

Təbiət elmləri

UOT 504.062

G.R.Ağakışiyeva

AMEA akad.H.Ə.Əliyeva adına Coğrafiya İnstitutu
guneshagakishiyeva@gmail.com

AZƏRBAYCANDA TURİZMİN İNKİŞAFINA TƏSİR EDƏN İQTİSADI-COĞRAFI AMİLLƏRİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Açar sözlər: iqtisadi-coğrafi amillər, turizm təsərrüfatı, iqtisadi inkişaf səviyyəsi, turizm ehtiyatları, turizm infrastrukturunu, nəqliyyat növləri

Məqalədə Azərbaycanda turizmin inkişafına təsir edən iqtisadi-coğrafi amillər tədqiq edilmişdir. Nəqliyyat və turizm infrastrukturunu öyrənilməklə, turizm təsərrüfatı və onun əmək ehtiyatları ilə təminat səviyyəsi müəyyən edilmişdir. Nəqliyyat növlərinin ümumi sərnişin dövriyyəsində payı və əhalinin gəlirləri göstərilməklə, turistlərə xidmət üçün kadrların hazırlanmasında ölkənin imkanları öyrənilmişdir. Azərbaycanın iqtisadi-coğrafi mövqeyinin üstünlükləri əsaslandırılmaqla, ümumi istifadədə olan avtomobil yollarının dərəcələrinə görə bölgüsü verilmişdir. Azərbaycanda turizm üçün xarakterik sahələr üzrə əsas göstəricilər təhlil edilərək, yeni iş yerləri və ondan daimi iş yerləri göstərilmişdir. Ölkənin iqtisadi inkişaf səviyyəsi müəyyən edilməklə, mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin əsas göstəricilərinin təhlili aparılmışdır. Həmçinin Azərbaycanda iqtisadi-coğrafi amillərin turizm təsərrüfatının inkişafını şərtləndirdikləri əsaslandırılmışdır.

Г.Р.Азакшиева

ОЦЕНКА ЭКОНОМИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Ключевые слова: экономико-географические факторы, туристическое хозяйство, уровень экономического развития, туристические ресурсы, туристская инфраструктура, виды транспорта

В статье исследуются экономико-географические факторы, влияющие на развитие туризма в Азербайджане. Путем изучения транспортной и туристской инфраструктуры определен уровень развития туристического хозяйства и степень обеспеченности трудовыми ресурсами. С учетом показателей удельного веса видов транспорта в общем пассажирообороте и доходов населения были изучены возможности страны по подготовке кадров для обслуживания туристов. Обосновывая преимущества экономико-географического положения Азербайджана, проведена градация общих автомобильных дорог по степени

эксплуатации. С учётом анализа основных показателей сфер туризма характерных для Азербайджана предложены сезонные и постоянные рабочие места. Исследовав уровень экономического развития страны, проанализированы основные определяющие показатели гостиниц и предприятий гостиничного типа. Также даны обоснования роли экономико-географических факторов в развитии туристической индустрии Азербайджана.

G.R.Agakishieva

ASSESSMENT OF ECONOMIC AND GEOGRAPHICAL FACTORS AFFECTING THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN AZERBAIJAN

Keywords: *economic-geographical factors, tourism industry, level of economic development, tourism resources, tourism infrastructure, modes of transport*

The article researches the economic and geographical factors affecting the development of the tourism in Azerbaijan. By studying the transport and tourism infrastructure, the level of provision of the tourism economy and its labor resources has been determined. Showing the share of modes of transport in total passenger turnover and incomes of the population, the country's opportunities in training personnel to serve tourists have been studied. Substantiating the advantages of Azerbaijan's economic and geographical position, the distribution of public roads were given according to their rates. The main indicators in the areas characteristic of tourism in Azerbaijan were analyzed, new jobs and permanent jobs were indicated. Determining the level of economic development of the country, the main indicators of hotels and hotel-type enterprises were analyzed. It was also substantiated that economic and geographical factors in Azerbaijan determine the development of the tourism industry.

