

T.C
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
EKONOMİ VE YÖNETİM ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TURİZMİN EKONOMİK BÜYÜME VE
İSTİHDAMA ETKİSİ: AZERBAYCAN ÜZERİNE
BİR ANALİZ

Saltanat İSGENDERLİ

2501191249

TEZ DANIŞMANI

Doç. Dr. Mehmet Emre ÜNSAL

İSTANBUL-2021

ÖZ

TURİZMİN EKONOMİK BÜYÜME VE İSTİHDAMA ETKİSİ: AZERBAYCAN ÜZERİNE BİR ANALİZ

Saltanat İSGENDERLİ

Günümüzde en hızlı büyüyen sektörlerden biri olan turizm, birçok ülke için önemli bir ekonomik kaynak olarak nitelendirilmektedir. Turizm sektörünün ülke GSYİH'sine önemli katkı sağlamasının yanı sıra işsizliğin önlenmesi, bölgesel kalkınma ve döviz kazancı üzerinde de etkisi bulunmaktadır. Turizm sektöründeki herhangi bir büyüme, ülke ekonomisi üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Bu bağlamda yabancı araştırmacıların bilimsel çalışmalarında turizm ekonomik bir kategori olarak ele alınmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, mevcut veriler ışığında Azerbaycan Cumhuriyeti'nin sosyo-ekonomik yapısını incelemek ve turizmin ekonomik büyüme ve istihdam üzerindeki etkisini ve ülkenin turizm açısından gelişme potansiyelini belirlemektir. Bu amaçla çalışmada turizm, turizm ve ekonomi ilişkisi, turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkisi, turizmin gelir üzerindeki etkisi, turizmin sektörel etkisi, turizmin GSYİH içindeki payı, turizmin istihdama etkisi gibi temel konularda bilgiler verilmiş ve Azerbaycan ekonomisi ve turizm sektörü, turizm için stratejik yol haritasına ilişkin veriler analiz edilmiştir. Ayrıca, Azerbaycan'da turizmin ekonomik gelişimini analiz etmek ve turizm potansiyelini belirlemek için istatistiksel veriler kullanılmıştır.

Son olarak, Azerbaycan'ın turizm potansiyelinin bir SWOT analizi yapılmış ve ülkenin turizm açısından güçlü ve zayıf yönleri tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, Azerbaycan'ın güçlü turizm potansiyeline rağmen fırsatların yeterince kullanılmaması, ülkede otellerin ağırlıklı olarak dört ve beş yıldızlı olması ve fiyatların yüksekliği, ülkenin tanıtımının yetersiz organizasyonu ve pazarlama faaliyetlerinin eksikliği, ülkenin turizm açısından zayıf yönlerinin ve buna bağlı olarak oluşan tehditlerin giderilebilmesi için gerekli stratejilerin geliştirilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar kelimeler: Turizm, Ekonomik büyüme, İstihdam, SWOT analizi

ABSTRACT
THE EFFECT OF TOURISM ON ECONOMIC GROWTH AND
EMPLOYMENT: AN ANALYSIS ON AZERBAIJAN

Saltanat ISGANDARLI

Tourism, which is one of the fastest growing sectors today, is considered as an important economic resource for many countries. In addition to making a significant contribution to the country's GDP, the tourism sector also has an impact on the prevention of unemployment, regional development and foreign exchange earnings. Any growth in the tourism sector has a direct impact on the country's economy. In this context, tourism is considered as an economic category in the scientific studies of foreign researchers.

The aim of this study is to examine the socio-economic structure of the Republic of Azerbaijan in the light of available data and to determine the impact of tourism on economic growth and employment and the development potential of the country in terms of tourism. For this purpose, in this study, information is given on basic subjects such as tourism, tourism and economy relationship, the effect of tourism on the balance of payments, the effect of tourism on income, the sectoral effect of tourism, the share of tourism in GDP, the effect of tourism on employment, and the Azerbaijan economy and tourism sector, the strategic road map for tourism. In addition, statistical data were used to analyze the economic development of tourism in Azerbaijan and to determine the tourism potential.

Finally, a SWOT analysis of Azerbaijan's tourism potential was made and the country's strengths and weaknesses in terms of tourism were determined. According to the results of the analysis, despite the strong tourism potential of Azerbaijan, the opportunities are not used sufficiently, the hotels in the country are predominantly four and five star hotels and the prices are high, the inadequate organization of the promotion of the country and the lack of marketing activities, the weak aspects of the country in terms of tourism and the threats arising therefrom. It was concluded that necessary strategies should be developed.

Keywords: Tourism, Economic growth, Employment, SWOT analysis



ÖNSÖZ

Modern dünyada hizmet sektörünün dünyanın ekonomik olarak en gelişmiş ülkelerinin ekonomilerinde kilit rol oynadığı elbette bir sır değil. Turizm sektörü bu konuda en karlı sektörlerden biridir. Böylece, tüm ülkeler, arzu ettikleri ekonomik kalkınma düzeyini sağlamada turizm sektörünün önemini giderek daha fazla farkına varmaktadır.

Azerbaycan ekonomisinin en önemli sektörü ve ülkenin en büyük finansman kaynağı olan petrol sektöründe yaşanan değişimler ülke ekonomisi üzerinde ciddi baskılar oluşturmuştur. Örneğin, ülkenin devalüasyonunun yolu hiç şüphesiz 2014 yılının ikinci yarısından itibaren dünya piyasalarında petrol fiyatlarının düşmesiydi. Dünya piyasalarında petrol fiyatlarının düşmesi Azerbaycan'ın gelirlerinde keskin bir düşüşe neden oldu. Özellikle Devlet Petrol Fonu gelirleri 2015 yılında yarı yarıya azalmıştır. Ayrıca fon tarihinde ilk kez rezervler artmadı, azaldı. Bütün bunlar, petrol dışı sektörün gelişiminin ülke için ne kadar önemli olduğunu bir kez daha gösterdi.

Azerbaycan Cumhuriyeti'nde bu sektörün gelişmesi de ana önceliklerden biri olarak kabul edilmektedir. Büyük potansiyeli göz önünde bulundurularak önümüzdeki yıllarda Azerbaycan'ın önde gelen turizm ülkelerinden biri haline getirilerek bu sektörün ülke için en karlı sektörlerden biri haline getirilmesi hedeflenmektedir. Bu açıdan bakıldığında, sermayenin potansiyelinin tam olarak kullanılması ve ardından bu sektörün bölgelerde gelişmesinin sağlanması, gerekli altyapının oluşturulması veya yenilenmesi, kamu politikasının iyileştirilmesi bu sektörün yatırım çekiciliğini artırmak için çok önemlidir. Tüm bu nüanslar, araştırma konusunun alaka düzeyini açıkça doğrulamaktadır.

Son olarak çalışma sürecinde ilgi ve desteğini gösteren ve önerileriyle çalışmaya katkı sağlayan değerli hocam Doç. Dr. Mehmet Emre Ünsal'a teşekkür ederim.

Saltanat İSGENDERLİ

İÇİNDEKİLER

ÖZ	ii
ABSTRACT	iii
ÖNSÖZ	v
TABLolar LİSTESİ	ix
KISALTMALAR LİSTESİ	xi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM KAVRAMI VE TURİZMİN EKONOMİYE ETKİSİ

1.1 TURİZM KAVRAMINA GENEL BAKIŞ	4
1.1.1 Turizmin Tanımı	4
1.1.2 Turistin Tanımı	6
1.1.3 Turizmin Özellikleri	8
1.1.4 Turizm Çeşitleri	9
1.2 TURİZMDE ARZ VE TALEP	12
1.2.1 Turizm Piyasası	12
1.2.2 Turizm Arzı	15
1.2.3 Turizm Talebi	16
1.3 TURİZM VE EKONOMİ İLİŞKİSİ	17
1.3.1 Turizmin Ekonomi Üzerindeki Olumlu Etkileri	17
1.3.1.1 Turizmin Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi	23
1.3.1.2 Turizmin Gelir Yaratıcı Etkisi	24
1.3.1.3 Turizmin Sektörel Etkisi	26
1.3.1.4 Turizmin GSYİH İçindeki Payı	28
1.3.1.5 Turizmin İstihdam Üzerinde Etkisi	29

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZMİN AZERBAYCAN EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

2.1 AZERBAYCAN HAKKINDA GENEL BİLGİ	33
---	----

2.1.1 Azerbaycan Ekonomisi (1991-2019).....	36
2.1.1.1 Bağımsızlıktan Sonra İlk Dönemde (1991-1994).....	37
2.1.1.2 Bağımsızlıktan Sonra İkinci Dönemde (1995-2003).....	38
2.1.1.3 Bağımsızlıkta Sonra Üçüncü Dönemde (2004 ve Sonrası).....	39
2.2 AZERBAYCANIN TURİZM SEKTÖRÜ.....	41
2.2.1 Konaklama Sektörü.....	45
2.2.2 Seyahet Sektörü.....	55
2.2.3 Yiyecek-İçecek Sektörü.....	60
2.2.4 Ulaşım Sektörü.....	63
2.3 TURİZMİN AZERBAYCAN EKONOMİSİNDEKİ YERİ.....	66
2.4 AZERBAYCANDA TURİZMİN EKONOMİK AÇIDAN GELİŞİMİ.....	69
2.4.1 Azerbaycanda Turist Sayısının Seyri.....	69
2.4.2 Azerbaycanın Turizm Gelirleri ve Turizm Giderleri.....	72
2.4.3 Azerbaycanın Turizm Gelirlerinin GSYİH İçindeki Payı.....	76
2.4.4 Azerbaycanda Turizm Gelirlerinin İhracata Oranı.....	77
2.4.5 Azerbaycanda Turizm Giderlerinin İthalata Oranı.....	79
2.5 AZERBAYCAN TURİZM STRATEJİ YOL HARİTASI.....	80
2.5.1 2020`ye Kadar Stratejik Vizyon.....	81
2.5.2 2025`e Kadar Olan Dönem İçin Uzun Vadeli Vizyon.....	82
2.5.3 2025 Sonrası Dönem İçin Hedef İncelemesi.....	84

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AZERBAYCAN TURİZM POTANSİYELİNİN SWOT ANALİZİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1 AZERBAYCANIN ÇEŞİTLİ TURİZM TÜRLERİ İÇİN POTANSİYELİ.....	87
3.2 SWOT ANALİZİ.....	89
3.3 LİTERATÜR ARAŞTIRMASI.....	92

3.4 AZERBAIJAN TURİZM POTANSİYELİNİN SWOT ANALİZİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ	95
3.4.1 Uygulamanın Amacı ve Önemi	95
3.4.2 Yöntem	95
3.4.3 Bulgular	96
3.4.3.1 Azerbaycanda Turizmin Güçlü Yönleri	96
3.4.3.2 Azerbaycanda Turizmin Zayıf Yönleri	97
3.4.3.3 Azerbaycanda Turizmin Fırsatları	98
3.4.3.4 Azerbaycanda Turizmin Tehditleri	98
3.5 AZERBAIJAN TURİZM POTANSİYELİNİN SWOT MATRİSİ	99
SONUÇ	101
KAYNAKÇA	106

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Turizm sektörünün GSYİH içindeki payı açısından ilk 10 ülke.....	28
Tablo 2.1. Genel Bilgiler (2019-2020).....	35
Tablo 2.2. Sosyal Göstergeler (2019-2020).....	35
Tablo 2.3. Ekonomik Göstergeler (2019).....	36
Tablo 2.4. Azerbaycan’da konaklama tesis, oda ve yatak sayıları.....	46
Tablo 2.5. Azerbaycan’da konaklama tesislerinde geceleme ve geliş sayısı.....	47
Tablo 2.6. Azerbaycan’da seyahat acentesi sayısı.....	56
Tablo 2.7. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Sayısı.....	61
Tablo 2.8. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Ciro su.....	62
Tablo 2.9. Azerbaycan’ının Toplam Turist Sayısı ve Değişim Oranları(2003-2019).....	71
Tablo 2.10. Azerbaycan’ın Turizm Gelirleri ve Değişim Oranları (1995-2019).....	72
Tablo 2.11. Azerbaycan’ın Turizm Giderleri ve Değişim Oranları (1995-2019).....	75
Tablo 2.12. Azerbaycan’ın Turizm Gelirlerinin GSYİH İçindeki Payı(1995-2019).....	76
Tablo 2.13. Azerbaycan’ın Turizm Gelirlerinin İhracata Oranı(1995-2019).....	78
Tablo 2.14. Azerbaycan’ın Turizm Giderlerinin İthalata Oranı(1995-2019).....	79
Grafik 2.1. Azerbaycanda konaklama işletmelerinde çalışan sayısı (2002-2010).....	48
Grafik 2.2. Azerbaycanda konaklama işletmelerinde çalışan sayısı (2010-2019).....	48
Grafik 2.3. Konaklama işletmelerinin toplam geliri (bin manat) (2002-2010).....	49
Grafik 2.4. Konaklama işletmelerinin toplam geliri (bin manat) (2010-2019).....	50
Grafik 2.5. Konaklama işletmelerinde bütçeye ödenen vergi miktarı (2002-2010).....	51
Grafik 2.6. Konaklama işletmelerinde bütçeye ödenen vergi miktarı (2010-2019).....	51
Grafik 2.7. Konaklama tesislerinin harcama miktarı (2002-2010).....	52
Grafik 2.8. Konaklama tesislerinin harcama miktarı (2010-2019).....	52
Grafik 2.9. 2019 yılında konaklama tesislerinde konaklayanların yapısı (%).....	53

Grafik 2.10. 2019'da Azerbaycan'lı ziyaret eden yabancı turistlerin ziyaret amacına göre dağılımı.....	54
Grafik 2.11. Seyahat acenteleri ve tur operatörlerinde çalışan sayısı.....	57
Grafik 2.12. Seyahat acenteleri ve tur operatörlerinin toplam geliri (bin manat) (2006-2019).....	58
Grafik 2.13. Seyahat acenteleri ve tur operatörlerinin harcamaları (bin manat) (2006-2019).....	58
Grafik 2.14. Seyahat işletmelerinin sattıkları paket tur sayısı (2006-2019).....	59
Şekil 3.1. SWOT analizi matrisi.....	90

KISALTMALAR LİSTESİ

AZN:	Azerbaycan Manatı
AZAL:	Azerbaycan Havayolları
ARPF:	Azerbaycan Cumhurbaşkanı Kararnamesi
ACDP:	Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet Programı
ABD:	Amerika Birleşik Devletleri
AB:	Avrupa Birliği
AZPROMO:	Azerbaycan İhracat ve Yatırımı Geliştirme Vakfı
BM:	Birleşmiş Milletler
DTÖ:	Dünya Ticaret Örgütü
ELGH (Export-led growth hypothesis):	İhracata dayalı büyüme hipotezi
GSMH:	Gayri Safi Milli Hasıla
GSYİH:	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
IATA:	Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği
OECD:	Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
STAT.GOV:	Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet İstatistik Komitesi
SSCB:	Sovyetler Birliği
Sov.İKP MK:	Sovyetler Birliği Komünist Partisi Merkez Komitesi
SYH:	Stratejik Yol Haritası
SWOT:	Güçlü, Zayıf, Fırsat, Tehditler
TRACECA:	Avrupa-Kafkasya-Asya Taşımacılık Koridoru
TLGH (Tourism-led Growth Hypothesis):	Turizme Yönelik Büyüme Hipotezi
TCIG(Tourism, Capital, Import, Growth):	Turizm, Sermaye, İthalat, Büyüme
UNESCO:	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
UNDP:	Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı

UNWTO:	Dünya Turizm Örgütü
UEFA:	Avrupa Ligi
ÜHİMŞ:	Tüm Sendikalar Merkez Konseyi
Vb.	Başkaları
Vd.	Diğerleri
WTTC:	Dünya Seyahet ve Turizm Konseyi
www:	World Wide Web



GİRİŞ

Hızlı küreselleşme ve uluslararası rekabetin derinleştiği bir dönemde, mevcut potansiyelin kullanım etkinliğinin artırılması, ülkenin kalkınması için bir önceliktir. Turizm sektörünün ülke ekonomisi üzerindeki çarpan etkisi, istihdam, yaşam standartları, pozitif ödemeler dengesi gibi makroekonomik göstergelerin yanı sıra, bu sektörle doğrudan ilgili alanların geliştirilmesi üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir: hizmetler, tarım, ulaşım ve iletişim. Aynı zamanda, turizmin gelişimi kültür, spor, sağlık ve diğer sosyal alanlarda gelirleri artırmak için geniş fırsatlar yaratmaktadır. Bu bağlamda turizm, gelişmişlik düzeyine bağlı olarak herhangi bir ülkede sosyo-ekonomik, yasa, mevzuat, güvenlik ve diğer alanlarda kamu politikasının bir göstergesi haline gelmiştir. Son yıllarda, küresel finansal krizler sırasında bile turizm sektörü, yıllık ortalama %4-6 büyüme oranı ile istikrarlı bir şekilde gelişmektedir.

Bunun bilincinde olan birçok ülke, önemli bir gelir kaynağı olan turizm segmentinin güvenilirliğini ve sürdürülebilirliğini sağlamak için çalışmaktadır. Azerbaycan bu ülkeler listesinde özellikle belirtilmelidir. Petrol dışı sektörün, özellikle turizmin hızlı ve çeşitlendirilmiş gelişimi, Azerbaycan'da rekabetçi ve sürdürülebilir bir ekonominin oluşmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bir petrol ülkesi olan Azerbaycan, aynı zamanda büyük bir turizm potansiyeline sahiptir. Modern zamanlarda ülke, petrol dışı bir sektör olarak turizme özel önem veriyor. Bu nedenle turizmin pazar payını artırmak ve turizmin sürdürülebilirliğini sağlamak için devlet programları ve faaliyetleri uygulanmaktadır.

Bir petrol ülkesi olan Azerbaycan için hükümet, petrol dışı bir sektör olarak turizmi geliştirmek için 2002-2005, 2008-2016 ve 2010-2014 yılları için planlar geliştirmiştir. Turizm sektörüyle ilgili en kapsamlı araştırma 2016 yılından bu yana yapılıyor. Turizm sektörünün gelişimi için hazırlanan Stratejik Yol Haritasından özellikle bahsedilmelidir.

Azerbaycanda devalüasyona giden yol, şüphesiz 2014 yılının ikinci yarısından itibaren dünya piyasalarında petrol fiyatlarının düşmesi olmuştur. Dünya piyasalarında petrol fiyatlarının düşmesi Azerbaycan'ın gelirlerinde keskin bir düşüşe neden oldu. Özellikle 2015 yılında Devlet Petrol Fonu'nun gelirleri yarı yarıya düştü.

Ayrıca fon tarihinde ilk defa rezervler artmadı, azaldı. 2015 yılında Azerbaycan Merkez Bankası manatın bir gecede en az yüzde % 34 oranında devalüe edildiğini açıkladı. Bu olaydan sonra ülkede fiyatlar yükseldi. Tüm bu nedenler, çalışmanın önemini bir kez daha kanıtlamaktadır.

Bu çalışmanın amacı, mevcut veriler ışığında Azerbaycan Cumhuriyeti'nin sosyo-ekonomik yapısını incelemek ve turizmin ekonomik büyüme ve istihdam üzerindeki etkisini ve ülkenin turizm açısından gelişme potansiyelini belirlemektir. Bu amaçla çalışmada önce turizm, turizm ve ekonomi ilişkisi gibi temel konularda teorik bilgiler verilecek, Azerbaycan'da turizmin ekonomik gelişimine ilişkin istatistiksel veriler azaltılacak ve son olarak ise Azerbaycan'ın turizm potansiyelinin SWOT analizi yapılarak ülkenin potansiyeline uygun stratejiler oluşturulmaya çalışılacaktır.

Çalışmanın metodolojik temeli yerli ve yabancı bilim adamlarının bu alanda yaptıkları araştırmaların sonuçlarını, ekonomi teorisini, SWOT analizini, Azerbaycan Cumhuriyeti'nin "Turizm Hakkında" Kanununu, turizm sektörünün gelişimi için kabul edilen devlet programları ve diğer benzer normatif eylemleri, Cumhurbaşkanının ilgili karar ve emirlerini içerir.

Çalışmanın ampirik temeli Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet İstatistik Komitesi, Azerbaycan Cumhuriyeti Kültür Bakanlığı, Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet Turizm Acentesi, Azerbaycan Cumhuriyeti Ekoloji ve Doğal Kaynaklar Bakanlığı, Dünya Seyahet ve Turizm Konseyi, Dünya Ekonomik Forumu, Dünya Bankası, Dünya Turizm Örgütü ve diğer kurumlar, araştırma enstitüleri ve turizm şirketleri de dahil olmak üzere diğer ilgili bilimsel ve pratik kuruluşların istatistiksel ve analitik incelemelerini, raporlar ve bilgileri içermektedir.

Bu araştırma 3 ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde turizmin ve turistin tanımı, turizmin özellikleri ve çeşitleri, turizm piyasası, turizmde arz ve talep, turizm ve ekonomi ilişkisi, turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkisi, turizmin gelir üzerindeki etkisi, turizmin sektörel etkisi, turizmin GSYİH içindeki payı, turizmin istihdama etkisi gibi temel konular hakkında bilgi verilecektir.

Çalışmanın ikinci bölümünde Azerbaycan ve bağımsızlık sonrası dönemler hakkında genel bilgi, Azerbaycan ekonomisi ve turizm sektörü, turizmin Azerbaycan ekonomisindeki yeri ve turizm için stratejik yol haritasına ilişkin konular hakkında bilgi verilecektir. Aynı zamanda ikinci bölümde konaklama sektörü, seyahet sektörü, yiyecek-içecek sektörü, ulaşım sektörü, Azerbaycanda turist sayısının seyri, turizm gelirleri ve turizm giderleri, turizm gelirlerinin GSYİH içindeki payı ile ilgili istatistiksel veriler kullanılarak Azerbaycan'da turizmin ekonomik gelişimi analiz edilecektir.

Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde ise Azerbaycanın çeşitli turizm türleri için potansiyeli ve SWOT analizi ile ilgili bilgi verilecek ve literatür araştırması yapıldıktan sonra Azerbaycan'ın turizm potansiyelinin SWOT analizi yapılarak ülkenin turizm açısından güçlü ve güçsüz/zayıf yönleri tespit edilecektir. Son olarak ise oluşturulan SWOT matrisi ile Azerbaycan'ın turizm sektörü açısından zayıf yönlerinin ve oluşan tehditlerin giderilebilmesi için gerekli stratejiler oluşturulmaya çalışılacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM KAVRAMI VE TURİZMİN EKONOMİYE ETKİSİ

1.1 TURİZM KAVRAMINA GENEL BAKIŞ

1.1.1 Turizmin Tanımı

Turizm terimi ilk olarak 1830'da V.Jemko tarafından kullanılmıştır. Turizm terimi - fransızca "tour" kelimesinden alınmıştır ve "yolculuk", "yürüme" anlamına gelir.Son yıllara kadar her ülkede "turizm" ve "turist" kavramları kendine özgü bir şekilde tanımlanıyordu.Turizmin, özellikle uluslararası turizmin gelişmesi ve uluslararası turizm organizasyonlarının kurulması, "turizm" kavramına genel kabul görmüş bir yaklaşımın oluşmasına yol açmıştır.

Turizmin en eski tanımlarından biri, 1910'da Avusturyalı iktisatçı Hermann Von Schullard tarafından sağlandı ve şu şekilde tanımlandı: “Yabancıların belirli bir ülkeye, şehre veya bölgeye ve yurtdışına girişi, kalışı ve hareketiyle doğrudan ilgili, esas olarak ekonomik nitelikte olan genel bir faaliyetler bütünüdür.” (Bilalov ve Gülalhyev,2015:11).

Bern Üniversitesi profesörleri W. Hunziker ve K. Krapf, turizmin tanımlanmasında büyük rol oynadılar.Günümüzde kullanılan turizm kavramı literatüre İkinci Dünya Savaşı sırasında, 1942 yılında İsviçreli iktisatçılar Krapf ve Hunziker tarafından dahil edilmiştir. Hunziker ve Krapf'a göre : "Turizm, insanların sürekli olarak yaşadığı ve çalıştığı yerler dışındaki konaklamalardan ve seyahatden oluşan tüm olaylar ve ilişkiler anlamına gelmektedir (Olalı ve Timur, 1988: 5).

1954'te BM (Birleşmiş Milletler Teşkilatı) tarafından kabul edilen resmi tanıma göre turizm - insan sağlığının ve fiziksel gelişimin güçlendirilmesinin yanı sıra kalıcı ikamet yerinin ötesine geçerek aktif rekreasyonla ilgilidir.Monte Carlo Turizm Akademisi, "turizm" kavramına daha geniş bir tanım vermiştir. Turizm Akademisine göre turizm, insanların boş zamanlarında farkındalık çıkarlarını sağlamanın ve varış bölgesinde ücretli istihdamın yanı sıra sağlık ve iş amaçlı daimi ikamet yerlerinden geçici olarak ayrılımlarıdır.

Hand ve Fang (1997: 357) turizmi ödemeler dengesini olumlu yönde etkileyen, istihdamı artıran, milli gelire katkıda bulunan bir endüstri olarak tanımlamaktadır.

A.Y.Alexandrova, mevcut tüm "turizm" kavramlarını iki gruba ayırmayı öneriyor. Kavramsal kavrama göre turizm, kalıcı ikamet yerinin dışına, istihdam için değil, kültürel, sağlık, dinlenme, eğlence ve diğer amaçlarla ve gelir elde etmeden seyahat etmektir. Klasik kavrama göre ise turizm, insanların sürekli ikamet ettikleri bir yerden başka bir ülkeye veya kendi ülkelerinde başka bir bölgeye eğlence, dinlenme, tedavi, sağlık, farkındalık, dini, iş ve diğer amaçlarla hareket etmesidir ve aynı zamanda insanların ücretli faaliyetlere girmeden varış alanından hareketidir (Aleksandrova, 2002: 175).

Uzmanların çoğu turizm tanımına sistematik analiz açısından yaklaşır. İsviçreli bilim adamı K. Caspara'ya göre, turizm sisteminin temeli 2 alt sistemden oluşmaktadır: turizm konusu (turist- turizm hizmetlerinin tüketicisi) ve turizmin amacı (bu kavram 3 unsurdan oluşmaktadır: turizm bölgesi , turizm işletmeleri ve turizm kuruluşları). Sistematik analiz açısından "turizm" tanımına yaklaşımda, Auckland'daki Macen Üniversitesi'nde profesör olan N. Leiper'in kavramı daha da popülerdir. O, turizm ve turizm endüstrisinden ve coğrafi bileşenden oluşan üç ana unsurun turizm sistemini oluşturduğunu kaydetmiştir (Dolzhenko, 2009: 320).

Turizmi seyahatten ayıran ve açıkça tanımlayan 5 temel özellik vardır:

- Geçici yer değiştirme, varış yerlerini görmek ve geri dönmek;
- Hedef - belirli bir dizi hizmeti sağlamak, turistin ihtiyaçlarını karşılamak ve konaklama, ulaşım, yemek, eğlence vb. tekliflerin güvence altına alındığı alan;
- İnsani yapısı ve yönü ile ayırt edilen turizmin amacı;
- Boş zamanlarda turist gezisi yapmak;
- Turistlerin destinasyonlarda yerel kaynaklardan ücretli faaliyetlerde bulunmasının yasaklanması (Kvartalnoe, 2003:192).

Kısacası turizm, bir dizi tamamlayıcı unsur şeklinde işleyen bir sistemdir. Bu sistemdeki katılımcılar, yani- turistler, turizm işletmeleri, organizasyonlar, bölgeler ve devlet - etkileşimde bulunur ve çevre ile yakından bağlantılıdır.

1.1.2 Turistin Tanımı

Devletlerin belirli ekonomik çıkarları çerçevesinde normatif eylemlere yansıyan birçok "turist" kavramları vardır. Uzmanlar, 50 yıldan fazla bir süredir bu kavramlar üzerinde çalışıyorlar. "Turist" terimi ilk olarak 1937'de Milletler Cemiyeti Özel İstatistik Uzmanlar Komitesi tarafından icat edildi. Özel Uzmanlar Komitesi'ne göre, iş ve istihdam dışında belirli bir bölgeye geçici olarak gelen turistler turist olarak kabul edildi.

D.Frextling(1976) tarafından "turist" kavramının kapsamlı olarak analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda o, 4 ana kriteri ortaya koydu: gezinin amacı; araç kullanım türü; bölgede kalış sürekliliği; katedilen mesafe. Son iki kriter genel kabul görmüş kurallara göre esas alınır. Aynı zamanda bölgede kalmanın sürdürülebilirliği, bir turistin 12 aydan az ve 24 saatten fazla kalmasının önemli olduğu BM tarafından geliştirilen bir kavramdır. Mesafe kavramı bazı ülkelerde, örneğin Amerika Birleşik Devletlerinde (ABD) vurgulanmaktadır. Bu nedenle, Amerika Birleşik Devletleri Ulusal Turizm Değerlendirme Komisyonu'na göre, bir turistin iş, kişisel, eğlence, veya başka herhangi bir amaç için (işe gitme hariç) evinden 50 milden fazla uzakta olduğu kabul edilir.

E. Koen (1974), "turist" kavramını geniş bir şekilde açıklayan 6 ana kriter ortaya koydu: kalıcılık, gönüllülük, yön, mesafe, dönemsellik ve amaç. Turiste geçici gezgin denmesinin nedeni budur, gönüllü olarak ve zevk için seyahat eder ve sonunda başlangıç noktasına geri döner. Bu kavramın zaman ve mekan sınırlarının olmaması gibi dezavantajları vardır.

Roma'daki 1963 Birleşmiş Milletler Uluslararası Turizm ve Seyahat Konferansı'nda "gezgin", "turist" ve "günübirlikçi" terimlerinin kullanılması önerildi. Konferansta, sürekli yaşamayan ve ücretli profesyonel faaliyetlerde bulunmayan ve boş zamanını tedavi, eğlence, eğitim, dinlenme, din, spor veya ticari amaçlarla

geçiren bir kişi için "turist" terimi benimsenmiştir. Bir "gezgin", 12 ayı geçmeyen bir süre boyunca ve aynı zamanda o yerel kaynaktan ücretli faaliyetlerde bulunmamak amacıyla yaşadığı yerin dışına seyahat eden kişidir. BM konferansında "gezgin" teriminin istatistiksel amaçlar için kullanılması önerildi. "Gezgin" terimi, hem "turist" hem de "günübirlikçiyi" içerir. Uluslararası kuruluşlar tarafından benimsenen "turist" kavramı, "gezici" kavramından farklıdır. Bu nedenle, bir turist kalıcı ikamet yerinin dışında bir günden fazla zaman geçirir ve bir gezici daimi ikamet ettiği yerin dışında bir günden daha az zaman geçirir (Kabuskin, 2005: 409).

4 Haziran 1999 tarihli Azerbaycan Cumhuriyeti "Turizm Hakkında" Yasası, "turist" terimini şu şekilde tanımlamaktadır: Turist-ücretli faaliyetlerde bulunmamak kaydıyla sağlık, tanışma, mesleki, iş, ticari, spor, dini ve diğer amaçlarla ülkeye 24 saatten 12 aya kadar geçici olarak giren vatandaşdır (İlgar ve Nigar, 2007: 380-381).

Turist olarak kabul edilmeyen gezginler, aşağıdaki özelliklerle ayırt edilir:

- daimi ikamet yerlerini değiştiren göçmenler;
- sabit bir yeri olmayan göçebeler;
- mülteciler ve yerinden edilmiş kişiler;
- ücretli faaliyetlerde bulunmak için maaşlarının geçici olarak ödendiği bölgeden seyahat eden kişiler;
- misafir işçiler ve sınır görevlileri (sınır bölgelerinde yaşayanlar);
- diplomatik yapıların temsilcileri;
- askerler ve askerlik hizmeti için seyahat eden aile üyeleri;
- yasadışı göçmenler;
- belirli ülke ve bölgelerden iade edilen mahpuslar;
- geceyi turist gezilerinde trenlerde geçiren grup üyeleri;
- geceyi otobüs salonlarında turist gezilerinde geçiren grup üyeleri;
- bölmelerde ve kamaralarda kalan gemi ve tren mürettebatı;
- gece uçaklarının mürettebat üyeleri (Durovica, 2006: 12-14).

1.1.3 Turizmin Özellikleri

Turizm kavramının bazı farklı tanımlarına göre, turizmle ilgili bazı özellikler şu şekilde sıralanabilir:

- Turizm, ülkedeki ekonomik büyümenin bir kaynağıdır ve sosyal sorunların çözümünde koordinasyon rolü oynar.
- Turizm alanı sosyal işbölümünde ekonomik bir rol oynar ve GSYİH'nın ana yönlerini ve nüfusun refahını belirler.
- Turizmin gelişmesi, işsizliğin en aza indirilmesi ve ortadan kaldırılması, işsizlerin sayısının azaltılması ve sonuç olarak sosyo-ekonomik sorunların çözümünde önemli bir rol oynamaktadır.
- Turizm sektörü, çok boyutlu yapısı nedeniyle farklı sektörlerle etkileşime girmekte ve birbirini doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedir. Aynı zamanda, turizmin gelişmesiyle ilgili diğer alanların paralel gelişimini teşvik eder.
- Turizmin gelişmesi, yeni işletmelerin ve yeni işlerin yaratılmasına yol açar.
- Turizm, insanlar arasındaki etkileşimi sağlar. Turizm nedeniyle farklı etnik kökenlere, kültürlere, dinlere, yaşam tarzlarına, dillere ve dünya görüşlerine sahip insanlar birbirinden etkilenir.
- Turizmin yeni ve daha etkili bir ihracata yönelik politika biçimi olarak gelişmesi, turistlerin ihtiyaçlarına uygun bir yapısal dönüşüm modeli oluşturur.
- Turizm, yerel kaynakların üretim ve hizmet devir hızına katılımının ana yönlerini belirler
- Daha fazla üretim için yeni pazarlar açılıyor ve bu da yerel ürünlerin üretiminin artmasına ve ithalatın azalmasına neden oluyor.
- Turistlerin değişen zevkleri yeni ihtiyaçlar yaratmakta ve bu da turizmde yeni altyapı projelerinin iyileştirilmesi için teşvikleri artırmaktadır.
- Turizm sektöründe ekonomik açıdan bir ikili ilişki vardır. Turizm sektöründe bir yandan üretim faaliyetleri yer alırken, diğer yandan tüketici faaliyetleri yer almaktadır.

