə, qeyd edilən üstünlüklərə görə dünya ölkələrinin əksəriyyəti turizmin inkişafının labüdlüyünü qəbul etmiş və onun inkişaf amillərinin müəyyənəndirilməsinə çalışmışlar. Ölkələr üzrə müşahidə edilən təcrübələrə əsasən turizmin inkişafının müxtəlif amilləri mövcuddur. Turizmin uğur əldə etməsinə təsir edən amillərdən biri ölkənin sosial-iqtisadi və infrastruktur baxımından inkişafıdır. 2005-ci ildə Sing və Kaur 53 ölkəni əhatə edən tədqiqatlarında bu qənaətə gəlmişlər ki, turizmin inkişafına təsir edən əsas amillərdən biri ölkədə infrastrukturun keyfiyyəti və texnoloji inkişafıdır. Oxşar olaraq 2001-ci ildə Çanq və Li öz araşdırmalarının nəticəsində bildirmişlər ki, Avropa, Asiya və Şimali Amerika arasında turizm xidmətlərinin ticarətinə müsbət təsir edən əsas amil infrastrukturun inkişafı olmuşdur. 2008-ci ildə Eugeni-Martin və başqaları apardıqları təhlilin nəticəsində qeyd etmişlər ki, inkişaf etmiş ölkələrdə deyil, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə turistlərin cəlb edilməsində ölkənin iqtisadi inkişaf səviyyəsi daha çox əhəmiyyətlidir [6].

Ölkədə dövlət orqanlarının fəaliyyətinin iqtisadiyyatın turizm yönümlü diversifikasiyasında və artım strategiyasında əhəmiyyəti böyükdür. Belə ki, 2010-cu ildə Col və Budak ölkədə cinayət hadisələrinin çoxluğunun, habelə 2004-cü ildə Eylat və Eynav, 2008-ci ildə Sequira və Nanes siyasi riskin yüksəkliyinin turizmin inkişafına mənfi təsir göstərdiyini vurğulamışlar. Eyni zamanda, 2011-ci ildə Brau və başqaları korrupsiya hallarının azlığı, dövlət orqanlarının sorumluluğu, dövlətin effektivliyi, siyasi sabitlik və qanunun aliliyi kimi dövlət orqanlarının yüksək fəaliyyətini turizm iqtisadiyyatının inkişafında müstəsna əhəmiyyətə malik olduğunu bildirmişlər. Eyni zamanda, sahibkarlığı inkişaf etdirən və turizm

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

klasterinin bölmələri arasında əlaqələrin yaranmasına şərait yaradan əlverişli biznes mühiti turizmin inkişafını stimullaşdıran əsas amillərdəndir. 2009-cu ildə Kataneo araşdırmanın nəticəsində qeyd etmişdi ki, hüquqların qorunması, sabillik və biznes mühitinin sabitliyi uğurlu turizmin inkişafının təminatçısıdır. 2008-ci ildə Dünya Bankı tərəfindən Karib hövzəsi ölkələrində kiçik və orta ölçülü yerli müəssisələrdə turizmin əlaqələri sahəsində aparılmış tədqiqatın nəticəsində bildirilmişdir ki, yüksək vergi dərəcələri, qeyri-peşəkar işçi heyəti və makroiqtisadi sabitliyin pozulması turizm və otelçilik biznesinin əsas problemlərindəndir. Beləliklə də ölkədə əlverişli investisiya mühitinin mövcudluğu turizm sektoruna birbaşa xarici investisiyaların cəlb edilməsində əhəmiyyətlidir (Demeritte 1998, Barouklaouf 2007, Tan və başqaları 2007). İqtisadi ədəbiyyatlarda vergi güzəştlərinin turizm investorlarına təsiri ilə əlaqədar müxtəlif tədqiqatlar yer almışdır. Bəziləri vergi güzəştlərinin turizm sənayesinə investisiya yatırmaqla qarşılıqlı əlaqəsinin az olduğunu qeyd etmiş, başqaları isə turizm inkişaf siyasətlərində vergi güzəştlərinin müstəsna əhəmiyyətə malik olduğunu vurğulamışlar [6].

Eyni zamanda ticarət tənzimləmələri turizm xidmətləri ixracında əldə olunan gəlirləri azaltmaq və yaxud da artırmaq iqtidarındadır. Çen və Deverux 1999-cu ildə bu nəticəyə gəlmişdilər ki, idxal subsidiyaları və ixrac vergiləri tətbiq olunduğu halda turizmdən əldə olunan gəlirlər azalır. Habelə ölkəyə gələn və ölkədən kənara gedən turistlər üzrə nəqliyyat xərclərinin artması turizmin inkişafına mənfi təsir göstərir və turizmin tələbinin azalmasına səbəb olur [6].

Bütün qeyd edilənlərdən aydın olur ki, ölkədə turizmin inkişafı və turizm xidmətləri ixracının artırılması ölkə iqtisadiyyatında geniş müsbət təsirlərə malik olduğundan, habelə Azərbaycanımızın iqtisadi və sosial inkişafında, ixrac imkanlarının genişləndirilməsində və ixracının artırılmasında əhəmiyyətli rolünə görə bu sahənin inkişafı aktual məsələdir. Bu səbəbdən də keçən müddət ərzində ölkəmizdə bu sahənin inkişafı məqsədilə çoxlu sayda işlər görülmüşdür. Belə ki, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 27 avqust 2002-ci il tarixli Sərəncamı ilə “Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı”, 6 aprel 2010-cu il tarixli Sərəncamla “Azərbaycan Respublikasında 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı”nın icrasını qeyd etmək olar. Eyni zamanda ölkəmizin zəngin coğrafi landşafta malik olduğunu və xalqımızın qədim mədəni-tarixi irsinin tanınması məqsədilə 15 fevral 2011-ci il tarixli Sərəncam ilə ölkəmizdə “Turizm ili” elan edilmişdir. Qeyd edilənlərdən əlavə ölkə Prezidentinin 16 mart 2016-cı il tarixli Sərəncamına əsasən 11 prioritet istiqaməti əhatə edən strateji yol xəritələrindən biri ölkədə turizmin inkişafına yönəlmişdir. Bu strateji yol xəritəsində 2020, 2025 və sonrakı dövrlər üzrə uzunmüddətli strategiya və tədbirlər planı nəzərdə tutulmuşdur. Qeyd edilən tədbirlərin nəticəsində son illərdə ölkəmizdə bu sahədə müəyyən irəliləyişlər əldə edilmişdir.

