

UOT 338.48

Nicat Musayev
Azərbaycan Texniki Universiteti, dissertant
Nijat.musaev@gmail.com

AZƏRBAYCANDA TURİZMİN İNKİŞAFININ MÜASİR VƏZİYYƏTİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Məqalədə Azərbaycanda turizm sənayesinin mövcud vəziyyətinin təhlili əsasında daxili turizmin inkişaf etdirilməsinin əsas problemləri aşkar edilmiş və beynəlxalq turistlərin sayının orta illik artım tempi müəyyən edilmişdir.

Həmçinin bir sıra ölkələrdən Azərbaycana gələn turist axını müqayisə edilərək belə bir fikrə gəlinmişdir ki, bəzi ölkələrdən gələn beynəlxalq turistlərin sayında azalmanın olmasına baxmayaraq Azərbaycanın turizm sferasının rəqabətqabiliyyətliliyinin beynəlxalq reytinginin (4,7 vahid) yüksək olması (bu göstəriciyə görə dünya üzrə ən yüksək reytingə malik İsveçrə və ABŞ-dan 1,2 vahid az) digər ölkələrdən turist axınını təmin edə bilmişdir. Bu baxımdan da, ölkəmizi səyahət etmək istəyən beynəlxalq turistlərin sayında mütəmadi olaraq artımın baş verməsi qanunauyğun hesab edilə bilər.

Məqsəd – Azərbaycanda turizm sferasının inkişafının mövcud vəziyyətinin qiymətləndirilməsidir.

Metodologiya – tədqiqatda statistik-iqtisadi və balans metodundan istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın nəticələri – daxili turizmin inkişaf etdirilməsi problemləri aşkar edilmiş, beynəlxalq turistlərin orta illik artım tempi hesablanmış və onun baş verməsinin qanunauyğun olması nəticəsinə gəlinmişdir.

Açar sözlər: turizm, sfera, təhlil, artım tempi, qanunauyğunluq, qiymətləndirmə

Giriş

Uzunmüddətli dövr ərzində xaricdə turizm sənayesinin intensiv inkişafı onu müxtəlif xidmətlər istehsalı üzrə insanların fərqli tələbatının ödənilməsinə təmin edə bilən gəlirli sahəyə, həçinin kütləvi tələbat sferasına çevirmişdir. Turizm sənayesinin inkişaf dinamikası turizm növlərinin müxtəlifliyində öz əksini tapmışdır ki, bu müxtəliflik də insanın həyat fəaliyyətinin ayrılmaz hissəsi hesab edilir.

Son illərdə işgüzar turizmlə birgə turizmin digər istiqamətləri, o cümlədən intensiv-turizm, konqres, klub, kooperativ, elmi, elitar, etnomədəni, ekstremal, dağ velosipedi turizmi və s. kimi yeni fəaliyyət növləri yaranmış və aktiv şəkildə inkişaf etməkdədir, bu isə öz növbəsində müxtəlif məqsədli turizm səyahətlərini əks etdirir [Möhbəliyev, 2020: 72-78].

Sosial-iqtisadi aspektdə turizmin əsas funksiyaları

Sosial-iqtisadi aspektdə ölkənin dövlət büdcəsinin formalaşmasını, yeni iş yerlərinin açılmasını, turizm biznesi ilə məşğul olan müəssisələrin gəlirlərinin təmin edilməsini və s. kimi turizmin vacib funksiyaları cəmləşir. Bu baxımdan, turizmin inkişaf etdiyi ölkələrdə olduğu kimi, Azərbaycanda da dövlətin turizm siyasətinin həyata keçirilməsi mühüm şərtlərdəndir və burada əsas məqsədlər aşağıdakılar hesab edilir:

➤ ölkə əhalisinin istirahət, sərbəst gəzintilərdə iştirakı və digər hüquqlarının təmin