1.1.4 Turizm eşitleri

Bugüne kadar, turizm sınıflandırmasına yönelik tek bir yaklaşım yoktur, bunun nedeni, dünyadaki turizmin dinamik gelişimi, formlarının ve türlerinin sürekli iyileştirilmesidir. Bu bağlamda, turizm araştırmacıları, turizmdeki tüm değışiklikleri dikkate alarak yeni ve daha modern bir sınıflandırma üzerinde çalışıyorlar. Turizmin türüne, kategorisine, çeşitlerine ve şekline göre sınıflandırılması yaygındır. Turizm türleri veya çeşitleri, turizmin farklı gerekçelerle sınıflandırılmasının bir sonucudur.

Uluslararası turizmde belli bir formalite vardır (yabancı pasaport ve vizelerin hazırlanması ve belgelendirilmesi, gümrük işlemleri, para birimi ve tıbbi kontrol). İç turizm- uluslararası turizmin aksine, eyalet sınırlarını geçmekle ilgili olmadığı için turizm formalitelerine uyulmasını gerektirmez. Yani iç turizm, daimi ikamet ettikleri ülke sınırları içerisinde insanların turizm amaçlı seyahatleridir. İç ve dış turizm arasındaki farklılıklara rağmen, her iki turizm türü de yakından bağlantılıdır. İç turizm, uluslararası turizm için bir katalizördür (Kuskov ve Golubeva, 2005: 496).

Pek çok bilim adamı turizmi çeşitli kriterlere göre sınıflandırmıştır. Örneğin, L.P. Shmatko (2005) turizmi aşağıdaki kriterlere göre sınıflandırmıştır:

- gezinin amacına göre turizm;
- hareket türlerine göre turizm;
- araç kullanımı nedeniyle turizm;
- gezinin süresine göre turizm;
- mevsime göre turizm;
- organizasyon seviyesine göre turizm;
- seyahat katılımcılarının demografik ve sosyal kompozisyonuna göre turizm;
- turist akış yönüne göre turizm;
- ödeme prensibine göre turizm (Shamatko,2005: 346).

Turizmin gezinin amacına göre sınıflandırılması çok önemlidir. Böyle ki, gezinin amacı turizm hizmetlerinin organizasyonunda ve turun oluşumunda büyük etkiye sahiptir. Aşağıdaki turizm türleri gezinin amacına göre farklılık göstermektedir:

- Tarih ve kültür turizmi - doğal, tarihi ve kültürel anıtlara, tiyatrolara, müzelere, kamu binalarına, insanların yaşamı ve geleneklerini tanımak için bir gezidir;
- İş turizmi- bilimsel konferans ve kongreler, seminerler, sözleşmeler, forumlar, sergiler ve fuarlara, hükümet başkanlarının açılışı, ödüller, uluslararası konuşmalar ve etkinliklere seyahat ile ilişkilidir ve 3 türe ayrılmıştır- iş turizmi , kongre-sergi, teşvik - turizm;
- Etnik turizm- akrabaları görmek, kendilerinin ve ebeveynlerinin doğduğu yerlere, atalarının vatanını tanımak için yapılan bir yolculuktur ve etnokültürel turizmi de (bağımsız devlet ve idari bir hükümet biçimi olmayan az sayıda halkın yaşadığı bölgelere geziler) içerir;
- Din turizmi- hac yapma, dini anıtları, tapınakları ve manastırları ziyaret etme, dinler tarihi hakkında bilgi edinme ve dini bayramlarda kutsal yerlere seyahat etme gezisidir;
- Spor turizmi- çeşitli spor müsabakalarına katılmak için yapılan bir gezidir;
- Rekreasyon turizmi- insanların eğlence amaçlı boş zamanlarında fiziksel ve zihinsel güçlerini geri kazanmaya yönelik bir gezisidir;
- Eğitim turizmi - bilgi edinmek veya var olanı geliştirmek için bir yolculuktur, 15 günden 3 aya kadar sürer ve 3 bölüme ayrılır (yabancı dil öğrenmek, mesleki eğitim almak, spor alanında bilgi edinmek);
- Egzotik turizm - günlük yaşamda görülmeyen alışılmadık bir şeyi görmek ve hissetmek için - renkli iklim konforu, farklı flora ve fauna, farklı halkların mutfakları, mimari örnekleri, milli özellikleri ile ilgili bir yolculuktur;
- Ekoturizm- doğayı kirletmeden, doğaya zarar vermeden, çevreye, bileşenlerine duyarlılık ve özenle davranan bir yolculuktur;

Turizmin hareket türüne göre sınıflandırılmasında yürüyüş, bisiklet, binicilik, dağcılık, kayak, motor turizmi vardır.

Araç kullanımına yönelik turizm sınıflandırılmasında kara (şehirlerarası ve şehirlerarası otobüsler,demiryolu,araç kiralama ve özel araçlar), hava (tarifeli ve

tarifesiz uçuşlar), egzotik (teleferik,füniküler,balon ve yelken kanat) ve su (feribot, yolculuklar ve yolcu hatdı) türleri ayırt edilir.

Gezi süresine göre turizm sınıflandırmasında kısa süreli, sürekli ve hafta sonu turizm türleri vardır. Mevsimlere göre turizm sınıflandırmasında aktif, sezon dışı ve bir sezonluk turizm türleri ayrılıyor.

Organizasyon düzeyine göre turizmin sınıflandırılmasında bireysel turizm (bir veya daha fazla kişinin ücretsiz seyahat etmesi, buradaki hizmet kişisel ve çok pahalıdır), grup turizmi (birden fazla kişiden (6 ve daha fazla) oluşan tek bir rota ve aynı koşullarda seyahat) türleri ayrılmıştır.

Seyahat katılımcılarının demografik ve sosyal kompozisyonuna göre turizmin sınıflandırılmasında turistin yaşadığı bölge (kentsel veya kırsalda ikamet edenler), toplumdaki sosyal statü (çocuklar, okul çocukları, ergenler, evli), yaş (emekli, orta yaşlı, çocuklar) önemlidir.

Turist akış yönüne göre turizmin sınıflandırılmasında giden (yani,daimi ikamet edenlerin diğer ülkelere seyahatleri) turizm, gelen (kalıcı olarak başka bir ülkede ikamet eden kişilerin seyahatleri) turizm, yurtiçi (ülkede kalıcı olarak ikamet eden kişilerin ülke içi seyahat etmeleri) turizm türleri ayrılmıştır.

Turizmin ödeme prensibine göre sınıflandırılmasında ticari (seyahat acentesi sağlanan hizmetlere göre para alır), sosyal (turizm hizmetleri, sosyal güvenlik için devlet tarafından tahsis edilen sübvansiyonlarla ödenir) ve teşvik turizmi (işletmelerin çalışanları için işgücü faaliyetlerindeki başarılarına göre düzenledikleri seyahatler) türleri ayrılmıştır.

A.P. Durovich (2006), seyahat amacına göre turizm türlerinin fonksiyonel sınıflandırmasını tanımlayarak aşağıdaki turizm türlerini ayırt etmektedir:

- rekreasyon turizmi
- sağlık turizmi
- bilişsel veya tarih-kültür turizmi
- iş turizmi

- dini turizm
- etnik turizm
- transit turizm (Birzhakov, 2006: 192).

I.A.Ryebova, Y.V.Zabeyeva, Y.L.Drachova (2010) turizmi aşağıdaki özelliklere göre sınıflandırmıştır:

- seyahat amaçlı turizm (rekreasyon ve eğlence, sağlık, iş, eğitim, dini, etnik veya nostaljik);
- teklif türüne göre turizm (bireysel, grup, kapsamlı hizmet, her şey dahil, kulüp rekreasyonu, özel (VIP) ilgi);
- müşteri türüne göre turizm (kurumsal);
- ulaşım yoluyla turizm (hava, demiryolu, karayolu turizmi, otobüs, deniz gezisi, nehir gezisi, yaya, bisiklet turizmi);
- seyahat organizasyonu için turizm (özel , organize);
- gezginlerin yaşına göre turizm (gençler, yaşlılar için).

Q.P. Dolzhenko (2009), turizmi, seyahat amacına göre aşağıdaki gibi sınıflandırarak türlere ve alt türlere ayırmaktadır:

- Plaj turizmi
- Sağlık turizmi
- Kültür turizmi
- Kruvaziyer turizmi (alttür: deniz ve nehir gezisi)
- Din turizmi
- Spor ve sağlık turizmi (alt türler: yürüyüş, dağcılık, su, bisiklet, otomobil turizmi, mağaracılık, kayak, binicilik, tekne gezintisi)
- Avcılık turizmi
- Balıkçılık turizmi
- Kırsal turizm
- Mağaza turizmi (Dolzhenko, 2009 : 319).

1.2 TURİZMDE ARZ VE TALEP

1.2.1 Turizm Piyasası

Turizm pazarı veya piyasası turizm mallarının satın alınmasını sağlayan, arz ve talebi dengeleyen sosyal ve ekonomik bir olaydır. Turizm pazarı tüm katılımcılarını belirler: turizm ürünleri satıcıları, rakipleri, alıcıları, aracıları, turizm ürünleri, pazar koşulları vb.

Turizm pazarı, turist talebi ile turizm arzının buluştuğu bir yerdir. Normal pazarın aksine turizm pazarının belirli bir lokasyonu yoktur ve turizm ürünlerinin alımını yapmak için bir seyahat şirketine gitmek, internetten sipariş vermek, telefon, faks ve diğer yollarla mümkündür. "Açıklayıcı Turizm Terimleri Sözlüğü" turizm pazarı kavramını 3 farklı şekilde tanımlar:

- Bugün veya yarın bir turizm ürünü satın alma fırsatına sahip olan (potansiyel satın alma gücüne sahip) bir dizi tüketici toplumu;
- Dünya ekonomik ilişkiler sisteminde turizm-gezi hizmetlerinin paraya veya tersi paranın turizm-gezi hizmetlerine dönüştürülmesi sürecinin gerçekleşmesi;
- Dört ana unsurun (turist talebi, turizm ürünlerinin arzı, fiyatlar ve rekabet) karşılıklı ekonomik ilişkiler sistemi (Alirzayev, 2011: 494).

Geniş anlamda turizm pazarı, turizm ürünlerinin (turlar, bireysel turizm hizmetleri veya turistler için ürünler) alınıp satıldığı bir yerdir. Aynı zamanda, bu tür anlaşmaların her zaman aynı yerde yapılmadığı unutulmamalıdır. Turizm ürünleri satıcısının ve alıcısının doğrudan müdahalesi olmadan uygulanabilirler. Bunun nedeni turizm pazarının belirli bir yer veya coğrafi alanla sınırlı olmamasıdır.

Turizm pazarının normal işleyişi ve konularının etkin etkileşimi için ilgili altyapının gerekli olduğu unutulmamalıdır. Pazar altyapısı söz konusu olduğunda, ana konular arasında ekonomik ve diğer ilişkilerin uygulanmasına yardımcı olan işletmeler, kuruluşlar ve hizmetler bütünü dikkate alınıyor. Turizm pazarının altyapısı 5 ana bileşenden oluşmaktadır (Yusupov, 2011: 184-200) :

- Turistik konaklama tesisleri (oteller ve diğer toplu konaklama tesisleri);
- Catering işletmeleri (restoranlar, kafeler, barlar, kantinler, bistrolar vb.);
- Turistik hizmetlerle uğraşan nakliye işletmeleri;
- Turizm hizmetleri sağlarken kullanılan veya yalnızca hizmet amacıyla oluşturulan algısal, sağlık, dini, spor, kültürel-tarihi, eğlence ve diğer nesneler;
- Rehberler-tercümanlar, geziler ve sınır hizmetleri sunan diğer kuruluşlar.

Turizm pazarının özellikleri:

- Turizm pazarı bir hizmet pazarıdır. Maddi bir formu olmadığı için şekil ve boyut olarak algılanamaz;
- Belirli bir pazarın dışındaki alaka düzeyini kaybedebilir. Örneğin, piyasadaki her hizmetin belirli bir zaman çerçevesi vardır. Teklif bu süre içinde gerçekleştirilmezse kayıp sayılır;
- Pazarda sunulan bireysel hizmetlerin kalitesi yolculuk sırasında değişmeyebilir ve değişebilir. Bu durumda hizmet kalitesine bağlı olarak fiyat farklılaştırması veya hizmetlerin ikame edilmesi kullanılır;
- Turizm pazarı mevsimsellikten etkilenebilir;
- Hizmet sağlanana kadar turizm pazarında mevcut değildir, yani hizmeti önceden karşılaştırmak ve değerlendirmek mümkün değildir.

Turizm pazarı aşağıdaki faktörlerden etkilenir:

- Doğal ve çevresel faktörler;
- Sosyo-ekonomik faktörler;
- Siyasi faktörler;
- Demografik faktörler.

1.2.2 Turizm Arzı

Turizm pazarındaki teklif veya turizm arzı, turistlerin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik ve satışa yönelik tüm tur, hizmet ve turizm-hatıra ürünlerinin toplamıdır. Turizm pazarındaki teklifler, belirli bir dönemde turistlere belirli bir fiyata sunulan ve satışa yönelik bir dizi destinasyon (seyahat bölgeleri) ve turları (hizmetler) de içermektedir. Turizmin ürünü bir değer aracı olarak hareket eder ve üretiminde harcanan emek miktarı ile belirlenmez. Sadece ürünün tüketiciler için ne kadar yararlı olduğuna bağlı. Bu nedenle de, turist pazarı "alıcı pazarı" olarak nitelendirilir (Bilalov, 2005: 372).

Turizm ürünlerinin teklifi belirli ön koşullarla ilgilidir ki, bunlardan en önemlileri de: turizm ürünü üreticilerinin (tur operatörleri) mevcudiyeti , turizm endüstrisinin gelişme düzeyi, turizm kaynaklarının hacmi olarak kabul edilir. Turizm pazarındaki talebin arza değiştirilmesi, turistin parasının turizm ürünlerine yönelik değiştirilmesi anlamına gelir. Böyle bir değişim sırasında, bir yandan belirli bir üreticinin (satıcının) ve belirli bir tüketicinin (alıcının) çıkarları karşılanırken, diğer yandan turizm ürünlerinin genişletilmiş yeniden üretimi için koşullar yaratılır. Bu süreç turizm ürünlerinin fiyatına bağlıdır. Bir kural var: piyasadaki fiyat talebe bağlıdır. Talep arzı aştığında fiyatlar yükselir ve arz talebi aştığında fiyatlar düşer.

Böylece talebin arzı aşması ve aynı zamanda pazarda ürün kıtlığı olması durumunda satıcı pazarı, arzın talebi aşması ve ya karşılaması durumunda alıcı pazarı oluşur. Satıcı pazarı oluştuğunda, turistlere sunulan ürünlerin ve hizmetlerin kalitesi düşebilir ve fiyatlar artabilir, bu da daha çok satıcının yararına olacaktır. Alıcı pazarı oluştuğunda turizm ürünleri sunan firmalar arası rekabet artar, turistler yani alıcılar lehine turizm ürünlerinin fiyatı düşer ve ürün bolluğu olur. Piyasada belirli bir zamanda var olan duruma piyasa konjonktörü denir (Memmedov ve Rahimov, 2000: 272).

Turizm arzının özellikleri aşağıdaki gibidir:

- Turizm arzı değişebilir ve turizm arzı ürünler gibi depolanamaz.
- Turizm arzı satın almadan önce incelenemez.

- Tüketimi için bir yerden bir yere taşınmak gerekir.
- Coğrafi olarak turizm arzı farklı yerlerde sabitlenmiştir.

1.2.3 Turizm Talebi

Turizm ekonomisinin kurucuları K. Krapf ve W. Hunziker, turizm talebini şu şekilde tanımlamaktadır: "Turizm talebi, ekonomik açıdan turistlerin belirli fiyatlarla satın almak istedikleri mal ve turizm hizmetlerinin miktarıdır." Turizm talebi başka bir deyişle söylersek, varış ülkesinin fiyatları ile ilişkili olarak turistik malların ve hizmetlerin kişisel kullanımınıdır (Rehimov, 2004: 55).

Turizm talebinin ortaya çıkışı, insan motivasyonu teorisine dayanmaktadır. Bu teoriye göre, turizme duyulan ihtiyaç, insan davranışının nedenidir. Turizm alanında tanınmış bir araştırmacı olan P.Bernekker, turizm talebinin ana nedenlerinden biri olarak seyahatin ilginç olması ve seyahatin insanlara keyif vermesi olduğuna inanıyor. Araştırmacı R.M. Gasimov, turist talebini bir turistik gezisi sırasında karşılanan doğal bir insani ihtiyaç olarak değerlendiriyor.

Turizm talebi- nüfusun cari fiyatlarla satın alabileceği belirli miktardaki turizm ürün ve hizmetlerinin turist talebinin satın alma gücüyle teyit edilmesidir. Turizm ürünlerine talep, nüfusun finansal imkanlarla sağlanan turizm ürünlerine olan talebinin bir tezahürü biçimidir. Potansiyel, gelişen, oluşmuş ve mevsimlik turizm talepleri vardır. Genellikle turizmde talep mevsimlidir, bu özel pazarlama önlemleri ile ortadan kalkar ve birçok ülkede bu yönde devlet düzeyinde belli önlemler alınır (Memmedov, 2007: 54-58).

Tüketici talebi bir dizi faktöre bağlıdır. Onlara demografik (nüfus, cinsiyet-yaş bileşimi, aile bileşimi ve üye sayısı, kentleşme, alıcının kültürel düzeyi, alıcıların ulusal bileşimi vb.), sosyo-ekonomik (istihdam, ücret seviyesi, emekli aylıkları, gelir dağılımı), ülkenin coğrafi ve iklim özellikleri, ülkenin ekonomik ve siyasi istikrarı, geçici kalış güvenliği, diğer tesadüfi etkiler (hava durumu, çatışmalar vb.) vb. dahildir.

1.3 TURİZM VE EKONOMİ İLİŞKİSİ

1.3.1 Turizmin Ekonomi Üzerindeki Olumlu Etkileri

Ekonomik açıdan bakıldığında turizm, dünya ekonomisinin ana ve dinamik sektörlerinden biridir. Turizm, ekonomik kalkınmanın ana yönlerinden biridir. Diğer alanlardan farklı olarak, ekonomik kalkınmanın bir yönü olarak turizmin birçok avantajı vardır: turizme yapılan yatırım kısa vadede karşılığını verir, yatırılan sermayenin devir hızı yüksektir.

Turizm endüstrisinin dünya ekonomisinin bir sektörü olarak tanınması XX yüzyılın 50'lerine dayanmaktadır. İkinci Dünya Savaşı'nda ekonomileri çöken Avrupa ülkeleri, toparlanma dönemini tamamladıktan sonra hızlı bir gelişme dönemine girdiler. Aynı zamanda, Batı Avrupa ve Kuzey Amerika nüfusunun rekreasyon ve eğlence ihtiyaçlarını karşılamak için rekreasyon kompleksleri inşa ediliyor ve yeni turistik yerler ortaya çıkıyordu. Hızlı büyüme nedeniyle turizm sektörü XX yüzyılın fenomeni olarak adlandırıldı (Elirzayev, 2010: 45).

Gelişmiş ülkelerin deneyimi, turizmin ekonomiyi etkileyen güçlü bir güç olduğunu göstermektedir. Turizm devlet bütçesinin oluşmasında ve ticaret dengesinin istikrara kavuşturulmasında önemli rol oynar. Ancak turizmin rolü burada bitmiyor. Ülkede turizmin gelişmesi, işsizlik gibi ciddi bir sorunun üstesinden gelmekte, ekonominin tüm sektörlerini etkilemekte ve kalkınmaları için katalizör görevi görmektedir.

DTÖ'ye göre, 2014 yılı sonunda bu sektör dünya ekonomisinde GSYİH'nın %9'unu oluştuyordu. Turizm, dünyadaki toplam sermaye yatırımının %7'sini, vergi ödemelerinin %5'ini ve tüketici harcamalarının ise %11'ini oluşturmaktadır. Turizm sektörü, dünyada sadece petrol ve petrol ürünleri ve otomobil ihracatından daha azdır ve turizm dünya ihracatının %6'sını oluşturmaktadır .

Turizmin ekonomideki rolü, ekonomik büyüme, dengeli ekonomi politikası ve uluslararası ekonomik ilişkilerdeki özel ağırlığı ile belirlenir. Ekonomik büyüme, GSYİH büyümesi ve bu büyümede turizmin rolü değerlendirilmektedir. Bazı ülkelerde turizm, devlet bütçe gelirlerinin %15'ini ve bazen daha fazlasını

oluşturmaktadır. Turizm, Fransa'da GSYİH'nın %7'sini, Çek Cumhuriyeti'nde %6'sını, Macaristan'da %8'ini, İspanya, İsviçre ve İtalya'da %13-17'sini oluşturmaktadır. Kıbrıs'ta bu rakam %20'ye ulaşıyor. Azerbaycan'da turizme özgü alanlarda katma değerın ülkenin gayri safi yurtiçi hasılasındaki payı 2013 yılında %3,6 ve 2014 yılında %4,1 olmuştur. Ekonomisi petrole dayalı bir ülke için bu rakam diğerk sektörlere göre çok daha yüksektir .

Turizmin ekonominin ana sektörleri olan ulaşım, iletişim (haberleşme), inşaat, tarım, tüketim mallarının üretimi gibi sektörlerle önemli bir etkiye sahip olduğu bilinmektedir. Turizm sektöründe sunulan hizmetlerin hacmindeki artış, yeni işlerin yaratılmasında diğerk alanlara göre daha hızlı etki etmektedir. Turizmin sosyo-ekonomik kalkınma için bir tür katalizör olduğu görölmektedir.

Turizm, ulusal ve uluslararası düzeyde ekonomik, kültürel ve sosyal bir faaliyet olup, ülkelerin ekonomik ve sosyal kalkınmasına çok yönlü yardım sağlayan bir sektördür. Turizm sektörünün en önemli ekonomik yönleri aşağıda sıralanmıştır:

- Ekonomiye geliştiren bir hizmet sektörüdür.

Turizmin gelişmesi, ekonominin çeşitli sektörlerine ait işletmeleri sipariş vererek üretimlerini genişletmeye zorlamaktadır. Ülkeye yabancı turist akışının artması, tarımsal üretimin ve buna bağılı olarak gıda üretiminin artmasına neden olmaktadır. Turizm altyapısının genişletilmesi, inşaat malzemeleri, ev eşyaları ve ev aletleri, spor malzemeleri, bilgisayar ve iletişim teçhizatı ve teknolojisinin geliştirilmesini, hafif sanayi mallarının (giyim, yatak takımı) üretiminin artmasını gerektirmektedir. Turizmin gelişmesi, yeni eğlence merkezlerinin açılmasına ve ulaşım sektörünün gelişmesine yol açmaktadır.

- Gayri safi milli geliri destekleyen gelecek vaat eden bir sektördür.

Turizmin gelişmesi, yeni tatil köylerinin ticarileşmesi, devlet bütçesine ayrılan payların artmasına ve ülkeye daha fazla döviz girişine yol açmaktadır.

- Milyonlarca insanı birbirine bağlayan bir üretim ve tüketim aracıdır.

Turizm ürünlerinin üretimi ve tüketimi eş zamanlı olarak gerçekleşmektedir. Yüz milyonlarca insan dinlendikleri yerde birbirleriyle temasa geçiyor ve milyonlarca insan dinlenmelerini sağlamak için onlara hizmet ediyor.

- Turizm, hem tüketiciler hem de üreticiler olmak üzere milyonlarca insanı ilgilendiren bir alandır.
- İş yeri yaratma özelliğine sahiptir.
- Ekonomi üzerinde doğrudan etkisi olduğu gibi birçok sektörün gelişimi üzerinde de etkisi vardır.
- Ülkeye para getiriyor.
- Turizm, döviz kazancı ile dış ödemeler ve dış ticaret dengeleri üzerinde olumlu etkisi olan bir alandır.
- Ülkenin coğrafi ve kültürel olarak tanınmasında rol oynar.

Turizmin ekonomi üzerindeki etkisini incelerken, konuya hem teorik hem de ampirik bir bakış açısıyla yaklaşılabilir, ancak mevcut etkinin ampirik kanıtları ve teorisi bazı açılardan tamamlayıcı değildir. Bunun nedeni, birçok durumda seçilen verilerin homojenliği ve karşılaştırılabilirliğinde ve daha açık bir şekilde alan, zaman ve metodoloji açısından eksikliklerin olmasıdır.

Teorik bir perspektiften bakıldığında, turizm sektörü ile ekonomik kalkınma arasındaki ilişki üç şekilde analiz edilebilir: i) Keynes'in turizm çarpanı olarak da adlandırılan gelir çarpanına dayalı kısa vadeli analiz; ii) Turizm sektörü ile diğer sektörler arasındaki ilişkinin incelendiği hesaplanabilir bir genel denge modeli; iii) Dışsal veya içsel büyüme modellerine dayalı uzun vadeli bir yaklaşım (Panagiotidis, Panagiotou ve Mussoni: 2012).

Ülke ekonomisinin turizm sektörü aracılığıyla geliştiğini varsayan teorilerden biri de TLGH'dir (Tourism-led Growth Hypothesis). Bu teori, içsel büyüme modeli ile ilgilidir. Teori, temel olarak, ekonomik kalkınmanın yalnızca sermaye ve emeği artırarak değil, aynı zamanda ihracatı teşvik ederek de sağlanabileceğini varsayan, ihracat yoluyla ekonomik büyüme teorisine dayanmaktadır (Panagiotidis, Panagiotou ve Mussoni: 2012).

"Rimini Ekonomik Araştırma Merkezi" tarafından geliştirilen teori ekonomik gelişme seviyelerinde önemli ölçüde farklılık gösteren ve farklı coğrafi bölgelerden olmaları nedeniyle farklı avantajlara, tercihlere ve farklı kısıtlamalarla karşı karşıya kalan 187 ülkenin verilerini içeren bir model kullanılarak incelenmiştir. Bu model, 1995'ten 2009'a kadar olan 14 yıllık bir dönemi kapsamakta ve farklı araştırmacılar tarafından aynı yönde farklı zamanlarda yürütülen araştırmalara dayanarak turizm ve GSYİH büyümesi arasındaki uzun vadeli ilişkiyi de incelemektedir.

Ampirik araştırma iki tür olabilir:

- Durum çalışmaları (case studies).
- Birkaç ülkenin verilerini kullanarak yapılan araştırma (cross-country studies) (Panagiotidis, Panagiotou ve Mussoni: 2012).

Uzun bir süre boyunca, durum çalışmaları (case studies) diğerlerinden daha önemli idi. Bunun nedeni kuşkusuz veriye ulaşmanın zorluğu veya hiç olmamasıdır. İlk durum çalışması 2001'de Çin'de yapıldı ve bir yıl sonra 2002'de ilk TLGH analizi İspanya'da yapıldı. Daha sonra Yunanistan ve diğer ülkelerde de benzer çalışmalar yapıldı. Novak, 2007 yılında TCIG (Turizm, Sermaye, İthalat, Büyüme) hipotezini İspanya'ya uyguladı ve ülkenin uluslararası turizmden elde ettiği döviz kazancının sermaye malları ithal etmek için kullanılabileceğini ve böylece ekonomik büyümeyi hızlandırabileceğini belirledi. Cortes ve Jimenez tarafından 2008 yılında İtalya ve İspanya üzerinde geliştirilen ekonometrik modelden, İspanya'nın ekonomik büyümesi için iç turizm daha önemliyken, İtalyan ekonomisi için uluslararası turizmin daha önemli olduğu sonucuna varılmıştır (Panagiotidis, Panagiotou ve Mussoni: 2012).

Birkaç ülkenin verilerini içeren çalışmalardan, Braunun 2004 ve 2007 çalışmaları özel olarak anılmayı hak ediyor. Turizmde güçlü bir uzmanlaşmaya sahip ülkelerin ekonomilerinin, araştırmaya dahil edilen diğer ülkelere (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) ülkeleri, daha az gelişmiş ülkeler, petrol ihracatçıları ve birçok küçük ülke) göre daha hızlı bir büyüme oranına sahip olduğu ve böylece turizmin ekonomik kalkınma için yeterince önemli olduğu fikrini doğruladığı sonucuna varılmıştır. Ayrıca turizmde uzmanlaşan küçük ülke ekonomilerinin diğer

küçük ekonomilere göre daha hızlı geliştiği tespit edilmiştir. Bu, Candela ve Cellini'nin ulaştığı sonuçları doğrulamaktadır. Genel olarak, ulusal ekonominin küçük boyutunun ekonomik kalkınma için bir tür sınırlayıcı nüans olmasına rağmen, turizmde uzmanlaşmış küçük ekonomiler için bunun tersinin geçerli olduğu sonucuna varılabilir.

Yukarıdakilere dayanarak, 2007'de Sequira konuya biraz farklı bir yaklaşım getirdi ve turizmin sadece düşük ve orta gelirli ülkelerde ekonomik kalkınmada önemli bir rol oynadığı ve zengin ülkelerde bunun tersi olduğu sonucuna vardı. Sonuç olarak ise yüksek ekonomik kalkınmada turizmin kilit bir rol oynamadığı fikri ortaya çıkmıştır. Ancak aynı araştırmacı 2008 yılındaki bir sonraki çalışmasında, aslında turizmin hem zengin hem de fakir ekonomilerin gelişmesinde önemli bir rol oynadığına dikkat çekmiştir. Her iki ekonomi türünün de önemine rağmen, yoksul ekonomilerde turizmin ekonomi üzerindeki etkisinin daha fazla olduğu da eklendi. Bunu akılda tutarak, Brown'ın turizmin küçük ekonomilerde daha etkili olduğu görüşündeki, daha spesifik olarak, sorunun ekonominin büyüklüğünde değil, ülkedeki mevcut brüt gelir düzeyinde olduğu görüşündeki boşluğu netleştirdi.

Daha yakın zamanda, 2010 yılında Figini ve Vici, turizm uzmanlığı ile ekonomik kalkınma arasında bir bağlantı buldukları 1980 ile 1990 arasındaki dönemi kapsayan verileri analiz ettiler. Ancak, o döneme ilişkin verilerin doğruluğu yanlış olabileceğinden, yüksek düzeyde uzmanlaşmış turizmin daha fazla ekonomik büyüme sağlayacağına inanmak için güçlü bir neden olmadığını belirttiler ve aslında turizm sektörünün gelişmesiyle öne çıkan bir ülkenin ekonomik kalkınması, başka bir sektörle gelişmiş ülkenin ekonomik kalkınmasından çok da farklı değildir. Ayrıca turizmde uzmanlaşan bir ülkenin ekonomik kalkınmasının belirli bir düzeye ulaştığında, ekonomik kalkınmanın devam etmesi için ülkedeki diğer sektörlerin gelişimine dikkat edilmesi gerektiği belirtilmektedir. Son bahsedilen dönemde, çalışmaya dahil edilen ülkelerin doğal kaynak kullanımlarını artırarak ekonomik kalkınmada ilerleme kaydettikleri gösterilmiştir ki, bu da uzun vadede ekonomik büyümenin sürdürülebilirliği için elbette tehlikelidir (Panagiotidis, Panagiotou ve Mussoni: 2012). Doğal kaynakların sömürülmesi kavramının açıklığa kavuşturulmasına ihtiyaç vardır. Kara, su, enerji, bazı hammaddelerin yanı sıra deniz

kaynaklarının da bu sektörde anahtar sayılabilecek doğal kaynaklar olduğu bilinmektedir.

Genel olarak, yukarıdakilere dayanarak, turizm ve ekonomik kalkınma arasındaki ilişki aşağıdaki dört biçimden birini alabilir:

- Turizm endüstrisinin gelişimi ulusal ekonomik kalkınmaya (TLGH) yol açar;
- Ekonomik kalkınma, turizmin gelişimini teşvik eder;
- Yukarıdaki iki koşul birbiriyle ilişkilidir, yani hem turizmin gelişmesi hem ekonomik büyümeye yol açar ve hem de ekonomi geliştikçe turizm sektörünün gelişmesine yol açar.
- Bu iki faktör arasında doğrudan bir bağlantı yoktur.

Yukarıdaki durumların kısa ve uzun vadede farklı ülkeler için farklı olabileceğini belirtmek önemlidir.

Kısa vadeye dayalı olarak, İspanya (Nowak 2007; Jiménez ve Pulina 2010), Avrupa ülkeleri ve Latin Amerika ülkeleri (Po ve Huang 2008), Tayvan (Chen ve Song 2009) ve Güney Afrika Cumhuriyeti'nde (Akinboade ve Braimoh 2010) turizmin gelişmesinin ekonomik büyümeye yol açtığı tespit edilmiştir, yani bu ülkelerde TLGH hipotezi doğrulanmıştır. Bunun tersi olan ikinci durum ise Afrika ülkeleri (Lee ve Chang 2008), Güney Kore (Oh, 2005), Amerika Birleşik Devletleri (Tang ve Jang 2009) ve Kıbrıs (Louca 2006), Fiji, Tonga, Solomon ve Papua Yeni Gine gibi ada devletleri (Naryan 2010) için geçerlidir. İki kavram arasında korelasyon bulunan üçüncü örnek ise Türkiye, Yunanistan, Güney Kore (Chen ve Song, 2009) ve Latin Amerika (Lee ve Chang 2008) için uygundur. Son olarak, Jackman ve Lorde, 2010 yılında yaptıkları bir çalışmada, Barbados ekonomisinde turizm ve ekonomik kalkınma arasında kısa vadede kalıcı bir bağlantı olmadığı sonucuna vardılar.

Öte yandan, uzun vadeye bakıldığında, hemen hemen tüm araştırmacılar, çoğu ülkede (Barbados (Jackman ve Lorde 2010) ve Türkiye (Katırcıoğlu 2009) hariç) turizm sektörünün gelişiminin ekonomik kalkınmada rol oynadığını ve bunun tersi olduğunu, yani aralarında bir korelasyon olduğunu bulmuşlardır.