Turizmin inkişafına təsir edən amilləri 2 qrupa bölmək olar: fiziki-coğrafi və iqtisadi-coğrafi amillər. Fiziki-coğrafi amillər (təbii şərait) landşaft, iqlim, bitki örtüyü və heyvanat aləmi, relyef və su ehtiyatlarını əhatə edir. Ölkənin coğrafi mövqeyini səciyyələndirən amillər sırasına dövlətin və ya regionun əsas turist göndərən ölkələrə nəzərən mövqeyi; dövlətin və ya regionun vacib tranzit yolları üzrərində yerləşməsi; planetin qaynar nöqtələrinin uzaq və ya yaxın məsafədə yerləşməsi; turist qəbuluna görə rəqabətdə olan dövlətlərə nəzərən mövqeyi daxildir [6, s. 105-106].

İqtisadi-coğrafi amillərə iqtisadi-coğrafi mövqə (turizm bazarına və dünyanın digər əsas turizm regionuna nəzərən, həmçinin rəqabət üstünlüyü və ya nəqliyyat imkanlarının qiymətləndirilməsi baxımından regionun digər ölkələri ilə qonşuluqda yerləşməsi); ümumi iqtisadi səviyyə (turist qəbul edən ölkənin və ya regionun, həmçinin əsas turist göndərən ölkələrin iqtisadi durumu, əhalinin gəlirləri); daxili turizmin inkişafı; urbanizasiya səviyyəsi;

nəqliyyat və sosial infrastrukturun mövcudluğu; turizm təsərrüfatının səviyyəsi və onun təşkili təcrübəsi; turizm təsərrüfatının əmək ehtiyatları ilə təminatı və xidmət səviyyəsi (turizm təsərrüfatında çalışan və ya potensial əmək ehtiyatlarının ümumi sayı, ixtisaslı kadrlar və onların hazırlıq səviyyəsi, turistlərə xidmət üçün kadrların hazırlanmasında ölkənin imkanları, digər regionlardan turizm zonasına xidmət edən personalın çatdırılması və kirayəsinin iqtisadi səmərəliliyi) aiddir [6, s. 110-111].

Ərazinin turizm-rekreasiya potensialının istifadəsinin reallaşma şəraitinə aiddir: coğrafi mövqe (paytaxt, iri yaşayış mərkəzlərinə yaxın və ya uzaqlığı, daxili və xarici nəqliyyat əlaqələrinin inkişafı (o cümlədən ərazinin infrastruktur mənimsənilməsi imkanlarının təbii amilləri: təbii əlaqələrin mövcudluğu (dəniz, çay, göl), quru kommunikasiyanın tikintisi üçün relyef və qrunzun əlverişlilik səviyyəsi, müxtəlif enerji növlərinin ehtiyatı), rekreasiya üçün boş ərazilərin kifayət qədər olması); turizmin inkişafına yerli əhali və dövlət qurumlarının marağının olması (qonaqpərvərliyin ənənələri və bacarıqları, bazar və reklamın olması, turistlərə xidmətlə məşğul olan agentlik və təşkilatlar, turistlər üçün cəlbedici olan tədbirlər və s.); siyasi və iqtisadi sabitlik (regionun iqtisadi inkişaf səviyyəsi, rekreasiya müəssisələrinin xidmətlərinə əhalinin tələb və təklifini müəyyən edən ixtisaslaşması); turistlərin daşınması üçün nəzərdə tutulmuş nəqliyyat yollarının vəziyyəti; turizmi gücləndirən və turistlərə istiqamətlənən iqtisadiyyat sahələrinin inkişafı (ticarət (bütün növ supermarketlərdən tutmuş bazarlara və suvenir köşklərinə qədər), məişət xidməti (bərbərxana, kimyəvi təmizləmə), əczaçılıq və yüngül sənaye (suvenir, idman malları, geyim, kosmetik vasitələr) müəssisələri) [5, s. 48-49].