**Cədvəl 1. Azərbaycanda turizm üçün xarakterik sahələr üzrə əsas göstəricilər**

	2009	2010	2012	2014	2015	2016	2017
Turizm üçün xarakterik sahələrdə çalışan işçilərin sayı, nəfər	36 103	36 899	38 839	41 886	49 449	43 477	46 837
Turizm üçün xarakterik sahələrdə yaradılmış əlavə dəyərin həcmi, milyon manat	-	-	-	2404,2	2437,3	2746,1	3151,0
Turizm üçün xarakterik sahələrdə yaradılan əlavə dəyərin ölkənin ümumi daxili məhsulunda xüsusi çəkisi, faizlə	-	-	-	4,1	4,5	4,3	4,5
Turizm üçün xarakterik sahələr üzrə qoyulan investisiyaların həcmi, milyon manat	527,8	949,2	1478,20	2204,00	1063,9	363,0	267,3

Mənbə: ARDSK

Yuxarıdakı cədvəldə Azərbaycanda 2009-2017-ci illər üzrə turizm üçün xarakterik sahələr üzrə əsas göstəricilər verilmişdir. Cədvəl məlumatlarından əldə olunur ki, bu sahədə çalışan işçilərin sayı 2015-ci il istisna olmaqla artmışdır. Bu sahədə yaradılmış əlavə dəyərin miqdarı 2014-ci ildən 2017-ci ilə qədər hər il artaraq 3151 milyon manat olmuşdur. Lakin bir məsələni qeyd etmək lazımdır ki, son iki ildə bu sahəyə qoyulan investisiyaların həcmində kəskin azalma olmuşdur. Belə ki, 2014-ci ildə bu rəqəm 2204 milyon manat olduğu halda 2017-ci ildə azalaraq 267,3 milyon manat olmuşdur.

**Cədvəl 2. Azərbaycana gələn xarici turistlərin sayı (min nəfər)**

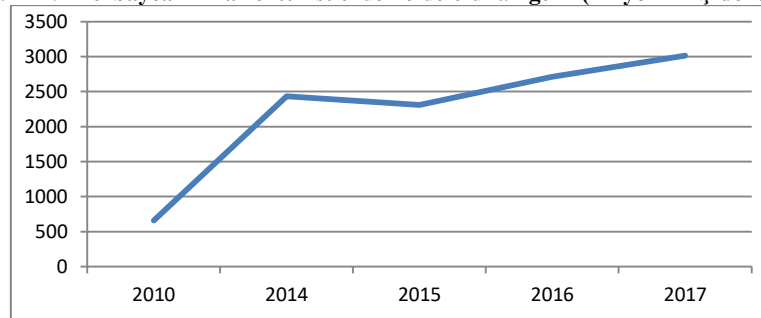
İllər	2010	2014	2015	2016	2017	Artım (2016)	Artım (2017)
Məbləğ	1280	2160	1922	2045	2454	6,4%	20%

Mənbə: Tourism Highlights 2017, 2018 Edition, UNWTO

Cədvəl 2-dən göründüyü kimi 2015-2017-ci illərdə ölkəmizə gələn xarici turistlərin sayında artım müşahidə edilir və hətta 2017-ci ildə bu sahədə 20% artım olmuşdur. Ölkəyə gələn xarici turistlərin sayı artdığına görə xarici turistlərdən əldə olunan gəlirin miqdarı da artmışdır (qrafik 1).

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Qrafik 1. Azərbaycanın xarici turistlərdən əldə olunan gəlir (milyon ABŞ dolları ilə)



Mənbə: Tourism Highlights 2017, 2018 Edition, UNWTO

Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi turizm xidmətləri ixracı ölkəmiz üçün prioritet sahədir. Bunun əsas səbəbi bu sahə üzrə ixracımızın ümumi xidmətlər ixracında böyük paya sahib olması ilə əlaqədardır.

Cədvəl 3. Azərbaycanın xidmətlər ixracı (milyon ABŞ dolları ilə)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Bütün növ xidmətlərin ixracı	2,49	3,04	4,81	4,13	4,29	4,44	4,36	4,69
Kommersiya xidmətləri ixracı	2,39	2,93	4,68	4,11	4,28	4,42	4,34	4,66
Səyahət xidmətləri ixracı	0,65	1,28	2,43	2,36	2,43	2,3	2,71	3,01

Mənbə: <https://www.trademap.org>

Bir daha qeyd etmək istəyirik ki, ölkəmizin qeyri-neft sektorunun inkişafında, ixracın diversifikasiyasında, valyuta gəlirlərinin artmasında, yeni iş yerlərinin yaradılmasında və ümumilikdə iqtisadi inkişafın stimullaşdırılmasında turizm sektorunun rolu böyükdür. Bu səbəbdən də həmin sektorun inkişafı böyük önəm daşıyır. Mövcud şəraitdə global miqyasda güclü rəqiblərin mövcudluğu, böyük miqdarda investisiya tələbatını, habelə yalnız bir sahəni deyil, ölkə iqtisadiyyatının bir çox sahələrini əhatə etdiyindən dövlətin birbaşa və yaxud da dolayı iştirakını zəruri bilib, vergi güzəştləri və subsidiyalardan istifadəni məqsəduyğun hesab edirik. Belə ki, ətraf mühitin keyfiyyəti, infrastrukturun gücləndirilməsi, ətraf mühitin qorunması, turizm sektoru və əlaqədar sektorlar arasında əlaqələrin genişləndirilməsi nəticəsində yaranan yüksək keyfiyyətli turizm xidmətləri turizm məqsədlərinin seçilməsinə təsir edən əsas amil olduğuna görə təkcə yerli cəmiyyət üçün əhəmiyyətli deyildir. Bu işdə dövlətin, firmaların və ictimai təşkilatların müştərək maraqları vardır. Bu səbəbdən də maraqlı tərəflərdən ibarət klasterləşdirmə qeyd edilən məqsədlərin əldə edilməsində daha effektiv iştirak etmək (bu sahədə qanunların tətbiqi istiqamətində), miqyas effektivindən faydalanmaq (yolların çəkilişi və təmiri məqsədilə xərclərin bölünməsi) və ictimai təşkilatlar üçün faydaların artırılması (tullantıların idarəedilməsi sistemi vasitəsilə) kimi üstünlüyü vardır. Bu da klaster tərkibində rəqabət mühitini gücləndirmək qabiliyyətindədir. Əlbəttə ki, belə növ klasterlərin yaradılması dövlətin stimullaşdırıcı tədbirləri sayəsində daha effektiv ola bilər.