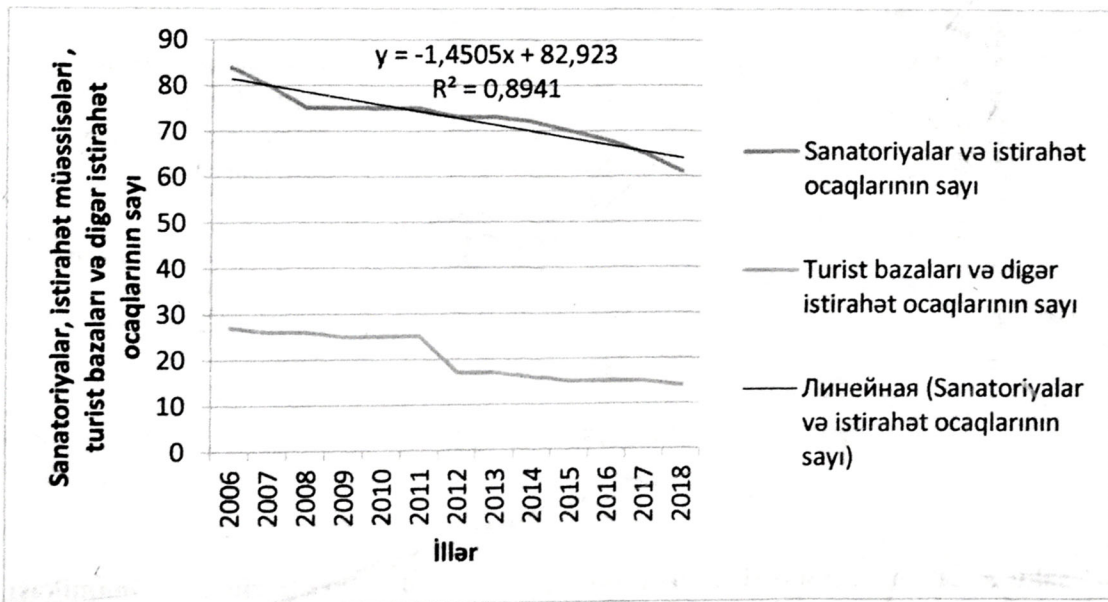
edilməsi;

- ətraf mühitin mühafizəsi;
- turistlərin tərbiyələndirilməsinə, təhsilinə və sağlamlığına istiqamətləndirilmiş fəaliyyətinə şəraitin yaradılması;
- vətəndaşların tələbatını və səyahət zamanı gözlədikləri nəticəni təmin edə bilən turizm sənayesinin inkişafı [İsmayılov, 2019: 85-93].

Müasir dövrdə Azərbaycanda turizm ən vacib və dinamik inkişaf edən, gəlir gətirən sferalardan biri kimi fəaliyyət göstərir. Turizmin inkişafı ÜDM-in və ÜMM-in formalaşması üçün olduqca vacibdir. Turizm sənayesində servis xidmətinin və digər əlaqəli sahələrin inkişafı ölkəmiz üçün olduqca əhəmiyyətlidir. Belə ki, turizm milli iqtisadiyyatın iqtisadi cəhətdən sərfəli və ekoloji təhlükəsiz sahəsi, həmçinin ölkənin innovativ inkişafının əsas halqalarından biri hesab edilir. Odur ki, dövlətimiz son dövrlərdə Azərbaycanın nisbətən əlverişli sosial-iqtisadi inkişaf konsepsiyasının işlənilməsinə çalışır. “Azərbaycan Respublikası regionlarının 2019–2023-cü illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı”nda və “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”ndə turizmə Azərbaycan Respublikasının büdcə sistemi gəlirlərinin maliyyə mənbəyi, məşğulluğun artırılması və əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi vasitəsi, vətəndaşların sağlamlığının saxlanması üsulu, sosiomədəni mühitin inkişafı və patriotizm rühunda tərbiyələndirmə üçün əsas, həmçinin vətəndaş cəmiyyətinin işıqlandırılması və mədəni inkişaf platformasının güclü aləti kimi baxılır.

Azərbaycanda turizm sənayesinin inkişaf dinamikası

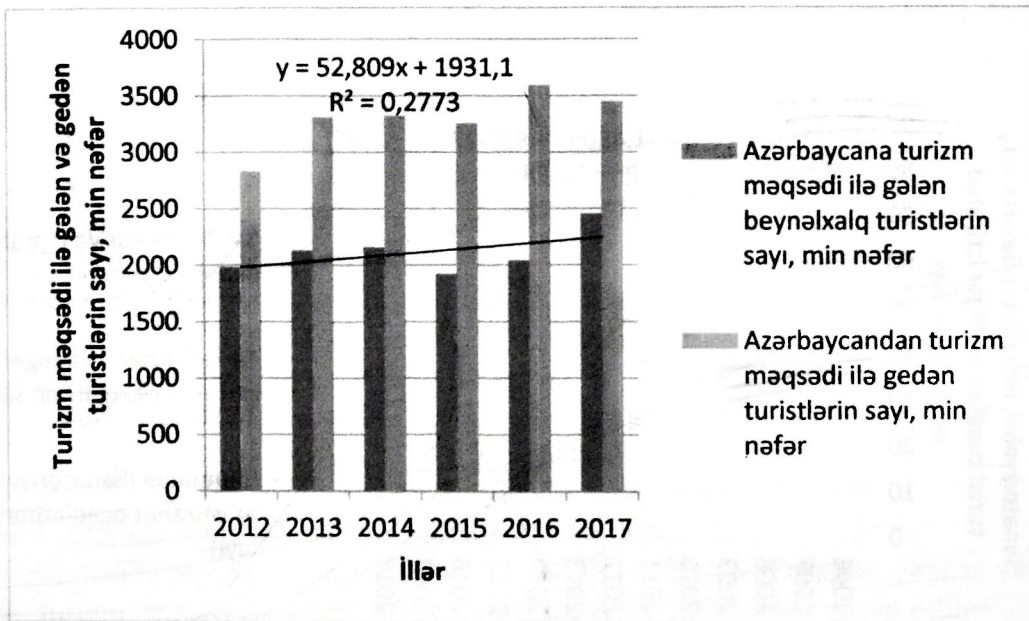
Azərbaycan gəlmə və getmə turizminin inkişaf etdirilməsində böyük potensial imkanlara malikdir. Ölkənin təbii və mədəni-tarixi müxtəlifliyi praktiki olaraq turizmin bütün növlərinin, o cümlədən turizm-rekreasiya zonalarının, mədəni-idrak, işgüzar, idman, sağlamlıq-müalicə, dağ-qış, dağ velosipedi, çimərlik, ovçuluq, ekoloji və s. kimi davamlı turizm potensialının inkişaf etdirilməsinə əlverişli şəraiti formalaşdırır. Azərbaycanda turizm sənayesinin sanatoriyalar, istirahət müəssisələri və turizm bazalarının inkişaf dinamikasına nəzər yetirək (şəkil 1).