Turizm sektorunun güclü tərəfləri kimi Azərbaycanın coğrafi mövqeyi, yəni Asiya, Avropa və Yaxın Şərq regionuna yaxın yerləşməsi, qeyri-neft sektorunun inkişafında turizmin dövlət tərəfindən prioritet sahələrdən biri kimi müəyyən edilməsi, turizmin inkişafına dövlət dəstəyinin olması, konfrans zalları, mehmanxanalar və xidmət infrastrukturunun mövcudluğu, irimiqyaslı beynəlxalq tədbirlərin keçirilməsində təcrübəyə, ölkə ərazisinin qədim tarixə, zəngin mədəni abidələrə, cəlbedici təbii şəraitə, folklorla malik olması və müxtəlif dinlərin qovşağında yerləşməsi çıxış edir.

2014-cü ilin statistik məlumatlarına əsasən, birbaşa turizm sektorunda işləyən ümumilikdə 42 min nəfərin cəmi 10%-i formal turizm təhsilinə malikdir. Ölkəmizdə turizm sektorunda çalışan işçilərin sayında artım tempi müşahidə edilsə də, turizm ixtisasına yiyələnmiş məzunların sayı olduqca azdır. Turizm ixtisası gənclər üçün maraqlı olsa da, bu peşənin mövsümü xarakteri tələbələrin turizm təhsilinə üstünlük verməməsi ilə nəticələnir. Həmçinin Azərbaycanda ali, orta ixtisas və ilk peşə-ixtisas təhsili məktəblərində turizm və otelçiliklə bağlı ixtisaslar üzrə praktik vərdişlərin öyrədilməsi üzrə imkanlar olmamaqla, beynəlxalq standartlara cavab vermir, eləcə də nəzəri biliklərə

üstünlük verilir. Turizm sektorunda biznesin idarə edilməsi üzrə magistr proqramı (MBA) Azərbaycanda mövcud deyildir [1].

Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin nəzdində 5 regional turizm peşə məktəbinin yaradılması nəzərdə tutulmuşdur ki, onların da hər birində 200 şagirdin təhsil alması, yaşaması və təcrübə keçməsi məqsədilə yaxınlıqda yataqxana, təcrübə mehmanxanası və restoranların inşası reallaşacaqdır. Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti ilə birlikdə Beynəlxalq Turizm Bələdçiləri Federasiyasının iştirakı ilə “Turizm bələdçisi” təlim kurslarının Bakı şəhəri və turizm potensialı regionlarda təşkili, bələdçilərə sertifikatların verilməsi, onların dil kurslarında iştirakı da perspektivdə həyata keçiriləcək tədbirlərə aiddir.

Ölkəyə qədər olan məsafə çox mühüm amil hesab edilməklə, qonşu ölkələr turizm bazarlarını formalaşdırır. Belə ki, qonşu ölkələr səyahət etmək üçün daha az vaxt və vəsait tələb edir. Uzaqda yerləşən ölkələrin vətəndaşları isə böyük məsafə qət etməli və nəqliyyata daha çox vəsait xərcləməli olurlar və bu da, əksər hallarda səyahətdən imtina ilə nəticələnir.

Azərbaycan üçün əsas turizm bazarı imkanları geniş olub qonşu ölkələri (Türkiyə, İran, Gürcüstan və Rusiya), İran körfəzi regionu ölkələrini (Səudiyyə Ərəbistanı, Bəhreyn, Küveyt, İraq, Oman, Qətər və BƏƏ), MDB ölkələrini (əsasən Qazaxıstan, Ukrayna və Özbəkistan), kütləvi turizm ölkələri (Avropa İttifaqı, ABŞ, Yaponiya, Kanada, Çin, Cənubi Koreya, Hindistan) əhatə edir. 2015-ci ildə Azərbaycana qonşu ölkələrdən (Gürcüstan, İran, Türkiyə və Rusiya) 100 mindən çox turist gəlmişdir ki, bu da onların coğrafi mövqeyi, ümumi mədəni dəyərlər və Azərbaycan əsilli əhalinin həmin ərazilərdə olması ilə əlaqədardır. Lakin, ölkəmiz qonşu dövlətlərdən mədəni və irsi baxımdan yaxın olan turistlərin cəlb edilməsində - vizanın əldə edilməsinin asanlıq, işgüzar əlaqələr, hava limanları arasında müntəzəm və nisbətən uyğun qiymətə uçuşların olması və s. tədbirlər vasitəsilə maraqlı ola bilər. Rusiyada 2 mln, İranda 20 mln, Gürcüstanda isə 0,5 mln-dan çox etnik azərbaycanlının yaşadığını nəzərə alsaq, perspektivdə bu ölkələrdən daha çox turist cəlb etməsinin imkanlarının geniş olduğu aydın hiss olunur [1].