Bütün bunlar göz önüne alındığında durum biraz kafa karıştırıcı, bu yüzden kesin bir sonuca varmak zor. Bazı araştırmalar, turizmin gelişmesinin genel ekonomik kalkınma üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu gösterirken, diğerleri ise tam tersini, turizm sektörünün ekonomik kalkınmayı sağladıktan sonra geliştiğini göstermektedir. Diğerleri aralarında bir bağlantı olduğunu iddia ediyor. İlginçtir ki, bazı ülkeler ve bölgeler için bile bazen farklı sonuçlar çıkarılmıştır. Böyle bir tablonun olmasının nedeni, farklı araştırmacıların farklı metodolojiler seçmesi ve farklı özellik ve kriterleri dikkate almasıdır. Aslında bu bir bakıma doğaldır, çünkü ülkelerin turizm ve genel olarak ekonomik gelişmişlik özelliklerinin (farklı kaynaklar, altyapı, eğitim düzeyi, sosyo-kültürel farklılıklar vb.) birbirinden farklı olması nedeniyle tüm ülkelerde ve bölgelerde aynı metodolojinin çalışılması ve incelemek doğru olmaz.

1.3.1.1 Turizmin Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi

Turizm, döviz kazancı ile dış ödemeler ve dış ticaret dengeleri üzerinde olumlu etkisi olan bir alandır. Bazı ülkeler, gelen turizmden elde edilen para birimi sayesinde diğer ekonomik sektörlerdeki olumsuz dengeyi aşma fırsatına sahiptir. Bu ülkeler arasında Avusturya ve Macaristan bulunmaktadır.

Yurtdışına giden turist sayısının ülkeye gelen turist sayısından fazla olması o ülkeden paranın çekilmesine neden olur. Böylece turistler ziyaret ettikleri ülkelerin ekonomisine yatırım yapmakta ve bu yatırım nedeniyle o ülkelerdeki altyapının iyileştirilmesine yönelik tedbirler alınmaktadır. Bu gibi durumlarda ülke olumsuz bir turizm dengesine sahiptir. Görüldüğü gibi aktif turizmin oluşması için yabancı turistlerin gelişi daha önemlidir.

Turizm, uluslararası düzeyde ülkelerin döviz hareketlerine, ülkenin döviz talebi ve döviz arzına etki gösterdiği için, aynı zamanda da ülkelerin ödemelerle ilgili dengesini de etkiliyor. Bir ülkenin ekonomik durumunun en iyi ve en doğru ölçüsü ödemeler dengesidir. Ülke ekonomisi için önemli olan dış turizm geliri, ödemeler dengesindeki yeri ile ölçülüyor. Ödemeler dengesini basit bir şekilde ifade edecek olursak, ülkelerin alıp satdığı mal ve hizmetlerin parasal değeridir (Memmedov ve Rehimov, 2009: 78).

Ödemeler dengesi işlemleri, ülkenin yabancı ülkelerle olan ekonomik ilişkilerinin bir ifadesi olup, ülkenin ekonomik yapısına göre farklılık göstermektedir. Ülkeye gelen turistler o ülkedeki mal ve hizmetlerden faydalaniyor ve buda döviz hareketlerine etki gösteriyor.

Turizm sebebi ile etkilenen döviz hareketlerinin yeri, ödemler dengesindeki yeri ile değerlendirilir. Döviz arzı ve talebi arasındaki fark, dış turizm raporları kullanılarak geliştirilmektedir. Dış ödemeler dengesinde, turizm etkisini gösteren bir faktörde, ülkenin turizm sektöründen elde ettiği döviz kazanç ve harcamalarının miktarıdır. Ancak turizm sektöründe döviz kazanç ve harcama miktarına ilişkin veriler oldukça çarpıktır, gerçeği yansıtmamakta ve döviz bürolarına aktarılan döviz miktarı her zaman reel döviz arzından daha düşüktür.

1.3.1.2 Turizmin Gelir Yaratıcı Etkisi

Turizm, ekonomik kalkınmanın ana yönlerinden biridir. Diğer alanlardan farklı olarak, turizmin ekonomik kalkınmanın bir yönü olarak birçok avantajı vardır. Turizme yapılan yatırım kısa vadede karşılığını verir ve yatırılan sermayenin devir hızı yüksektir. Ekonomik açıdan turizmin çekiciliği, hizmet sektörünün kısa vadede kendisini haklı çıkarması ve değiştirilebilir para birimi şeklinde gelir elde etmesi gerçeğinde yatmaktadır.

Turizm harcamalarının ekonomi üzerindeki ilk etkileri doğrudan maliyetler olarak nitelendirilmektedir. İlk aşamada turistlerin harcadıkları paranın ekonomiye, konutlara, mağazalara, ulaşım şirketlerine ve diğer kuruluşlara doğrudan gelir etkisi vardır. Doğrudan turizm geliri elde eden birimlerin yaptığı harcamalar dolaylı gelir oluşturmaktadır. Turizm şirketlerinin personele yaptıkları ödemeler ve anonim şirketlere yapacakları alımlar ek talep oluşturacağından, istihdamın artması veya ödemelerin artırılması ve bu ek talebi karşılamak için üretimin artırılması kişisel gelirden artış yaratacaktır. Artan kişisel gelirlere paralel olarak artan tüketici harcamaları ekonomide canlanmaya neden olarak uyarı etkisi yaratıyor (Alirzayev: 2010).

Turizm harcamalarının yanı sıra turizm yatırımları da gelir getiriyor. Turistik tesislerin inşası daha fazla istihdam ve inşaat malzemesi kullanımı gerektireceğinden, yatırım maliyetlerindeki artış, en başından itibaren gelir artışı yaratarak ekonomiye yayılacaktır. Yatırımın artması ise, yatırımın atmasına neden olan mal ve hizmetlerin satın alınmasına yol açar. Bu satın almaların sonucunda elde olunan gelir, normalde yatırım giderlerindeki artış kadar artmaktadır . Birinci dönemde kar kazanmış kişiler tasarruf eder ve elde ettikleri karın belirli kısmını harcarlar. Giderler, ikinci dönemde mal ve hizmet satan kişilerin elde ettikleri gelirdir.

Ve bu nedeni olarak her aşamada bir evvelki aşamanın harcamalarını kar olarak alan kişiler, bu karın belirli bir hisesini harcar ve geri kalan kısmını tasarruf eder. Bunun sonucunda, kazanılan kar, yatırım hacmini aşıyor. Turizm sektörü gelirlerinin etkisinin bir diğer özelliği de katma değer etkisidir. Satışa sunulan malın fiyatı ile diğer kişi veya kuruluşların malları üretmek için daha önce üstlendikleri ara tüketim maliyetleri arasındaki fark katma değerdir. Turizmden kazanılan gelirin mili gelirdeki etkisi, diğer sektörlerden kazanılan gelirden fazla olduğu için oldukça önemlidir (Alirzayev: 2010).

Bir ülkede uluslararası ve iç turizm gelişmesi, ülkeye getirilen mallara ve üretim faktörlerine olan talebi artırmaktadır. Doğal olarak talebde oluşmuş bu artım üretim faktörlerinin maliyetini artırmaktadır ki, bunun sonucunda da yatırım geliri ile yatırımların gerçekleşmesi arasındaki fiyatın artmasına neden olmaktadır. Turizm gelişiminin ek maliyeti olarak görülen enflasyonist baskılar, sektöre fayda sağlayan turizm mal ve hizmetlerinin fiyatlarının yanı sıra mal ve hizmet üreten sektörlerde de artışa neden olmaktadır. Fiyatın artması turizm talebine etki gösteren ekonomik faktörlerden biridir. Turizmde, talebin artması ile turizmle ilgili mal ve hizmetlerin fiyatları arasında negatif bir etki var. Turist hareketliyi, fiyatın değişmesine etki gösteriyor. İki ülke arasında oluşan fiyat farkı, turist hareketliliğini etkileyen faktördür. Bir ülkedeki turizm ürün paketlerinin fiyatının düşük olması ve ülkenin turizm sektöründeki mal ve hizmetlerin çeşitliliği, ülkeyi turizm eğilimlerinin çekiciliği açısından bir avantaj haline getirmektedir.

Turizmin devlet gelirlerine etkisi, gelirlerin artmasına, harcamaların artmasına ve net gelir yaratılmasına yol açar. Turizmden gelirlerinin artması aynı zamanda devletinde gelir kaynağının artması demektir. Devlet, turizm tesislerini ve merkezlerinin elde ettikleri gelirden, vergi topluyor. Bunlara ayrıca ruhsatlar, vize ücretleri ve lisansları, liman ve aynı zamanda gümrük vergileri, iç tüketim harcamaları, iletişim ve ulaşım gelirleri, su ve kanalizasyon ücretleri, satış gelirleri ve turizmden elde edilen diğer devlet gelirleri dahildir. Devletin turizm harcamalarına yatırımlar, vergi istisnaları, vergi iadesi, krediler ve sübvansiyonlar, altyapı maliyetleri, idari giderler vb. dahildir (Alirzayev: 2010).

1.3.1.3 Turizmin Sektörel Etkisi

Turizm, hizmetler sektörü içinde gelişmektedir ve diğer sektörlerle yakından bağlantılıdır. Turizm sektörü, turizm ihtiyaçlarını karşılamada ekonominin tüm sektörlerinden faydalandığı gibi, kimi sektörler de dahil olmak üzere bazı sektörleri kendi ihtiyaçlarına göre dönüştürmekte ve bazılarını yeniden yaratmaktadır. Tarım ürünlerinden de büyük ölçüde yararlanmaktadır.

Turizm faaliyetlerinin ülke ekonomisine gösterdiği etki, aynı zamanda tarım sektörü ve diğer sektörlerinde gelişmesine ve canlanmasına sebep oluyor. Bir ekonomide turizmin gelişimi farklı aşamalardan geçerken, ekonominin diğer sektörler üzerindeki etkisi her aşamada farklıdır. Turizm endüstrisinin gelişmesi, ekonominin üretimini ve gelirini etkiler. Bu, ekonominin 3 sektörü üzerindeki etki konumu ile ilişkilidir (Mopozov, 2007: 288) :

- Tarım sektörü üzerindeki etkisi.
- Sanayi sektörü üzerindeki etkisi.
- Hizmet sektörüne etkisi.

Tarım sektörü üzerindeki etkisi- Turizm sektörünün gelişmesi, turizmden elde olunan gelirlerin artması, tarım sektörünün gelişmesine ve bu sektörde fiyatların belirlenmesine sebep oluyor. Ayrıca tarımsal faaliyetlerle uğraşanların da çeşitli alternatifleri değerlendirerek turizmden yararlanmaları mümkündür. Tarım sektöründe çalışan kişiler, sezonluk olarak artan talebi karşılamak için daha çok

Üretim yapmaları gerekiyor. Bu nedenler turistlere kaliteli mal ve hizmetlerin sunulması için etki gösteriyor ve aynı zamanda da tarım sektöründe ihracatın artmasınada neden oluyor. Turizmde bu Şekilde elde edilen tarım ürünlerinin fiyatı normal sezona göre çok yüksektir. Turizmden dolaylı olarak etkilenen tarım sektöründe normal zamanda düşük fiyatlarla satılan tarım ürünlerinin fiyatı yükselecek ve böylece ek gelir elde edilecektir. Turizm sezonunda artan tarım ürünleri talebi ile bölge halkına daha kaliteli mal ve hizmet arzı, yurtiçi ve kişi başına gelirin artmasına neden olacaktır. Aynı zamanda üretimin büyümesi yeni istihdam alanları da yaratmaktadır. Turizm sektöründe meydana gelen katma değer büyümesinden insanların daha fazla yararlanabilmesi için tarım sektöründen turizme geçiŐi getiriyor. Başka bir deyişle, yerel halk, turizmden daha fazla para kazanmak için turistlere hizmet etmek için tarım arazilerini kullanır, kiralar veya satar. Bunun sonucunda bölge halkının refah düzeyi turizm yoluyla artacaktır.

Sanayi sektörü üzerindeki etkisi- Bu etki, gıda ve beyaz eşya, hafif sanayi mallarının tüketimi ile doğrudan ilişkilidir. Gıda rnleri tüketimi yıl boyunca devam etmektedir. Yaz aylarında gıdaya olan talep özellikle yüksek bir noktaya ulaşıyor. Avrupa Alpleri'ndeki kayak merkezlerinde yiyecek talebi yıl boyunca düŐmüyor. Hafif sanayi işletmeleri tarafından üretilen mallara olan talep otel hizmetlerine olan talebi, personel kıyafetlerini, turistlerin boş zamanlarında giydikleri kıyafetleri (plaj, spor giyim) etkiler. Rekreasyon merkezleri daha geniş bir alanı kapladığından, yeni rekreasyon merkezleri yapıldıkça inşaat malzemelerine olan ihtiyaç ve yeni ekipman üretimi artmaktadır. Aynı zamanda inşaat firmalarının iş yükü, yeni yolların ve iletişim hatlarının yapılmasıyla artmaktadır.

Hizmet sektörüne etkisi - Tamir atölyeleri, benzin istasyonları, kamu hizmetleri ve son olarak nakliye organizasyonlarının hizmetlerine artan bir ihtiyaç vardır. Yabancı turist sayısındaki artış, ülkeye döviz giriŐinin artmasına neden olmaktadır. Bu, dış ticarete pozitif bir ticaret dengesi ile sonuçlanabilir.

1.3.1.4 Turizmin GSYİH İçindeki Payı

İktisadi faaliyetin sonuçlarını değerlendiren ve bir toplumun sosyo-ekonomik durumunu değerlendirmek için kullanılan temel makroekonomik gösterge “Gayri safi

yurtiçi hasıladır” (GSYİH). Gayri safi yurtiçi hasıla, üretilen tüm mal ve hizmetlerin nihai değerine veya bunlar için ödenmesi gereken tüm maliyetlerin toplamına eşittir (Kuskov, 2005: 388).

Hizmet sektöründe turizm, modern zamanlarda en hızlı büyüyen ekonomik sektörlerden biridir. Bu sektörün gelişimi, gayri safi yurtiçi hasıla (GSYİH) oluşumunu ve ekonomik kalkınmayı teşvik etmektedir. Ekonominin gelişimi başlı başına sosyo-ekonomik sorunların aşılmasında yeri doldurulamaz bir rol oynamaktadır.

2019'da turizm sektörü dünya GSYİH büyümesinde %3,2'lik doğrudan bir paya sahipti ve yalnızca bu alanda 116 milyon yeni iş yaratıldı. Genel olarak, bu rakamlar sırasıyla %10,4 ve 313 milyondur (dünya çapında yaklaşık her 10 işten biri). Ayrıca 2019 yılında uluslararası hizmet ihracatının %30'u ve toplam ihracatın %6,6'sı bu sektörde yapılmıştır .

Tablo 1.1'den de görüleceği üzere turizm sektörünün GSYİH'ya katkısı sıralamasında ilk 10'da yer alan ülke küçük adalardır. Bu tür küçük ekonomilerin ancak turizm faaliyetlerinde istisnai bir uzmanlaşma olduğu takdirde etkin ve hızlı bir şekilde geliştiği sonucuna varılabilir. Örnekler, ekonomileri turizm sektörünün yüzde 60'ından fazlasını oluşturan Maldivler, Virgin Adaları, Seyşeller ve Anguilla'dır .

Tablo 1.1 : Turizm sektörünün GSYİH içindeki payı açısından ilk 10 ülke.

Satır / Ülke		Turizmin GSYİH içindeki payı (%)
1.	Virgin Adaları	98.5
2.	Aruba	86.5
3.	Maldivler	76.6
4.	Seyşeller	65.3
5.	Antiller	62.9
6.	Anciliya	61.6
7.	Makao	61.3
8.	Antigua ve Barbuda	51.8
9.	Bahamalar	47.8
10.	Vanuatu	46.1

Kaynak: <http://www.worldbank.org/>

Uluslararası turizmin gelişmesinin en güçlü nedenlerinden biri, ülkenin GSYİH'sinin (örneğin, Çin ve Hindistan) hızlı büyümesi olmalıdır. Dolayısıyla turizmin gelişmesinin GSYİH üzerinde olumlu etkisi olduğu gibi, bu sürecin tam tersi de geçerlidir, yani milli gelirin artması sonucunda nüfusun turizme ayırdığı bütçe artmaktadır. Ayrıca, modern küreselleşen ekonomik ortamda, ülkeler arasındaki ticari ilişkiler daha yoğun hale gelmektedir. Bu nedenle iş turizminin toplam turizm içindeki payı son 20 yılda önemli ölçüde artmıştır. Bu tür turistlerin, yüksek gelirleri nedeniyle eğlence amaçlı gelen turistlerden daha fazla harcama yapmaya istekli oldukları açıktır. Büyük ve prestijli otel ve restoranların küresel ekonomideki kapsamı her geçen gün genişlerken, küreselleşme yabancı yatırımların ve franchising faaliyetlerinin büyümesinde de kendini göstermektedir. Ancak, birçok durumda bu işletmelerin yerel çevre ile ilişkilerinin çok zayıf olduğu veya bazı durumlarda neredeyse hiç olmadığı ve bunun da yerel ekonomideki çarpan etkisini zayıflatığı belirtilmelidir.

1.3.1.5 Turizmin İstihdam Üzerinde Etkisi

Ülkedeki siyasi istikrar düzeyi öncelikle işsiz sayısı ile ölçülmektedir. İşsizliğin yüksek olduğu bir ülkede, milli gelirin nüfus arasında eşit olmayan bir şekilde dağılması, nüfus arasında siyasi adaletsizliğe ve memnuniyetsizliğe yol açmaktadır. Bu nedenle tüm ülkeler işsizlikle mücadele ediyor. Son zamanlarda çoğu ülkede işsizliği önleyebilecek ve turizm endüstrisini tüm alanlarla bağlayabilecek devasa bir veri tabanı oluşturulmuştur.

İstihdam, geniş anlamda ifade edecek olursak tüm üretim faktörlerinin, dar anlamda ifade edecek olursak ise yalnızca emek faktörlerinin katılımıdır. Turizmdeki istihdam onun gelişmesine bağlı olarak değişmektedir. Bu etkini üç şekilde görebiliriz: doğrudan, dolaylı ve ek istihdam. Doğrudan istihdam dedikde, turizm alanında doğrudan yaratılmış istihdamdır. Sektörün emek yoğun üretim yöntemleriyle gelişmesi, mekanizasyon ve otomasyonun sınırlı katılımı istihdamın etkisini doğrudan artırmaktadır. Dolaylı istihdam dedikde, turizm alandan üretilen mal ve hizmetleri sağlayan alt sektörlerde yaratılmış istihdamdır. Ek istihdam,

dogrudan ve dolaylı istihdamın sağladığı gelirin harcanmasıyla turizmin hızının etkisiyle ekonomide yaratılan istihdamı ifade etmektedir. Turizm talebinin arttığı dönemde işgücü talebi de artmakta ve bu da istihdam yoğunluğunu etkilemektedir (Güçlüoğlu: 2017).

1995 yılında, ekonominin aktif bir sektörü olarak turizm, petrol üretimini geçmiş ve potansiyeli açısından dünyanın en büyüğü olmuştur. Uluslararası turizm endüstrisinin yıllık cirosu 2,1 trilyon dolardır. Hızla gelişen ve tam otomatik ve mekanize edilemeyen uluslararası turizm, işsiz sayısını düzenleyen bir alan haline gelmiştir. Örneğin otelcilik alanında her 10 yabancı turist için 3 personel yeri açılmaktadır. Bir otel ne kadar çok yıldıza sahipse, insan emeğine o kadar çok ihtiyaç duyulur. Çünkü yeni hizmet alanları ortaya çıkıyor. Örneğin, 5 yıldızlı bir otel, 1.200 misafire hizmet vermek için 600 personele ihtiyaç duyar (Kyckov, 2010: 400).

Turizm endüstrisinin gelişimi, turistlere hizmet etmek için yeni insan kaynaklarını çekerek çeşitli mal ve hizmetlerin kullanımına ve üretimine yol açar. Çalışan istihdam edebilen turizm endüstrisi aşağıdaki işletmeleri içerir:

- Turistik konaklama tesisleri- oteller,moteller,apartmanlar vb. Bunlar arasında restoranlar, kebabçılar, kafeler, barlar vb. içerir;
- Turizm yetkilileri, araştırma ve eğitim kurumları;
- Turist firmaları - tur operatörleri ve tur acenteleri, turizm devleti ve kamu kuruluşları, dernekler, kulüpler, bileşikler, vb.;
- Ulaşım organizasyonları;
- Turistik mal üreten işletmeler;
- Turistik mal satan işletmeler;
- Turizm reklam ve bilgi işletmeleri.

Turizm hizmetleri alanındaki süreçlerin çoğu otomatikleştirilir, yeni teknolojiler uygulanır. Bununla birlikte turizm en fazla emek,insan gücü gerektiren bir sektördür. Bir kurumun yabancı turistlere yüksek düzeyde hizmet sunabilmesi için çok sayıda tesise ihtiyacı vardır. Turizm böylesine ciddi bir işsizlik sorununu çözüyor. Dünyada yaklaşık 300 milyondan fazla turizm işletmesi var. Sosyal açıdan

bakıldığında, turizmin bölgelerin kalkınmasında büyük etkisi vardır. Bölgelerde turizmin gelişmesi, işsizlerin büyük şehirlere akışını engellemektedir .

Turizm sektörü geliştikçe ve turistlere rekreasyon ve hizmet sağlamak için yeni işler yaratıldıkça, insanlar için bir geçim kaynağı haline geliyor. Bu işletmelerde yeni istihdam yaratılmasına paralel olarak yeni dinlenme ve tedavi merkezlerinin, otellerin, tur şirketlerinin açılması, yeni rehberlere, çevirmenlere, şoförlere olan talebi artırmakta, yeni eğlence merkezlerinin, yemek tesislerinin açılmasına yol açmaktadır.

Turizm endüstrisine ek olarak, turistlere diğer işletmeler tarafından da hizmet verilmektedir. Turist olmadan çalışanlar ve yerel nüfusa hizmet ederler. Faaliyetlerini turizm sezonunun başında daha da etkinleştirirler. Bu tür işletmeler arasında yerel ulaşım, mağazalar, iletişim, arabalar, apartman kiralama, müzeler, tiyatrolar ve konser salonları, döviz büroları vb. bulunmaktadır.

Turizmin gelişmesi, otellerin ve havaalanlarının inşasını ve modernizasyonunu, yolların inşasını, şehir ve köylerin iyileştirilmesini, tarihi ve mimari anıtların restorasyonunu ve korunmasını gerektirir. Turizm turizmin geleneksel alanlarına ek olarak otomobil, gıda, tekstil, ayakkabı ve diğer endüstrilerin gelişimini de etkiler.

Özellikle turizmin gelişmesi, gıda endüstrisinin gelişmesine ve meyve ve sebze üretiminin büyümesine yol açmaktadır. Birçok yabancı turist akraba ve tanıdıklarının evlerinde kalmakta ve bu ürünleri bolca kullanmaktadır. Fransız uzmanlara göre toplam gıdanın yüzde 9'u yabancı turistler tarafından tüketiliyor. Bu ürünün yabancılar tarafından satın alınması ülkeye çok fazla döviz kazandırmaktadır. Fransa'ya birçok araba turisti geliyor. Onların makine yağı, yakıt alımı ve trafik polisine ödenen para cezaları ve araba tamirlerinden elde edilen gelirler yabancı turistlerin hizmetlerinden elde edilen gelirlerin %20'sini oluşturuyor .

Turizmin gelişmesi, büyük sermaye yatırımları gerektiren ve ülke ekonomisini canlandıran yolların yapımına yol açmaktadır. Yol yapımı ise çok fazla iş gerektirir. Böylece turizmin gelişmesi birçok iş ve işletmenin yaratılmasına yol açmakta, işsizlik gibi ciddi sosyo-ekonomik sorunları ortadan kaldırmaktadır. Turist

akışlarındaki artış, yerel el sanatları ve hediyelik eşya üretimini artırmaktadır. Özellikle "lüks" malların üretimi ve satışına dikkat edilmelidir. Özellikle "lüks" malların üretimi ve satışına dikkat edilmelidir. "Lüks" ürünler arasında sanat eserleri, parfümler, kozmetikler ve mücevherler, moda giysiler aynı zamanda, İsviçre saatleri, Japon ses ve video ekipmanları, İsviçre saatleri, Yunan kürkü vb. bulunur. "Lüks eşya üretimi" alanı, finansal ciro açısından demirli metal endüstrisinin hacmine eşittir. Dünya çapında on binlerce işletmesi var ve milyonlarca insanı istihdam ediyor. Sadece Paris'te 1984'te "lüks mallar" satan 2.643 dükkan turistlere hizmet veriyordu.



İKİNCİ BÖLÜM

TURİZMİN AZERBAYCAN EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

2.1 Azerbaycan Hakkında Genel Bilgi

Azerbaycan toprakları dünyanın en eski kültür merkezlerinden biridir. Azerbaycan, elverişli doğal ve coğrafi koşulları, zengin flora ve faunası ve ılıman iklimi ile yeryüzünde ilkel insanın oluştuğu bölgelerden biridir. Azerbaycan'ın tarihi toprakları, Güney Kafkasya'nın doğu ve güneybatısını ve bugünkü İran devletinin kuzey-batısını kapsar. Bu ülkenin kuzey sınırları Derbent'e, güney sınırları ise Hemedan'a kadar uzanır. Doğuda Hazar Denizi ve Kazvin şehri, kuzeyde Rusya (Dagistan), batıda Gürcistan ve Türkiye ile komşudur. Ülkenin baskenti Bakü'dür. Ülkede 14'ü oldukça gelişmiş olmak üzere 78 şehir ve 63 il bulunmaktadır.

Azerbaycan coğrafi bir isimdir. Bir yandan Azerbaycan'ın adı, bu bölgede yaşayan nüfusun büyük çoğunluğunun çağlardan çok önce ateşe tapmasından kaynaklanmaktadır. "Azer" ateş demektir. Ebedi ateş eski zamanlardan başkentin bulunduğu Absheron Yarımadası'nın bir sembolü olarak kabul edilir ve bu bölgede çok popüler doğal olarak yanan meşaleler var. Bu doğa harikalarından biri, Absheron Yarımadası'ndaki Muhemmedi köyünde bulunan "Yanan Dağ" dır. Surakhani'nda ateşin üzerinde hiç sönmeyen "Ateşgah" adlı eski bir anıt var. Bu olgu Azerbaycan'ın dünyada "Ateş Ülkesi" olarak tanınmasına yol açmıştır.

Öte yandan adını eski çağlardan beri Azerbaycan topraklarında yaşayan Türk "Azer" boylarından almıştır. "Azer"- "koca adam", "koca oğul", "ateş koruyucu" anlamına gelir. Yani "Azerbaycan", bu bölgede yaşayan, Türkçe konuşan eski bir kabilenin adından oluşmuştur.

1968'de arkeolog M. Hüseyinov, Azıh mağarasında ilkel bir adamın alt çene kemiğinin kalıntılarını buldu. Bu, dünyadaki en eski buluntulardan biridir -dördüncü. Antropologlar bu İlkel İnsana "Azykh Adamı" anlamına gelen Azykhantrop adını verirler. Azykhantropes 350-400 bin yıl önce yaşamıştır. Azıh çene kemiği, Azerbaycan'ın eski insanların oluştuğu topraklardan biri olduğunu kanıtlıyor. Bu

keşif Azerbaycan'ı Avrupa'da yapılan erken insan yaşamının haritasına dahil edilmiştir.

Azerbaycan'da devlet tarihi beş bin yıllıktır. Bu alandaki ilk eyaletler MÖ 4.-3. binyıllarda ortaya çıktı. Yüzyılların derinliklerini anımsatan antik taş yazıtlar, el yazmaları, halı desenleri bize çok şey anlatıyor.

Azerbaycan eski bir kültür ülkesidir. Azerbaycan halıları, alışılmışın dışında tasarımı ile benzersizdir. Azerbaycan halıları, Doğu halı dokumacılığının bir koludur ve aynı zamanda kasım 2010'da UNESCO "Somut Olmayan Kültürel Miras" listesine dahil edildi. Dünyanın en zengin müzeleri Azerbaycan halk sanatının çok güzel örneği olan Azerbaycan'ın farklı halı dokuma okullarında farklı zamanlarda dokunan birçok halılara sahiptir.

Zengin bir kültürel mirasa sahip olan Azerbaycan halkının Anavatani, Ateşler Ülkesi olarak da bilinir, ayrıca büyümlü müziğin ülkesi olarak da bilinir. Azerbaycan müziği, eşsiz incileri ile dünya müzik kültürünün hazinesini zenginleştiren asırlık geleneklere sahiptir. Bu gelenekleri nesilden nesile yaşatan, büyük ve zengin bir miras oluşturan halk müziği yaratıcıları, Azerbaycan müziğinin gelişimine büyük katkılarda bulunmuşlardır. Azerbaycan milli müziğinde türküler, danslar ve aşıkların özel bir yeri vardır. Muğamlar Azerbaycan milli müziğinin temel taşıdır. Tesadüf değil ki, 2003 yılında UNESCO Azerbaycan muğamını insanlığın kültürel mirası listesine dahil etti.

Azerbaycan, aynı zamanda Doğu'da klasik müziğin beşiği olarak da biliniyor. Üzeyir Hacıbeyli'nin "Leyli ve Mecnun" operası ilk kez 1908 yılında sahnelendi ve bundan sonra 1940 yılında Afrasiyap Bedelbeyli'nin "Kız Kulesi" balesi ilk kez sahnelendi. Ayrıca Nisan 1912'de Shovkat Memmadhova ilk Müslüman kadın opera sanatçısı olarak tarihe geçti. Sonraki yıllarda Gara Garayev ve Fikret Amirov'un eserleri klasik müzik mirasına silinmez bir iz bıraktı. 1950-1970 yıllarında eşsiz bir caz ve mugam sentezi yaratan Vagif Mustafazadeh, Azerbaycan'ı doğunun caz merkezlerinden biri haline getirdi. Bu arada Vagif Mustafazade ile aynı sahneyi paylaşan efsanevi Amerikalı bluz şarkıcısı B.B King, Azerbaycan Caz Okulu kurucusunun piyano performansına duyduğu hayranlığı dile getirdi.

Azerbaycan aynı zamanda zengin mimarisiyle de tanınır. Ülke tarihinin her dönemi belli bir iz bırakmıştır. Kafkasya Arnavutluk döneminden kalma anıtlar hala korunmaktadır.

Azerbaycan ülkesinin sosyo-ekonomik göstergeleri aşağıda “Tablo 2.1.”; “Tablo 2.2.” ve “Tablo 2.3.`de” yer almaktadır.

Tablo 2.1 : Genel Bilgiler (2019-2020)

Devletin Adı	Azerbaycan
Başkenti	Bakü
Yönetim Biçimi	Cumhuriyet
Resmi Dili	Azerbaycan Türkçesi
Dini	İslam
Para Birimi	Manat (AZN)
Ortalama Döviz Kuru.Bir ABD Doları karşılığı	1.70 Manat (AZN)
Yüzölçümü (km²)	86.600
Nüfus	10119.1
Yıllık Nüfus Artışı (%)	0.9
Nüfus Yoğunluğu (km²/kişi)	116
Özerk Cumhuriyetler	Nahçıvan, 5 502.75 km², Nüfus : 461.530
Büyük Kentler	Sumgayit, Ganja, Mingachevir, Khirdalan, Sheki ve diğerleri.
Uluslararası Telefon Kodu	00 994 12 (Sabit) 00 994 50 (Azercell) 00994 55 (Bakcell) 00 994 70 (Azerfon)

Kaynak: <https://www.stat.gov.az/>

Tablo 2.2 : Sosyal Göstergeler (2019-2020)

Ortalama ömür	76.4
Kadın (%)	78.7
Erkek (%)	74
Okuma Yazma Oranı (%)	98.2
Yüksek Öğretim Okul Sayısı	52
Yüksek Öğretimdeki Öğrenci Sayısı	196 161
Hastane Sayısı	570
Kişi başına düşen doktor sayısı	32
Gelen Turist Sayısı (2019 yılı)	30 950
Giden Turist Sayısı (2019 yılı)	68 557
Eğitim Harcamaları / devlet bütçe harcamalarına göre (%)	9

Sağlık Harcamaları/ devlet bütçe harcamalarına göre (%)	3.6
Karayolu Uzunluğu (bin km)	3360 km
Demiryolu Uzunluğu (bin km)	2918 km
Asgari Ücret (01.01.2020)	650 AZN (383 \$)

Kaynak: <https://www.azstat.org/portal/>

Tablo 2.3 : Ekonomik Göstergeler (2019)

GSMH (Milyon \$)	44 680,2
Kişi Başına Milli Gelir (\$)	4550
Enflasyon Oranı (%)	2,6
İşgücü (Faal Nüfus bin kişi)	5190,1
İşsizlik Oranı (%)	4.8
Dış Ticaret (Milyon \$)	
İhracat	19 635,6
İthalat	13 667,2
Dış Ticaret hacmi (Milyon \$)	33 302,8
Dış Ticaret fazlası (Milyon \$)	5 968,4
Sabit Yabancı Sermaye Yatırımları (Milyon \$)	7568,9
Eğitim harcamaları / GSYİH (%)	2.7
Sağlık harcamaları / GSYİH (%)	1.1

Kaynak: <https://www.stat.gov.az/news/macroeconomy.php?page=1>

2.1.1 Azerbaycan Ekonomisi (1991-2019)

Yüzyıllar boyunca Azerbaycan halkı özgürlük arzusuyla yaşamış, ulusal özgürlük ve bağımsızlık için savaşmıştır. 20. yüzyılın başında Azerbaycan'da ulusal kurtuluş hareketi yoğunlaştı. Azerbaycan'ın bağımsızlığı ve halkın özgürlüğü mücadelesine Azerbaycan'ın demokratik güçleri, düşünürleri ve siyasi figürleri katıldı. Rus İmparatorluğunun çöküşü Azerbaycan'da bağımsız bir devletin kurulmasının koşullarını yarattı. 28 Mayıs 1918'de Azerbaycan Demokratik Cumhuriyeti ilk kez ilan edildi.

23 ay ayakta kalan yeni Azerbaycan devleti, 1920 senesinde Sovyet Sosyalist Cumhuriyet Birliği'ne birleşmiştir. 28 Nisan 1920'de ikinci cumhuriyet olan Azerbaycan Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti kuruldu. Bağımsızlığını iki yıl korumayı başaran cumhuriyet, 1922'de SSCB'ye katıldıktan sonra bağımsızlığının yalnızca resmi niteliklerini koruyabildi.