Şəkil 1. Sanatoriyalar, istirahət müəssisələri və turizm bazalarının sayı dinamikası
Qeyd: [3, səh.68-70] məlumatları əsasında müəllif tərtib etmişdir

Sanatoriyalar, istirahət müəssisələri, turist bazaları və istirahət ocaqlarının sayının təhlili göstərir ki, 2006-2018-ci illərdə sanatoriyalar və istirahət ocaqlarının sayında 23 vahid və ya 27,4%; turist bazaları və digər istirahət ocaqlarının sayında isə 13 vahid və ya 48,1% azalma müşahidə edilmişdir. Sanatoriyalar və istirahət ocaqlarının sayının azalması 2012-ci ilə kimi 9 vahid və ya 10,7%, sonrakı 2013-2018-ci illərdə isə 14 vahid və ya 16,7% təşkil etmişdir. Turist bazaları və digər istirahət ocaqlarının sayında 2011-ci ilə kimi 2 vahid və ya 7,4%, sonrakı 2011-2018-ci illərdə isə 11 vahid və ya 40,7% azalma olmuşdur. Həmçinin, yerli istirahət müəssisələrində yerli və beynəlxalq turistlərin istirahətə olan tələbatının azalmasını nəzəri funksiyanın approksimasiya tənliyindən də aydın görmək olar [3, səh.11-19].

Azərbaycanda mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin iqtisadi göstəricilərinin təhlilindən görüldüyü kimi, bu tip müəssisələrin sayında 2006-2018-ci illərdə 97,5%; məhsul və xidmətlərin istehsalına çəkilən xərclərdə 3,44 dəfə; müəssisələrin əldə etdiyi gəlirdə isə 2,83 dəfə artım olmuşdur [3, səh.47-68]. Fikrimizcə, həmin tip müəssisələrdə məhsul və xidmətlərin istehsal xərcinin, eyni zamanda əldə edilən gəlirin artımı ölkədəki stabil vəziyyətin bərpa edilməsi nəticəsində həm yerli, həm də xarici turistlərin ölkəmizə səyahət maraqlarının artması ilə izahlandırıla bilər. Bu baxımdan, müasir inkişaf dövründə xarici, həmçinin yerli turistlər üçün Bakı şəhəri, Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu, Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu, Gəncə-Qazax iqtisadi rayonu, Naxçıvan MR və Azərbaycanın digər məkanlarının spesifik dəyərlərini özündə əks etdirən xüsusi turist xidmət paketlərinin hazırlanması perspektivli hesab edilir. Lakin, buna baxmayaraq, turist idxalı (ölkədən gedən turistlərin sayı) yenə də turist ixracını (ölkəyə gələn turistlərin sayı) üstələyir. Bu isə öz nöbətində onu göstərir ki, ölkədən çıxarılan pullar gətiriləndən çox miqdardadır. Azərbaycana turizm məqsədilə gələn və gedən turistlərin sayı 2012-ci ilə müqayisədə 2017-ci ildə müvafiq olaraq 1,24 və 1,22 nisbətində artım dinamikasına malik olmuşdur (şəkil 2). Ölkəyə gələn turistlərin sayında 2018-ci ildə 1,42 dəfə, 2019-cu ildə isə 1,59 dəfə artım olmuşdur.