Xarici vətəndaşların ölkəyə giriş-çıxış prosedurları, o cümlədən viza rejiminin xüsusiyyətləri və ya onun mövcud olmaması turizmin inkişafına təsir edən amillərdəndir. Səfirliklərə müraciət etmək zərurəti və çoxlu sayda sənədlərin toplanmasına sərf edilən zaman əksər hallarda turistlərə mane olur. İran körfəzi regionu ölkələrinin vətəndaşları üçün hava limanında viza rəsmiləşdirilməsi təcrübəsinin tətbiqinə başlandıqdan sonra, həmin dövlətlərdən ölkəmizə gələn turistlərin sayında ciddi artım müşahidə edilmişdir. Körfəz ölkələrindən turistlərin Azərbaycana gəlməsinin digər səbəblərindən biri də Qərbdə yerləşən turizm ölkələrinə nisbətən ölkəmizin yaxın məsafədə olmasıdır.

Müvafiq ölkə ilə birbaşa hava əlaqələrinin olması əksər turistlərin istiqamət seçimi zamanı nəzərə aldığı əsas amillərdəndir. Ümumi ənənələrə, tarixi və mədəni cəhətlərə malik olan regionların ölkələri üçün Azərbaycan mərkəz rolunu oynaya bilər ki, onlara da MDB dövlətləri aiddir. Azərbaycandan, xüsusilə Heydər Əliyev Beynəlxalq Hava Limanından İran körfəzi regionuna, Asiya və Avropanın 27 əsas şəhərinə uçuş məsafəsi qısamüddətlidir. Uçuş məsafəsi qısamüddətli olan 27 əsas şəhərin 14-ü ilə birbaşa hava əlaqəsi mövcuddur ki, onlara da Moskva, Kiyev, İstanbul, Ankara, Antalya, Tbilisi, Aktau, Tehran, Aşqabad, Bağdad, Tel-Əviv, Dubay, Doha, Astana aiddir. Uçuş məsafəsi qısamüddətli olan digər 13 şəhərlə (Buxarest, Sofiya, İzmir, Beyrut, Oman, İsfahan, Şiraz, Küveyt, Riyad, Abu-Dabi, Bişkek, Düşənbə, Təbriz) hava əlaqəsinin qurulması çoxlu sayda turistin cəlb edilməsinə səbəb ola bilər. İranın Təbriz və Ərdəbil, Rusiyanın Mahaçqala, Gürcüstanın isə Tbilisi şəhəri Bakıdan avtomobillə yeddi saatlıq məsafədə yerləşir ki, ümumilikdə 3,7 mln nəfər olan bu şəhərlərin əhalisi ölkəmiz üçün potensial turist hesab edilə bilər.

Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına görə 2019-cu ildə Azərbaycanda ümumi istifadədə olan avtomobil yollarının uzunluğu 16,5 min km, o cümlədən I dərəcəli yollar 907 km, II dərəcəli yollar 1323 km, III dərəcəli yollar 3960 km, IV dərəcəli yollar 9025 km, V dərəcəli yollar 1299 km təşkil etmişdir. 2019-cu ildə ümumi nəqliyyat sektorunda sərnişin dövriyyəsi 33866 mln sərnişin/km, o cümlədən avtomobil yolu nəqliyyatında 25950 mln sərnişin/km; hava nəqliyyatında 4750 mln sərnişin/km; dəmir yolu nəqliyyatında 544 mln sərnişin/km; digər nəqliyyat növlərində isə 2612 mln sərnişin/km olmuşdur [4]. Azərbaycanda ümumi istifadədə olan 16,5 min km avtomobil yolunun 5,5%-i I, 8,0%-i II, 24,0%-i III, 54,6%-i IV, 7,9%-i isə V dərəcəli yolların payına düşür. Ölkəmizdə ümumi sərnişin dövriyyəsində avtomobil nəqliyyatının payı 76,6%, dəmir yolu nəqliyyatının payı 1,6%, hava nəqliyyatının payı 14,0%, digər nəqliyyat növlərinin payı isə 7,8%-dir.