Modern Azerbaycan Cumhuriyeti 18 Ekim 1991 yılında bağımsızlığını yeniden kazandı ve bayrağını, armasını ve marşını Halk Cumhuriyeti'nin siyasi halefi olarak kabul etti. Bu gelişmeyle birlikte kapalı bir ekonomiden serbest ekonomiye geçiş yapan Azerbaycan Cumhuriyeti için bu yeni ekonomik sisteme geçiş ülke için yeni zorlukları da beraberinde getirmiştir. Bağımsızlık Bildirgesi'nin ilan edildiği 28 Mayıs 1918, şimdi Cumhuriyet Bayramı olarak kutlanıyor.

2.1.1.1 Bağımsızlıktan Sonra İlk Dönemde (1991-1994)

Bağımsızlığının ilk yıllarında Azerbaycan Cumhuriyeti eski Sovyet rejiminden miras kalan bir takım sorunlar ve zorluklarla karşı karşıya kalmıştır. SSCB'nin dağılmasından sonra, mevcut hükümet sadece Rusya ile ilişkileri tercih etti. Bu, elbette, Azerbaycan'ın o dönem için ekonomik ve siyasi çıkarlarını yansıtmadığı gibi, bağımsızlığının, güvenliğinin, toprak bütünlüğünün, egemen devlet haklarının ve uluslararası garantilerin korunmasını da karşılamadı. 1990 ile karşılaştırıldığında, tüm üretim alanlarındaki büyüme oranı yılda en az %25 - %30 oranında düştü. Bu aşamada cumhuriyet ekonomisinin gelişimini olumsuz yönde etkileyen birçok güçlü faktör vardı:

- Cumhuriyetin ekonomisini olumsuz etkileyen en güçlü faktör, Ermenistan'ın Azerbaycan'a karşı yürüttüğü saldırganlık savaşıydı.
- Azerbaycan, eski SSCB'nin çeşitli bölgelerindeki güvenilir hammadde üslerini ve ürün satış üslerini tamamen veya kısmen kaybetti. Sonuç olarak, çoğu sanayi kuruluşu kapatıldı ve dış ilişkiler sekteye uğradı.
- 1990'ların başında, Cumhuriyet'te karmaşık bir siyasi durum ortaya çıktı. Azerbaycan'daki mevcut siyasi hükümet, Azerbaycan'ın ekonomik ve siyasi çıkarlarını, bağımsızlığının korunmasını, güvenliğini, toprak bütünlüğünü, egemen devlet haklarını ve uluslararası garantileri yansıtan bir politika izlemedi.

1992-93 yıllarında Azerbaycan'da devlet kuruculuğu alanında büyük kaos vardı. 1990'ların başında Azerbaycan Cumhuriyeti'nin sosyo-ekonomik yaşamının her alanında nesnel ve öznel nedenlerle ciddi bir kriz gözlemlendi. Bu dönemde Azerbaycan ekonomisinin en önemli sorunu üretim ve yatırımdaki gerileme

olmuştur. Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet İstatistik Komitesi'ne göre, sadece 1992-1993 yıllarında gayri safi yurtici hasıla ve sanayi üretimi 2 kat, tarımsal üretimi %35, sermaye yatırımı %64, yük taşımacılığı %66 ve ticaret cirosu %56 azaldı.

Bağımsızlığının ilk yıllarından itibaren Azerbaycan, yabancı para birimlerinin tam etkisi altında kalmış ve ciddi bir ekonomik, siyasi, mali ve kredi krizi ile karşı karşıya kalmıştır. Bu nedenle, hükümet yeni çıkarılan manatın istikrarlı bir döviz kurunu sağlayamadı. Ayrıca profesyonel olmayan kredi, yatırım ve para politikası ülkeyi yabancı sermayenin (rubl ve dolar) etkisine bırakmıştır. Enflasyon kısa sürede hızla yükseldi ve 1994 yılında hiperenflasyona ulaştı. Tüketim malları fiyatları 124 kat arttı.

Dağlık Karabağ meselesine gelince, Ermeniler ve onların hamisi, hedeflerine ulaşmak için belli bir tarihi anı bekliyorlardı. 1988-1991 yıllarında, yani olayların başlangıcından SSCB'nin çöküşüne kadar, Sovyetler Birliği'nin yönetici çevreleri tarafından korunan Ermenistan, Azerbaycan'a karşı saldırgan bir savaş başlattı. 1992-1993 yıllarında Ermeni silahlı kuvvetleri Dağlık Karabağ'daki Azerbaycan yerleşimlerini işgal etti.

1993 yazında Azerbaycan'da hükümet değişikliği, ülkenin siyasi, ekonomik ve stratejik politikasının yeniden inşası için koşullar yarattı ve özellikle 1994 olaylarını not etmek önemlidir. Ülkedeki savaşa son vermek için 12 Mayıs 1994'te ateşkes imzalandı. Aynı zamanda 1994'de manat ülkenin para birimi olarak kabul edildi. 1994 yılında 20 Eylül 1994'de 8 ülkeyi temsil eden 11 ulus ötesi petrol şirketi ile "Yüzyılın Anlaşması"nın imzalanması ve uygulanmasıyla Azerbaycan'ın dünya ekonomik sistemine entegrasyonu ve ülkenin enerji güvenliği için sağlam bir temel atıldı.

2.1.1.2 Bağımsızlıktan Sonra İkinci Dönemde (1995-2003)

Piyasa ekonomisine geçiş yapan ülke olarak Azerbaycan için en önemli gelişmelerden biri Azerbaycan'ın ilk anayasasının kabul edilmesi olmuştur. Bu yıllarda Azerbaycan'ın dünya ekonomik sisteminde layık bir yer alması, yabancı yatırımcıları ülke ekonomisine çekmek amacıyla yatırımları korumak için yasal çerçeve oluşturulmuştur.

Bağımsız Azerbaycan Cumhuriyeti'nde 1995-2003 ve sonrasında alınan önlemler, mali ve kredi krizini ortadan kaldırdı, enflasyonu sabitledi ve bütçe, hazine, yabancı yatırım, finans ve kredi sorunlarını çözdü.

7-8 Eylül 1998'de 32 ülke ve 13 uluslararası kuruluşun temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirilen Bakü Uluslararası Büyük İpek Yolu Restorasyonu Konferansı ve sonuçları Azerbaycan dış politikasının bağımsızlık yıllarındaki en önemli başarılarından biridir.

1996'da Baku-Novorossiysk, 1999'da Baku-Supsa ve Baku-Tiflisi-Ceyhan petrol güzergahları ile ilgili bir anlaşma imzalandı ve böylece ihracat rotalarının çeşitlendirilmesi sağlandı. Genel olarak Azerbaycan petrolünün Avrupa pazarlarına taşınması küresel öneme sahip önemli bir konudur. Bu yollardan hangisinin bugün daha uygun olduğu, modern dünya siyasetinde hala güncel bir konudur. Baku-Novorossiysk ve Baku-Supsa boru hatlarının devreye alınması, öncelikle petrol ihracatına alternatif sağlamak, Rusya'ya tam bağımlılığı ortadan kaldırmak ve Azerbaycan devletinin Gürcüstan devletine sağladığı ekonomik desteği sağlamaktır.

1995-2001 yıllarında doğrudan yatırımlar Rusya'da 12,7 kat, Kazakistan'da 10,5 kat arttığı halde Azerbaycan'da 37,6 kat arttı. Kişi başına düşen yatırım hacmi de buna bağlı olarak hızla büyümüştür. 2001 yılında Rusya gibi büyük bir ülkede kişi başına yabancı yatırım 27,6 dolar iken bu rakam Azerbaycan'da 154 dolardır. 2002 yılının ortalarına kadar, Azerbaycan'ın petrol ürünlerinin yabancı ülkelere satışından ve sözleşme katılımcıları ile yapılan diğer işlemlerden elde ettiği gelir 580 milyon doları aştı. Tüm bu fonlar Devlet Petrol Fonu'nda yoğunlaşmıştır.

2.1.1.3 Bağımsızlıktan Sonra Üçüncü Dönemde (2004 ve Sonrası)

Cumhurbaşkanı 2004'de "Azerbaycan Cumhuriyet bölgelerinin 2004-2008 yıllarını kapsayan sosyo-ekonomik kalkınma Devlet Programı'nın uygulanmasına ilişkin kararname imzaladı. Program sonucunda bölgelerin sosyo-ekonomik gelişimi, gelir ve yaşam standartlarında iyileşmeye yol açmıştır. DİK'nin sonuçlarına göre, Programın 5 yıllık uygulaması boyunca, petrol dışı sektör 1,8 kat, petrol dışı

sektördeki yatırım hacmi 6,2 kat arttı ve toplam yatırım yapısındaki payı 2003'te %26.8'den 2008'de %69'a arttı. Ülkenin sanayisi 2,5 kat, tarımı yüzde 25,2 büyüdü.

2005 yılında manatın kupürü (denominasiya) hakkında bir kararname imzalanmış, hazine de iki milyar dolardan fazla para toplanmış ve petrol gelirlerinin tek bir fonda toplanması ve kullanılması için bir strateji belirlenmiştir. Ülkenin yabancı sermaye ve yatırım için elverişli bir devlet imajını korumak, petrol dışı sektörü geliştirmek ve istikrarlı bir manat döviz kuru sağlamak için önlemler alınmıştır.

Sonrakı yıllarda Cumhurbaşkanının ilgili karar ve emirleri ile "Azerbaycan Cumhuriyeti bölgelerinin 2009-2013 Dönemi sosyo-ekonomik kalkınma Devlet Programı", "Azerbaycan Cumhuriyeti 2008-2015 Yoksulluğun Azaltılması ve Sürdürülebilir Kalkınma Devlet Programı", "2008 - 2015 Azerbaycan Cumhuriyet nüfusunun güvenilir gıda tedarikine ilişkin Devlet Programı" uygulanmıştır.

3 Ekim 2009'da Nakhçıvan'da Türk dili konuşan Ülkelerin Devlet Başkanlarının üst düzeyde IX Zirve görüşü, ardından 16 Eylül 2010'da İstanbul'daki Çırağan Sarayı'nda X Zirve görüşü yapıldı. 25 Ekim 2011'de Azerbaycan Cumhuriyeti BM Güvenlik Konseyi'nin daim olmayan üyeliğine seçildi ve ülke diplomasısı tarihindeki en büyük başarılarından biridir.

Devlet Petrol Fonu'nun 2013 yılında finansal varlıkları 36 milyarı aştı. Gayri Safi Yurtiçi Hasıla 2003-2013 döneminde 3 kattan fazla arttı. Böylece, 2012 yılında kişi başına düşen GSYİH 5.800 manattan (yaklaşık 7.500 \$) fazla iken, 2013 yılında GSYİH 73.5 milyar \$'a ulaşmış ve kişi başına düşen GSYİH 8.392 manat (10.700 \$) yükselmişti. Ülkede bir milyondan fazla iş yaratıldı ve işsizlik oranı düşürüldü. 2003 yılında Azerbaycan'da yoksulluk oranı yüzde 49 iken 2012'de bu oran yüzde 6'ya düşürüldü.

Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanının sosyo-ekonomik politikasının temel amacı halkın sosyal refahının daha da iyileştirilmesidir. Hedeflenen bu tedbirlerin uygulanması sonucunda yoksulluk oranı 2015 yılında yüzde 4,9 azaldı. 2015 yılında petrol dışı sektörün gelişim dinamikleri bir bütün olarak bu sektörde

reel olarak % 1,1'lik bir artış sağlamıştır. Sabit sermaye yatırımlarının % 56,0'ı yerli yatırım, % 44,0'ı yabancı yatırımlardan oluşmuştur.

Dünya piyasalarında petrol fiyatlarının düşmesi 2015`de Azerbaycan'ın gelirlerinde keskin bir düşüşe neden oldu. Böylelikle, petrol fiyatlarında devam eden düşüş ve petrole bağımlı bir ekonomi tehdidi daha kararlı kararlara yol açmıştır. Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanının 6 Aralık 2016 tarihli Kararı ile “Azerbaycan Cumhuriyetinin Ulusal Ekonomik Beklentilerine Yönelik Stratejik Yol Haritası” onaylandı.

2.2 Azerbaycanın Turizm Sektörü

Elverişli coğrafi koşulları, tarihi-mimari ve kültürel anıtları, misafirperverliği, milli gelenek ve görenekleri, zengin, lezzetli mutfacı ve diğer faktörlere rağmen Azerbaycan, 1950-1960 yıllarında SSCB'de turizm altyapısının en az gelişmiş bölgelerinden biriydi. İkinci Dünya Savaşı sırasında ve savaştan sonraki on yıllarda Sovyetler Birliği'ne petrol ve petrol ürünleri sağlayan bir cumhuriyet olarak bilinen Azerbaycan hakkında SSCB'nin televizyonunda ve basınında yer alan programlar ve makalelerde petrol endüstrisine odaklanılıyor, Bakü çevresindeki petrol kuyuları ve petrol havuzlarından, şanlı petrol işçilerinin rüzgarlı ve yağmurlu havalarda özverili çalışmalarından bahsediliyordu. Televizyon izleyicileri ve okurları, Azerbaycan ve başkenti Bakü'nün petrol kokan, sıkıcı, ilgi çekmeyen bir yer olduğu görüşündeydiler. Azerbaycan'ın turistik bölgeleri hakkında ise bilgi yoktu.

O dönemde tatillerini Kafkasya'da geçirmek isteyen yabancı turistler ve SSCB'nin farklı bölgelerinden, esas olarak büyük sanayi şehirlerinden olan turistler Gürcistan'ı, Karadeniz kıyısında bulunan tatil kasabalarını ve Kuzey Kafkasya tatil köylerini tercih ediyorlardı. Aynı zamanda 1969 yılına kadar Azerbaycan'daki turizm tesislerinin sayısı çok azdı. Azerbaycan Sendikaları Turizm Dairesine bağlı sadece 3 turizm kampı vardı: 1963 yılında Nabran bölgesinde kurulan ve ağırlıklı olarak çadır kamplarından oluşan "Hazar" turizm kampı, 1957'de Mingaçevir'de ve 1966'da Hacıkand'da kurulan turist kampı.

Azerbaycan'da turizmin gelişmesi, turizmin yayılması 1970-1980 yıllarına dayanmaktadır. 30 Mayıs 1969'da Sov.İKP MK (Sovyetler Birliği Komünist Partisi

Merkez Komitesi) , SSCB Bakanlar Konseyi ve ÜHİMŞ (Tüm Sendikalar Merkez Konseyi), "Ülkede turizmi ve gezileri geliştirmek için önlemler" konusunda birlikte karar kabul ettiler. Ülkede turizmin gelişmesini destekleyen bir kararın kabulü ve uygulanmasının ana başlatıcısı, o yıl Azerbaycan Komünist Partisi Merkez Komitesi Birinci Sekreteri seçilen Haydar Aliyev oldu.

Karar, 1971-1975'te bir dizi turizm işletmesi, otel, kamp alanı, turist ve sağlık çadır kampı kurulmasını sağladı. Karar gereği ülkede yeni turistik tesis ve otel inşaatına başlandı. 1970 yılında Zagatala ve Şuşa'da 100 yataklı turist işletmeleri, 1973'te Bakü'de 1040 yataklı "Azerbaycan" Oteli, 1975'te Gabala'da 342 yataklı "Qafqaz" turist işletmesi, Nabran'da 400 yataklı "Dostlug" turizm işletmesi ve Bakü'de 342 yatak kapasiteli "Karabağ" oteli yapılarak faaliyete geçirildi. 1969'da Sumgayit ve Naftalan'da, 1971'de Hankendi'de, 1972'de Mingachevir'de ve 1978'de Nahçıvan'da gezi büroları açıldı.

27 Aralık 1980'de Azerbaycan KP MK, Azerbaycan SSC Bakanlar Kurulu ortaklaşa "Cumhuriyet'te turizm ve gezi çalışmalarının geliştirilmesi ve iyileştirilmesi hakkında" bir karar kabul ettiler. Yeni turizm tesislerinin inşaatına başlandı. Kafkasya'nın en büyük turistik otellerinden biri olan "Absheron Hotel" (Bakü) faaliyete geçti. 1982 yılında Azerbaycan Sendikalarının turizm işletmeleri 2.364 yatağa sahipti. Sendikalara bağlı 27 bağımsız turizm işletmesi vardı.

1980 yılından Azerbaycan turizminin popülaritesi daha da artıyor. O zamandan cumhuriyetin turizm örgütleri, SSCB'nin 170'den fazla kentindeki turizm örgütleriyle iletişim kurmaya başladı. Bu da seyahat rotalarının genişlemesine yol açtı. Sendikalar aracılığıyla Bakü'ye gelen yabancı turistlere kaliteli hizmet vermek amacıyla Bakü Dış Turizm Bürosu kurulmuştur.

Turizmin en gelişmiş olduğu 1987 yılında 20'den fazla ülkeden 150 turist grubu sendikalar aracılığıyla Azerbaycan'ı ziyaret etti. Aynı yıl, cumhuriyete yabancı ülkelere yaklaşık 50.000 ve SSCB'nin farklı bölgelerinden yaklaşık 250.000 turist geldi. Turist bürolarının düzenlediği turlara 2,5 milyondan fazla kişi katıldı.

Ne yazık ki, sonraki yıllarda Azerbaycan'da turizmin gelişmesinin ve planlanan projelerin uygulanmasının önünde engeller oldu. SSCB'nin çöküşü, Dağlık Karabağ'daki olaylar, 1980'lerin sonu ve 1990'ların başında Azerbaycan'da iktidardaki güçlerin yetersizliği cumhuriyetin tüm ekonomik ve sosyal hayatının yanı

sıra turizme de büyük zarar verdi. Savaşın zarar gören Azerbaycan'a turist gezileri tamamen askıya alındı. Mülteciler ve yerinden edilmiş kişiler, ülkenin farklı yerlerinde bulunan turistik tesislere ve sanatoryumlara geçici olarak yerleştirildi. Bazı turizm işletmeleri iptal edildi ve bazıları işletmelerini kapatmak zorunda kaldı.

Bağımsızlığın ilk yıllarında turizm sektörüne yeterince ilgi gösterilmemiştir ve bu nedenlerle bu yıllarda turizm alanında önemli bir gelişmeler gözlenmemiştir.

1995 yılında "Yüzyılın Anlaşması" imzalandı. O yıllarda Haydar Aliyev'in yabancı ve yerli işadamlarına Azerbaycan'da otel ve turizm işine yatırım yapma çağrısı kısa sürede kendi sonucunu verdi. Modern otellerin inşası genişlemeye başladı. 1997'de Azerbaycan'ı ziyaret eden yabancı turist sayısı artmaya başladı. 1996'da cumhuriyeti ziyaret eden turist sayısı 90.000 iken, 1997'de bu rakam 306.000'e, 2000'de - 681.000'e ulaştı. Yani 2000 yılında Azerbaycan'ı ziyaret eden turist sayısı 1997 yılına göre 2000 yılında iki katından fazla artmıştır.

1999'da Milli Meclis "Turizm Kanunu"nu kabul etti. Bu yasa, ülkenin uluslararası turizm fuarlarına katılmasına izin verdi. Bu da uluslararası toplum tarafından turizm politikası alanında bağımsız bir devletin tanınmasını destekledi.

En önemli atılan adımlardan biri 18 Nisan 2001 tarihinde Azerbaycan Cumhuriyeti Gençlik, Spor ve Turizm Bakanlığının kurulmasıdır. Daha sonra 30 Ocak 2006 tarih ve 359 sayılı Kararname ile Gençlik, Spor ve Turizm Bakanlığı kaldırılarak Kültür ve Turizm Bakanlığı kurulmuştur. 20 Nisan 2018 tarihinde Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı'nın kültür ve turizm alanında kamu yönetimini iyileştirmeye yönelik bazı tedbirlere ilişkin emri ile "Azerbaycan Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı" kaldırılmış ve "Azerbaycan Cumhuriyeti Kültür Bakanlığı" ve "Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet Turizm Acentası" kuruldu.

Dünya Turizm Örgütü'nün (DTÖ) XIV. Genel Kurulu'nda Azerbaycan Cumhuriyeti bu uluslararası turizm örgütünün üyesi oldu. 2001 yılında ilk kez "Azerbaycan'a Hoş Geldiniz" başlıklı özel bir CD hazırlanarak DTÖ Genel Kuruluna sunuldu. Ayrıca "Azerbaycan'da Turizm" adlı bir web site oluşturuldu. 2002 yılında Baku'de ilk Uluslararası Turizm Fuarı düzenlendi ve DTÖ'nün desteğini kazandı.

Ülkedeki turizmin gelişmesi ve büyümesi için "2002-2005 Azerbaycan Cumhuriyeti Turizmi Geliştirme Devlet Programı" onaylandı. Ardından "Azerbaycan Cumhuriyeti'nin 2008-2016 Turizmini Geliştirme Devlet Programı" hazırlandı.

Turizm sektörü de dahil olmak üzere devlet düzeyinde uygulanan bir diğer uygulama, Cumhurbaşkanı tarafından onaylanan "Azerbaycan Cumhuriyetinde Yoksulluğun Azaltılması ve Ekonomik Kalkınma Devlet Programı" dir.

Turizm sektöründe uluslararası standartları karşılayabilen nitelikli çalışan sayısının artırılması ve turizmin gelişmesi için atılan temel adımlardan biri 2006 yılında "Azerbaycan Turizm Üniversitesi" nin kurulmasıdır. Daha sonra, 2014 yılında, üniversite "Turizm ve İşletme Üniversitesi" olarak yeniden adlandırıldı.

"Euronews", "National Geographic" , "CNN", "Discovery Channel" ve seyahat kanalları 2005 yılından bu yana ülke turizmini yurtdışında tanıtmak için ülkenin tanıtımlarını yayınlamaktadır. Azerbaycan hakkında bilgiler "AZAL" , "Austiran" , "British Airways" gibi önemli havayollarına ait ticari uçak ve dergilerde yayınlanmaktadır.

Azerbaycan turizm firmaları yabancı turistlerin ilgisini çekmek için çeşitli turizm fuarlarına katılıyor. Ülkenin şirketleri genellikle her yıl Viyana, Berlin, Londra, Brüksel, Milano, Madrid, Paris, Charleroi, Tokiyo ve başka şehirlerdeki turizm fuarlarına katılmaktadır.

Son yıllarda Azerbaycan'ın turizm stratejsi, çeşitli konferanslar ve spor yarışmaları yoluyla yeni turistleri çekme şeklinde formalaşmaktadır. Mesela: "2012'de Eurovision" ve "FIFA U-17 Dünya Kupaları", "2015'te Avrupa Oyunları", "2016'da Formula 1" ve "2017'de İslam Oyunları" Azerbaycan'da yapıldı. 2018-2019 sezonu "UEFA Avrupa Ligi" finalinin Bakü'de düzenlenmesi, ülkenin bu yönde attığı önemli adımlardan biridir. Bu faktör, yabancı ülkelere Azerbaycan'a yabancı turist akışının artmasına izin verdi.

Azerbaycan'da düzenlenen Uluslararası Turizm Filmleri Festivali, bu alandaki en prestijli festivallerden biri haline geldi. 2017 yılında 20 ülkede 15 Azerbaycan filmi gösterildi ve aynı zamanda 39 uluslararası festivalde gösterildi, 19 kez ödül kazandı. Ülkeni ziyaret eden turistlerin tatillerini anlamlı bir şekilde geçirmeleri için bölgelerde bu yönde bir takım adımlar atıldı. 2017'den itibaren film sezonunun açılışı her yıl 15 Eylül'de ülkede kutlanıyor. Bu konuda turistlerin büyük ilgisini çeken bir dizi etkinlik düzenleniyor.

2.2.1 Konaklama Sektörü

Şu anda, uluslararası ilişkilerde kârlı petrol dışı sektörün bir parçası olan ulusal turizm sektörünün gelişimi, Azerbaycan Cumhuriyeti'nde gündemdeki bir konu olmaya devam etmektedir. 2000 yılından bu yana ülkede benimsenen devlet programları, yabancı deneyimle birlikte uygulanan projeler, ülkenin turizm potansiyelinin daha etkin kullanılması için uygun koşulları yaratmıştır.

2002 yılında Azerbaycan Cumhuriyetinde kabul edilen "2002-2005 Turizmi Geliştirme Devlet Programı" nda turizm sektöründe girişimciliğin geliştirilmesi, rekabeti geliştirmek, turizm sektöründen bütçelere gelen fon miktarını artırmak, verilen hizmetleri uluslararası standartlara getirmek, turizm altyapısının güçlendirilmesi ve diğer önemli görevler temel hedefler olarak belirlenmiştir. Bu ülkede devlet düzeyinde turizmin gelişmesinin ilk aşaması olarak düşünülebilir.

6 Nisan 2010 tarihli kararla onaylanan "Azerbaycan Cumhuriyeti'nde 2010-2014 Turizm Sektörünün Geliştirilmesine Yönelik Devlet Programı" bu sektörün ülkede gelişmesi için daha ciddi bir zemin hazırladı.

Ülkede turizm sektörünün gelişmesine olan ilginin artması, turizm sektörüne devlet desteğinin artması ve Azerbaycan'ı ziyaret eden turist sayısının artması sonucunda turizm işletmelerinin sayısında sürekli bir artış var. Konaklama turizmin temelidir. Turizm ve turist kavramlarının tanımında da belirtildiği gibi, konaklama yapmayanlar turist olarak kabul edilmemektedir.

Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet Turizm Ajansı'nın 2020 yılı verilerine göre konaklama işletmelerinin sayısı % 7,7 artarak 642'ye ulaşmıştır. Devlet İstatistik Komitesi'ne göre toplam konaklama sayısının % 31,6'sı , yani 203 işletme Bakü'de yer almaktadır. Konaklama işletmelerinin 33'ü devlet, 592'i özel, 12'i yabancı ve 5'i ortak girişim tarafından kurulmuştur. Azerbaycan'da bulunan konaklama tesisleri, odalar ve yatak kapasitesi Tablo 2.4'te gösterilmektedir. Tablodanda gözüktüğü gibi 2003 yılından bu yana konaklama işletmesi sayısında önemli bir artış vardır.

Tablo 2.4.
Azerbaycan'da konaklama tesis, oda ve yatak sayıları

Yıl	Tesis Sayısı	Oda sayısı	Yatak Sayısı
2002	94	5 300	349 528
2003	96	5 034	438 856
2004	238	9 827	929 351
2005	262	10 661	1 064 758
2006	285	11 403	1 115 013
2007	320	11 829	1 131 442
2008	370	12 789	1 360 252
2009	452	13 964	1 315 135
2010	499	14 158	1 358 286
2011	508	14 815	1 504 312
2012	514	15 898	1 640 863
2013	530	16 559	1 674 065
2014	535	17 363	1 687 457
2015	538	17 953	1 644 056
2016	548	20 330	2 125 266
2017	563	20 778	2 590 641
2018	596	22 192	3 002 959
2019	642	23 865	3 345 285

Kaynak: www.azstat.org

Tablo 2.4'deki verilerden de görülebileceği gibi, konaklama tesislerin kapasitesi 2019 yılında 2002 yılına göre artmıştır. 2002 yılı ülkede devlet düzeyinde turizmin gelişmesinin ilk aşaması, 2010 yılı ise turizmin gelişmesinin ikinci aşaması olarak düşünülebilir. Bu yüzden 2002 yılı verilerine göre analiz edersek 2002 yılına göre 2010 yılında konaklama işletmelerinin sayısında % 430 artış olmuştur. 2010 yılı verilerini göre analiz edersek ise, konaklama işletmelerinin sayısında 2010 yılına göre 2019 yılında % 28 artış olmuştur. 2002 yılında oda sayısı 5 300 iken, 2019 yılında 23.865 oldu, yani oda sayısı % 350 artmış. Tablodan da görülebileceği gibi gün içinde geceleme yatak sayısında 2002 yılına göre 2010 yılında % 288, 2010 yılına göre 2019 yılında % 146 artış olmuş.

Kaynak istatistikler ayrıca, turizm için artan talebi karşılamak için yıllar içinde konaklama işletmesi sayısında, oda sayısında ve yatak sayısında artış olduğunu göstermektedir. Ayrıca turistik tesis sayısının artmasıyla birlikte doluluk düzeyi ve bu konaklama işletmelerine gelenler ve geceleme sayıları da önem

kazanmıştır. Tablo 2.5 konaklama işletmelerinde geceleme sayısını (kişi başına) ve geliş (kişi) sayılarını göstermektedir.

Tablo 2.5.
Azerbaycan’da konaklama tesislerinde geceleme ve geliş sayısı

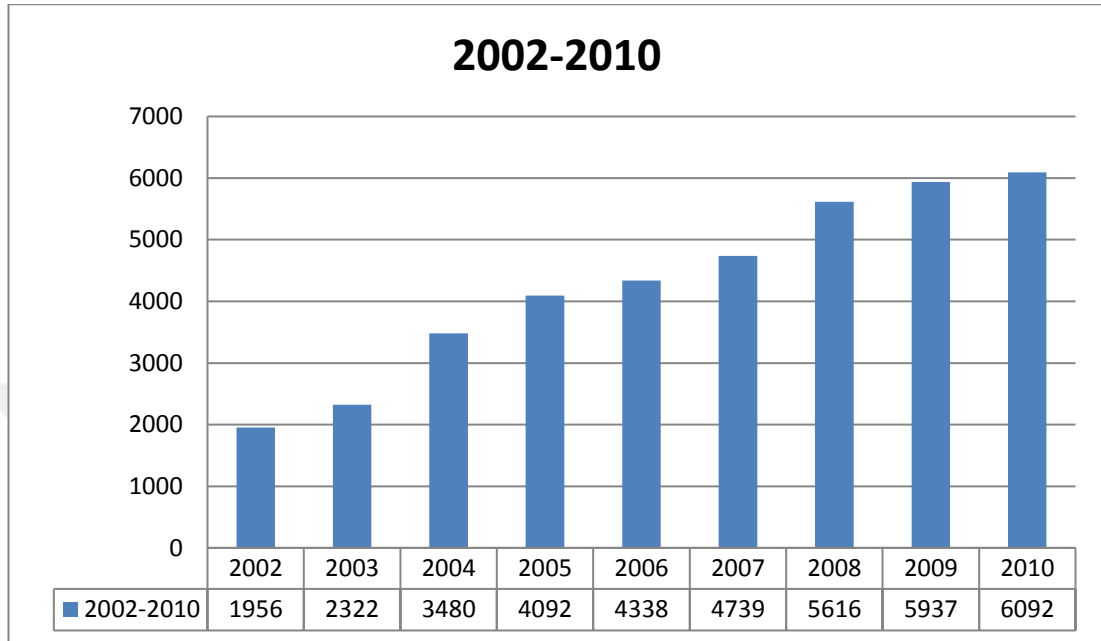
Yıl	Geceleme Sayısı (kişi başına)	Geliş Sayısı (kişi)
2006	1 115 013	291 617
2007	1 131 442	305 483
2008	1 360 252	431 574
2009	1 315 135	424 237
2010	1 358 286	438 479
2011	1 504 312	510 162
2012	1 640 863	624 924
2013	1 674 065	666 348
2014	1 687 457	672 345
2015	1 644 056	838 145
2016	2 125 266	1 122 068
2017	2 590 641	1 414 708
2018	3 002 959	1 749 475
2019	3 345 285	1 919 765

Kaynak: www.azstat.org

Tablo 2.5'deki verilerden de görülebileceği gibi, konaklama tesislerinde geceleme ve geliş sayısı 2019 yılında 2006 yılına göre artmıştır. 2006 yılı verilerini analiz edersek, 2006 yılına göre 2019 yılında geceleme sayısında (kişi başına) % 200 artış, geliş sayısında (kişi) ise % 558 artış olmuştur.

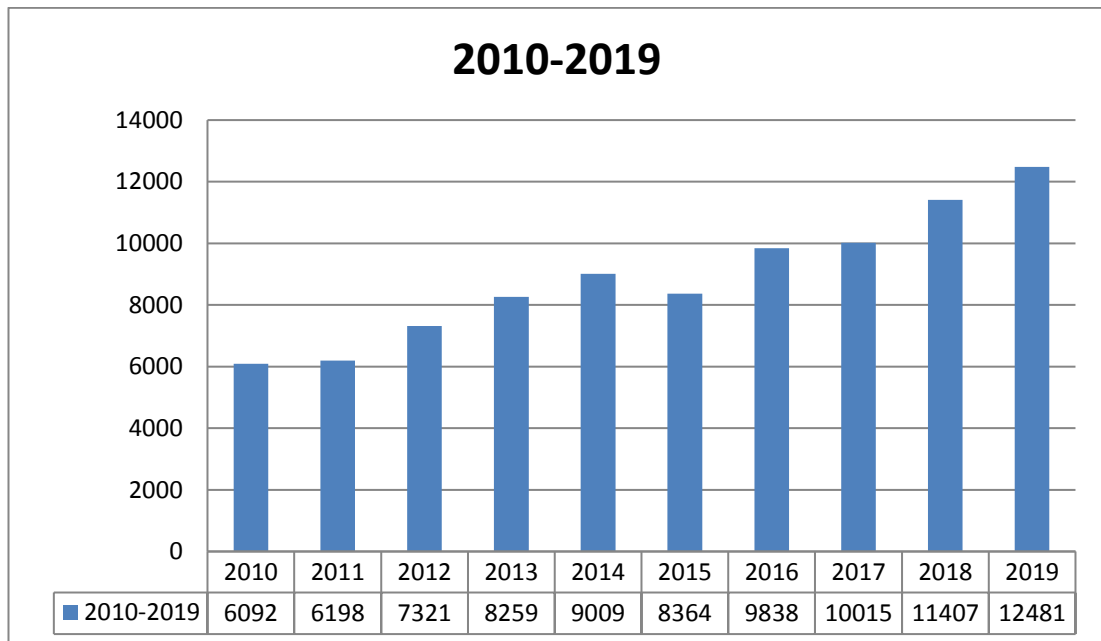
Konaklama hizmetleri sunmanın yanı sıra, konaklama işletmeleri istihdam yaratma açısından da çok önemli bir alandır. Elbette ülkede faaliyet gösteren konaklama işletmesi ve turist sayısının artması bu sektördeki çalışan sayısını da doğrudan etkiliyor. Konaklama tesislerinin yarattığı istihdam sayısı Grafik 2.1 ve Grafik 2.2'de gösterilmektedir.