Şəkil 2. Azərbaycana turizm məqsədilə gələn və gedən turistlərin sayı dinamikası
Oevd: [3, səh.22-23] məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir

Belə ki, gələn turistlərin sayında 468,1 min nəfər, gedən turistlərin sayında isə 618,5 min nəfər artımın olduğu müşahidə edilir. Eyni zamanda, qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycandan gedən yerli vətəndaşların sayı gələn xarici vətəndaşların sayını xeyli üstələmişdir. Bu göstərici 2017-ci ildə 52,4%; 2018-ci ildə 72,2% və 2019-cu ildə 60,6% təşkil etmişdir. Gəlmə və getmə turizminin inkişafına maneçilik edən əsas amillərə turistik infrastrukturun tələb edilən səviyyədə inkişaf etməməsi, investisiya üçün hərtərəfli mühitin tam formalaşmaması, turistlərə xidmət keyfiyyətinin standartlara uyğun gəlməməsi, beynəlxalq və daxili bazarda Azərbaycanın turist ölkəsi kimi yüksək imicinin hələlik tam formalaşmaması aid edilir ki, bunlar da ölkənin turizm sektorunun reyting göstəricilərinə neqativ təsir edir.

Azərbaycanda daxili turizmin inkişaf problemləri

Turizmin forması turistin öz ölkəsinin dövlət sərhəddini keçməsi ilə əlaqəlidir. Belə ki, turizmin formalara bölünməsinin əsasında bir əlamət durur. Bu əlamətə görə turizmin fərqləndirilən formasından biri də daxili turizmdir. Daxili turizm-ölkə daxilindəki turizmdir.

27 sentyabr-10 oktyabr 1980-ci ildə Manildə (Filippində) Ümumdünya Turizm Təşkilatı (ÜTT) tərəfindən təşkil olunan və keçirilən turizm üzrə beynəlxalq konfrans xüsusi olaraq Hindistan nümayəndəliyinin fərdi təklif etdiyi daxili turizmin müəyyənləşdirilməsinə həsr olunmuşdur. Bəzi ölkələr daxili turizmi özləri müəyyənləşdirir. Milli turist resursları üzrə komissiya daxili turistlərə öz yaşayış yerindən 50 mildən (80,48 km) az olmamaqla daimi yaşadığı yeri tərk edərək hər hansı yerə (ölkəyə) getmək məqsədi olan insanların aid edilməsini müəyyənləşdirmişdir.

Daxili turizmin məqsədlərinin müxtəlif peşə fərqləri ola bilər: məşğulluq, gündüz yerdəyişmələr, iş yerinə görə yerdəyişmələr və s. Yerli turistin təyin olunmuş yerdə 24 saatdan çox qalmasına ehtiyac yoxdur, yəni o, təyin olunmuş yerdə gecələrə və ya həmin gün evə qayıda bilər.

Kanadada qəbul olunmuş müəyyənləşdirməyə əsasən, daxili turizm-daimi yaşayış yerindən müəyyən edilmiş yerə, yəni turistin yaşayış yerindən səyahət məqsədilə müəyyən edilmiş yerə olan məsafədən 25 mildən (40, 24 km) az olmamaqla onun hərəkəti başa düşülür.

Azərbaycan qanunvericiliyinə əsasən daxili turizm “Azərbaycan Respublikasında yaşayan vətəndaşların və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin Azərbaycan Respublikasının hüdudları daxilində səyahətləri” kimi müəyyənləşdirilir.

Beləliklə, Azərbaycanda daxili turizmin inkişaf etdirilməsinin əsas problemlərini aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq mümkündür:

- ❖ yerləşdirmə vasitələri problemi. Bura kütləvi halda turist qəbuluna istiqamətləndirilmiş yerləşdirmə vasitələrinin sayının kifayət qədər olmaması, həmçinin fəaliyyət göstərən yerləşdirmə vasitələrində yüksək qiymət səviyyəsinin olması daxildir;
- ❖ nəqliyyat problemi. Avtomobil nəqliyyatı ilə səyahət etmək üçün infrastrukturun: aşağı keyfiyyətli yolların, yolkənarı kafələrin, mehmanxanaların, dayanacaqaların azlıq təşkil etməsi. Fəaliyyətdə olan müəssisələr aşağı keyfiyyətdə turizm xidməti göstərir, eyni zamanda həddən çox yüksək qiymət qoyurlar. Həmçinin, nəqliyyat xidməti vasitələrinin (hava və dəmir yolu nəqliyyatı) dəyəri

də həddən çox yüksəkdir;