Ölkə vətəndaşlarının həyat səviyyəsi, iqtisadi durumu turizmin inkişafına önəmli təsir göstərir. Belə ki, ölkə vətəndaşlarının gəlir səviyyəsi nə qədər çox olarsa, səyahətlərin sayı və bu zaman xərclərin miqdarı da yüksək olar.

Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına görə 2018-ci ildə Azərbaycanda əhalinin nominal gəlirləri 53688,6 mln man, muzzla işləyənlərin orta aylıq nominal əməkhaqqı 544,6 man, ümumi daxili məhsulun həcmi 79797,3 mln man, yeni açılmış daimi iş yerlərinin sayı 127428, o cümlədən turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə sahəsində 1323 olmuşdur [3]. 2010-2018-ci illərdə əhalinin nominal gəlirləri 2,1; muzzla işləyənlərin orta aylıq nominal əməkhaqqı 1,6; ümumi daxili məhsulun həcmi isə 1,9 dəfə artmışdır.

Azərbaycanda turizm təsərrüfatının müasir vəziyyəti qənaətbəxş olmaqla, daim təkmilləşdirilir. Belə ki, 2010-2019-cu illərdə Azərbaycanda mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin sayı 1,3; birdəfəlik tutum 1,6; nömrələrin sayı 1,7; yerləşdirilmiş şəxslərin sayı 4,4; gecələmələrin sayı isə 2,5 dəfə artmışdır. 2010-2019-cu illərdə turizm üçün xarakterik sahələrdə çalışan işçilərin sayı 1,4 və turizm üçün xarakterik sahələrdə yaradılmış əlavə dəyər 1,8 dəfə, turizm üçün xarakterik sahələrdə yaradılmış əlavə dəyərin ölkənin ÜDM-də xüsusi çəkisi isə 0,9% artmışdır (Cədvəl 1).

Cədvəl 1

Azərbaycanda turizm təsərrüfatının müasir vəziyyəti

	illər	
	2010	2019
turizm üçün xarakterik sahələrdə çalışan işçilərin sayı, nəfər	40892	58972
turizm üçün xarakterik sahələrdə yaradılmış əlavə dəyər, mln. man	2080,2	3704,9
turizm üçün xarakterik sahələrdə yaradılmış əlavə dəyərin ölkənin ÜDM-də xüsusi çəkisi, %-lə	3,6	4,5
mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin sayı, vahid	499	642
birdəfəlik tutum, yer	30793	49980
nömrələrin sayı, vahid	14158	23865
yerləşdirilmiş şəxslərin sayı, nəfər	438479	1919765
gecələmələrin sayı, adam-gecə	1358286	3345285

Mənbə: Azərbaycanda turizm. ARDSK. Bakı, 2020, 96 s.

Dil amili turistlərə istiqamətin seçilməsində təsir göstərir. Azərbaycanın 70 il ərzində SSRİ imperiyasının tərkibində olması, MDB məkanından rusdilli turistlərin, Türkiyədən isə türkdilli vətəndaşların ölkəmizə səfər etməsi dil amili ilə əlaqədardır.

Turizm-informasiya ehtiyatları da turizm infrastrukturuna aiddir. Tarixi, bədii, elmi və ya dərkətmə əhəmiyyəti daşıyan və turizm marşrutu yollarının kənarında yerləşən obyektlər haqqında məlumatlar, yaşayış məskənləri və təbii obyektlərin tomonimikası, onlarla bağlı legenda və miflər, həmçinin ədəbiyyat nümunələri, elmi əsərlər, yol-bələdçisi, xəritə, bədii albomlar, fotosəkillər, audio və videomateriallar turizm-informasiya ehtiyatlarına daxildir. Qeyd edək ki, turizm-informasiya ehtiyatları olmadan turları təşkil etmək çətinidir. Reklam-informasiya xidmətləri səyahət zamanı yerli ehtiyatların istifadəsinin effektivliyini artırır [5, s. 85].