### ƏDƏBİYYAT

1. "Travel and Tourism Economic Impact 2018 World", World Travel and Tourism Council.
2. "Tourism Trends and Policies 2018, Highlights", OECD.
3. "Tourism Highlights 2017, 2018 Edition", UNWTO.
4. "Tourism as a factor of development", A. Ntibanyurwa, WIT Transactions on Ecology and the Environment, Vol 97, 2006 WIT Press, [www.witpress.com](http://www.witpress.com), ISSN 1743-3541 (on-line).
5. "The Impact of Tourism on Economic Growth: The Case of Turkey", Yusuf Akan, İbrahim Arslan, Cem İşık, Journal of Tourism, Volume IX, 2007. <https://www.researchgate.net/publication/228270513>.
6. "Economic Policy, Tourism Trade and Productive Diversification", Iza Lejárraga, Peter Walkenhorst, CEPII, WP No 2013-07
7. "Tourism and Exports as a means of Growth", Isabel Cortés-Jiménez, Manuela Pulina, Carme Riera Prunera and Manuel Artis, Research Institute of Applied Economics 2009 Working Papers 2009/10, 28 pages.
8. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin (ARDSK) statistik məlumatları.
9. <https://www.trademap.org>
10. <https://data.worldbank.org>



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI  
TƏHSİL NAZİRLİYİ



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ  
DÖVLƏT TURİZM AGENTLİYİ



*Dedicated to the 96<sup>th</sup> Anniversary of the National leader of Azerbaijan, Heydar Aliyev*

IV INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE OF  
**TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY:  
PROBLEMS AND PROSPECTS**

3-4, May 2019, Baku, Azerbaijan

**PROCEEDINGS**

**- PART IX -**



## **BÖLMƏ 9. TURİZM SEKTORUNUN MALİYYƏ ASPEKTLƏRİ**

### **AZƏRBAYCANDA QEYRI NEFT İQTİSADİYYATI FORMALAŞDIRILMASINDA TURİZM SEKTORUNUN YERİ**

**Ph.D. Elçin SÜLEYMANOV**

**Yeganə HÜSEYNOVA**

**Gülbuta MUSTAFAYEVA**

*Bakı Mühəndislik Universiteti*

#### **XÜLASƏ**

Tədqiqat işi Azərbaycanda qeyri – neft sektorunun inkişafında turizm sektorunun nə dərəcədə əhəmiyyətli bir yerə sahib olduğunu göstərməkdir. Normal haldır ki, iqtisadiyyatının böyük bir qismini neft sektoru təşkil edən bir ölkə qeyri – neft sektorunun inkişaf etməsi üçün davamlı olaraq çalışmalıdır. Hələ ki, bu ölkə Azərbaycan kimi əlverişli coğrafi mövqeyə, dərin tarixə, əvəzolunmaz tarixi məkanlara, zəngin yeraltı və yerüstü təbiətə sahibdirsə. Tədqiqatın statistik metodologiyası Azərbaycanın müstəqillik əldə etdiyi vaxtdan bu günə qədər turizm sahəsindəki dəyişmələri göstərmək, ölkəyə 1998-ci ildən 2017 – ci ilə qədər gələn turist sayındakı dəyişmələri əks etdirməkdən ibarətdir. Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti Azərbaycanda turizm barədə məlumatların əldə edilməsi üçün elmi mənbə kimi istifadə oluna bilər.

**Açar sözlər:** turizm, turist, qeyri-neft sektoru, neft sektoru, inkişaf

#### **ABSTRACT**

The research shows that how important role acts tourism in the non-oil sector in Azerbaijan It's normal that the country has to develop non-oil sector if e great amount of its economy depends on oil. Therefore this country has favorable geographical position, deep history, invaluable historical places, rich land and surface nature, such as Azerbaijan. The statistical methodology of the research is to reflect changes in the field of tourism from the time of independence of Azerbaijan to the present day reflecting changes in the number of tourists coming to the country from 1998 to 2017. The practical importance of the research can be used as a scientific source for information on tourism in Azerbaijan.

**Keywords:** tourism, tourist, non-oil sector, oil sector, development

#### **Giriş**

Azərbaycan 18 Oktyabr 1991-ci ildə öz müstəqilliyini elan etdi. Beləliklə, müstəqil bir dövlət olaraq Azərbaycan XX əsrin sonlarında tarix səhnəsində, beynəlxalq, iqtisadi və siyasi münasibətlərdə balanslaşdırıcı rolu olan bir ölkə olmağa başladı. Bu rol Azərbaycanın zəngin təbii sərvətləri və geosiyasi mövqeyindən qaynaqlanmaqdadır. Şimaldan Rusiya, Gürcüstan, cənubdan İran, qərbdən Ermənistanla dövlətlərlə sərhəd olan Azərbaycan, eyni zamanda Türkiyə vasitəsi ilə Qərbi meylli siyasi və iqtisadi inkişaf kursu həyata keçirən bir geosiyasi mövqeyi var. Bu siyasət Azərbaycanı bəzən qonşu dövlətlərin regionla bağlı münaqişə və mübahisələri ilə müşahidə olunan problemləri miras buraxmışdır. Keçid dövrünü müəyyən problemlərlə yaşayan Azərbaycan üçün iqtisadi inkişafını həyata keçirərək, siyasi müstəqillik və stabillik əldə etməklə yanaşı, ölkənin iqtisadi müstəqillik və stabilliyə də tam olaraq nail olması vacib idi. Bunun üçün keçid dövrünü yaşayan digər ölkələrdə olduğu kimi, siyasi və sosial olduğu qədər, iqtisadi olaraq da qarşılaşılan problemlər aradan qaldırılması zəruri idi.