Grafik 2.1.
Azərbaycanda konaklama işlətmələrində çalışan sayı (2002-2010)



Kaynak: www.azstat.org

Grafik 2.2.
Azərbaycanda konaklama işlətmələrində çalışan sayı (2010-2019)

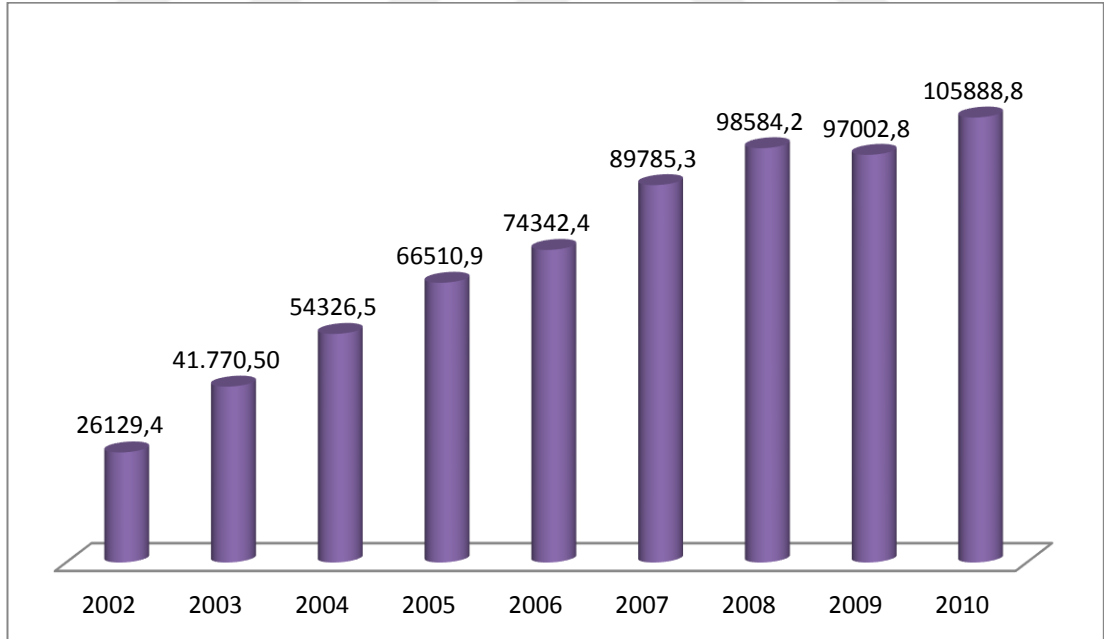


Kaynak: www.azstat.org

Böylelikle istatistiklere göre 2010 yılında konaklama sektöründe çalışan sayısı 2002'ye göre % 211 artmış, 2019 yılında ise 2010'a göre % 104 artmış, bu da bu sektörün diğer üretim sektörlerine göre daha rahat ve daha karlı olmasından kaynaklanmaktadır.

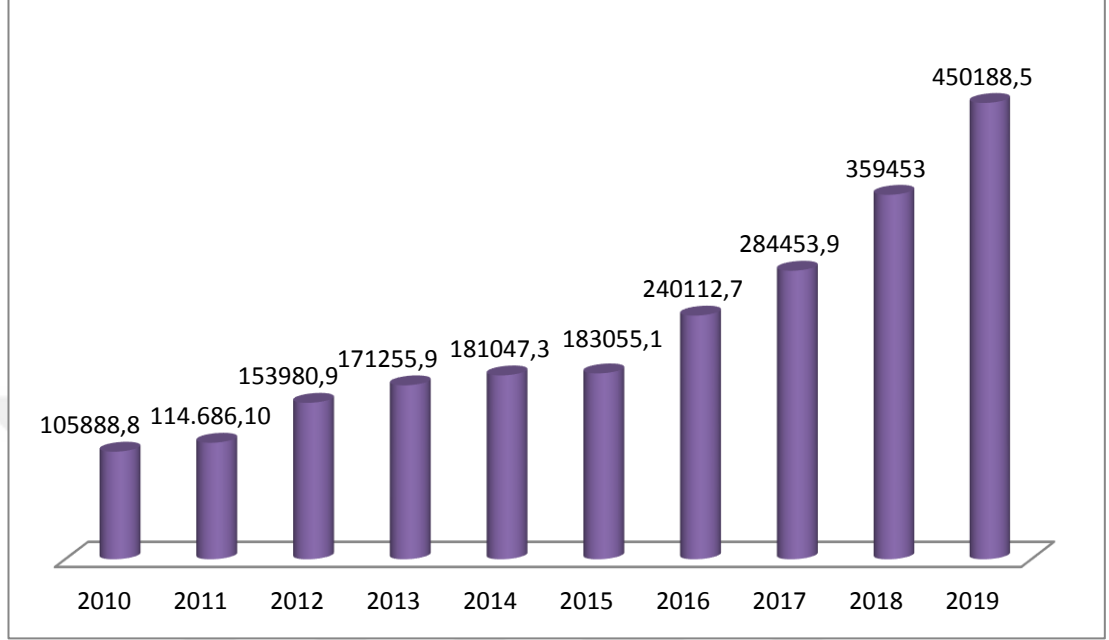
Azerbaycanda konaklama faaliyetinde bulunan işletmelerin toplam geliri Grafik 2.3 ve 2.4'de gösterilmektedir. Grafiklere göre Azerbaycan'da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin toplam gelirlerinin analizi sonucunda konaklama sektöründeki işletmelerin 2010 yılında toplam gelirlerinin 2002 yılına göre % 305 arttığını, 2019 yılında toplam gelirlerinin ise 2010 yılına göre % 325 arttığını söyleye biliriz.

Grafik 2.3.
Konaklama işletmelerinin toplam geliri (bin manat) (2002-2010)



Kaynak: www.azstat.org

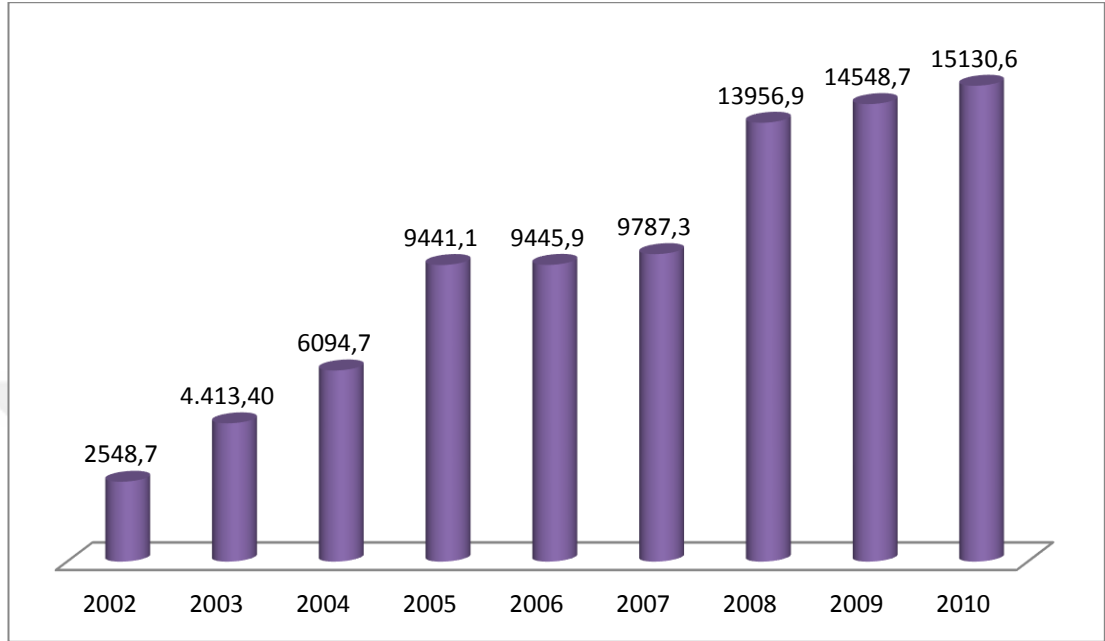
Grafik 2.4.
Konaklama işletmelerinin toplam geliri (bin manat) (2010-2019)



Kaynak: www.azstat.org

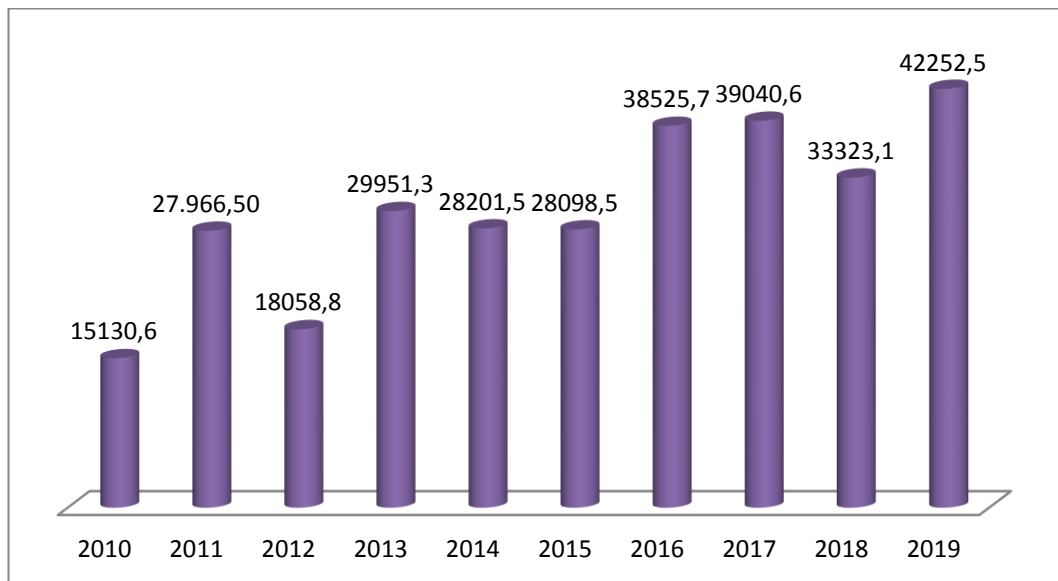
Azerbaycanda konaklama faaliyetinde bulunan işletmelerden bütçeye ödenen vergiler Grafik 2.5 ve Grafik 2.6'da gösterilmektedir. Grafiklere göre Azerbaycan'da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin bütçeye ödediği KDV ve diğer vergilerin analizi neticesinde, 2010 yılında konaklama sektöründeki işletmelerden bütçeye ödenen vergilerin (bin manat) 2002 yılına göre % 493 arttığını, 2019 yılında ise 2010 yılına göre % 179 arttığını söyleye biliriz.

Grafik 2.5.
Konaklama işletmelerinde bütçeye ödenen vergi miktarı (2002-2010)



Kaynak: www.azstat.org

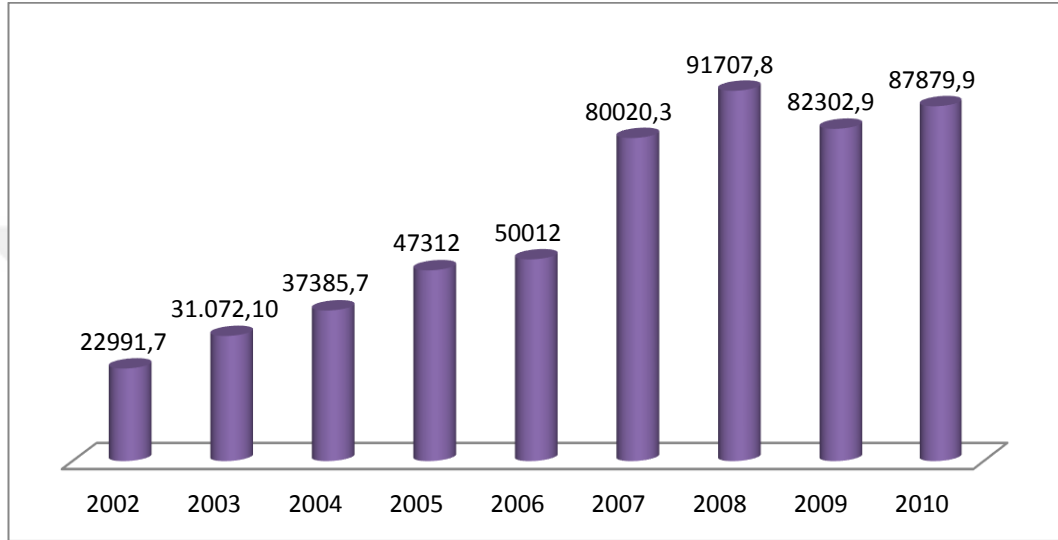
Grafik 2.6.
Konaklama işletmelerinde bütçeye ödenen vergi miktarı (2010-2019)



Kaynak: www.azstat.org

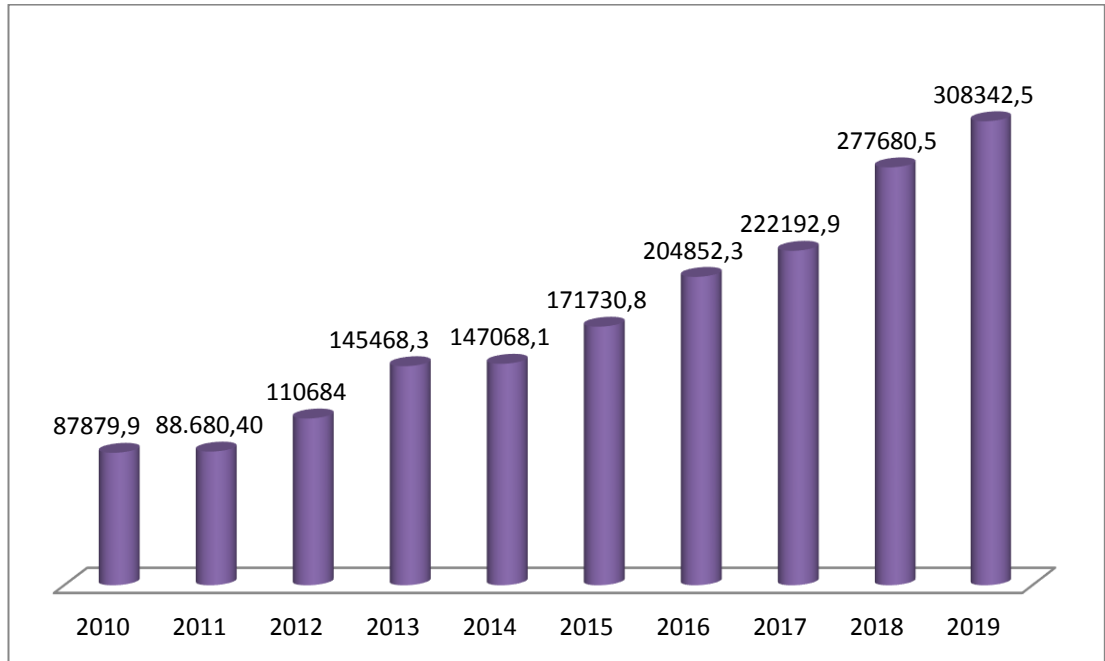
Azerbaycanda konaklama faaliyetinde bulunan tesislerin harcamaları (bin manat) Grafik 2.7 ve Grafik 2.8'de gösterilmektedir.

Grafik 2.7.
Konaklama tesislerinin harcama miktarı (2002-2010)



Kaynak: www.azstat.org

Grafik 2.8.
Konaklama tesislerinin harcama miktarı (2010-2019)

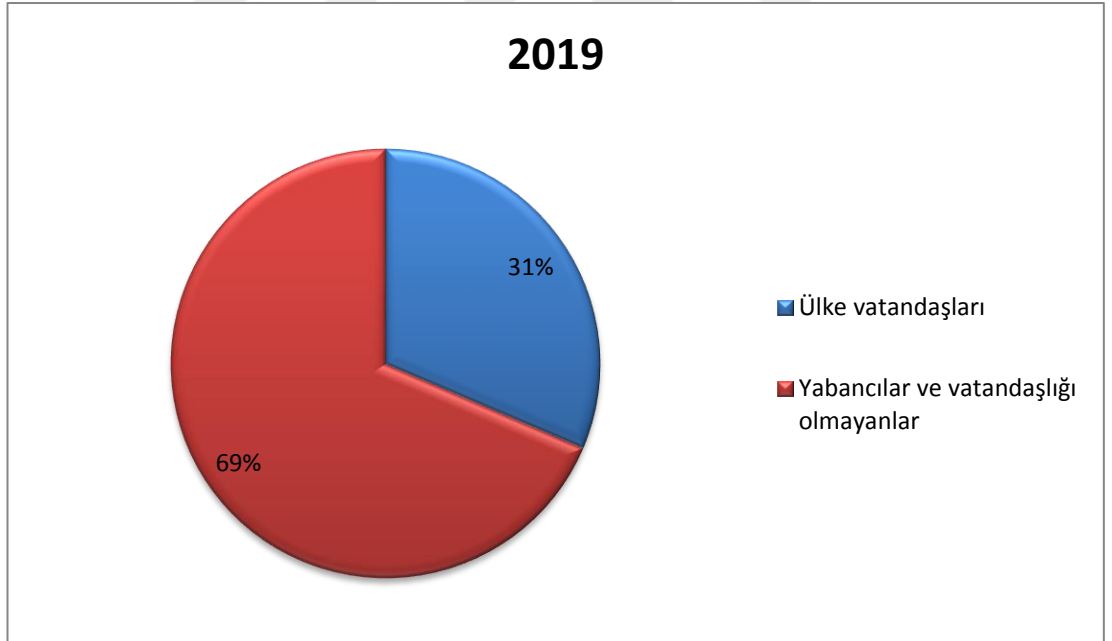


Kaynak: www.azstat.org

Grafik 2.7 ve Grafik 2.8'deki verilerden de görülebileceği gibi, Azerbaycan'da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin harcama miktarı analizi neticesinde, 2010 yılında konaklama sektöründeki işletmelerin harcama miktarı (bin manat) 2002 yılına göre % 282 arttığını, 2019 yılında ise 2010 yılına göre % 250 arttığını söyleye biliriz.

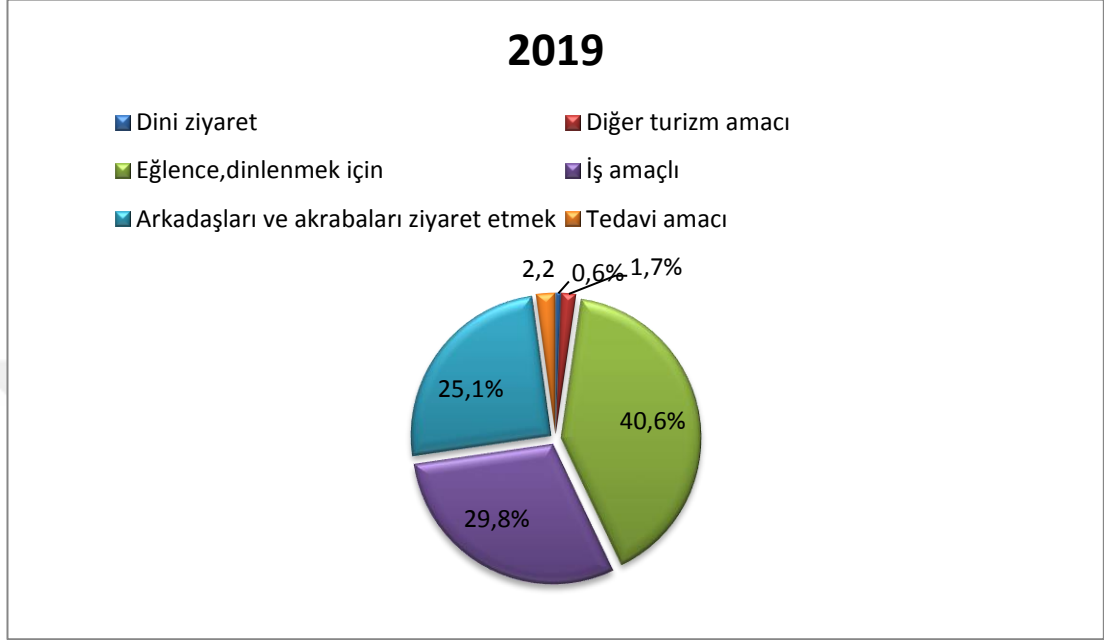
Bağımsızlıktan bu yana turizm sektörünün temelini oluşturan konaklama alanı niceliksel ve niteliksel gelişme göstermiştir. Konaklama tesislerinin, odaların, yatakların sayısı artmış ve sunulan hizmetde de yükseliş olmuştur, geceleme ve geliş sayısı artmış, istihdam sağlayan alanlar da gelişmiştir. Ayrıca konaklama işletmelerinin toplam gelirleri ve devlet bütçesine giden vergi tutarı da artmıştır.

Grafik 2.9.
2019 yılında konaklama tesislerinde konaklayanların yapısı (%)



Kaynak: www.azstat.org

Grafik 2.10.
2019'da Azerbaycan'ı ziyaret eden yabancı turistlerin ziyaret amacına göre dağılımı



Kaynak: www.azstat.org

Son dönemde turizm alanındaki olumlu dinamikler güçleniyor. Azerbaycan'da her yıl 25-50 yeni konaklama, otel ve diğer turizm işletmeleri açılıyor. Ayrıca iş adamlarının turizm sektörüne ilgisi artmıştır. Dünya turistlerinin ilgisini Azerbaycan'a çekmek için çeşitli yönlerde çalışmalar yapılmaktadır.

Ülkenin turizm potansiyelini, yerel geleneklerini, ulusal mutfağını, kültürel ve tarihi mirasını tanıtmak için kitaplar, broşürler, CD'ler hazırlanıp dağıtılıyor, dünya çapında çeşitli TV kanallarında reklamlar gösteriliyor, yeni projeler hakkında reklam ve duyurular veriliyor ve internet imkanları bu yönde yaygın olarak kullanılmaktadır. Ülkeyi ziyaret eden turist sayısı son yıllarda artmıştır. Bu yüksek gösterge Dünya Turizm Örgütü tarafından da kayıt edilmiştir. Azerbaycan turizm sektörünün gelişmesinde ve turist sayısının artmasında hızla gelişiyor.

2.2.2 Seyahet Sektörü

Seyahat acentesi- turistleri turizm hakkında bilgilendiren, turlar düzenleyen ve kendi turlarını ve diğer seyahat acenteleri tarafından düzenlenen turları satan bir şirkettir. Bireyler ve gruplar için geziler ve turlar planlar, organize eder ve uygular.

Seyahat acenteleri turistlere aşağıdaki hizmetleri sağlamalıdır:

- Turların organizasyonu
- Transfer
- Rezervasyon
- Bilgi
- Kongre-konferans organizasyonu
- Gezinti için özel araç kiralama
- Araç bileti satışı
- Seyahat acentesi ürünlerinin satışı
- Turizm bilgi ve sunum materyallerinin satışı
- Motorlu veya motorsuz araçların bulunması, kiralınması (İsrail, Senan ve Fuad, 2002: 65).

Seyahat acenteleri ve tur operatörleri, herhangi bir bölgenin popüler bir turizm merkezi olarak tanıtılmasında ve bu bölgeye turist gönderilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Seyahet acenteleri özellikle Azerbaycan Cumhuriyeti gibi turizm alanında ilerlemeye çalışan, ülke turizmini geliştirmeye çalışan ülkelerde turistler tarafından sıklıkla tercih ediliyor. Ülkedeki seyahet acenteleri ve tur operatörlerinin mevcut durumu bu başlıkta anlatılacaktır.

2006-2019 yıllarında sahiplik türüne göre seyahat acentesi ve tur operatörü sayısının dinamikleri aşağıdaki Tablo 2.6'da verilmiştir:

Tablo 2.6.
Azerbaycan'da seyahat acentesi sayısı

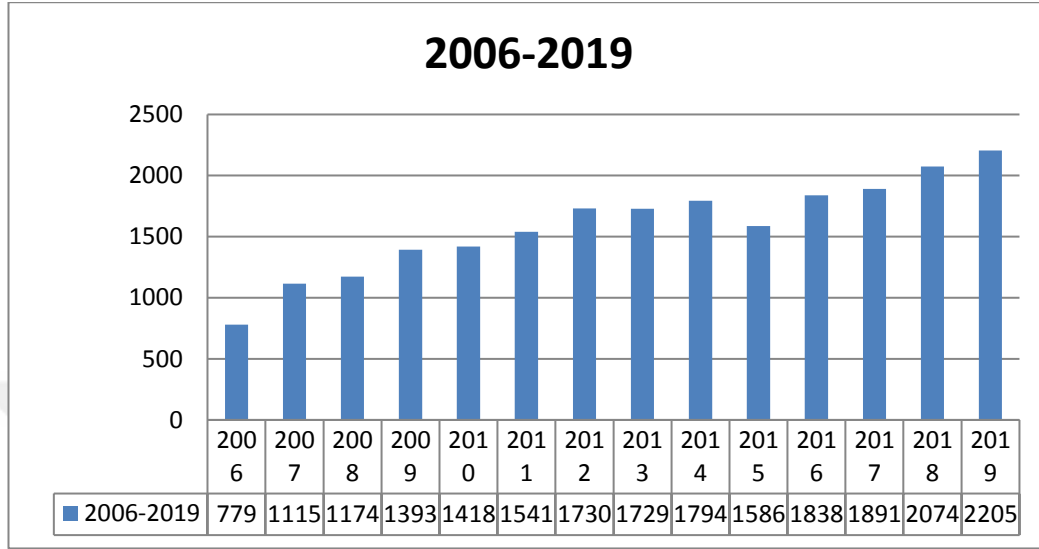
Yıl	İşletme sayısı	Özel işletme	Devlet işletmesi
2006	96	93	3
2007	117	113	4
2008	123	120	3
2009	124	122	2
2010	126	124	2
2011	141	139	2
2012	170	168	2
2013	197	194	3
2014	218	216	2
2015	243	241	2
2016	272	270	2
2017	339	337	2
2018	374	372	2
2019	432	430	2

Kaynak: www.azstat.org

Tablo 2.6'daki verilerden de görülebileceği gibi, Azerbaycan'da seyahat acentesi ve tur operatörü sayısı 2019 yılında 2006 yılına göre artmıştır. 2006 yılı verilerine göre analiz edersek 2006 yılına göre 2019 yılında seyahat acentesi ve tur operatörü sayısında % 350 artış olmuştur. 2006 yılında seyahat acentesi ve tur operatörü sayısı 96 iken, 2019 yılında 432 oldu. Tablodan da görülebileceği gibi özel işletme sayısı devlet işletme sayısından daha fazla, 2019 yılında özel işletme sayısı 430 iken, devlet işletme sayısı 2-dir.

Turizm hizmetleri sunmanın yanı sıra, seyahat işletmeleri istihdam yaratma açısından da çok önemli bir alandır. Seyahat acenteleri ve tur operatörlerinin yarattığı istihdam sayısı Grafik 2.11'de gösterilmektedir.

Grafik 2.11.
Seyahat acenteleri ve tur operatörlerinde çalışan sayısı

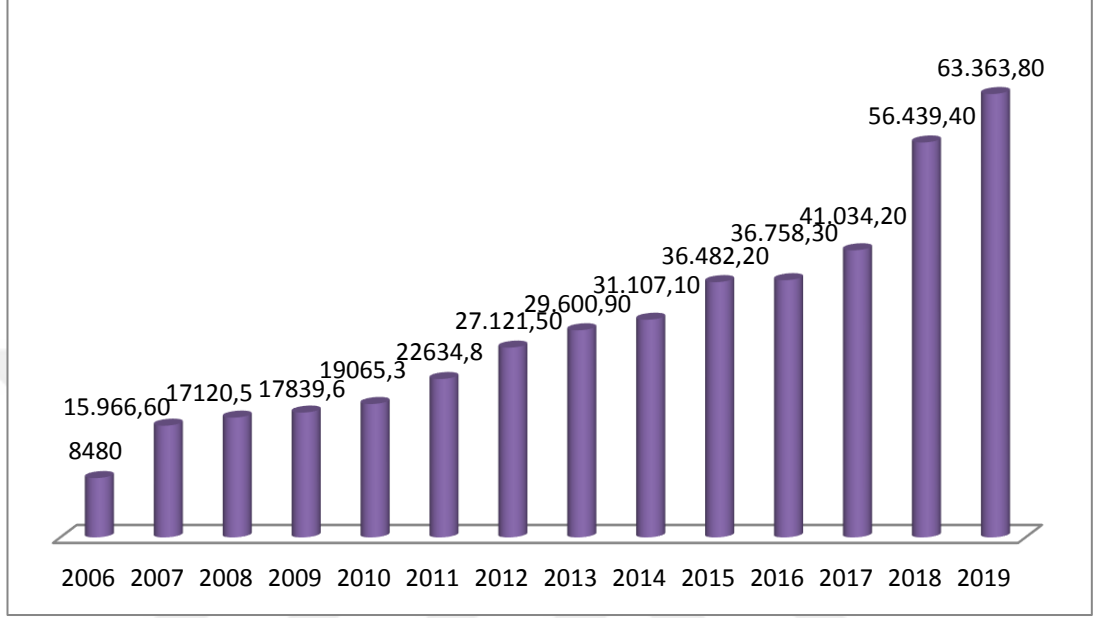


Kaynak: www.azstat.org

Böylelikle istatistiklere göre 2019 yılında seyahat acenteleri ve tur operatörlerinde çalışan sayısı 2006'ya göre % 183 artmış. 2006 yılında seyahat acentesi ve tur operatörlerinde çalışan sayısı 779 iken, 2019 yılında 2205 kişi olmuş.

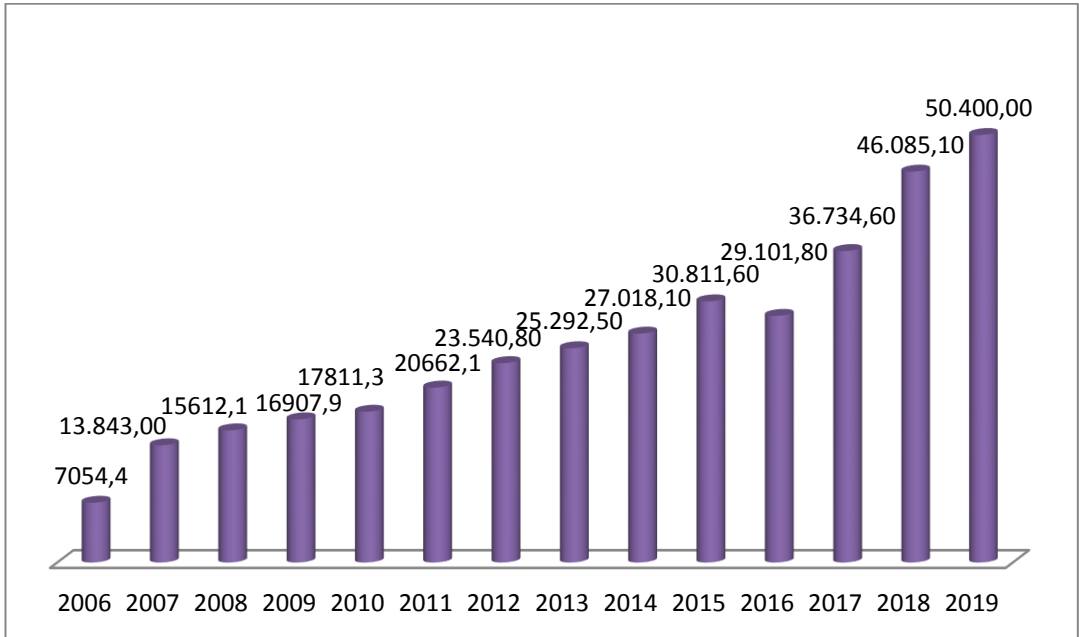
Azərbaycanda seyahat acenteleri ve tur operatörü faaliyetində bulunan işlətmələrin toplam geliri Grafik 2.12'de göstərilmişdir. Grafiklərə görə Azərbaycan'da fəaliyyət göstərən seyahat acenteleri ve tur operatörlərinin toplam gəlirlərinin analizi sonucunda seyahət sektoründəki işlətmələrin 2019 yılında toplam gəlirlərinin 2006 yılına görə % 647,21 arttığını söyləyə bilərik.

Grafik 2.12.
Seyahat acenteleri ve tur operatörlerinin toplam geliri (bin manat) (2006-2019)



Kaynak: www.azstat.org

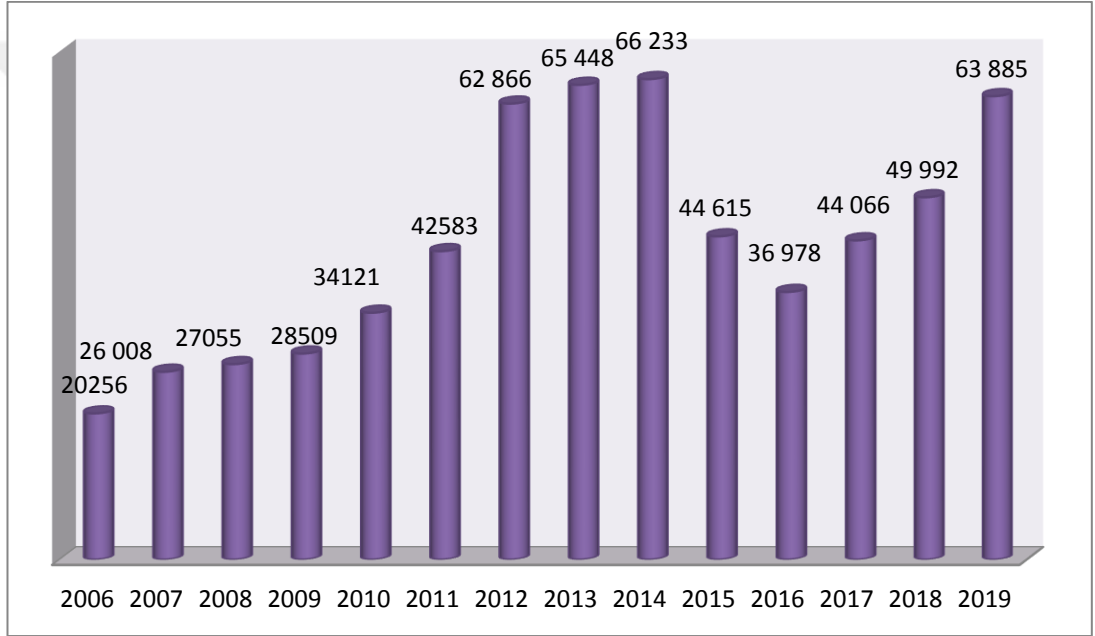
Grafik 2.13.
Seyahat acenteleri ve tur operatörlerinin harcamaları (bin manat) (2006-2019)



Kaynak: www.azstat.org

Azerbaycanda seyahat acenteleri ve tur operatörü faaliyetinde bulunan işletmelerin harcamaları Grafik 2.13'de gösterilmektedir. Grafik 2.13'deki verilerden de görülebileceği gibi, Azerbaycan'da faaliyet gösteren seyahat acenteleri ve tur operator işletmelerinin harcama miktarı analizi neticesinde, 2019 yılında seyahat sektöründeki işletmelerin harcama miktarı (bin manat) 2006 yılına göre % 614,4 arttığını söyleye biliriz.