Xarici turistlər arasında məşhur olan bir neçə internet səhifəsində (“Trip Advisor” – dünyanın ən çox istifadə edilən turizm internet səhifəsi) Azərbaycan

və xüsusilə Bakı, onun turizm məkanları haqqında məlumatlar yerləşdirilmişdir. Lakin biz Gürcüstan və xüsusilə Tbilisi haqqında məlumat və şərhlərin yerləşdirilməsində bu ölkə ilə ciddi rəqabətlə rastlaşırıq və təxminən 50% uduzuruq. İngilis və türkdilli istifadəçilər üzrə axtarışlarda da vəziyyət qeyri-qənaətbəxşdir. Bu baxımdan Azərbaycana daha çox turist cəlb etmək üçün onlayn məlumat platforması yaradılmalı və işçi heyəti ilə təmin edilməli, onlayn vasitələrdən istifadə artırılmalı, dünyanın əsas onlayn səyahət və məlumat platformaları (“Trip Advisor”, “Four Square”, “Lonely Planet”) ilə əlaqəli lazımi məlumatların ingilis, rus, türk, ərəb, fars, fransız, alman dillərində tərtib olunması təmin edilməlidir.

Respublikamızda turizm sektorunun zəif tərəflərinə turizm sahəsində kadr hazırlığının keyfiyyət və kəmiyyət baxımından əmək bazarının tələblərinə tam cavab verməməsi, regionlara səyahətin əsasən avtomobil yolu ilə mümkünlüyü (dəmir və su yolu infrastrukturunun, hava nəqliyyatının yetərli olmaması), regionlarda xarici dillərdə sərbəst danışanların sayının nisbətən az olması, ölkə tanıtımının yetərinə təşkil edilməməsi, ölkəyə gələn xarici vətəndaşlara sərhəd buraxılış məntəqələrində sürətli keçidin tam təmin edilməməsi, təhlillərin aparılması üçün statistik məlumat bazasının kifayət etməməsi, ölkəyə gələn xarici turistlərin məmnunluq səviyyəsinin ölçülməsi məqsədilə mütəmadi şəkildə monitorinqlərin keçirilməməsi aiddir. Turizm sektorunun imkanlarına isə işçi heyətin peşəkarlığının artırılması, yeni turizm xidmətlərinin yaradılması və inkişafı, özəl sektorun turizmə dəstəyi daxildir [1].

Beləliklə, Azərbaycanda turizm təsərrüfatının inkişafına təsir edən iqtisadi-coğrafi amilləri qiymətləndirsək, aşağıdakı nəticələrə gəlmək olar:

- Ölkənin iqtisadi-coğrafi mövqeyi turizmin inkişafı baxımından olduqca əlverişlidir;
- Ölkədə ümumi iqtisadi səviyyə və əhəlinin gəlirləri yüksəkdir;
- Ölkədə nəqliyyat və sosial infrastrukturun mövcudluğu qənaətbəxş vəziyyətdədir, səviyyənin yüksəldilməsi istiqamətində genişmiqyaslı tədbirlər görülür;
- turizm təsərrüfatının səviyyəsi inkişafa doğru getməklə, onun təşkili təcrübəsi öyrənilir;
- turizm təsərrüfatının əmək ehtiyatları ilə təminatı sahəsində işlər aparılmaqla, xidmət səviyyəsi təkmilləşdirmə istiqamətindədir.

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair strateji yol xəritəsi. Bakı, 2017, 100 s.
2. Azərbaycanda turizm. ARDSK. Bakı, 2020, 96 s.

3. Azərbaycanın regionları. ARDSK. Bakı, 2019, 788 s.
4. Azərbaycanın nəqliyyatı. ARDSK. Bakı, 2020, 86 s.
5. *Погодина В.Л., Филиппова И.Г.* География туризма. Москва: ИНФРА-М, 2012, 256 с.
6. Экономика и организация туризма: международный туризм. Под редакцией *И.А.Рябовой, Ю.В.Забаяева, Е.Л.Драчевой.* Москва: КноРус, 2010, 565 с.

Redaksiyaya daxil olub 07.09.2020