Qarşılaşılan problemlər daha çox struktur xarakteri daşdığından, əvvəlcə ölkə iqtisadiyyatının özünü sərbəst idarə edə biləcəyi şəkildə yenidən qurulması lazım idi. Ölkədə iyirmi beş ildən artıq müddət ərzində qurulmağa çalışılan iqtisadiyyatın, liberal bir nöqtəyi nəzərdən sərbəst bazar şərtlərinə görə yenidən qurulmasında uğur qazanmaq olmuşdur. Yeraltı ehtiyatlar baxımından zəngin bir potensiala sahib olan Azərbaycanın, iqtisadi cəhətdən əsas zənginliyi, istehsalı, digər ehtiyatlara görə

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

birinci yerdə olan enerji qaynağı olan neft və təbii qazdır. 2008-2018-ci illərdə ölkə ixracatının doxsan faizindən çoxunun enerji daşıyıcılarının payına düşməsi bunun əyani sübutudur. Bu səbəblə struktur islahatlarının həyata keçirilməsində, sahib olunan enerji ehtiyatlarından maksimum dərəcədə istifadə edilməklə yanaşı qeyri neft sektorunu əhatə edən alternativ bir iqtisadiyyat formalaşdırılması zəruridir ki resurslar tükəndiyində ölkə iqtisadiyyatı çətin vəziyyətdə qalsın.

### **Azərbaycanda turizm sektorunun mövcud vəziyyəti**

Azərbaycanın yerləşdiyi əlverişli coğrafi, mövqeyi və təbiət şəraiti, zəngin yeraltı və yerüstü sərvətləri burada xalq təsərrüfatının istənilən sahəsinin formalaşdırılması və inkişafına geniş zəmin yaradır. Hazırda mütəxəssislər tərəfindən Azərbaycanın inkişafına daha çox diqqət yetirilməli, prioritet sahələrinin sənaye, informasiya texnologiyaları, aqrar sektor, ticarət və xidmət, tikinti, nəqliyyat, rabitə sahələri kimi təsnifləşdirilməsi heç də təsadüfi deyildir. Azərbaycanı turizm sektorunu üçün lazımı iqlim, təbii gözəlliklər, tarixi və arxeoloji əsər potensialı qısaca təbii, tarixi və mədəni sərvətlər mövcuddur. Azərbaycanda təbii imkanlar arasında əksər ərazisi subtropik iqlim qurşağında, yalnız Böyük Qafqaz dağlarının şimal-şərqi mülayim iqlim qurşağında olmaqla iki iqlim qurşağı və 9-iqlim tipinin mövcud olması, Xəzər dənizinin sahilləri, Xaçmaz-Lənkəran-Astara regionundakı meşəlik sahələr və müalicə məqsədiylə də faydalanıla biləcək potensialdakı qaynaq suları diqqət çəkir

Azərbaycanda turizm sektorunu əmələ gətirən sahələr aşağıdakı alt başlıqlar altında cəmlənə bilər;

**Tətil Turizmi:** Xüsusilə yaz aylarında tətil etməyə ən uyğun regionlar Zaqatala, Şəki, Quba, Qusar, Xaçmaz, Gəncə, Qazax və Lənkərandır.

**Yayla və Dağ Turizmi:** Azərbaycanda yayla və dağ turizmi üçün əlverişli bölgələr; Zaqatala meşəlikləri, Şəki Gələrsən Görərsən qalası, Başdaşagıl, Quba meşəlikləri, İsmayılı, Lahıç, Qəbələ, Ağdaş meşələri, Gəncə, Hacıkənd, Göygöl olaraq sıralana bilər.

**Çimərlik Turizmi:** Şərqdən Xəzər dənizi tərəfindən əhatə olunan Azərbaycan plyaj turizmi baxımından da əlverişlidir. Bilgəh və ətrafi kilometrəcə uzanan plyajlara sahibdir.

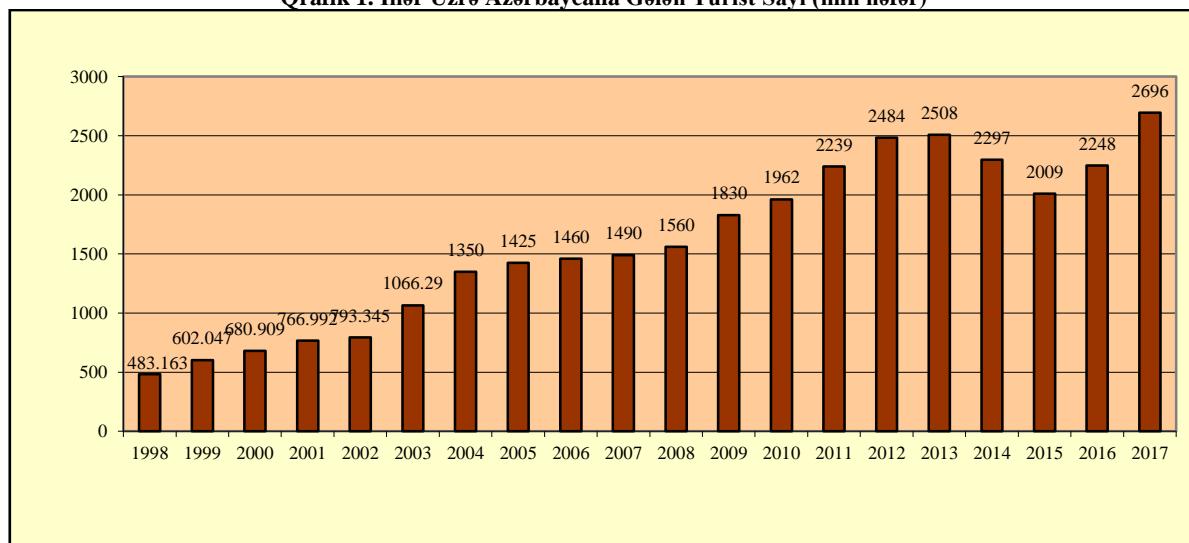
**Ov Turizmi:** Azərbaycanda cəmi 97 növ məməli heyvan, 346 növ quş və 95 növ balıq var. Fərqli regionların ov turizminə əlverişli olduğu ölkədə ov tüfəngi istifadə etmək üçün icazə alınmalıdır. Eyni zamanda hər tüfəng sahibinin ovçular cəmiyyətinə üzvlüyü məcburidir.