Grafik 2.14.
Seyahat işletmelerinin sattıkları paket tur sayısı (2006-2019)



Kaynak: www.azstat.org

Azerbaycanda seyahat acenteleri ve tur operatörü faaliyetinde bulunan işletmelerin sattıkları paket tur sayısı Grafik 2.14'de gösterilmektedir. Grafik 2.14'deki verilerden de görülebileceği gibi, Azerbaycan'da faaliyet gösteren seyahat acenteleri ve tur operator işletmelerinin sattıkları paket tur sayısı analizi neticesinde, 2019 yılında seyahat sektöründeki işletmelerin sattıkları paket tur sayısı 2006 yılına göre % 215,4 arttığını söyleye biliriz.

Özellikle son yıllarda turistler tarafından ülkeye kolay ulaşım için Stratejik Yol Haritası kapsamında vize işlemlerinin kolaylaştırılması, ülkeye gelen turist sayısını da artırmıştır. Artan turist sayısı, bu bölgedeki hizmet sağlayıcılarla turistleri

birbirine bağlayan seyahat acentelerinin sayısının artmasına neden olmuştur. Aynı zamanda seyahat sektöründe faaliyyet gösteren işletmelerin gelirleri, seyahat acentelerindeki çalışan sayısı ve sattıkları paket tur sayısında da artan bir seyir göstermiştir.

2.2.3 Yiyecek-İçecek Sektörü

Bir turizm ürününün parçası olarak yiyecek-içecek sektörü önemli bir hizmettir. Çoğu turizm işletmesinin kendi yiyecek-içecek işletmeleri vardır. Halka açık veya catering işletmeleri, turizm endüstrisinin temel bileşenleridir. Dünyanın dört bir yanındaki ülkelerde faaliyet gösteren uluslararası otel zincirleri, sunulan hizmetlerde farklılıklar gösteriyor. Turizm işletmeleri konaklama hizmeti ile birlikte yiyecek-içecek servisi de sunarlar.

Turistlerin seyahat ettikleri bölgelerde hizmetlerinden yararlandıkları yerlerden biride yiyecek-içecek işletmeleridir. Turistlerin seyahat ederken yiyecek ve içecek ihtiyaçlarını karşılayan bu işletmeler, yiyecek ve içecekleri kaliteli ve uygun fiyatlarla sunarak turist memnuniyeti ve iş kazancı açısından oldukça önemli bir rol oynarlar.

Azerbaycan'da turizmin gelişmesinde önemli faktörlerden biri olan gıda sektörü oluşturulmuş ve 1991 yılında Ulusal Mutfak Merkezi kurulmuştur. Yabancı fast food zincirlerinin yanı sıra ülkede çok sayıda yerli ve yabancı restoran bulunmaktadır. "Amburan", "Kervansaray", "Bah-bah club", "Mc Donald's", "Pizzanat", "Patio-pizza", "İstiridye Balık Evi", "Dolce Vita", "Deniz" restoranları ve diğerleri hem yerlilere, hem de turistlere hizmet vermektedir. Ülkede faaliyet gösteren ulusal, Avrupa, Türk, Hint ve Çin restoranlarının çoğu Bakü'de bulunuyor.

“Tablo 2.7.’de” Azerbaycandaki yiyecek ve içecek hizmetleri sunan işletmelerin sayısı verilmiştir. Bu sektörde hizmet sunan işletmelerin sayısı 2019 yılında 20 878 olmuştur ve bunların “19’u” devlet, diğerleri ise özel sektörü işletmeçiliğinde faaliyet göstermektedir.

Tablo 2.7.
Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Sayısı

Yıl	İşletme Sayısı
1995	5 900
1996	5 300
1997	5 520
1998	5 900
1999	3 766
2000	3 810
2001	3 865
2002	3 510
2003	3 875
2004	4 136
2005	4 925
2006	7 590
2007	7 645
2008	7 918
2009	7 985
2010	8 697
2011	9 146
2012	9 502
2013	11 043
2014	13 874
2015	15 645
2016	17 298
2017	18 728
2018	19 440
2019	20 878

Kaynak: www.azstat.org

Tablo 2.7.'deki verilerden de görülebileceği gibi, yiyecek-içecek işletmelerinin sayısı 2019 yılında 1995 yılına göre artmıştır. 2019 yılı verilerine göre analiz edersek 1995 yılına göre 2019 yılında yiyecek-içecek işletmelerinin sayısında % 253 artış olmuştur. 1995 yılında yiyecek-içecek işletmelerinin sayısı 5900 iken, 2019 yılında 20 878 oldu.

Tablo 2.8'de ise Azerbaycandaki yiyecek-içecek işletmelerinin cirosu gösterilmiştir.

Tablo 2.8.
Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Cirosu

Yıl	Cirosu (Milyon Manat)
1995	11,0
1996	13,1
1997	12,0
1998	16,3
1999	16,9
2000	18,4
2001	20,5
2002	24,8
2003	33,7
2004	52,9
2005	74,0
2006	106,2
2007	167,5
2008	290,6
2009	335,1
2010	417,8
2011	565,5
2012	680,0
2013	800,1
2014	956,0

2015	1 112,2
2016	1 215,4
2017	1 401,8
2018	1 533,3
2019	1 655,2

Kaynak: www.azstat.org

Tablo 2.8'deki verilerden de görülebileceği gibi, yiyecek-içecek işletmelerinin cirosu 2019 yılında 1995 yılına göre artmıştır. 1995 yılında yiyecek-içecek işletmelerinin cirosu 11,0 milyon manat iken, 2019 yılında 1 655,2 milyon manat oldu.

Turistlerin seyahat harcamalarının önemli bir parçası olan yemek ihtiyacı, yiyecek ve içecek alt sektörünün de gelişimini canlandırmıştır. Tablolarda gösterilen istatistiklerden de anlaşılacağı üzere yiyecek-içecek işletme sayısı ve cirosu artış eğilimi göstermiştir. Turist sayısındaki artış, sadece sayının artmasına neden olmuyor, aynı zamanda işletmeleri profesyonel hizmet sağlayıcı olmaya da zorlamaktadır.

2.2.4 Ulaşım Sektörü

Azerbaycan Cumhuriyeti bağımsızlığını kazandıktan sonra ulaşım sisteminin yeni bir gelişme aşamasına girmiştir. Günümüzde ulaştırma sektörü, ülke ekonomisinin hızlı ve kapsamlı bir şekilde gelişmesinde özel bir yere sahiptir. Bu sektör, tüm ekonomik faaliyetlerde yadsınamaz bir role sahiptir. Modern standartları karşılayan yollar ve ulaşım sektörü, turizm sektörünün de gelişimine doğrudan etki etmektedir.

Uluslararası öneme sahip ulaşım koridorlarının kavşağında bulunan Azerbaycan Cumhuriyeti, dünyanın birçok ülkesiyle karşılıklı yarar sağlayan ekonomik ilişkiler için elverişli koşullar yaratan elverişli bir ulaşım sistemine sahiptir. Azerbaycan Cumhuriyeti'nin Güney-Kuzey Koridoru ve İpek Yolu'ndaki konumu ülke ekonomisi için ulaştırma sektörünün önemini artırmaktadır.

Ulaştırma sektörü turistlerin rahat ve güvenli geliş ve gidişlerinin organize edilmesi ve turistlerin zaman kaybetmeden ve yorulmadan gidecekleri yere ulaşmalarının sağlanması açısından özel bir öneme sahiptir. Bu, tüm ulaşım türlerinin yoğun trafiğini, yolların kalitesini ve güvenliğini içerir. Seyahat ederken, insanlar veya turistler çoğunlukla hava, kara, deniz ve demiryollarını kullanmaktadırlar.

Ülkede gelişmiş ulaşım sisteminin en önemli alanlarından biri demiryollarıdır. Azerbaycan'da ilk demiryolunun inşası ve gelişimi doğrudan petrol taşımacılığı ile ilgiliydi. Dünyada ilk defa petrol bu demiryolu üzerinde trenle taşınıyordu. Azerbaycan'da demiryolunun temeli 1878'de atılmış ve 20 Ocak 1880'de yapımı tamamlanmıştır. Şu anda, elverişli bir coğrafi bölgede bulunan cumhuriyet, tüm uluslararası ve bölgesel projelerin uygulanmasında aktif olarak yer almaktadır. Azerbaycan, TRACECA ve Kuzey-Güney gibi büyük ulaşım koridorlarını uygulamak için bir dizi büyük altyapı projesi uygulamıştır [6].

Yabancı turistlerin demiryollarını kullanarak Azerbaycan'a gelebilmesi için de faaliyetler yapılmıştır. 2017 yılında kullanıma sunulmuş Bakü-Tiflis-Kars demiryolu, Avrupa ve Asya demiryolu ağlarının bağlantısını sağladı ve eski İpek Yolu'nun çelik karayollarında restorasyonu sağlandı [7]. Aynı zamanda "BAKÜ-MOSKOVA", "BAKÜ-TİFLİS", "BAKÜ-KİEV", "BAKÜ-DNEPR", "BAKÜ-ROSTOV" yönlerinde de yolcu taşınmaktadır. Aynı zamanda İran ile Azerbaycan arasındaki demiryolu hattının devreye girmesinin ardından yük,kargo taşımacılığının yanı sıra insan taşımacılığının da olması bekleniyor [8].

Azerbaycan'ın Hazar Denizi kıyısındaki konumu nedeniyle turistlerin ülkeye deniz yoluyla gelmesi mümkündür. Deniz yoluyla Bakü-Aktau (Kazakistan) ve Bakü-Türkmenbaşı (Türkmenistan)'a gitmek mümkündür. Bakü limanı, Hazar Denizi'nin en eski limanıdır ve Azerbaycan'da devlet kurma tarihinde birçok aşamada var olmuştur. Yüzyıllar boyunca, Bakü Limanı, eski İpek Yolu üzerinde bulunan Doğu ile Batı arasında bir köprü görevi görmüştür ve Kuzey Avrupa ile Rusya'yı Orta Doğu ve Güney Asya'ya bağlayan Kuzey-Güney ulaşım koridoru olmuştur [6].

Ulaşım sisteminin önemli alanlarından biri hava taşımacılığıdır. Azerbaycan Cumhuriyeti'ni ziyaret eden yabancı turistlerin çoğunluğunun tercih ettiği ulaşım sektörü havalimanıdır. Azerbaycan Havayolları (AZAL) , ulusal taşıyıcı olan Azerbaycan'ın en büyük havayolu şirketidir. AZAL Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA) üyesidir. AZAL'ın genel merkezi Bakü'dedir. 7 Nisan 1992'de kurulan şirket, bağımsızlıktan bu yana ülkenin ilk ulusal havayoludur. Şu anda Azerbaycan'da altı uluslararası (Bakü, Nahçıvan, Gence, Lenkeran, Gabala, Zagatala) ve bir yerel (Yevlakh) havaalanı bulunmaktadır. Aynı zamanda Aralık 2016'da Azerbaycan Hava Yolları (AZAL) Yönetim Kurulu toplantısında Azerbaycan'da düşük maliyetli bir havayolu kurulmasına karar verildi. Buta Airways, Azerbaycan Havayolları'nın bir yan kuruluşu olan Azerbaycan'da düşük maliyetli bir havayolu şirketidir. İlk uçuşlar 2017 sonbaharında gerçekleşti. Azerbaycan Cumhuriyeti Stratejik Kalkınma Yol Haritası'na göre, hava yolu ile yolcu ve kargo taşımacılığının kalitesinin iyileştirilmesi ve diğer bölgelerdeki havalimanı sayısının artırılması planlanmaktadır [9].

Hükümet, son yıllarda karayolu taşımacılığının gelişmesine özel önem vermiştir. Bu bağlamda yeni bir uluslararası otobüs durağı kompleksinin devreye alınmasını, Kuzey, Batı ve Güney yönlerinde ana yol ağlarının yeniden yapılmasını, en modern dünya standartlarını karşılayan ve yüksek kaliteli Bakü-Guba beton yolunun işletmeye alınmasını ve benzeri örnekleri söyleye biliriz [7].

ACDİK'nin verilerine göre, Azerbaycan'a gelen ziyaretçilerin çoğu kara ve hava taşımacılığını kullanıyor. Aynı zamanda, ülkedeki en gelişmiş ulaşım şekli hava ve kara taşımacılığıdır.

Genel olarak Azerbaycan Cumhuriyeti'nin turizm sektörü ve alt sektörleri sürekli gelişmektedir. Turizmin temelini oluşturan konaklama, ulaşım, yiyecek-icecek ve seyahat sektörleri bağımsızlıktan itibaren gelişmiştir. Turizm sektöründe niceliksel artış ile birlikte hizmet sunumunun iyileştirilmesi konusunda da ilerleme kaydedilmiştir. Turizm sektörünün gelişmesi için planlanan plan ve araştırmalar doğrultusunda önümüzdeki yıllarda sektörün daha da gelişmesi beklenmektedir.

2.3 TURİZMİN AZERBAYCAN EKONOMİSİNDEKİ YERİ

Son yıllarda Azerbaycan'ın hızlı ekonomik gelişmesinde petrol sektörünün rolü önde olmasına rağmen, son yıllarda petrol dışı sektör genel ekonomik büyümede öncü olmuştur. Resmi istatistiklere ve makroekonomik göstergelere göre, ülkenin petrol dışı sektörü son sekiz yılda 2,2 kattan fazla büyüdü. Petrol gelirlerini ekonomiyi çeşitlendirmek için harcama stratejisi değerini kanıtladı. Geçiş sürecindeki herhangi bir ülke gibi, Azerbaycan da güçlü bir ekonomi inşa etmek için doğal kaynaklarından yararlandı, ancak bu kaynaklardan elde edilen gelirlerle ekonomisini başarılı bir şekilde çeşitlendirmeyi ve petrole olan bağımlılığını en aza indirmeyi başardı. Bu stratejinin bir sonucu olarak ülkede inşaat, turizm, tarım, ulaşım, bilgi ve iletişim teknolojileri sektörlerinde istikrarlı bir büyüme trendi var. Bu eğilimin göstergelerinden biri olarak, son sekiz yılda ülkede çoğu petrol dışı sektörde olmak üzere 1 milyondan fazla iş yaratıldı.

Azerbaycan'da petrol dışı sektörün gelişmesinde turizm sektörü kilit bir önceliktir. Uluslararası finans kuruluşları turizmin önemini vurgulamaktadır. Azerbaycan ile yakın işbirliği içinde çalışan Asya Kalkınma Bankası da turizmi ülkedeki petrol dışı sektörün gelişmesinde öncü bir yön olarak görüyor. Bankaya göre, ülkenin turizm potansiyelinin tam kullanımı petrol dışı GSYİH'de artışa yol açacak. Böylece, Azerbaycan'ın zengin turizm potansiyeli ve ülkede son yıllarda turizm altyapısının hızla gelişmesi, petrol dışı sektörün bu alanında ülkeye büyük faydalar vaat ediyor.

2005-2011 sonuçlarının analizi, bu dönemde, genel ekonomik gelişme ile birlikte, petrol dışı sektörde istikrarlı bir büyüme olduğunu ve petrol dışı sektörde GSYİH'nın nispeten istikrarlı bir büyüme oranına sahip olduğunu göstermektedir. Ekonomik Kalkınma Bakanlığı, Devlet İstatistik Komitesi, Vergiler Bakanlığı, Uluslararası Para Fonu'nun (IMF) verilerine göre, petrol dışı sektör 2009 yılında yüzde %6,2 , 2010 yılında ise yüzde %7,9 oranında büyümüştür ve bu, küresel ekonomik kriz döneminde oldukça sansasyonel bir sonuçtu [11].

Petrol dışı sektörde büyüme eğilimi 2011 yılında da devam etmiştir. Aynı yıl, petrol dışı GSYİH yüzde 9,5 arttı ve yılın ilk 11 ayında toplam 45,5 milyar manat

GSYİH üretildi, bunun yaklaşık 21.5 milyar manat veya %47'si petrol dışı GSYİH'den geldi. Sonuç olarak, ilk kez, petrol dışı sektörde üretilen GSYİH hacmi ile petrol sektöründeki GSYİH arasında bir denge oluştu. 2011 yılında devlet bütçesine vergi gelirlerinin hacmi 5 milyar 475,1 milyon manat olarak gerçekleşti. Bunun yaklaşık 2,9 milyar manatı petrol dışı sektörün payına düştü ve bu, 2010'daki göstergeden yüzde 22 daha fazlaydı. Uluslararası Para Fonu'nun raporunda, 2011 yılında Azerbaycan'ın petrol dışı ekonomisinin yüksek oranda büyümeye devam ettiği belirtildi. Fona göre, başta hizmet sektörü olmak üzere petrol dışı sektörde yaşanan yüzde 9,5'lik artış, 2011 yılında teknik nedenlerle petrol üretimindeki yüzde 10'luk düşüşü neredeyse tamamen telafi etti [11].

Modern zamanlarda birçok ülkede olduğu gibi Azerbaycan Cumhuriyeti'nde de turizm hizmet sektörü en hızlı büyüyen alanlardan biri haline gelmiştir. Azerbaycan, elverişli coğrafi koşullar, zengin maddi ve tarihi değerler, renkli manzaralar, ucuz (mevsimlik) işgücü kaynakları vb. dahil olmak üzere turizm sektörünün gelişmesi için tüm fırsatlara sahiptir. Geçtiğimiz dönemde, bir takım sorunların çözümünde önemli rol oynayan ülke turizm sektörünün gelişiminde olumlu dinamikler gözlemlendi. Turizm sektörü istihdai yaratılmasında, altyapının, yerel sanayinin ve halk sanatının gelişmesi için koşulların yaratılmasında ve otel inşaatlarının hızlandırılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Turizm, ülkenin GSYİH'sının oluşmasında ve dış ticaret dengesinin hareketlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bununla birlikte, turizmin ülke ekonomisine hakim olan ulaşım ve iletişim, inşaat, tarım, tüketim malları vb. üzerinde güçlü bir etkisi vardır ve sosyo-ekonomik kalkınma için benzersiz bir katalizör görevi görür.

Tatil dönemlerinde ülkeyi ziyaret eden turist sayısının daha fazla olması da dikkat çekicidir. Kuşkusuz bu turistlerin her biri ülke ekonomisine büyük fayda sağlıyor. Turizm sektörünün son 1-2 yılda ülke ekonomisine sağladığı gelir hacminde özel bir paya sahip olması tesadüf değildir. Ve bu yönde devam eden süreçler, kaydettiğimiz olumlu trendin artarak devam edeceğini gösteriyor. İlginç olan noktalardan biri de bu gerçeğin sadece ulusal istatistikler tarafından değil, ilgili uluslararası kuruluşlar tarafından da açıkça ifade edilmesidir. Bu, Dünya Turizm ve Seyahet Konseyi tarafından yayınlanan raporda açıkça görülmektedir. Rapor, 2016

yılında seyahat ve turizm endüstrisinin Azerbaycan'ın gayri safi yurtiçi hasılası (GSYİH) üzerindeki doğrudan etkisinin 2 milyar 285,3 milyon manat veya raporlama dönemi için toplam GSYİH'nın %4,1'i olduğunu belirtiyor. Bu rakam 2016 yılında AZN/USD ortalama döviz kurunda 1 milyar 437.3 milyon dolardı. Rapora göre, bu rakamlar öncelikle otellerin, seyahat acentelerinin, havayollarının ve yolcu hizmetleri sunan diğer benzer piyasa katılımcılarının ekonomik faaliyetlerini yansıtır. Azerbaycan'da son yıllarda otel ve otel zincirlerinin genişlediği yadsınamaz bir gerçektir. Sadece başkentte değil, bölgelerde de modern standartları karşılayan yeni turistik tesisler ve oteller inşa ediliyor. Bu da yabancı turistlerin Azerbaycan'a olan ilgisinin artmasında olumlu etkisi olan faktörlerden biridir [12].

WTTC raporuna göre, 2016 yılında Azerbaycan turizminin GSYİH üzerindeki toplam etkisi, yatırımın ve diğer parametrelerin daha geniş etkisi de dahil olmak üzere 8 milyar 91,3 milyon manat olarak gerçekleşti. Aynı zamanda, ajansa göre, bu rakam 2027'de yüzde %6,3 artarak 15 milyar 924,5 milyon manat veya ülkenin GSYİH'sının yüzde %20,6'sı olacak. Kuruluş, turizm ve seyahat sektörünün gelişmesinin ülkedeki istihdam düzeyini olumlu yönde etkilediğine dikkat çekiyor. Yeni inşa edilen otel ve otel zincirinde yüzlerce yeni işin yaratılması, bir bütün olarak ülkede işsizliğin azalmasına yol açıyor. Böylece 2016 yılında sektör, toplam istihdamın yüzde 3,7'si olan 171.000 kişiye doğrudan istihdam sağlamıştır [12].

Resmi istatistiklere göre 2010 yılında turizm sektöründe çalışan sayısı 36,8 bin, 2013 yılında 40,9 bin ve 2016 yılında 43,5 bin olarak gerçekleşti. 2016 yılında ülke ekonomisinde çalışan (4759,9 bin kişi) 109 kişiden biri turizme özgü alanlarda çalışanların payına (43477 kişi) düştü. Turizm hizmet sektörünün potansiyelinin ülkenin uluslararası turizm pazarına düzenli olarak entegre olmasına ve turizmin yoğun bir şekilde gelişmesini sağlamasına izin verdiği görülmektedir. Bu sektörün gelişmesi istihdam ve gelirde artış, turizmle ilgili sektörlerin canlandırılması, yatırım akışları sağlar [12].

Genel olarak turizm sektörünün ekonomi üzerindeki olumlu etkisi çok büyüktür ve turizm sektörü ülkeye döviz girişi sağlar, ödemeler dengesi üzerinde olumlu etki yapar, istihdamın artmasına yardımcı olur.

2.4 AZERBAYCANDA TURİZMİN EKONOMİK AÇIDAN GELİŞİMİ

Azerbaycan'ın bağımsızlığını kazandıktan sonra turizm sektörünü geliştirmek için attığı ilk adımlar 1999 yılına kadar uzanıyor. 1999 yılında Azerbaycan Cumhurbaşkanının ilgili Kararnamesi temelinde kabul edilen “Turizm Kanunu” ve 2002 yılında kabul edilen "Azerbaycan'da 2002-2005 Turizm Geliştirme Programı" sonraki dönemlerde ülkenin turizm sektörünün gelişmesine destek olmuştur.

2001 yılında Azerbaycan Cumhuriyeti Genclik, Spor ve Turizm Bakanlığı kurularak turizm sektörünü geliştirmeye yönelik ilk önemli addımlar atılmışdır. 20 Nisan 2018 tarihinde Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanının kültür ve turizm alanında kamu yönetimini iyileştirmeye yönelik bazı tedbirlere ilişkin emri ile "Azerbaycan Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı" kaldırılmış ve "Azerbaycan Cumhuriyeti Kültür Bakanlığı" ve "Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet Turizm Acentası" kuruldu. Turizmin gelişmesi için atılan temel adımlardan biri 2006 yılında "Azerbaycan Turizm Üniversitesi" nin kurulmasıdır. Aynı zamanda sonraki yıllarda kabul edilen "Azerbaycan Cumhuriyeti'nin Turizmini Geliştirme Devlet Programları" bu sektörün ülkede gelişmesi için daha ciddi bir zemin hazırladı.

1991-2019 yılları arasında meydana gelen birçok olayın Azerbaycan Cumhuriyeti turizm sektörüne birçok etkisi olmuş ve bu etkiler hem olumlu hem de olumsuz olmuştur. Azerbaycan turizm sektörünün 1991-2019 yılları arasındaki verileri aşağıdaki bölümlerde analiz edilmektedir.

2.4.1 Azerbaycanda Turist Sayısının Seyri

Azerbaycan eski tarihi turizm gelenekleri açısından zengin bir ülkedir. Bugün Azerbaycan, dünya kültürünün en güzel incilerini, tarihi arkeolojik anıtları, mimari örnekleri, farklı dini dünya görüşlerini, milli gelenekleri ve kültürleri birleştiren eşsiz bir turizm ülkesidir. Azerbaycan Cumhuriyeti, doğası, anıtları, kültürel mirası, insanları ve modern rekreasyon ve eğlence kompleksleri ile önde gelen turizm ülkelerinden geri kalmamaktadır.

Azerbaycan'ın turizm potansiyeli her şeyden önce bölgelerinin elverişli doğal-coğrafi konumu, zengin flora ve faunası ve güzel doğasıyla öne çıkıyor. Aynı zamanda son yıllarda modern rekreasyon merkezlerinin yapımı, otellerin yapılması, bazı bölgelerde karayolu ulaşım altyapısının oluşturulması bölgeye hem yerli hem de yabancı turistlerin ilgisini artırmıştır.

18 Ekim 1991'de Azerbaycan'da devlet bağımsızlığının yeniden tesis edilmesiyle, ülkenin yeni bir sisteminin oluşturulması için elverişli tarihsel koşullar yaratıldı. O zamanlar, devlet inşası alanındaki acil görevlerden biri, ülkenin ekonomik çıkarlarını korumak, etkili bir dış ekonomik faaliyet ve devlet kontrolü sistemi oluşturmak, sınırların ekonomik güvenliğini sağlamaktır.

Ancak karmaşık sosyo-politik durum pek çok sürecin oluşmasına izin vermedi. Azerbaycan'da 1991-1992'de ve 1993'ün ilk yarısında hüküm süren zor koşullarda, gerekli yasal ve düzenleyici çerçeveye sahip bir sistem oluşturmak imkansızdı. Pek çok kurumların karşı karşıya olduğu görevler neredeyse yerine getirilmedi ve olumsuz gelişmeler oldu.

Bağımsızlık elde edildikten sonra turizmin inkişafı için yapılmaya başlayan ilk faaliyet ülkede hukuki zeminin oluşturulması olmuş ve 1999'da "Turizm Kanunu" kabul edildi. Ülkede turizmin gelişmesi ve turizm kaynaklarının etkin kullanılması için ilk kez Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi "2002-2005 Azerbaycan Cumhuriyeti Turizmi Geliştirme Devlet Programı" nı onayladı ve ardından bir çok Devlet Programı hazırlandı.

Tablo 2.9'ta 2003-2019 yılları için "Azerbaycanda turist sayısı ve değişim oranı" gösterilmektedir. Toplam turist sayısı ile ilgili veriler, Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet İstatistik Komitesi kurumunun veri tabanında 2003 yılından itibaren bulunmaktadır. Daha eski verilere ulaşılamamaktadır.

Tablo 2.9.
Azerbaycan'ın Toplam Turist Sayısı ve Değişim Oranları (2003-2019)

Yıllar	Toplam Turist Sayısı (Bin Kişi)	Değişim Oranı (%)
2003	2 484 539	-
2004	2 857 905	15,0

2005	3 155 786	10,4
2006	3 001 984	-4,9
2007	2 932 994	-2,3
2008	3 996 418	36,2
2009	4 158 595	4,0
2010	5 079 043	22,1
2011	5 738 677	13,0
2012	6 326 577	10,2
2013	6 784 598	7,2
2014	6 531 645	-3,7
2015	6 076 120	-7,0
2016	6 469 300	6,5
2017	6 762 008	4,5
2018	7 740 808	14,5
2019	8 732 696	12,8

Kaynak: www.azstat.org

Yıllar içinde Azerbaycanı ziyaret eden turist sayısında istikrarlı bir artış olmuştur. Tablodanda görüldüğü gibi turist sayısı “2003 yılında 2 milyon 484 bin kişi, 2010 yılında 5 milyon 79 bin kişi, 2015 yılında 6 milyon 76 bin kişi, 2019 yılında ise 8 milyon 732 bin kişi” olmuştur.

2003-2019 yılları arasında meydana gelen birçok olayın Azerbaycan Cumhuriyeti turizm sektörüne birçok etkisi olmuş ve bu etkiler hem olumlu hem de olumsuz olmuştur. Azerbaycan turizm sektörünün 2003-2019 yılları verilerinin analizinden de görüleceği üzere bazı yıllarda turist sayısında azalma olmuştur. Bu yıllardan biri de 2006 yılıdır. Böylece analizden de anlaşılacağı üzere 2006 yılında %4,9'luk bir düşüş yaşanmıştır ve bunun temel nedeni bu yılda dünyada ve ülkede yaşanan kuş gribidir. 2005 yılında “3.155 milyon” olan turist sayısı 2006 yılında “3.001 milyona” düşmüştür.

2015 yılı, Azerbaycan Cumhuriyetinde bu alanda en büyük düşüşün yaşandığı yıllardan biriydi. Bunun temel nedeni de, 2015 yılında Azerbaycan Merkez Bankası manatın bir gecede en az yüzde % 34 oranında devalüe edildiğini açıkladı. Bu olaydan sonra ülkede fiyatlar yükseldi. Böylece tablodaki analizden de anlaşılacağı üzere 2015 yılında %7'lik bir düşüş yaşanmıştır.

Devalüasyona giden yol, şüphesiz 2014 yılının ikinci yarısından itibaren dünya piyasalarında petrol fiyatlarının düşmesi olmuştur. Dünya piyasalarında petrol fiyatlarının düşmesi Azerbaycan'ın gelirlerinde keskin bir düşüşe neden oldu. Özellikle 2015 yılında Devlet Petrol Fonu'nun gelirleri yarı yarıya düştü. Ayrıca fon tarihinde ilk defa rezervler artmadı, azaldı.

Ayrıca koronavirüs (COVID-19) salgını ile ilgili durum, diğer ülkelerde olduğu gibi Azerbaycan'da da turizm sektörünü olumsuz etkiledi. Mart 2020'den itibaren bu alanda ciddi bir düşüşe neden oldu. Koronavirüs enfeksiyonunun yayılmasını önlemek için Azerbaycan Cumhuriyeti ile komşu ülkeler arasındaki devlet sınırında kısıtlayıcı bir rejim uygulandı.

2.4.2 Azerbaycanın Turizm Gelirleri ve Turizm Giderler

1995-2019 yıllarında Azerbaycan Cumhuriyetinin turizm sektöründeki gelirlerindeki değişim ve artışlara ilişkin bilgiler “Tablo 2.10'da” gösterilmektedir. Tablodaki verilerden de anlaşılacağı üzere yıllar içinde artışlar gözlenmiştir ve turizm sektöründeki büyümenin 2.004 milyar dolara yükseldiğini söyleyebiliriz.

Tablo 2.10.
Azerbaycan'ın Turizm Gelirleri ve Değişim Oranları (1995-2019)

Yıllar	Toplam Geliri (Milyon \$)	Değişim Oranı (%)
1995	87.000	-
1996	57.000	-34,5
1997	176.000	208,8
1998	143.000	-18,8
1999	93.000	-35,0
2000	68.000	-26,9
2001	57.000	-16,2
2002	63.000	10,5
2003	70.000	11,1
2004	79.000	12,8
2005	100.000	26,6
2006	201.000	101
2007	317.000	57,7
2008	382.000	20,5
2009	545.000	42,7
2010	792.000	45,3
2011	1 500.000	89,4

2012	2 634.000	75,6
2013	2 618.000	-0,6
2014	2 713.000	3,6
2015	2 535.000	-6,6
2016	2 855.000	12,6
2017	3 214.000	12,6
2018	2 830.000	-11,9
2019	2 004.100	-29,2

Kaynak: <https://data.worldbank.org/indicator/>

Tablodaki verilerden de anlaşılacağı üzere ülkenin turizm gelirleri yıllar içinde sürekli değişim göstermiştir. Yıllar içindeki değişimleri not edecek olursak: “Turizm sektöründeki gelirler 1995’de 87 milyon \$ (dolar), 2005’de 100 milyon \$, 2015’de 2.535 milyar \$ ve 2019’da 2.004 milyar \$’a yükselmiştir”.

Tablo 2.10’da, 1995-2019 yılları için Azerbaycan Cumhuriyetinin turizm sektöründeki gelirlerindeki hem artışlar, hem de azalışlar gösterilmektedir. Bu yıllarda en yüksek artışlardan biri 2006 yılında gerçekleşmiş olup, 2006 yılındaki yüzde değişim %101 olmuştur. Tablodaki verilerden de görüleceği üzere ülkenin turizm sektöründeki gelirleri 2005’de 100 milyon \$-dan, 2006’da 201 milyon \$-a kadar artmıştır. Bu artışın en büyük sebebi, ülkede turizmin gelişmesi, turizm kaynaklarının etkin kullanılması için 27 Ağustos 2002 tarihli Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile onaylanan "2002-2005 Azerbaycan Cumhuriyeti Turizmi Geliştirme Devlet Programı"nın sonuçları oldu.

2012 yılında Azerbaycan turizm gelirindeki ciddi artış da dikkati çekmektedir. 2011 yılında turizm geliri 1,5 milyar dolar iken 2012 yılında 2,634 milyar dolar olmuştur. Bu yıldaki yüzde değişim %75.6 olmuştur. Bu artımın nedeni de, 2012’de Eurovision’un Bakü’de düzenlenmesidir. Bu faktör, aynı zamanda yabancı ülkelere Azerbaycan’a yabancı turist akışının da artmasına izin verdi. Azerbaycan’da 2016’da İslami Oyunlar ve 2017’de Formula 1’in düzenlenmesi, turizm gelirlerinde önemli bir artışa neden oldu.