- ❖ turizm sənayesinə investisiya qoyan investorların marağının zəif olması və onların fəaliyyətinə əlverişli şəraitin təmin edilməməsi. Bu turizm sferasında investisiyaların aşağı gəlirli olması ilə şərtləndirilir. Investorların yaşayış komplekslərinin tikintisinə vəsait qoyuluşu mehmanxanalara nisbətən daha tez xərclərinin ödənilməsi ilə nəticələnir;
- ❖ xidmət səviyyəsinin aşağı olması. Turizmdə xidmət səviyyəsinin aşağı olması çox halda ixtisaslı kadrların çatışmazlığından yaranır;
- ❖ mədəni istirahət” səviyyəsinin aşağı olması. ”Mədəni istirahət” dedikdə turist qəbul edən region əhalisinin hazırlığı, həmçinin turizm sferası işçilərinin turistlərlə qarşılıqlı əlaqəsi, təcrübə mübadiləsi, qonaqpərvərlik və xoşməramlı hisslərinin, talerantlığın yaranması, eyni zamanda turistlərin səyahət etdikləri obyekt və ərazilərə, məişət və yerli əhali ənənələrinə, həyat tərzinə hörmət və ehtiramlı davranışı başa düşülür. Lakin əfsusluqla qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycanın hər bir regionunda yerli əhali istirahətə gələnlərə adekvat reaksiya vermir, bəzi hallarda isə öz narazılığını açıq şəkildə ifadə edir. Bunlar isə çox hallarda turistlərin davranışı və ətraf mühitə zərər verməsi, habelə istirahət edənlərin qəbul edilə bilməz davranışı ilə nəticələnmiş olur.

Azərbaycanda daxili turizm də müsbət artım tendensiyasına malikdir. Belə ki, ölkə daxilində səyahət etmək üçün Azərbaycan vətəndaşlarına satılmış turizm yollayışlarının sayı 2012-ci ilə nisbətən 2017-ci ildə 729 vahid və ya 14,2% artım tendensiyasına malik olmuşdur. Baxmayaraq ki, ekspertlər yerli turaxınının 2018-2019-cu illərdə artımının həddən çox az olacağı və ya olmayacağını proqnoz etmişlər, burada da 2015-2016-cı illərə nisbətən orta hesabla 12,4% artım olduğu müşahidə edilir [3, səh.35].

2017-2018-ci illərin göstəricilərinə əsasən Dünya İqtisadi Forumu mütəxəssisləri tərəfindən turizm sferasında ölkələrin rəqabət qabiliyyətinin beynəlxalq reytingi hesablanmışdır. Bu məlumata əsasən Azərbaycan global rəqabətqabiliyyətlik indeksinə görə 139 ölkə içərisində 35-ci sırada yer alaraq 4,7 indeksinə malik olmuşdur. Belə ki, Azərbaycan ilk beş sırada yer alan ölkələrdən İsveçrə və ABŞ-dan 1,2; Sinqapur, Hollandiya və Almaniyadan 1,0 vahid az indeks qiyməti üzrə özünə müvafiq yer almışdır. ÜTT-nin qiymətləndirməsinə əsasən Azərbaycan il ərzində 7-8 milyondan az olmamaqla yerli və beynəlxalq turist qəbul etmə imkanına malikdir, lakin 2019-cu ilin göstəricilərinə görə ölkənin həmin potensialı tam realizasiya edilə bilməmiş və yalnız onun 39,7-45,3%-i istifadə edilmişdir.