**Mədəniyyət Turizmi:** Azərbaycan çox zəngin bir mədəniyyət və tarix xəzi-nəsinə sahibdir. Ölkədəki qədim abidə, məzar, türbə, bina və digər tarixi əsərləri qorumaq, bərpa etmək üçün müxtəlif təşkilatlar qurulmuşdur.

Təbii zənginlikləri səbəbiylə turizmin Quba-Xaçmaz, Astara-Lənkəran, Şəki-Zaqatala, Gəncə-Xanlar, Şəmkir-İsmayılı, Siyəzən-Xızı regionlarında inkişaf etəsi daha uyğundur.

Gələcək turist sayı diqqətə alındıqda inkişaf etmiş ölkələrdən çox az sayıda turist gəldiyi, MDB ölkələrindən gələcək tursitlərin üstünlük təşkil etdiyi görülür.

Qrafik 1. illər üzrə Azərbaycana Gələn Turist Sayı (min nəfər)



Mənbə: ARDSK Nəşrləri. 2018

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Azərbaycan, 1994-cü ildən bəri turizm sahəsində müxtəlif ölkələrlə bir çox müttəfiqlik müqaviləsi imzalamışdır. Azərbaycan Gənclik, İdman və Turizm Nazirliyi tərəfindən, Beynəlxalq Turizm Təşkilatına üzv olduğu 27 sentyabr 2001 tarixindən sonra, turizm sektorunun inkişaf etdirilməsi məqsədiylə, beynəlxalq təşkilatların maliyyə dəstəyini və digər ölkələrdə fəaliyyət göstərən turizm şirkətlərinin Azərbaycana investisiya qoymalarını təşviq məqsədiylə xüsusi investisiya proqramı hazırlanmışdır. Hazırlanan sənədlərlə, ölkənin turizm sektorunun inkişafı baxımından həm tanıtılması, həm də sektora diri investisiyaların qoyulması təşviq edilməyə çalışılır. Turizm sektoru üçün lazımı kadrların yetişdirilməsi məqsədiylə də ali təhsil səviyyəsində bəzi fəaliyyətlər görülür. Turizm və Menecmet Universitetinin fəaliyyətə başlaması təqdirəlayiq addım-lardandır. Bundan əlavə, sektorda işləyənlərin məsləki inkişaflarının təmini məqsədiylə, başda Türkiyə olmaqla bəzi ölkələrin turistik regionlarında məsləki təhsil kursları almaları təmin olunur.

Yeni yaradılan Quba-Xaçmaz, Şəki-Zaqatala, Lənkəran-Astara və Tovuz-Qazax turizm yollarını müasir standartlara çatdırmaq məqsədiylə, Azərbaycan Turizm Nazirliyi tərəfindən, beynəlxalq turizm şirkətlərinə dəyəri 100 min dollar - 50 milyon dollar arasında dəyişən layihələr təqdim edilmişdir.

Digər tərəfdən 27 avqust 2002-ci il tarixli və 1029 sayılı sərəncamla "2002-2005 İli Üçün Turizmin İnkişafına Dair Dövlət Proqramı" təsdiq edilmiş və uğurla həyata keçirilmişdir. Ölkə başçısı mərhum Heydər Əliyevin imzaladığı fərmanla turizm fəaliyyətləri ilə məşğul olan şirkətlər üçün verilən lisenziya müddəti iki ildən beş ilə çıxarılmışdır. Dövlət rüsumu 8 milyon manatdan 2 milyon 750 min manata endirilmişdir. (Denominasiyadan əvvəlki manat) Nəticədə turizm sektorundakı şirkətlərin sayı hər il daha da artmışdı.

2018-ci ilin statistikasına görə Azərbaycanda turizm sektorunun yaratdığı əlavə dəyər 3 milyard manatdan artıqdır və ÜDM nin 5% yaxın bir deyərdir. Sektorda qırx minə yaxın əmək qüvvəsi məşğuldur. Eyni zamanda Azərbaycanda 400-ə yaxın tur agentliyidə iki minə yaxın əməkdaş fəaliyyət göstərməkdədir.

2019-cu ilin yanvarın 1-ə olan vəziyyətə görə, Azərbaycanda 596 mehmanxana müəssisəsi qeydiyyatdan keçib. 2018-ci il ərzində 33 yeni otel fəaliyyətə başlayıb, onlardan 15-i Bakıdadır. Mehmanxanalarda eyni vaxtda 46,7 min nəfərin yerləşə biləcəyi 22,2 min nömrə var. Bakının mehmanxana nömrələrinin xüsusi çəkisi ölkənin mehmanlarının nömrə fondunun 46%-dən çoxunu təşkil edir. Bundan əlavə Azərbaycanda təqribən yeni turistik otel inşa edilir, regionlarda turizm-informasiya mərkəzləri yaradılır.

2004-2019-ci illəri əhatə edən regiona inkişaf proqramlarında inkişaf etdirilməsi lazım olan ilk hədəflər arasında olan turizm sektoru ilə əlaqədar olaraq, regionlarda eko-turizmin inkişafı məqsədiylə hazırlanan layihələr və iş planları, bu sahəyə maraq göstərən xarici investitorlara təqdim edilmişdir.