Bu yıllarda Azerbaycan Cumhuriyeti turizm sektöründeki gelirlerin artmasıyla birlikte düşüşler de yaşanmıştır. Dolayısıyla tablodan da görüleceği üzere 1995’den 2002’e kadar büyük oranda düşüşler yaşanmıştır. Bu azalmaların nedeni de, Azerbaycan’ın bağımsızlığını yeniden kazanmasının ardından ülkede yeni bir sistemin kurulmasının olumsuz koşulları olmuştur. Bunun ardından turizmin inkişafı

için yapılmaya başlayan ilk faaliyet ülkede hukuki zeminin oluşturulması olmuş ve 1999'da "Turizm Kanunu" kabul edildi.

1996 yılında turizm gelirleri %34,5 azalırken, turizm gelirleri 1998 yılında %18,8, 1999 yılında %35, 2000 yılında %26,9 ve 2001 yılında %16,2 oranında azalmıştır. Bu yıllardaki azalmaların başlıca nedenleri “1997’de Gunaydogu Asiya’da ve 1998’de Rusiya’da baş veren ekonomk ve mali krizleridir”. 1999 yılındada tüm dünya üzre yaşanan krizlerin tesirleri ve Azerbaycan’da toparlanma dönemi hala devam etmiştir.

Azerbaycan’da turizm sektörü gelirlerindeki azalmaların yaşandığı yıllardan biri de 2015’dir. Turizm sektörü gelirlerinde 2015 yılında %6.6 oranında azalmıştır.Yaranan düşüşün ana nedeni devalüasyondur. 2015 yılında Azerbaycan Merkez Bankası manatın bir gecede en az yüzde % 34 oranında devalüe edildiğini açıkladı ve bu olaydan sonra da ülkede fiyatlar yükseldi.

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı üzere atılan tüm adımlara rağmen 2018 ve 2019 yıllarında bir önceki yıla göre Azerbaycan’ın turizm gelirlerinde keskin azalma yaşandı.Turizm sektörünün kazandığı gelir 2017’de 3 milyar olduğu halde, 2018 ve 2019’da rakam 2 milyar dolara düştü. Sorunun çok önemli bir yanı var: Azerbaycan turizm için elverişli potansiyele sahip ülkelerle çevrilidir. Yani, yakın bir yörüngede güçlü rakipler var ve onlarla rekabet edebilmek çok önemlidir. Özellikle bölgede bir ülke olarak Gürcistan, Azerbaycan için ciddi bir rakiptir. Ülkeyi ziyaret eden turist sayısını ve harcadıkları parayı hesaplarsak, Gürcistan’daki her turist ortalama 700 dolar, Azerbaycan’da ise 900 dolar harcadığı ortaya çıkıyor. İlginç noktalardan biri de 2018 yılında Azerbaycan’ı ziyaret eden turist sayısının bir öncek yıla göre yaklaşık % 6 artmasına rağmen turizm gelirlerinde % 12 düşüş olmuş, ancak bu dönemde Gürcistan’a gelen ziyaretçilerdeki % 10'luk artışa rağmen turizm gelirlerinde % 18'lik bir artış eşlik etti [10].

Tablo 2.11.
Azerbaycan’ın Turizm Giderleri ve Değişim Oranları (1995-2019)

Yıllar	Turizm Gideri (Milyon \$)	Değişim Oranı (%)
1995	165.000	-
1996	115.000	-30,3
1997	193.000	67,8

1998	181.000	-6,2
1999	149.000	-17,7
2000	138.000	-7,4
2001	119.000	-13,8
2002	110.000	-7,6
2003	120.000	9,1
2004	140.000	16,7
2005	188.000	34,3
2006	256.000	36,2
2007	381.000	48,9
2008	456.000	19,7
2009	488.000	7,0
2010	856.000	75,4
2011	1 778.000	107,7
2012	2 617.000	47,2
2013	3 032.000	15,9
2014	3 163.000	4,3
2015	2 743.000	-13,2
2016	2 593.000	-5,5
2017	2 803.000	8,1
2018	2 453.000	-12,5
2019	1 839.000	-25,0

Kaynak: <https://data.worldbank.org/indicator/>

1995-2019 yıllarında Azerbaycan Cumhuriyetinin turizm sektöründeki giderlerindeki değişimlere ilişkin bilgiler “Tablo 2.11’de” gösterilmektedir. Tablodaki verilerden de anlaşılacağı üzere yıllar içinde artışlar ve azalışlar gözlenmiştir.

Tablodaki verilerden de anlaşılacağı üzere ülkenin turizm giderleri yıllar içinde sürekli değişim göstermiştir. 2010’da ve 2011’de Azerbaycan Cumhuriyeti turizm sektörü giderleri uzre artışlar baş vermiştir. Tablodaki verilerdende görüleceği üzere: “Ülkenin turizm sektöründeki giderler 2009’da 488 milyon \$-dan, 2010’da 856 milyon \$-a kadar artmıştır”. 2010’daki yüzde değişim %75.4 ve 2011’deki yüzde değişim %107.7 olmuştur. Turizm sektörü uzre kullanılan harcmaların yükselmesinin faktörü “Turizm Sektörünün Geliştirilmesine Yönelik Devlet Programı” dır.

Tablo 2.11`de, 1995-2019 yılları için Azerbaycan Cumhuriyetinin turizm sektöründeki giderlerindeki azalışlar da gösterilmektedir. Yıllar içindeki değişimleri not edecek olursak: “Turizm sektöründeki giderler 1995`de 165 milyon \$ (dolar) olmuştur, 1996`da 115 milyon \$-a azalmıştır. Bu yıldaki yüzde değişim %30.3 olmuştur. 1998`de 181 milyon \$ (dolar) olmuştur, 1999`da 149 milyon \$-a azalmıştır. Bu yıldaki yüzde değişim %17.7 olmuştur. Azalmaların yaşandığı yıllardan biri de 2000-2002`dir. 2000`de 138 milyon \$ (dolar) olmuştur, 2002`de 110 milyon \$-a azalmıştır. Bu yıldaki yüzde değişim %7.6 olmuştur. 2015 yılındaki yüzde değişim %13.2 olmuştur.”

2.4.3 Azerbaycanın Turizm Gelirlerinin GSYİH İçindeki Payı

Yıllar itibariyle tüm ülkelerde “turizm sektöründen elde edilen gelirlerin GSYİH-daki payı”, turizm sektörünün ülke ekonomilerinin gelişmesinde ve refahın yükselmesinde ne kadar önemli olduğunu her zaman gösteren nüanslardan biridir. Tablo 2.12`de “1995-2019 yılları arasında Azerbaycan`nın turizm gelirlerinin GSYİH`daki payı” gösterilmiştir.

Tablo 2.12.
Azerbaycan`ın Turizm Gelirlerinin GSYİH İçindeki Payı(1995-2019)

Yıllar	Turizm Geliri (Milyon \$)	GSYİH (Milyar \$)	Turizm Gelirinin GSYİH İçindeki Payı (%)
1995	87.000	2 415,2	3,6
1996	57.000	3 180,8	1,8
1997	176.000	3 960,7	4,4
1998	143.000	4 446,4	3,2
1999	93.000	4 583,7	2,0
2000	68.000	5 272,8	1,3
2001	57.000	5 707,7	1,0
2002	63.000	6 235,9	1,0
2003	70.000	7 276,0	1,0
2004	79.000	8 680,4	0,9
2005	100.000	13 238,7	0,7
2006	201.000	20 983,0	0,9
2007	317.000	33 050,3	0,9
2008	382.000	48 852,5	0,8
2009	545.000	44 297,0	1,2
2010	792.000	52 909,3	1,5
2011	1 500.000	65 951,6	2,3

2012	2 634.000	69 683,9	3,8
2013	2 618.00	74 164,4	3,5
2014	2 713.000	75 234,7	3,6
2015	2 535.000	52 996,8	4,8
2016	2 855.000	37 862,8	7,5
2017	3 214.000	40 867,9	7,9
2018	2 830.000	47 112,9	6,0
2019	2 004.100	48 174,2	4,1

Kaynak: <https://data.worldbank.org/indicator/>, <https://stat.gov.az>

Tablodan da anlaşılacağı gibi.” “Bu payların 1995 yılında %3,6 olduğu, 2003 yılında %1 olduğu, 2011 yılında %2,3 olduğu ve 2019 yılında ise %4,1 olduğu görülmektedir. 1995-2019 yılları arasında bu payların en düşük olduğu yıl ise 2005`dir. Bu yıldaki yüzde değişim %0.7 olmuştur.Bu yıllardaki payın en yüksek olduğu yıllar ise 2016 ve 2017`dir. Turizm sektöründen elde edilen gelirlerinin GSYH içindeki payı 2016 yılında %7,5, 2017 yılında ise %7,9`dur”. Bu yıllarda faiz oranlarının yüksek olmasının temel nedenleri, 2016 yılında İslam Oyunlarının ve 2017 yılında Formula 1`in Azerbaycan`da düzenlenmesi ve tüm bunların turizm gelirlerinde önemli bir artışla sonuçlanmasıdır. 2018 yılında faiz oranlarının %6`ya kadar düşmesinin temel nedeni, Guntut operasyonu ile bağlantılı olarak Azerbaycan ile Ermenistan arasındaki askeri çatışmadır. 2019 yılında Azerbaycan`ın turizm gelirlerinin GSYİH içindeki payı %4,1`dir.

2.4.4 Azerbaycanda Turizm Gelirlerinin İhracata Oranı

Modern zamanlarda turizm birçok ülke için bir gelir kaynağı olarak gelişmektedir, devlet bütçesinin oluşumunda önemli bir rol oynamaktadır ve turizmden elde edilen döviz mal ihracatına göre daha kolay bir yol olarak kabul edilmektedir. Aynı zamanda turizm faaliyetlerinden elde edilen gelir görünmez bir ihracat olarak da kabul edilmektedir. Tablo 2.13`de 1995-2019 yılları arasında Azerbaycan`ın turizm gelirlerinin ihracata oranı gösterilmektedir.

Tablo 2.13.
Azerbaycan`ın Turizm Gelirlerinin İhracata Oranı(1995-2019)

Yıllar	Turizm Geliri (Milyon \$)	İhracat (Milyon \$)	Turizm Gelirinin İhracata Oranı(%)
1995	87.000	637,2	13,6
1996	57.000	631,3	9,0

1997	176.000	781,3	22,5
1998	143.000	606,1	23,6
1999	93.000	929,7	10,0
2000	68.000	1 745,2	3,9
2001	57.000	2 314,2	2,5
2002	63.000	2 167,4	2,9
2003	70.000	2 590,4	2,7
2004	79.000	3 615,5	2,2
2005	100.000	4 347,2	2,3
2006	201.000	6 372,2	3,1
2007	317.000	6 058,2	5,2
2008	382.000	47 756,0	0,8
2009	545.000	14 701,4	3,7
2010	792.000	21 360,2	3,7
2011	1 500.000	26 570,9	5,6
2012	2 634.000	23 908,0	11,0
2013	2 618.000	23 975,4	10,9
2014	2 713.000	21 828,6	12,4
2015	2 535.000	12 729,1	19,9
2016	2 855.000	13 457,6	21,2
2017	3 214.000	15 320,0	20,9
2018	2 830.000	19 489,1	14,5
2019	2 004.100	19 635,6	10,2

Kaynak: <https://data.worldbank.org/indicator/>, <https://stat.gov.az>

Azerbaycan'ın turizm gelirlerinin ihracata oranı 1995 yılında %13,6, 2003 yılında %2,7, 2011 yılında %5,6 ve 2019 yılında %10,2 olmuştur. 1995 ve 1999 yıllarında turizm gelirlerinin ihracattaki en yüksek payı 1998 yılında olmuştur. 1999-2019 yılları arasında turizm gelirlerinin ihracattaki en yüksek payı 2016 yılında olmuştur. Azerbaycan'ın 1998 yılında turizm geliri 143 milyon dolar iken, Azerbaycan'ın ihracat geliri 606.1 milyon dolar olmuştur ve 1998 yılında turizm gelirlerinin ihracata oranı %23,6 olmuştur. 2016 yılında ise turizm gelirlerinin ihracata oranı %21,2 olmuştur. 1995-2019 yılları arasında 2008 yılı turizm gelirlerinin ihracatta en düşük paya sahip olduğu yıl olmuştur. 2008 yılında turizm gelirlerinin ihracata oranı %0,8 olmuştur. Bunun temel nedeni, 2008-2009 yıllarında küresel finans ve para piyasası krizinin ve ekonomik krizin Azerbaycan'a etkisidir.

Tablodan da görülebileceği gibi, ihracat kazançları yıllar içinde artan bir seyir göstermiştir. 2015 yılında ise ihracat gelirlerinde düşüş yaşandı. İhracat gelirlerinde meydana gelen bu düşüşün temel nedeni ise ülkede yaşanan devalüasyondur. “Aynı

zamanda Tablo 2.13 incelendiğinde de görülmektedir ki, Azerbaycan'ın turizm sektöründen kazandığı gelirlerdeki artım, ülkenin ihracatdan elde ettiği gelirlerden daha azdır”.

2.4.5 Azerbaycanda Turizm Giderlerinin İthalata Oranı

Turizmin ekonomideki rolünü belirlemek için maliyet göstergelerini kullanmak gerekir. “Turizm giderleri, bir ülkede yaşayan vatandaşların veya insan gruplarının bir yılı aşmayan bir süre için yurt dışına seyahatleri sırasında yaptıkları turizm harcamalarının toplamı; yani yiyecek ve içecek, hediyeler, eğlence, sağlık, uluslararası seyahat ödemeleri vb. yönelik harcamalardır. Turizm harcamaları bu nedenle ödemeler dengesine bir ithalat kalemi olarak kaydedilmekte, aynı zamanda turizm harcamaları da ülkeden döviz çıkışı sağlayan bir işlem olarak görülmektedir”. Tablo 2.14`de 1995-2019 yıllarına ait Azerbaycan'ın turizm giderlerinin ithalata oranı gösterilmektedir.

Tablo 2.14.
Azerbaycan'ın Turizm Giderlerinin İthalata Oranı(1995-2019)

Yıllar	Turizm Gideri (Milyon \$)	İthalat (Milyon \$)	Turizm Giderlerinin İthalata Oranı(%)
1995	165.000	667.7	24,7
1996	115.000	960.6	12,0
1997	193.000	794.4	24,3
1998	181.000	1 076.5	16,8
1999	149.000	1 035.9	14,4
2000	138.000	1 172.1	11,8
2001	119.000	1 431.1	8,3
2002	110.000	1 665.5	6,6
2003	120.000	2 626.2	4,6
2004	140.000	3 515.9	4,0
2005	188.000	4 211.2	4,5
2006	256.000	5 266.7	4,9
2007	381.000	5 713.5	6,7
2008	456.000	7 170.0	6,4
2009	488.000	6 123.1	8,0
2010	856.000	6 600.6	13,0
2011	1 778.000	9 756.0	18,2
2012	2 617.000	9 652.9	27,1
2013	3 032.000	10 712.5	28,3

2014	3 163.000	9 187.7	34,4
2015	2 743.000	9 216.7	29,8
2016	2 593.000	8 489.1	30,5
2017	2 803.000	8 783.3	31,9
2018	2 453.000	11 465.9	21,4
2019	1 839.000	13 667.2	13,4

Kaynak: <https://data.worldbank.org/indicator/>, <https://stat.gov.az>

Azerbaycan'ın turizm giderlerinin ithalata oranı 1995 yılında %24,7, 2003 yılında %4,6, 2011 yılında %18,2 ve 2019 yılında %13,4 olmuştur. 1995-2019 yılları arasında turizm giderlerinin ithalat içindeki payı en yüksek 2017 yılında gerçekleşmiştir. 2017 yılında Azerbaycan'ın turizm giderleri 2.803 milyon dolar iken, ithalatı yaklaşık 8 783,3 milyon dolar olmuştur ve o yıl turizm giderlerinin ihracata oranı %31,9 oldu. 1995-2019 yılları arasında turizm giderlerinin ithalat içindeki payı en düşük 2004 yılında olmuştur. 2004 yılında turizm giderlerinin ithalat içindeki payı %4'tür.

2.5 AZERBAIJAN TURİZM STRATEJİ YOL HARİTASI

"Ulusal ekonomi ve ekonominin kilit sektörleri için stratejik yol haritasının ana yönleri" ve ilgili konuların onaylanması üzerine " Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanının 16 Mart 2016 tarih ve 1897 sayılı emrine göre 8 ana ve 3 yardımcı olmak üzere 11 sektörde Azerbaycan ekonomisinin ayrıntılı gelişimi için planlar geliştirmek üzere bir çalışma grubu oluşturuldu. 2020'ye kadar bir ekonomik kalkınma stratejisi ve eylem planı, 2025'e kadar olan dönem için uzun vadeli bir vizyon ve 2025 sonrası için bir hedef vizyon geliştirmek için gerekli talimatlar verildi.

Ulusal ekonominin kalkınma stratejisinde önceliklerinden biri olarak uzmanlaşmış turizmin belirlenmesi, sadece turizmin gelişmesi için yapılan çalışmaların sürdürülebilirliğine hizmet etmekle kalmayacak, aynı zamanda Azerbaycan Cumhuriyeti'nin çekici bir turizm merkezi olarak lider bir konuma gelmesine izin verecektir, aynı zamanda karşılıklı ilişkilerin etkin kullanımı ve mevcut turizm potansiyeli ile turizm sektörü katılımcıları arasındaki işbirliğinin geliştirilmesine ve Azerbaycan'da turizm hizmetlerinin kalitesinin artmasına yol

açacaktır.Stratejik Yol Haritası öngörülen zaman dilimleri içinde turizm sektörünün gelişimini desteklemek, uluslararası ve yerel pazarlarda kaliteli ve rekabetçi turizm hizmetleri sunmak, ulusal değerlere uygun bir turizm deneyimi oluşturmak, modern fikir ve yeniliklere dayalı yeni yatırım projelerini çekmek ve turizmin gelişmesi ile ilgili kurumların karşılıklı koordinasyonunu sağlamak gibi önlemleri içerir.

2.5.1 2020`ye Kadar Stratejik Vizyon

2020 için stratejik vizyon, Bakü'yü önemli bir turizm destinasyonu haline getirmek, ülkenin turizm potansiyelini gerçekleştirmek, turizm endüstrisinin gelişimi için elverişli bir ortam ve altyapı oluşturmak ve turist memnuniyetini artırmaktır.

2020`ye Kadar Stratejik Vizyonun yorumu şu şekildedir:

- Bakü'nün mevcut kültürel ve tarihi anıtlarının ve modern altyapısının 2020 yılına kadar daha verimli kullanılması.
- Bu konudaki propaganda faaliyetlerini daha amaçlı organize etmek için kentin markalaşma ve pazarlama yönetim mekanizmasının iyileştirilmesi.
- Farklı segmentlerden turistlerin menfaatlerini karşılamak ve ülkeye girişlerini kolaylaştırmak için vize verme prosedürlerinin kolaylaştırılması ve hızlandırılması.
- Hava taşımacılığı bağlantılarının iyileştirilmesi gibi önlemlerin uygulanması yoluyla ülkede uygun bir ortamın yaratılması.
- Bölgesel turizmin gelişmesi için bölgelerde çeşitli turizm türlerinin gelişmesi ve bunun için gerekli koşulların oluşturulması.
- Turist memnuniyetini artırmak.
- Daha kaliteli bir turizm sistemi oluşturmak için turizm eğitim programlarına yatırım yapmak.
- Turizm sektöründe standardizasyon ve sertifikasyon sisteminin iyileştirilmesi.

2.5.2 2025`e Kadar Olan Dönem İçin Uzun Vadeli Vizyon

2025'e kadarki dönemin uzun vadeli vizyonu, Azerbaycan'ı hem bölgede hem de diğer ülkeler arasında en çekici turizm destinasyonlarından biri haline getirmektir.

2025 yılına kadar Azerbaycan, markalaşma ve pazarlama faaliyetlerinin uygulanmasında, hava ve kara bağlantılarının geliştirilmesinde, altyapının iyileştirilmesinde, turizm merkezlerinin ve faaliyetlerinin genişletilmesinde, turizmde girişimcilik ve mesleki eğitimde büyük başarılar elde etmiş olacak. Bu dönemde turizm alanındaki öncelikler arasında dengeli bir gelişim sağlamak ana hedeftir. Dengeli bir kalkınma yaklaşımı, hem Bakü'nün potansiyelinin gerçekleşmesine ve hem de bölgelerde turizm sektörüne yatırım yapılmasına yol açacaktır. Bu yatırımlar, 2020 yılına kadar bu Stratejik Yol Haritası'nda belirtilen önceliklerin uygulanmasını ve etkisi 2025'e kadar uzun bir dönemi kapsayacak girişimlerin uygulanmasını içerecektir.

Bu, Azerbaycan'da uluslararası turizmin genişletilmesi ve turizm gelirlerinin GSYİH içindeki payının artırılması için koşullar yaratacaktır. Bu doğrultuda hedeflere ulaşmak için öncelikli bölgelerde markalaşma ve pazarlama faaliyetlerini yürütmek üzere Ulusal Turizm Tanıtma Bürosu bünyesinde şehir ofisleri kurulacaktır. Bürolar daha fazla yerli ve yabancı turist çekmeye ve turistlerin Azerbaycan'a ziyaret sıklığını artırmaya yardımcı olacak.

Ayrıca bu ofisler bir turist ve seyahat veri tabanının oluşturulmasını ve yönetilmesini sağlayacaktır. 2025'ten sonra bürolar, Azerbaycan'ı ziyaret eden turistlerle ilgili genel konuların analiz edilmesine ve uygun bir şekilde markalaşma etkinliklerinin düzenlenmesine yardımcı olacak. Bakü'de 2020 yılına kadar belirlenen öncelikler doğrultusunda uygulanacak bilgiye dayalı pazarlama faaliyetleri pilot nitelikte olacak ve 2025 yılına kadar daha da güçlendirilecektir. Ulusal Turizm Teşvik Bürosu, genel talep özelliklerini ve turist segmentlerini belirlemek için, hedef ülke gruplarındaki potansiyel turistler ve Azerbaycan'ı ziyaret eden diğer turistler hakkında araştırma yapacak. Artan turist çıkarlarını analiz ederek, Bakü'nün 2025 yılına kadar belirlenen hedeflere ulaşmak için yeni pazar katılımcıları ve turistler için en iyi turist destinasyonlarından biri olma konumu daha da iyileştirilecektir.

Daha fazla doğrudan yabancı yatırım çekmek için, basitleştirilmiş yasal ve idari süreçlerin yanı sıra ilgili yasal değişikliklerin bir sonucu olarak Azerbaycan'da elverişli bir ortam yaratılacaktır. Turizm dernekleri ile işbirliği çerçevesinde

girişimcilik süreci ele alınacak ve ileride olası tüm engellerin ortadan kaldırılmasına yönelik çalışmalar yapılacaktır.

Kültürel süs eşyaları ve benzersiz eşyaların üretimi ve satışı ile turistik destinasyonların daha iyi tanıtımı yapılacak. Naftalan yağından yapılan kozmetikler, çevre ülkelerden başlayarak Azerbaycan'da sağlık merkezlerini ziyaret eden turistlere hediyeelik eşya olarak satılacak ve diğer ülkelere ihraç edilecek. Aynı zamanda Azerbaycan'ın halı, çay ve bakır ürünleri gibi diğer eşsiz kültürel ürünleri de bu hedef ülkelere ihraç edilecek. Bu, Azerbaycan ekonomisine ek bir gelir kaynağı olmasının yanı sıra, Azerbaycan ürünlerinin yurtdışında tanınması için şartlar oluşturacak ve Azerbaycan turizminin prestijini artıracaktır.

2025 yılına kadar Azerbaycan, bölgedeki en yoğun havalimanlarından birine sahip olacak ve öncelik, büyük Avrupa şehirlerine 49'dan 100'e direkt uçuş sayısını artırmaktır. Hedef pazarlardan daha fazla turist çekmek için kış ve yaz turizm sezonlarında charter uçuş sayısındaki artış dikkate alınacaktır. Düşük maliyetli yolcu uçuşlarına odaklanılarak havalimanlarına yatırımlar da sağlanacak.

2025 yılına kadar, Azerbaycan'da en iyi turizm deneyimini elde etmek için uzun vadeli girişimlerin bir parçası olarak bölgelerde ve Bakü'de gelişmiş turizm altyapısı inşa edilecek. Mevcut düşük bütçeli konaklama tesislerinin çeşitlendirilmesi (örneğin, büyük otel zincirlerinin düşük bütçeli markaları, pansiyonlar) sağlanacak ve böylece mevcut tesislere yönelik artan talebe paralel olarak yeni turizm tesislerinin oluşturulması için koşullar yaratılacaktır.

Turizm sektörü altyapı olarak geliştikçe yerel hizmetlere daha fazla önem verilecektir. Temel ticari faaliyetlerine ek olarak, bazı yerel ticari şirketler, dinlenme ve eğlence tesisleri de dahil olmak üzere çok çeşitli turizm hizmetleri sunan turizm holdingleri olarak oluşturulacak. Sektöre yerel katılımın güçlendirilmesi, bölgesel turizmin büyümesi üzerinde önemli bir etkiye sahip olacak ve Azerbaycan'daki hizmetlerin kalitesine ve rekabet gücüne katkıda bulunacaktır. Bu da, ülkenin seyahat acentelerinin dünya standartlarına ulaşmasına ve özellikle Kafkaslar, Orta Doğu ve Doğu Avrupa'da ülke dışında tanınmasına olanak sağlayacaktır.

Azerbaycan, 2025 yılına kadar sağlık, kış, kültür ve ekoturizm gibi birçok özel turizm türü ile tanınacaktır. Buna ek olarak, dünya çapında milli parkları, turistik yerleri ve dini mekanları tanıtmanın yanı sıra Azerbaycan'ı yabancı ve yerli turistler için tanınmış bir turizm merkezi haline getirmek için çaba gösterilecek. Büyük İpek Yolu ve kuzeyden batıya uzanan diğer kültürel rotalar, Azerbaycan'ın kültürel mirasını yansıtan tarihi köyleri kapsayan popüler bir ekoturizm merkezi olacak.

Azerbaycan, 2025 yılına kadar çeşitli turizm etkinliklerine ev sahipliği yapacak ve yüksek kaliteli kış sporları kompleksleri, özel sağlık turizmi olanakları, eşsiz doğal güzellikleri, parkları ve dini ve kırsal turizm alanındaki kültürel mirası ile tanınacaktır. Kültürün birçok farklı ve etnik bileşeninin korunduğu Azerbaycan köyleri, modern dünyanın etkisinin ötesinde geleneksel mirası görmek isteyen turistler için ana cazibe merkezi olacak. Aynı zamanda dini yerler Azerbaycan'daki potansiyel turizm üssünü kullanmaya teşvik edilecek.

2.5.3 2025 Sonrası Dönem İçin Hedef İncelemesi

2025 sonrası dönemin hedefi, Azerbaycan'ı dünyanın en popüler 20 turistik destinasyonundan biri haline getirmektir ve mevcut olan turizm kaynaklarının verimli kullanımını en üst düzeye çıkarmaktır.

Azerbaycan'da hedeflenen markalaşma önlemlerinin uygulanmasının yanı sıra, bağların artırılması, altyapının iyileştirilmesi, cazip turistik yerlerin çeşitliliğinin ve hizmet kalitesinin artırılması, ülkenin uluslararası turizm için çekici bir turizm merkezi olma niyetinin gerçekleşmesi için koşullar yaratacaktır. Böylelikle Azerbaycan, dünyanın her yerinden potansiyel turistleri çekebilecek ve onlar için eşsiz seyahat fırsatları yaratabilecek.

Özellikle Azerbaycan'ın dünya turizm sektöründe en çok tercih edilen 20 turistik destinasyondan biri olma niyeti, 2025 sonrası dönem için perspektifin ayrılmaz bir parçasıdır. Bu amaçla, yüksek hedefli ve iyi düzenlenmiş pazarlama faaliyetleri, popüler çevrimiçi platformların yanı sıra büyük talep olan şehir ve ülkelerde başlatılacaktır. Bu tür etkinlikler farklı konulara ayrılacak ve oldukça bilgilendirici olacaktır.

Ek olarak, Avrupa ve Asya'nın kesişme noktasında yer almakta olan Azerbaycan'ın coğrafi potansiyeli, onu dünyanın en bağlantılı ülkelerinden biri haline getirebilir. Lojistik altyapısının bu avantajı, Azerbaycan'ı uzun vadede gezginler için bölgesel bir merkez haline getirmek için kullanılacaktır. Böylelikle hedef, liberalleştirilmiş ve rekabetçi havacılık sektörü sayesinde 8 milyondan fazla yolcuyu ağırlayabilecek doğal bir uçuş bölgesine dönüştürmektir. Bu, Haydar Aliyev Uluslararası Havaalanı'ndan geçen yolcu trafiğini neredeyse dört kat artıracak ve Bakü'yi hem iş, hem de tatil amaçlı turistler için bir transit durağa dönüştürecektir. Azerbaycan üzerinden seyahat eden yolcu sayısındaki bu artış, ülkeyi ziyaret eden turist sayısında da doğal bir artışa neden olacaktır. Bu eğilim, yerel işletmeleri küresel şirketlere daha açık hale getirdiği için Azerbaycan'ın diğer sektörlerde (örneğin sağlık ve eğitim) gelecekteki ağını da destekleyecektir.

Azerbaycan, hava taşımacılığına ek olarak, uzun vadede ülkede hızlı tren ve karayolu ağı geliştirmeye başlayacak. Yabancı turistlerin ilgisini çekmek için İran gibi komşu ülkelerle demiryolu bağlantıları güçlendirilecek, turistlerin ülke içinde sorunsuz hareket etmesini sağlamak için demiryolu ve karayolu ağı ile metro sistemi iyileştirilecektir. Böylece ülkeye gelen turistler sadece asıl varış noktalarında kalmakla kalmayacak, aynı zamanda farklı şehirlere veya özel olarak tasarlanmış seyahat rotalarına da seyahat edebilecekler.

Ülkeye gelen ek turist akını dikkate alınarak Azerbaycan'ın konut ve hizmet altyapısı farklı turist kesimlerinden gelen talebi karşılayacak şekilde güçlendirilecektir. Bunun bir parçası olarak Azerbaycan, düşük bütçeli hostellerden, oda ve kahvaltı sunan konaklama tesislerinden lüks otel ve tatil köylerine kadar çok çeşitli konaklama seçeneklerine sahip olacak. Azerbaycan'da turistlere düşük bütçeli konaklama imkânı sunmak için Turizm Konseyi'nin analiz ve araştırmasıyla oluşturulan turizm davranış haritası esas alınarak otel konaklama imkanı sağlanacaktır.

Hazar Denizi aynı zamanda ülkenin turizm sektörünü canlandırma potansiyeline sahiptir. Bu kapsamda, turistlerin çekiciliğini artırmak amacıyla, uluslararası uygulamada olduğu gibi plajlara mavi bayrak kazandırmaya yönelik çalışmalar

yaygınlaştırılarak Hazar Denizi'nin bölgenin en çok tercih edilen yaz turizm merkezi haline getirilmesi için çalışmalar yapılacaktır. Bu, Hazar Denizi'nin temizlenmesini ve yakındaki tesisler için düzenlenmiş atık arıtma tesislerinin kurulmasını içerir. Ayrıca Bakü, komşu ülkelere turistlerin geçici durağı olarak Hazar Denizi'nde bir günlük veya daha uzun gezilerle kruvaziyer turları düzenlemede önemli bir rol oynayacak.

Doğal güzellikler, kültürel miras ve yaz rekreasyon alanları için geleneksel turizm anlayışına ek olarak, Azerbaycan'ın rekreasyon ve spor turizmi alanında tanıtılması için pratik adımlar atılacaktır. Böylelikle, büyük çaplı etkinlikler sonucunda artan organizasyon imkânları, daha fazla müzik festivaline, uluslararası kültürel etkinliklere ve spor yarışmalarına ev sahipliği yapmasına olanak sağlayacaktır. Turistlerin kaliteli eğlence mekanlarına çekilmesini sağlamak için alışveriş merkezleri, restoranlar, eğlence parkları ve merkezleri gibi çeşitli indirimli alternatifler sunulacak.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AZERBAIJAN TURİZM POTANSİYELİNİN SWOT ANALİZİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1 AZERBAIJANIN ÇEŞİTLİ TURİZM TÜRLERİ İÇİN POTANSİYELİ

Azerbaycan hükümeti, ekonominin petrol dışı sektörü için ulusal turizmin gelişmesini bir öncelik olarak ilan etti. Azerbaycan, doğal, kültürel, ulusal, etnografik kaynakların çok eşsiz bir birlesmesine sahiptir. Bu alanda yapılan çalışmalar sonucunda turizmin son yıllarda ülkede kalkınmanın önceliklerinden biri haline geldiği söylenebilir. Turizmin ülke ekonomisinin önemli bir parçası haline gelmesi, bölgelerin altyapısal gelişimini de sağlamaktadır.

Kültür turizmi: Kültür turizmi, şehirlerdeki yerel halkın yaşam tarzını ve ulusal değerlerini yansıtan tarihi yerlere, rezervlere, tiyatrolara, anıtlara, müzelere, eski ve yeni mimari örneklerle, festival ve bayramlara ziyaretleri içeren bir turizm türüdür. Bilindiği üzere ülkeye kültür turizmi amacıyla gelenler, paralarının çoğunu sıradan turistlere göre hizmetlere harcamaktadır. Bu tür turizm zaten tüm dünyada oldukça popülerdir. Bakü'deki sanat galerileri, ulusal müzik - muğam, gelişmiş dünya caz müziği, ulusal ve yabancı danslar, lezzetli bir tada sahip zengin mutfak, tüm farklı dini ve laik görüşlere hoşgörülü yaklaşım, ülkenin kültür turizmi potansiyeline örnek olarak gösterilebilir.

Tarihi rotalar kültür turizminin bir parçası olarak çeşitli alanları da kapsamaktadır. Turistlerin zevkine uygun ek özellikler dikkate alınarak tarihi ve kültürel turizm rotaları dünyada daha iyi kabul görmektedir ve bu nedenle Azerbaycan Cumhuriyeti için potansiyel bir turizm ürünü olarak düşünülebilir.