Azərbaycana beynəlxalq turist axınının artım tempinin müəyyənəşdirilməsi

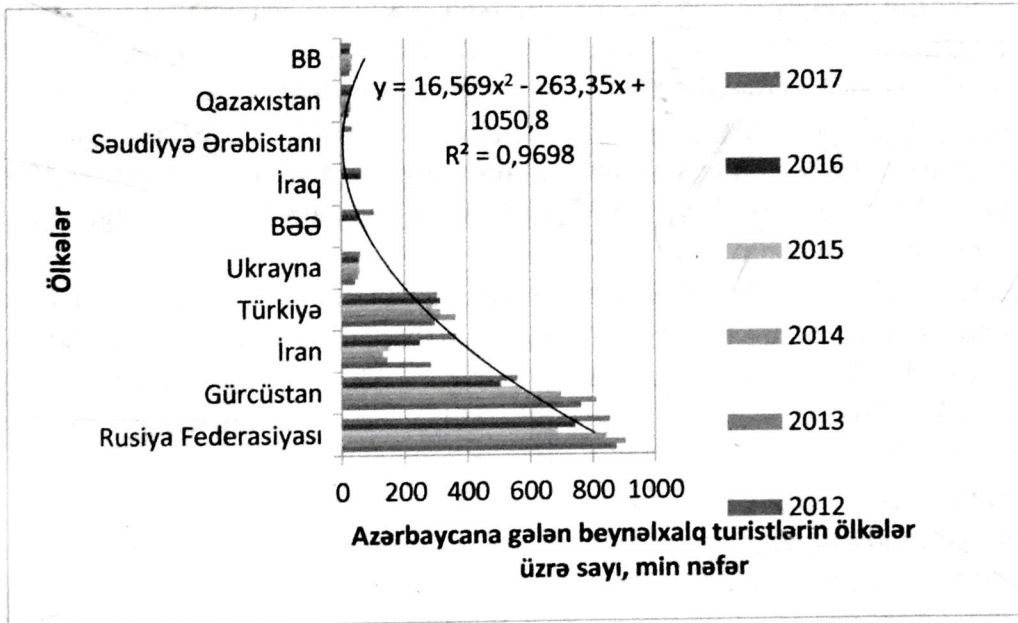
Beynəlxalq turizmin bir neçə funksiyaları (iqtisadi, rekreasiya və humanitar) fərqləndirilir ki, bunların da həyata keçirilməsi prosesində turizmin ölkə iqtisadiyyatına təsiri baş verir və bu təsir özünü birbaşa və dolaylı olmaqla iki formada göstərir. Ölkə iqtisadiyyatına turizmin birbaşa təsiri – bu kəmiyyət göstəricisi olub səyahət zamanı turistlərin tələbatının tam təmin edilməsi üçün lazım gələn malların və xidmətlərin alınmasına turistlərin xərclərinin həcmi (idxal edilən malların və xidmətlərin həcmi çıxılmaqla) xarakterizə edir. Turizmin dolaylı təsiri və ya “multiplikasiya səmərəsi”-turizm xərclərinin ölkədə dövr etməsi nəticəsində turizm sənayesinin ölkə iqtisadiyyatının digər sahələrinə qatqısını xarakterizə edir, Fikrimizcə, bir tərəfdən, turizm ölkənin iqtisadiyyatına aktiv təsir göstərərək təsərrüfat, sosial və humanitar sferaları üzrə inkişaf edir, digər tərəfdən isə

səyahətçiləri cəlb edən ərazi özünün təbii-coğrafi, mədəni-tarixi, etnoqrafik, elmi və digər resursları hesabına turist axınına təsir göstərir. Yəni, turizm və onun ölkə ərazisində inkişafı bir-birinə qarşılıqlı təsir edir, qarşılıqlı asılıdır və bir-birini tamamlayır.

Dünya və regional statistika məlumatlarının tərtib etdiyi reytingə görə 2010-2018-ci illər arasında ölkələr üzrə beynəlxalq turist axınında ən yüksək artıma Azərbaycan (3,39 dəfə), Yaponiya (3,34 dəfə), Tayland (2,24 dəfə), Meksika (1,69 dəfə), İspaniya (1,55 dəfə), Almaniya (1,40 dəfə), İtaliya və BB (1,33 dəfə), ABŞ (1,28 dəfə) və Türkiyə (1,2 dəfə) malik olmuşdur. Beynəlxalq turist axını azalan ölkələrə isə Ukrayna (1,49), Tunis (1,11 dəfə), Keniya (0,91 dəfə) və s. aiddir. Fikrimizcə, Ukraynada beynəlxalq turist axınının azalması ölkədəki müvcud siyasi vəziyyətlə, Tunis, Keniyada və s. isə beynəlxalq turistləri maraqlandıran turizm səyahət və istirahət obyektlərinin kifayət qədər azlıq təşkil etməsi və aşağı xidmət səviyyəsinin olması ilə əsaslandırılı bilər.

Fransaya 2018-ci ildə gələn beynəlxalq turistlərin payı dünya üzrə gəlmə turistlərinin sayının 6,79%-ni təşkil edir. Bu sahədə digər beş aparıcı ölkələrdən İspaniya, ABŞ, Çin və İtaliyaya gələn beynəlxalq turistlərin payı isə ümumilikdə 21,7% təşkil edir.

Azərbaycana gələn beynəlxalq turistlərin sayının təhlili göstərir ki, 2012-ci ilə nisbətən 2018-ci ildə artım 1,15 dəfə olmuşdur (şəkil 3). Bu onu göstərir ki, son dövrlərdə ölkəmizə gələn beynəlxalq turistlərin sayında artım tendensiyası vardır və bu artım tendensiyası davam etməkdədir. Lakin onu da qeyd etmək lazımdır ki, bu artım turizm sənayesi inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə həddən çox azdır. Eyni zamanda, Azərbaycanın turizm potensialını əks etdirən turizm ehtiyatlarının tam istifadə edilməsi, təxmini hesablamalar nəticəsində, müəyyən etməyə imkan verir ki, beynəlxalq turistlərin sayının 3,5-4 dəfə artımına nail olmaqla turist qəbulunu təşkil etmək mümkündür [3, səh 13-14].