Müxtəlif proqram və layihə və mədəniyyət tədbirlərilə Azərbaycan; turizmin bir inkişaf perspektivi ola biləcək, infrastrukturun tənzimlənməsiylə geniş bir turizm potensialına sahib olacaqdır. Hələ kifayət qədər tanınmayan və turizm investorlarını gözləyən Quba, Nabran, Şəki, İsmayilli kimi şəhərlər və regionlardakı təbii gözəlliklərlə yanaşı, demək olar ki hər küçədə olan mədəniyyət və sənət mərkəzləriylə Bakı inkişaf etməkdə olan turizm sektorunda əvəz edilməz yerə sahib olacaqdır.

Azərbaycanda son illərdə turizm sektorunun inkişafında çox əhəmiyyətli hadisələr 2012 ci ildə Bakıda keçirilən "Eurovisya" yarışması və 2015-ci ildə ilk dəfə Bakıda start verən Avropa Oyunları Bakı 2015 tədbirləri olmuşdur. Bu beynəlxalq tədbirlər nəticəsində Azərbaycan dünyanın diqqət mərkəzi halına gəlmişdir. Son illərdə istifadəyə verilən Şahdağ Turizm kompleksi, Nabran, Naftalan və Qəbələdəki turizm obyektləri xarici turistlərin diqqətini çəkməkdədir.

2023-cü ili hədəfləyən proqnozlarına əsasən Azərbaycana gələcək xarici turistlərin sayı 4 milyondan çox olması gözlənilir. Bundan əlavə yaxın illərdə 100 min yataq yerinin yaradılması nəzərdə tutulur. Bu program uğurla başa çatdırlarsa Azərbaycanda 2023-cü ilə qədər turizm şirkətlərinin sayı - 350, mehmanxanaların sayı -1500, yerləşdirmə obyektlərinin sayı -95 min, turizm sahəsində çalışanların sayı -75 min, Azərbaycana gələn əcnəbilərin sayı- 5 milyon, turizmdən əldə olunan gəlirin 3 milyard dollardan çox olacağı proqnozlaşdırılır. Ümumilikdə Azərbaycanın rayonlarında turist bazaları yaratmaq üçün ideal imkanlar var. Turizmin inkişafı həm də regionların sosial-iqtisadi inkişafı baxımından çox vacibdir. Bu həmçinin on minlərlə iş yerinin açılması, kənd təsərrüfatı mallarının rahat satışı, bölgə əhalisinin sosial rifah halının yaxşılaşması deməkdir. Belə olduqda rayon sakinlərinin iş dalınca paytaxta və xarici ölkələrə axınının qarşısını əhəmiyyətli dərəcədə ala bilər.

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

Turizm hazırda dünya iqtisadiyyatının aparıcı sahələrindən birinə çevrilib. Ümumdünya Ticarət Təşkilatının proqnozlaşdırmasına görə, səyahətə çıxan turistlərin sayı hər il 4,1 faiz artmaqdadır və 2020-ci ildə səyahətə çıxanların sayı 1,6 milyard nəfərə çatacaq. Bu, onu göstərir ki, dünyada turizmin xidmətinin rolu artmaqdadır və yaxın gələcəkdə daha da artacaqdır. Bu baxımdan ölkədə turizmin təşkili və onun iqtisadiyyatda rolunun artması çox aktual məsələlərdən biridir. Turizmin iqtisadi mahiyyəti onunla izah olunur ki, o, müştərilərə məhsulunu və xidmətlərini təklif etməklə yerli sənayenin, kənd təsərrüfatının və digər sahələrin tələbini canlandırır, onların inkişafına, istehlak mallarının istehsalını artırmağa, məşğulluğun yüksəldilməsinə təsir göstərir. Bununla həm də turist axını mədəniyyət, əyləncə, istirahət müəssisələrinin (muzeylər, incəsənət, idman-kurort, sərgilər, xalq sənətkarlığı, abidələr, şou və s.), mehmanxanaların, nəqliyyat müəssisələrinin gəlirlərini artırır. Bu isə vergi ödəmələri hesabına fayda verir və ölkəyə xarici valyuta axınına səbəb olur.

Dünyanın bir çox ölkələrində turizm insanların sağlamlığında, asudə vaxtlarının səmərəli istifadəsində, iqtisadiyyatda önəmli yer tutur, regionların sosial inkişafına təkan verir, büdcəyə əlavə vəsaitlərin cəlb edilməsinə əlverişli şərait yaradır. Bu gün dünya milli məhsulunun, dünya investisiyalarının, iş yerlərinin və dünya istehlak xərclərinin 10%-i turizmin payına düşür. Qeyri-neft sahələrinin yüksəlişi ilə davamlı iqtisadi inkişafın təmin edilməsi müasir dövrdə ölkədə qarşıda duran mühüm vəzifədir. Çoxsaylı tədqiqatlar göstərir ki, turizm öz perspektivliyinə görə qeyri-neft sahələri arasında aparıcı mövqelərdən birini tutur.

Ümumiyyətlə, 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 istifadəsinin genişlənməsinə 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, turizmin sosial-mədəni servis xidmətlərinin təşkili zəruridir.

Bununla yanaşı, turizmin inkişafı və turizm sektorunun ölkə iqtisadiyyatının aparıcı sahələrindən birinə çevrilməsi bu gün Azərbaycanda ən mühüm vəzifə olaraq qarşıda durur. Aparılan hesablamalara görə, dünyada milli məhsulun, dünya investisiyalarının, iş yerlərinin və dünya istehlak xərclərinin 10 faizi turizmin payına düşür. Azərbaycanda isə 2015-ci ildə ümumi daxili məhsulun 4,5 faizi, ölkə üzrə investisiyaların 5,3 faizi turizmin payına düşür, iqtisadi fəaliyyətlə məşğul olan əhalinin 1,1 faizi turizm sahəsində çalışır. Göründüyü kimi, son illər Azərbaycanda əldə olunmuş sosial-iqtisadi irəliləyiş bu vəzifənin yeni imkanlarına adekvat surətdə cavab verərək, həllinə şərait yaradır.