Şəkil 3. Azərbaycanca gələn beynəlxalq turistlərin sayı dinamikası
Qeyd: [3, səh.22-23] məlumatları əsasında müəllif tərtib etmişdir

Göründüyü kimi, Azərbaycanca gələn beynəlxalq turistlərin sayında Rusiya Federasiyasının payı 2012-ci ildə 35,3%, Gürcüstan-30,7%, İran və Türkiyənin birgə payı isə

23,3% təşkil etmiş, digər ölkələrdən gələn turistlərin payı isə 10,7% olmuşdur. 2017-ci ildə Rusiya Federasiyasından gələn turistlərin sayı 2012-ci ilə nisbətən 21,682 min nəfər və ya 2,5% azalmışdır. Azərbaycana gələn beynəlxalq turistlərin sayının azalması həmin dövrdə Gürcüstan vətəndaşlarına da şamil edilir və bu göstərici 225,038 min nəfər və ya 29,5% təşkil etmişdir. Lakin, həmin ölkələrdən gələn turistlərin sayı 2017-ci ildən başlayaraq başlayaraq yüksəlmiş və bu illə müqayisədə müvafiq olaraq artım Rusiya Federasiyasında 9,2% və Gürcüstanda isə 32,1% təşkil etmişdir. Fikrimizcə, 2019-cu ildə bu göstəricinin artması imkan verir ki, Rusiya Federasiyası və Gürcüstandan gələn turistlərin istirahət etmək üçün təkrar bizim ölkəni seçmə ehtimalının yüksək olduğu fərziyyəni yürüdə bilək.

Tədqiqatın nəticəsindən göründüyü kimi, Azərbaycana gələn beynəlxalq turistlərin sayının il ərzində orta artım tempi 2018-ci ildə 11,9%, 2019-cu ildə -11,4% təşkil edir. Eyni zamanda bu illər ərzində ən yüksək artım tempi 2016-cı ilə nisbətən 2017-2019-cu illərdə 19,9-41% həddində olmuşdur. Qeyd etmək lazımdır ki, bir sıra ölkələrdən Azərbaycana turist axını müqayisə edilə dövrdə çoxalmış və hətta bəzi ölkələrdə bu kəskin sıçrayışla olmuşdur. Kəskin sıçrayışla turistlərin Azərbaycana gəlməsi əsasən Birləşmiş Ərəb Əmirliyi (BƏƏ), İraq, Səduyyə Ərəbistanı (SƏ), Küveyt, Pakistan, İsrail, Bəhreyn kimi ölkələrə şamil edilir. Belə ki, 2014-cü illə müqayisədə 2019-cu ildə ən kəskin sıçrayışla turistlərin Azərbaycana axını BƏƏ-83,25 dəfə; SƏ-211,5 dəfə; Küveytdə-72,73dəfə, İraqda-68,7 dəfə, Bəhreynə-52,6 dəfə, Qətərdə-35,86 dəfə, Pakistanda-25,65 dəfə və İsraildə-6,25 dəfə çox olmuşdur ki, bunu da approksimasiyanın parabolik tənzimliyindən də aydın görmək mümkündür. Fikrimizcə, həmin ölkələrdən gələn turistlərin Azərbaycanı seçməsi onu göstərir ki, artıq ölkəmizdə turizm sənayesi əvvəlki illərlə müqayisədə həm inkişaf etmiş, həm də regionlarda turizm ehtiyatlarından səmərəli istifadə prinsipi gözlənilməklə turistlərə xidmətin səviyyəsi də nisbətən yüksəldilmişdir.

2018-ci ilin məlumatlarına əsasən Azərbaycana gələn beynəlxalq turistlərin payında Rusiya Federasiyası 30,5%; Gürcüstan-19,2%; İran-12,9%; Türkiyə-10,8%; SƏ-3,7%; İraq-2,2%; Ukrayna-2,1% və digər ölkələr-18,6% təşkil etmişdir. 2012-ci ilin göstəriciləri ilə müqayisədə 2018-ci ildə Azərbaycana gələn beynəlxalq turistlərin payında Rusiya Federasiyası üzrə 4,8%; Gürcüstan üzrə azalma, eyni zamanda İran üzrə 1,5%; Türkiyə üzrə 0,4%; SƏ üzrə 3,68%; İraq üzrə 2,16%; Ukrayna üzrə 0,4% və digər ölkələr üzrə-9,66% artım müşahidə edilmişdir [3, səh.23].