Azərbaycan Respublikasında turizm sektorunun dayanıqlı inkişafının təmin edilməsi və turizmin ölkə iqtisadiyyatının aparıcı sahələrindən birinə çevrilməsi məqsədilə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev tərəfindən 2010-cu il 6 aprel tarixində "Azərbaycan Respublikasında 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı"nın təsdiq edilməsi haqqında Sərəncam imzalanmışdır.

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 çevrilməsini təmin etməklə yanaşı, turizmin fəaliyyətinin genişləndirilməsinə şərait yaradılmasıdır. Hazırda "Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektoru üzrə strateji yol xəritəsi"nin əsaslarından biri olan turizm sferasının gündən-günə inkişaf etdirilməsi Azərbaycanın beynəlxalq turizmə inteqrasiya etməsindən çox aslıdır. Turizm və aidiyyəti sahələrdə çalışan işçilərin sayı 42 min nəfər, turizm sahəsinin ölkənin ümumi daxili məhsulundakı xüsusi çəkisi isə 4,1% olub. Həmçinin, Azərbaycan mehmanxanalarında keçirilən gecələmələrin sayı 2013-cü illə müqayisədə 0,8% artaraq 1687,5 min adam-gecə təşkil edib. Bunun 47,6%-i xarici ölkə vətəndaşlarının payına düşüb. Ümumi gecələmələrin 64,1 faizi Bakı şəhərində qeydə alınıb. Eyni zamanda, mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə 392,8 min nəfər xarici ölkə vətəndaşı gecələyib. Onların əsas hissəsini Böyük Britaniya, Rusiya, Türkiyə, ABŞ, Almaniya, İran, İtaliya, Ukrayna, Fransa, Gürcüstan, Çin və Qazaxıstan vətəndaşları təşkil edib. Əcnəbilərin 73,2 faizi ölkəyə turizm məqsədilə səfər edib. 2013-cü illə müqayisədə bu müəssisələrin xidmətlərindən istifadə edən Bolqarıstan, Estoniya, Finlandiya, Çexiya, Yaponiya, Belçika, Polşa, Türkiyə, Moldova, Çin, Almaniya və Rumıniya vətəndaşlarının sayında daha çox artım müşahidə olunub. Turistlərin 43,1 faizi istirahət və əyləncə, 37,5 faizi işgüzar, digərləri isə turizm məqsədilə ölkəyə səfər edib. İstirahət və əyləncə

## TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS

məqsədlə Bakı, Naxçıvan, Quba, Şamaxı, Şəki, Masallı, Qəbələ, Mingəçevir, Abşeron, İsmayıllı, Qusar, Lənkəran və Qaxa səfər edən turistlərin sayı daha çox olub. Turizm məqsədilə xarici ölkələrə səfər edən ölkə vətəndaşlarının 34,7 faizini Bakı sakinləri təşkil edib. **2018-ci ildə Azərbaycana 2 milyon 850 min turist gəlib və 2 milyard dollara yaxın pul xərcləyib.** Ölkəyə gələn xarici vətəndaşların Rusiya Federasiyası, Körfəz ölkələri, Gürcüstan, Türkiyə, İran, Ukrayna, Birləşmiş Krallıq, Qazaxıstan, Almaniya, Amerika Birləşmiş Ştatları və digər ölkələrin vətəndaşlarıdır. Bu müddətdə ölkəyə gələn xarici vətəndaşların ümumi sayında Rusiya, Gürcüstan, Türkiyə və İran vətəndaşlarının xüsusi çəkisi daha çox olub və müvafiq olaraq 31,9 faiz, 29,1 faiz, 15,2 faiz və 7,5 faiz təşkil edib. 2017-ci ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə Azərbaycana səfər edən Almaniya, Böyük Britaniya, İtaliya, Avstriya, Belçika, Çex Respublikası, İsveçrə, Fransa, Niderland, Portuqaliya, Serbiya, Slovakiya, Yunanıstan, eləcə də Belarus, Ukrayna, Türkmənistan, BƏƏ, İsrail, Yaponiya və Avstraliya vətəndaşlarının sayında daha çox artım müşahidə olunub. Davamlı olaraq 2015-2018-ci illərdə Azərbaycana gələn turistlərin sayı artmışdır. Hər il ölkəyə gələn turistlər arasında Rusiya, Gürcüstan, Türkiyə, İran və başqa dövlətlərdən gələnlər çoxluq təşkil etmişdir. 2015-ci illə müqayisədə 2018-ci ildə ölkəyə İordaniyadan 2 dəfə, Küveytdən 3,2 dəfə, Qətərdən 5,5 dəfə, Səudiyyə Ərəbistanından və Omandan 10 dəfə, Birləşmiş Ərəb Əmirliklərindən 22 dəfə və İraqdan 30 dəfə çox turist gəlmişdir.

Bütün bu gəlişlər Azərbaycanda yaranmış turizm mühitinin yaxşılaşmasından xəbər verir.

### Nəticə

Xarici turistlərin 33,3%-i istirahət və əyləncə, 31,5%-i biznes və işgüzar, 1,8%-i müalicə, 0,6%-i dini, 27%-i qohumları, dostları ziyarət və 5,8%-i digər turizm məqsədi ilə ölkəyə səfər etmişdir. Təhlil göstərir ki, 2015-ci ildə ölkədə 11040,6 min gecələmə keçirmişdir. Gecələmələrin 49,8%-i Bakı şəhərinin, 9,6%-i Quba-Xaçmaz, 5,1%-i Aran, 14,6%-i Gəncə-Qazax, 5,1%-i Lənkəran, 2,2%-i Şəki-Zaqatala, 6,5%-i Naxçıvan, 3,1%-i Abşeron, 4%-i digər iqtisadi rayonlarda keçirmişdir. Hesablama göstərir ki, bir turist ölkədə orta hesabla 5,2 gecələmə keçirmişdir. Beləliklə, yuxarıda qoyulan məsələnin həllində, həmçinin, ölkə rəhbərinin təşəbbüsü ilə hazırlanan “ Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektoru üzrə strateji yol xəritəsi ”nin də böyük təsiri olacaqdır. Belə ki, yol xəritəsində müəyyən edilən prioritet istiqamətlərdən biri də xidmət sektorudur. Xidmət sektorunun əsası olan turizm fəaliyyətinin formalaşması və inkişafı üçün aşağıdakılar təklif olunur.

- ✓ Turizm inkişafı üçün məqsədyönlü büdcə fondu yaradılması.
- ✓ Turistlərin ölkə ərazisində maneəsiz hərəkəti təmin edilməsi.
- ✓ Xaricə gedən Azərbaycan turistlərinin hüquqlarının və qanuni maraqlarının qorunması təmin edilməsi.

- ✓ Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsində hüquqi-normativ aktlar təkmilləşdirilməsi.
- ✓ Ekoloji turizm fəaliyyəti üçün xüsusi qoruların yaradılması təmin edilməsi.
- ✓ Turizm bazarının xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq vahid qaydalar sistemi hazırlanması.
- ✓ Ölkəyə gələn turistlər üçün viza rejiminin sadələşdirilməsi.
- ✓ Turizmin infrastrukturunun təkmilləşdirilməsinin təmin edilməsi.
- ✓ Turizm məhsullarının ixracına üstünlük verilməsi.
- ✓ Turizm sənayesinin daha da formalaşmasına şərait yaradılması.
- ✓ Turizm fəaliyyətində sahibkarlığın inkişafı üçün əlverişli şərait yaradılması.
- ✓ Turizm sahəsində beynəlxalq əməkdaşlığın və işgüzar əlaqələrin genişlənməsinə nail olmaq.

Azərbaycanda daxili turizm baxımından gəlir səviyyəsinin aşağı olması, xarici turizm baxımından isə, ölkənin ölkə xaricində tanıtımının kifayət səviyyədə olmaması, əksinə Qarabağ problemi səbəbiylə Ermənistanla arasındakı münaqişənin təhlükəli bir region kimi ələ alınması önəmli mənfi amildir. Azərbaycanın turizm baxımından ən əlverişli regionlarından biri olan Qarabağın işğal altında olması, turizm sektoru baxımından ən önəmli itkilərin başında gəlir. İşğal sonrası, Qarabağdakı turizmə mənfi təsir edəcək şəkildə Ermənilər tərəfindən regionun ekoloji balansına böyük zərərər verilir.

Ümumiyyətlə, xidmət sektorunun əsası olan turizm fəaliyyətinin formalaşması, inkişafı və rəqabətə davamlılığı ölkənin gələcək sabit inkişafında, beynəlxalq iqtisadiyyata inteqrasiyasında və dünya iqtisadiyyatında əsaslı mövqe tutmasında tam təminatçı olacaqdır.

Ölkəmizə maraq göstərən turistlərin sayında da artım müşahidə olunur. Turizm potensialının tam relizə edilməsi məqsədilə həyata keçirilən tədbirlər öz nəticəsini verir. Azərbaycana maraq göstərən turistlərin sayı ildən-ilə artır.

## **TOURISM AND RECREATION IN THE XXI CENTURY: PROBLEMS AND PROSPECTS**

Bütün bu sadalananlar deməyə əsas verir ki, bu gün Azərbaycan dövlətinin turizm sahəsinə qoyduğu sərmayə öz bəhrəsini verir. Tikilən yeni və müasir otellər, çəkilən dünya standartlarına uyğun yollar, bir sözlə qurulan infrastruktur Azərbaycanı daha da cəlbedici edib. Bu sıraya xalqımızın özünəməxsus qonaqpərvərliyini və zəngin qida rəsmalını da əlavə etsək deməli ölkəmizə üz tutanların ildən-ilə daha da artacağını düşünmək olar. Hələ bu siyahıya yeni yaranan Azərbaycan Dövlət Turizm Agentliyinin son zamanlar gördüyü və planlaşdırdığı işləri, layihələri də nəzərə alsaq əminliklə deyə bilərik ki, yaxın illərdə Azərbaycan nəinki Cənubi Qafqazın, hətta dünyanın ən çox turist cəlb edən ölkələrindən birinə çevriləcək.

### **ƏDƏBİYYAT SIYAHISI**

1. Aras, O.N. and Süleymanov, E., Azərbaycan iqtisadiyyatı. *BAKI-2016*.
2. [https://www.academia.edu/37188085/Milli\\_iqtisadiyyatin\\_inkisafinda\\_turizm\\_sektorunun\\_rolu\\_v%C9%99\\_bu\\_sektorun\\_dovl%C9%99t%C9%99nziml%C9%99nm%C9%99si\\_isti%C9%99m%C9%99si\\_isti%C9%99m](https://www.academia.edu/37188085/Milli_iqtisadiyyatin_inkisafinda_turizm_sektorunun_rolu_v%C9%99_bu_sektorun_dovl%C9%99t%C9%99nziml%C9%99nm%C9%99si_isti%C9%99m%C9%99si_isti%C9%99m)
3. Hasanli, Yadulla, Sailau Baizakov, and Sudabe Salihova. "ASSESSMENT OF THE IMPACT OF TOURISM SECTOR ON THE ECONOMY OF AZERBAIJAN, KAZAKHSTAN AND IRAN USING INPUT-OUTPUT MODELS." *Economic and Social Development: Book of Proceedings* (2019): 671-680.
4. Böyükkişi, Nəriman. "QEYRİ-NEFT SEKTORUNUN İNKİŞAFININ DÖVLƏT TƏRƏFİNDƏN STİMULLAŞDIRILMASI İSTİQAMƏTLƏRİ." *AZERBAIJAN UNIVERSITY* (2018): 42.
5. Bayramli, Qadir. "AZƏRBAYCANDA TURİZMİN DAYANIQLI İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ." *AZERBAIJAN UNIVERSITY*(2018): 40.
6. <https://www.stat.gov.az/source/tourism/> 2018