Fikrimizcə, bəzi ölkələrdən gələn beynəlxalq turistlərin sayında azalmanın olmasına baxmayaraq Azərbaycanın turizm sferasının rəqabətqabiliyyətliliyinin beynəlxalq reytinginin (4,7 vahid) yüksək olması (bu göstəriciyə görə dünya üzrə ən yüksək reytingə malik İsveçrə və ABŞ-dan 1,2 vahid az) digər ölkələrdən turist axınıni təmin edə bilmiş və bu baxımdan da, ölkəmizi səyahət etmək istəyən beynəlxalq turistlərin sayında mütəmadi olaraq artımın baş verməsi qanunauyğun hesab edilə bilər.

Azərbaycanda turizm sənayesinin inkişaf etdirilməsi istiqamətində son dövrdə qəbul edilmiş “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”, “Azərbaycan Respublikası regionlarının 2019–2023-cü illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı” və s. ölkəmizdə turizmin inkişafına dövlət qayğısının bariz nümunəsi hesab edilə bilər. Odur ki, fikrimizcə turizm sənayesində Dövlət proqramlarının həyata keçirilməsindən əldə edilmiş ümumi səmərəyə imic, iqtisadi, büdcə, sosial və ekoloji səmərələr şəklində birgə baxıla bilər. Azərbaycanda daxili və xarici turizmin inkişafı üzrə tədbirlərin həyata keçirilməsindən gözlənilən ümumi səmərənin nəticələri cədvəl 1-də verilir.

Daxili və xarici turizmin ölkədə inkişafı üzrə tədbirlərin həyata keçirilməsinin ümumi səmərəsi

Proqram tədbirlərinin həyata keçirilməsindən gözlənilən ümumi səmərə				
İmic səmərəsi	İqtisadi səmərə	Büdcə səmərəsi	Sosial səmərə	Ekoloji səmərə
Azərbaycanın turizm ölkəsi kimi formalaşmasına imkan yaradır	Dövlət-fərdi tərəfdaşlıq mexanizminin və biznes məqsədi və iqtisadi ərazilərin cəlbediciliyinin təmin edilməsi üçün əlavə investisiyaların turizm sənayesinə cəlb edilməsi yolu ilə nail olunacaqdır	Azərbaycan Respublikasının büdcə sisteminin büdcəsinə təklif edilən daxilolmaların həcmi əks etdirir	Digər sahələrin iqtisadiyyatından fərqli olaraq turizm təbii ehtiyatların tükənməsinə gətirib çıxartmır	Turizm və istirahət infrastrukturunun inkişafı hesabına vətəndaşların həyat keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına, eyni zamanda əlavə iş yerlərinin yaradılması hesabına sosial problemlərin həllinə şərait yaradılmasında özünü göstərir

Qeyd: müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir

Nəticə

Qeyd etdiklərimizdən belə bir fikir formalaşdırmaq olar ki, ölkəmizdə turizm sənayesi üzrə Dövlət proqramlarının həyata keçirilməsindən əldə edilmiş ümumi səmərəyə imic, iqtisadi, büdcə, sosial və ekoloji səmərələr şəklində özünü büruzə verir.

Fikrimizcə, Azərbaycanda ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafı bilavasitə daxili və xarici turizmin inkişaf etdirilməsinin əsas problemləri hesab edilən yerləşdirmə vasitələrinin (mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin) sayının artırılması və qiymət səviyyəsinin gözlənilməsi, nəqliyyat infrastrukturunun yeniləşdirilməsi, turizmin xidmət sferasının yüksəldilməsi, turizm sənayesinə investisiya qoyulması marağının artırılması, xidmət səviyyəsinin yüksəldilməsi məqsədi ilə ixtisaslı kadr hazırlığının təmin edilməsi, ölkəmizin regionlarında yerli əhalinin turistlərə davranışının tamamilə müsbət istiqamətə dəyişdirilməsi və s. kimi məsələlərin həllinə təkan verir. Bütün bu qeyd edilənlər isə öz növbəsində Azərbaycanda turizm sənayesi infrastrukturunun keyfiyyətinin təhlili metodikasının işlənilməsinə tələb edir.

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT

1. “Azərbaycan Respublikası regionlarının 2019–2023-cü illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı”. 29 yanvar 2019-cu il tarixli Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı.
2. “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”. 6 dekabr 2016-cı il tarixli Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı.
3. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi. Azərbaycan turizm. Statistik məcmuə. Bakı.2020, 96 s.
4. Möhbəliyev F.F. Azərbaycanda turizm bazarı və aqroturizmin inkişaf perspektivləri. Əmək və Sosial Münasibətlər jurnalı. 2020, №1, s. 72-79
5. İsmayılov V.İ. Azərbaycanda beynəlxalq turizmin reytingi və inkişaf perspektivləri. Əmək və Sosial Münasibətlər jurnalı. 2019, №1, s. 85-93