Sağlık turizmi: Azerbaycan'da hem geleneksel hem de modern tedavi seçenekleri var. Ülkede binlerce sıcak ve maden suyu kaynağı vardır ve İstisu, Turshsu, Badamli, Galaalti, Shikhiburnu, Surakhani en bilinen şifalı su kaynaklarıdır. Naftalan yağı ayrıca Azerbaycan'ın en önemli çare kaynaklarından biridir. Naftalin yağı, rüzgar hastalığı, damar ve kas-iskelet sistemi rahatsızlıklarının yanı sıra

metabolik bozukluklar, deri ve jinekolojik hastalıkların tedavisinde kullanılmaktadır. Aynı zamanda Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti, eşsiz tuz dağı ile çok ünlüdür.

Dağ ve kış turizmi: Dağ ve kış turizmi Azerbaycan'da gelecek vaat eden alanlardan biridir. Bu nedenle Azerbaycan Cumhuriyeti'nin dağlık bölgelerinde turizmi kullanma fırsatları vardır. Bu alanlar, doğayı seven, kuşları ve vahşi hayvanları gözlemleyen, fiziksel aktivite ve heyecan verici sporlardan hoşlananlar da dahil olmak üzere özel turist gruplarını cezbetmektedir. Ülkede dağ ve kış turizmini geliştirmek için atılan amaca yönelik adımlar neticesinde dağların yamaçları turizm destinasyonu olarak gelişmiştir. Böylelikle günümüzde "Şahdağ" Turizm Merkezi ve "Tufandağ" Kış-Yaz Turizm Rekresyon Kompleksi gibi rekreasyon alanları popüler rekreasyon merkezleri haline gelmiştir.

Spor turizmi: Genel olarak, sporun Azerbaycan'da en hızlı büyüyen alanlardan biri olduğu unutulmamalıdır. Son yıllarda, spor altyapısının geliştirilmesine büyük meblağlar yatırıldı. Böylece Baku, Masalli, Şekhi, Guba, Gazakh, Gence, Naxçıvan, Barda, Lenkaran, Zagatala, Şamaxı, Agdam, Bilasuvar, Oguz, Şamkir, Kurdamir, Sabrabad ve diğer şehir, bölgelerde olimpiyat komplekslerinin veya merkezlerinin devreye alınması, ayrıca sahada çeşitli spor sahaları ve kurumlarının kurulması, ülkedeki ilgili spor dallarında prestijli spor müsabakaları (Avrupa ve dünya şampiyonaları) düzenlemeye imkan vermektedir. Örneğin güreş, jimnastik, boks, voleybol vb. uluslararası yarışmalar.

İş turizmi: İş turizmi, ülkede en yaygın turizm türlerinden biridir. Şu anda, bu tür turizmi geliştirmek için ülkede giderek daha fazla mevcut otellerin imkanları kullanılıyor. Ancak, ülkenin farklı şehirlerinde bulunan kongre ve kültür merkezleri bu tür etkinliklerin düzenlenmesi için yaygın olarak kullanılabilir.

Sahil turizmi: Bu turizm sektörünün gelişmesini sağlamak için, gelecekte sahil alanlarındaki hizmet altyapısının (su havzaları, havuzlar vb.) ilgili standartlara göre ayarlanması ve ek hizmetlerin artırılması gereklidir (örneğin eğlence merkezleri, konumlar). Aynı zamanda ülkede bu tür turizmin en ciddi eksikliği turizm sezonunun kısa olmasıdır.

Ekolojik turizm: Azerbaycan, zengin flora ve faunasıyla büyük bir ekoturizm potansiyeline sahiptir. Yarı çöl ve kurak bozkır iklimlerinden dağ tundra iklimlerine kadar 11 iklim türünden 9'una ev sahipliği yapan Azerbaycan toprakları 4.100'den fazla farklı bitki türüne ev sahipliği yapmaktadır. Azerbaycan'daki bitki çeşitliliği, derin doğa tarihinin izlerini taşıyor. Bu aynı zamanda birkaç floristik bölgenin yoğunlaşmasından ve mevcut doğa koşullarındaki farklılıklardan kaynaklanmaktadır. Aynı zamanda Azerbaycan topraklarının yüzde 10'u meşe, gürgen, kayın, akçaağaç ve dişbudak ağaçları başta olmak üzere dağ ormanları ile kaplıdır. Bu fırsatları kullanarak açık doğaya (dağlar, nehirler, ormanlar) turistik geziler düzenlenebilir.

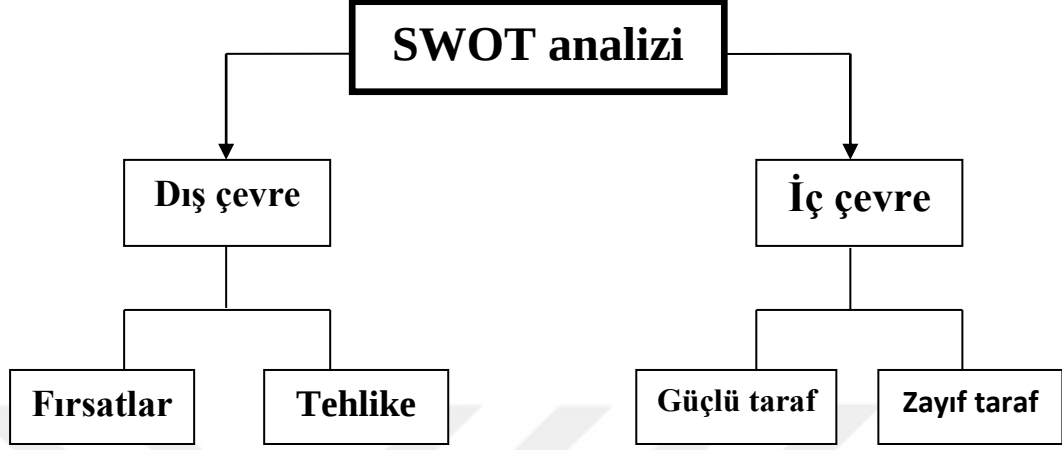
Avcılık turizmi: Azerbaycan'da lisanslı avcılarının birçok orman hayvanını ve yabani kuşları avlamasına izin verilmektedir. Ülkede su kuşlarının sürekli kışladığı yerlere Ağcabadi, Astara, Jalilabad (Kızıl Çiftlik hariç), Beylagan, İmişli (Sarısü ve Bozgobu av çiftlikleri hariç), Lenkaran (Havzevha av çiftliği hariç), Masalli, Bilasuvar (Mahmudchala ve Zavver av çiftlikleri hariç), Ceyranbathan ve Abserhon Yarımadası'nın gölü ve diğer rezervuarları ve aynı zamanda Mingachevir rezervuarı dahildir. Dağcı ve diğer orman hayvanları Guba, İsmayilli ve Şeki bölgelerindeki av çiftliklerinde özel izinlerle avlanabilmektedir.

3.2 SWOT ANALİZİ

Bir bölge veya işletmenin iç ortamının değerlendirilmesi (güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesi), ayrıca dış çevrenin bir bölge veya işletmeye sağladığı fırsat ve tehditlerin belirlenmesi, SWOT analizi yöntemi kullanılarak belirlenir.

SWOT analizi ilk olarak 1960 yılında “Business Policy, Text and Cases” kitabında ortaya çıktı. 1963 yılında Kenneth R. Andrews bu analizle stratejik planlama yaptı ve yüksek sonuçlar elde etti.

SWOT analiz matrisi aşağıdaki gibi tanımlanabilir (Şekil 3.1):



Şekil 3.1. SWOT analizi matrisi

SWOT analizi stratejik yönetimde en etkili araçlardan biridir. Daha geniş anlamda, SWOT analizinin özü, iç ve dış faktörlerin analizi, rekabet gücünün değerlendirilmesidir. SWOT analizinin hedefi herhangi bir ürün, şirket, eğitim kurumu, fabrika, mağaza, ülke vb. ve hatta bir kişi olabilir.

Aşağıdaki SWOT analizi türleri mevcuttur:

- Şirketin (firmanın) veya üretim girişiminin faaliyetlerinin SWOT analizi;
- Hükümet ve kar amacı gütmeyen kuruluşların SWOT analizi;
- Eğitim kurumunun faaliyetlerinin SWOT analizi;
- Belirli bir alanın SWOT analizi (ülke, ekonomik bölge, idari bölge, şehir);
- Hedeflenen yatırım ve yenilik projelerinin yanı sıra iş planlarının geliştirilmesi ve gerekçelendirilmesi üzerine SWOT analizi;
- Belirli bir pazar veya endüstrinin, teknoparkın, sanayi bölgesinin, agroparkın, kiralamanın vb. SWOT analizi;
- Bir marka ürün veya hizmetinin rekabet gücünün SWOT analizi;
- Kişiliğin SWOT analizi.

SWOT analizinin avantajı, herhangi bir bölgenin, firmanın, ürünün (iş, hizmet) konumunu oldukça basit bir biçimde incelemenize izin vermesidir.

SWOT analizi yönteminin sonuçlarını maksimum verimle kullanmak ve hatalardan kaçınmak için aşağıdaki kurallara uyulmalıdır:

- SWOT analizi yönteminin kapsamı açıkça tanımlanmalıdır;
- SWOT analizi yönteminin unsurları - güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler - arasındaki farkları açıkça belirlemek gerekir. Güçlü ve zayıf yönler içsel faktörlerdir, yani onları yönetme fırsatı vardır. Fırsatlar ve tehditler dış çevrenin bir parçasıdır ve yeterince yanıtlanması gereken faktörler grubuna aittir;
- Güçlü ve zayıf yönler önem derecesine göre sıralanmalıdır;
- Yöntemi oluşturan unsurların değerlendirilmesi yapılırken objektifliği sağlamak için tek bir kaynaktan değil, farklı kanallardan gelen veriler kullanılmalı ve doğruluğu netleştirilmelidir.
- Analizin sonuçları mümkün olduğunca doğru ve özlü olmalıdır.

Swot analizi sonucunda, bir bölgenin veya şirketin, organizasyonun güçlü ve zayıf yönlerini, fırsatlarını ve tehditlerini belirledikten sonra, aralarındaki bağlantı kurma aşaması gerçekleşmelidir. Bu bağlantıları kurmak için bir SWOT matrisi derlenmelidir.

SWOT analizinin faydaları, her şeyden önce, bir organizasyonun veya bölgenin mevcut durumunu belirlemeye izin verir. Bu kapsamda bir organizasyonun veya bölgenin karşı karşıya olduğu güçlü ve zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleri belirlemeye yönelik çalışmalar yapılmaktadır. Bu anlamda SWOT analizi, aynı zamanda "Mevcut Durumun Analizi"dir. SWOT analizi aynı zamanda bir organizasyonun veya bölgenin gelecekteki durumunu tahmin etmek için kullanılan bir analizi yöntemidir. Böylece, SWOT analizi aynı zamanda 1 "Gelecek Durum Analizi"dir. İşletmeler, organizasyonlar veya bölgeler, gerekli önlemleri alarak ve SWOT analizi sonucunda ortaya çıkan sorunları dikkate alarak operasyonlarının verimliliğini, başarısını ve büyümesini artırabilir.

3.3 LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Turizm sektörü ile ilgili çok sayıda yapılan SWOT analizi araştırmaları üzerine literatür taraması yapılmış ve sonuçlar aşağıda özetlenmiştir.

Mirzayev (2016), Azerbaycan'da turizm potansiyelinin etkinliğini artırmaya yönelik araştırmasında SWOT analizini kullanmıştır. Çalışmanın sonuçlarına dayanarak, Azerbaycan'da turizm sektörünün rekabet gücünü artırmak ve onu ekonominin önde gelen sektörlerinden biri haline getirmek için verimliliği artırmaya yönelik üç alanı yansıtan kavramsal öneriler geliştirilmiştir. Bu teklif grubu şunları içerir: Yönetim ve organizasyon odaklı rasyonalizasyon önerileri, Ekonomik verimliliği artırmak için yapılacak çalışmalar, Azerbaycan turizm sektöründe pazarlama organizasyonunu ve tanıtımını artırmak için yapılacak çalışmalar.

Rustamova (2016), Azerbaycan'da kış turizminin yeri ve önemini ve gelişme eğilimlerini araştırmak için bir SWOT analizi yapmıştır. Azerbaycan'da kış turizminin kış sporları için uygun alanların bulunması, iç turizmin canlılığı, yılbaşında, tatiller ve kutlamalarda kayak merkezlerinin popüleritesi gibi güçlü yönleri olduğu tespit edildi. Şahdağ kış ve yaz turizm kompleksi Azerbaycan'da özellikle popüler bir örnektir. Zayıf yön olarak dezavantajı ise kış turizm kompleks merkezlerindeki hizmetlerin maliyetinin yüksek olmasıdır. Bunun nedeni, otellerin ağırlıklı olarak dört ve beş yıldızlı olmak üzere daha pahalı hizmetler sunmasıdır.

Efendiyeva (2016), Gakh bölgesinde turizmin gelişme potansiyelinin incelenmesi ve Gakh'ın sağlık turizmi açısından fırsatları, üstünlükleri, tehditleri ve zayıf yönlerinin araştırılmasında; Gakh'ın özellikle doğa ve termal turizmi gibi sağlık turizmi açısından önemli perspektivlere sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Güçlü yönler olarak, Gakh bölgesindeki bol maden suyu kaynaklarının mevcudiyeti, bölgedeki iklim ve balneolojik tatil bölgeleri, gastronomi turizmi ve macera turizmi için potansiyeli, 2'si dünya, 18'i ulusal, 48'i yerel olmak üzere 68 tarihi eserin varlığı belirtilmiştir. Zayıf yön olarak ise otellerin ağırlıklı olarak dört ve beş yıldızlı olmasıdır. Yüksek talep gören otellerin yanı sıra ekonomi sınıfından turistler için 1, 2 ve 3 yıldızlı otellerin açılması karlılığın artmasına yardımcı olabilir. Gelişmiş ülkeler daha fazla turist çekmek için bu deneyimden yararlanmaktadır. Azerbaycan'da

girişimciler daha çok beř yıldıızlı otel ama eğilimindedir. Ancak Eurovision 2012 ve Avrupa Oyunları sırasında dūřuk yıldıızlı otellere ne kadar talep olduğu ortaya ıktı.

Rizvanli (2016), Azerbaycan'da iş turizminin gelişimi üzerine bir SWOT analizi yapmıştır. Çalışmanın sonucunda, ekonomik açıdan Azerbaycan'ın iş turizminden daha fazla kazandığı ortaya ıktı. Bunu kanıtlamak için Azerbaycan rneğinde Azerbaycan'ın turizm gelirleri ile Gürcistan'ın turizm gelirleri karşılaştırılmıştır. Dünya Bankası'nın verilerine göre 2013 yılında Gürcistan 5.392.000 yabancı turist alırken, Azerbaycan 2.130.000 yabancı turist ağırlamıştır. Ancak turizm gelirlerine bakıldığında o yıl Gürcistan 1.916.000.000 dolar, Azerbaycan ise 2.618.000.000 dolar kazandı. Bu rakamlara dayanarak, her turistin ortalama olarak Gürcistan'da 355,3 dolar ve Azerbaycan'da 1.229 dolar harcadığını görüyoruz.

Piroglanov (2017), Guba-Khachmaz bölgesinin ekoturizm ve kültür turizm potansiyelini belirlemek amacıyla SWOT analizi yapmışdır. Analiz sonucunda elde edilen bulgulardan hareketle Guba-Khachmaz bölgesinin yaylaları, dağlık alanları, ormanları, suları, nehirleri, temiz atmosferi, farklı iklimi ekoturizme uygun alanları barındırdığı söylenebilmektedir. Özellikle Guba-Khachmaz bölgesinin kültür turizmi potansiyeli dikkat çekiyor. Çünkü Guba-Khachmaz turizm bölgesi Azerbaycan'da hem iç hem de dış turizmin gelişmesinde önemlidir. Doğal ve tarihi anıtlar, farklı halkların yaşam ve gelenekleri, Guba-Khachmaz bölgesindeki tarihi ve kültürel turizm kaynaklarına bağlanabilir.

Gurbanov (2018), Bakü'y SWOT analizi ile turizm açısından değerlendirmiştir. Zengin kültürel ve tarihi anıtların bolluğu, UNESCO dünya mirasına dahil olan abidelerin varlığı, gizemli sanat eserleri, tarihi binaların, yapıların, yerel mutfağın benzersizliği, şehrin eşsiz geleneği, şehrin güçlü yönleri olduğunu, niteliksel personel sorunları, kültür turizmi bilincinin yeterince gelişmemesi, altyapı ve hizmet kalitesinin ihtiyaçlarının karşılanamaması, yerel halkın kültürel kaynaklar konusunda yetersiz bilgi ve bilinçlendirilmesi, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin eksikliği kentin zayıf noktaları olarak belirlenmiştir. Ayrıca şehrin artmakta olan marka otel sayıları ve alternatif turizm esitleri için potansiyel ve perspektivinin

yüksek olması şehrin turizminin en büyük fırsatı olarak belirlenmiştir, şehrin turistik olarak imajının zayıf olması ise Bakü turizm sektörünün en büyük tehdidi olarak belirlenmiştir.

Orujova (2018), Bakü'deki yeni binaların turizm gelişimi ve markalaşma üzerindeki etkisi üzerine bir SWOT analizi yaptı. Araştırmalar sonucunda Bakü'nün sembolünün bir zamanlar Kız Kulesi olduğu ancak son zamanlarda yerini modern mimarinin incilerinden biri olan Ateş Kuleleri'ne bıraktığı anlaşıldı. Araştırma sonucunda Bakü'deki yeni binaların şehrin markalaşmasına olumlu yönde etki ettiği belirlendi.

Seyidzade (2018), Bakü şehri sınırları içinde bulunan İcheri Sheher örneğinde turizm destinasyonunun markalaşması üzerine üstünlükleri, zayıflıkları, fırsatlar ve tehditleri tespit etmek amacıyla SWOT analizi yapmıştır. İcheri Sheher'in güçlü yönleri olmasına rağmen, İcheri Sheher turizminin gelişimi için çok önemli olan zayıf yönleri olduğu sonucuna varılmıştır. Bunlardan en önemlisi, İçer Şehir'de bulunan bir takım kapalı binaların hazır hale getirilerek turistler tarafından kullanıma açılmasıdır. Halihazırda İçerişehir'de turistlerin ziyaret edebileceği çok az yer bulunmakta ve bir marka olabilmek için İçeriye'yi markalaştıracak faktörlerin tespit edilmesi veya ilgili otoriteler tarafından önemli standartların geliştirilmesi gerekmektedir.

3.4 AZERBAIJAN TURİZM POTANSİYELİNİN SWOT ANALİZİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ

3.4.1 Uygulamanın Amacı ve Önemi

Ekonominin sürdürülebilir kalkınma politikasına katkısı açısından Azerbaycan'ın turizm potansiyelini belirlemek amacıyla yapılan bu çalışma, ülke turizminin önemini ortaya koyması açısından önemlidir. Bu amaçla, ülkenin mevcut turizm verilerine dayanarak, ülkenin SWOT analizi ve turizm yapısı, ülkenin turizm açısından güçlü ve zayıf yönlerini ortaya çıkarmıştır. Azerbaycan'ın SWOT matrisi,

ülkenin mevcut turizm potansiyelini ve gelecekteki tehditleri veya tehlikeleri, ayrıca üstesinden gelinebilecek ve ülkenin kalkınmasını hızlandırabilecek güçlü yönleri ve fırsatları belirlemek için tasarlanmıştır.

3.4.2 Yöntem

İlk adım olarak, çalışmada Azerbaycan'da ve uluslararası alanda turizmin ekonomiye etkisi, turizm ve ekonomi ilişkisi, turizmin ekonomideki yeri ve önemi, SWOT Analizi konularında "Literatür Tarama Yöntemi" kullanılarak literatür taraması yapılmıştır. Araştırmanın diğer aşamasında ülke hakkında yayımlanmış kitaplar, dergiler, makaleler, raporlar incelenmiş ve Azerbaycan ile ilgili istatistiki bilgiler elde edilmiştir.

Çalışmanın metodolojik temeli yerli ve yabancı bilim adamlarının bu alanda yaptıkları araştırmaların sonuçlarını, ekonomi teorisini, SWOT analizini, Azerbaycan Cumhuriyeti'nin "Turizm Hakkında" Kanununu, turizm sektörünün gelişimi için kabul edilen devlet programları ve diğer benzer normatif eylemleri, Cumhurbaşkanının ilgili karar ve emirlerini içerir.

Çalışmanın ampirik temeli Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet İstatistik Komitesi, Azerbaycan Cumhuriyeti Kültür Bakanlığı, Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet Turizm Acentesi, Azerbaycan Cumhuriyeti Ekoloji ve Doğal Kaynaklar Bakanlığı, Dünya Seyahet ve Turizm Konseyi, Dünya Ekonomik Forumu, Dünya Bankası, Dünya Turizm Örgütü ve diğer kurumlar, araştırma enstitüleri ve turizm şirketleri de dahil olmak üzere diğer ilgili bilimsel ve pratik kuruluşların istatistiksel ve analitik incelemelerini, raporlar ve bilgileri içermektedir.

Bir sonraki aşamada ise, elde edilen sonuçlar ve ülke turizminin zayıf yönleri, mevcut durum ve gelecekteki tehditler karşılaştırılarak, üstesinden gelinebilecek ve kalkınmayı hızlandırabilecek güçlü yönler ve fırsatlar belirlendi. Son olarak tespitin sonuçları SWOT Matrisine yerleştirildi ve ayrıca SWOT analizi uygulaması ile ülkenin turizm sektörü açısından gelişimine yönelik öneriler not edildi.

3.4.3 Bulgular

SWOT analizi sonucunda Azerbaycan Cumhuriyeti'nde turizmin güçlü yönleri, zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleri aşağıdaki başlıklar altında sıralanmıştır.

3.4.3.1 Azerbaycanda Turizmin Güçlü Yönleri

- Azerbaycan'ın turizm açısından gelişmesi ve son yıllarda daha fazla tanınması;
- Azerbaycan'ın 8 iklim kuşağındaki konumu ve iklim koşullarının çeşitliliği, ülkenin farklı turizm türleri sunmasına olanak sağlar;
- Ülkede medeni-tarihi abidelerin çokluğu;
- Somut olmayan kültürel miras unsurlarının zenginliği;
- UNESCO dünya mirasına dahil olan abidelerin varlığı;
- Konferans salonlarının, otellerin ve diğer ilgili hizmet altyapısının mevcudiyeti;
- Sağlık, termal ve iş turizminin dünya turizm trendlerine uygun olarak geliştirilmesi;
- Turizmin gelişmesi için devlet desteğinin mevcudiyeti;
- Coğrafi konum açısından elverişli konumda yerleşmesi- Asya, Avrupa ve Orta Doğu'ya yakınlık;
- Büyük ölçekli uluslararası etkinliklerin yürütülmesinde deneyim;
- Turizm sektörünün devlet tarafından petrol dışı sektörün geliştirilmesinde öncelikli sektörlerden biri olarak belirlenmesi;

3.4.3.2 Azerbaycanda Turizmin Zayıf Yönleri

- Turizm alanında personelin nitelik ve nicelik olarak yetersiz eğitimi, işgücü piyasasının gereksinimlerini tam olarak karşılamamaktadır;
- Çevre korumadaki eksiklikler- Doğal kaynakların, tarihi ve somut olmayan kültürel mirasın yetersiz korunması.
- Turizm işletmelerinin ağırlıklı olarak Bakü'de yoğunlaşması;
- Ülkenin bölgelerinde turizm bilgi merkezlerinin eksikliği;

- Bölgelere ağırlıklı olarak karayolu ile seyahat imkanı (yetersiz demiryolu ve su altyapısı ve uçuşlar);
- Otellerin ağırlıklı olarak dört ve beş yıldızlı olması ve fiyatların yüksekliği;
- Bölgelerde nispeten az sayıda yabancı dil konuşanın olması;
- Hizmet kalitesi ve altyapı ihtiyaçları yeterince karşılamıyor;
- Ülkenin tanıtımının yetersiz organizasyonu;
- Pazarlama faaliyetlerinin eksikliği ve sunum faaliyetlerinde sosyal medyanın etkisiz kullanımı;
- Ülkeye gelen yabancı vatandaşlar için sınır kontrol noktalarında yüksek hızlı geçişlerin eksik sağlanması;
- Turizm sektörünün analizi için yetersiz istatistiksel veri tabanı;
- Ülkeyi ziyaret eden yabancı turistlerin memnuniyet düzeyini ölçmek için düzenli izleme eksikliği.

3.4.3.3 Azerbaycanda Turizmin Fırsatları

- Personelin profesyonelliğini geliştirmek;
- Bu alanda kalifiye personel yetiştirilmesi;
- Yeni turizm hizmetlerinin yaratılması ve geliştirilmesi;
- Yabancı ve yerli turistler için seyahat olanaklarının daha da kolaylaştırılması;
- Ülkenin Naftalan petrolü ve Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'ndeki Tuz Dağı gibi değerli kaynaklara sahip olması;
- Kafkasya bölgesinde turizm için en uygun ülke olarak kabul edilir;
- Ülkede alternatif turizm için yüksek potansiyel;
- Ülkede önemli spor etkinlikleri için potansiyelin mevcudiyeti;
- Turizm pazarında uzmanlaşmış seyahat organizatörleri ve hava taşımacılığı şirketlerinin sayısındaki artış;
- Birçok ülke ile vize başvurularının kaldırılması;
- Stratejik yol haritasında turizm sektörüne önem verilmesi;
- Turizm sektörüne devlet yardım ve desteğinin artırılması;
- Kamu-özel sektör ortaklıkları yoluyla özel sektörün turizm sektörüne desteği.

3.4.3.4 Azerbaycanda Turizmin Tehditleri

- Ülkenin jeopolitik konumuna bağlı olarak ortaya çıkabilecek dış tehditler;
- Rakip ülkelerin rekabet gücünün geliştirilmesi;
- lkeye hava yolculuğunun pahalı olması;
- Küresel ısınma ve iklim değişikliği;



3.5 AZERBAIJAN TOURISM POTENTIAL'S SWOT MATRİSİ

SWOT (TOWS) MATRİSİ	
GÜÇLÜ YÖNLER S (STRENGTHS)	ZAYIF YÖNLER W (WEAKNESSES)
-Azerbaycan'ın turizm açısından gelişmesi ve son yıllarda daha fazla tanınması; -Azerbaycan'ın 8 iklim kuşağındaki konumu ve iklim koşullarının çeşitliliği, ülkenin farklı turizm türleri sunmasına olanak sağlar; -Ülkede medeni-tarihi abidelerin çokluğu; -Somut olmayan kültürel miras unsurlarının zenginliği; -UNESCO dünya mirasına dahil olan abidelerin varlığı; -Konferans salonlarının, otellerin ve diğer ilgili hizmet altyapısının mevcudiyeti; -Sağlık, termal ve iş turizminin dünya turizm trendlerine uygun olarak geliştirilmesi; -Turizmin gelişmesi için devlet desteğinin mevcudiyeti; -Coğrafi konum açısından elverişli konumda yerleşmesi- Asya, Avrupa ve Orta Doğu'ya yakınlık; -Büyük ölçekli uluslararası etkinliklerin yürütülmesinde deneyim; -Turizm sektörünün devlet tarafından petrol dışı sektörün geliştirilmesinde öncelikli sektörlerden biri olarak belirlenmesi;	-Turizm alanında personelin nitelik ve nicelik olarak yetersiz eğitimi, işgücü piyasasının gereksinimlerini tam olarak karşılamamaktadır; -Çevre korumadaki eksiklikler- Doğal kaynakların, tarihi ve somut olmayan kültürel mirasın yetersiz korunması. -Turizm işletmelerinin ağırlıklı olarak Bakü'de yoğunlaşması; -Ülkenin bölgelerinde turizm bilgi merkezlerinin eksikliği; -Bölgelere ağırlıklı olarak karayolu ile seyahat imkanı (yetersiz demiryolu ve su altyapısı ve uçuşlar); -Otellerin ağırlıklı olarak dört ve beş yıldızlı olması ve fiyatların yüksekliği -Bölgelerde nispeten az sayıda yabancı dil konuşanın olması; -Hizmet kalitesi ve altyapı ihtiyaçları yeterince karşılamıyor; -Ülkenin tanıtımının yetersiz organizasyonu; -Pazarlama faaliyetlerinin eksikliği ve sunum faaliyetlerinde sosyal medyanın etkisiz kullanımı; -Ülkeye gelen yabancı vatandaşlar için sınır kontrol noktalarında yüksek hızlı geçişlerin eksik sağlanması; -Turizm sektörünün analizi için yetersiz istatistiksel veri tabanı; -Ülkeyi ziyaret eden yabancı turistlerin memnuniyet düzeyini ölçmek için düzenli izleme eksikliği.

FIRSATLAR O (OPPORTUTIES)	TEHDİTLER T (THREATS)
-Personelin profesyonelliğini geliştirmek; -Bu alanda kalifiye personel yetiştirilmesi; -Yeni turizm hizmetlerinin yaratılması ve geliştirilmesi; -Yabancı ve yerli turistler için seyahat olanaklarının daha da kolaylaştırılması; -Ülkenin Naftalan petrolü ve Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'ndeki Tuz Dağı gibi değerli kaynaklara sahip olması; -Kafkasya bölgesinde turizm için en uygun ülke olarak kabul edilir; -Ülkede alternatif turizm için yüksek potansiyel; -Ülkede önemli spor etkinlikleri için potansiyelin mevcudiyeti; -Turizm pazarında uzmanlaşmış seyahat organizatörleri ve hava taşımacılığı şirketlerinin sayısındaki artış; -Birçok ülke ile vize başvurularının kaldırılması; -Stratejik yol haritasında turizm sektörüne önem verilmesi; -Turizm sektörüne devlet yardım ve desteğinin artırılması; -Kamu-özel sektör ortaklıkları yoluyla özel sektörün turizm sektörüne desteği.	-Ülkenin jeopolitik konumuna bağlı olarak ortaya çıkabilecek dış tehditler; -Rakip ülkelerin rekabet gücünün geliştirilmesi; -Ülkeye hava yolculuğunun pahalı olması; -Küresel ısınma ve iklim değişikliği;

SONUÇ

Modern ekonomik ortam ve gereksinimleri, turizm sektörünün karlılık ve dolayısıyla ekonomik büyüme ve refah açısından önemli bir alan olarak değerlendirilmesini önemli kılmaktadır. Özellikle yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren bu sektörde hızlı bir canlanma yaşanmıştır. Aynı yüzyılın son on yılında, Dünya Turizm Örgütü, bu alandaki çeşitli faaliyetlerin açıklamalarıyla birlikte sektörün ulusal ekonomi üzerindeki etkisi hakkında bir metodolojik tavsiyeler koleksiyonu yayınladı ve bu durum çoğu ülkenin ekonomik kalkınmalarını sağlamak için bu sektöre daha fazla önem vermesine neden olmuştur. Sonuç olarak, bugün birçok ülke için turizm sektörünün hem GSYİH büyümesinde hem de işsizliğin azaltılmasında yadsınamaz ve önemli bir role sahip olması şaşırtıcı değildir. Küçük alanlara ve egzotik doğaya sahip çoğu ada devleti için bu sektör ekonominin temel dayanağıdır.

Turizm sektörü önde gelen petrol dışı sektörlerden biridir. Azerbaycan'da turizm sektörü de petrol dışı bir sektör olduğundan, devletin kalkınmasını öncelikli hedeflerinden biri olarak belirlediği alanlardan biridir. Bu alanda benimsenen ve uygulanan ilgili devlet programları ve devam etmekte olan ilgili devlet programları da bunu doğrulamaktadır. Unutulmamalıdır ki, bağımsızlık sonrası yıllarda Cumhuriyetin turizm sektörü hem uygun altyapının oluşturulması ve geliştirilmesi hem de bu alandaki çeşitli ilişkilerin düzenlenmesi açısından büyük ve dikkate değer bir gelişme göstermiştir. Buna karşılık, birçok istatistik bunu kanıtlıyor. Ancak bu sektörün gelişmesi ülkenin mevcut potansiyeli dikkate alınarak çok daha üst düzeyde sağlanarak daha rekabetçi hale getirilebilir.

Azerbaycan'ın turizm hizmetleri açısından önemli bir avantaja sahip bir ülke olarak nitelendirilmemesi, öncelikle ülkedeki petrol sektörünün gelişmesinden kaynaklanmaktadır. Ancak son dönemde turizm sektöründeki olumlu eğilimler ve ülkede petrol dışı sektörün artan önemi, bu sektörün gelecekte potansiyelini artıracığı gibi ekonominin de lokomotif sektörlerinden biri haline getirecektir.

Ülke, çoğu turizm türünün gelişimi için geniş fırsatlara sahiptir. Ancak, ülkenin turizm potansiyeli hala yeterince kullanılmamaktadır. Yapılan araştırma,

ülkedeki turizm işletmelerinin sayısının artmasına rağmen sundukları turizm ürün yelpazesinin dünya standartlarının gerisinde kaldığını göstermektedir. Azerbaycan'da dinamik bir sektör olan turizm sektörü, ülke ekonomisine yaptığı çok önemli katkının yanı sıra ekonominin çeşitli sektörlerinde de önemli işlevler görmektedir. Azerbaycan'ın turizm sektörü bölgede gerekli doğal, kültürel ve tarihi kaynaklara ve eğitim, sağlık, kültür ve diğer sosyal alanlarda rekabet avantajına sahip olmasına rağmen, dış turizm gelirleri yetersizdir ve dünya turizm pazarında potansiyelini henüz tam olarak gerçekleştirmemiştir. Tüm bunlardan yola çıkarak araştırma konusunun çok önemli ve güncel konu olduğu gerçeği bir kez daha kendini kanıtlamaktadır. Bu amaçla aşağıdaki önlemlerin alınması önemlidir:

Turizm endüstrisinin gelişimi için stratejik planlama alanında: Hükümetin turizm endüstrisinin gelişimine yönelik kısa ve uzun vadeli planlarını belirlemek ve bu süreçte turizm piyasasına tüm katılımcıların aktif katılımını sağlamak için mantıklı bir politika ve ayrıntılı strateji geliştirilmelidir. Strateji aşağıdaki alanları kapsamalıdır:

- Turizm ürünlerinin kalitesinin çeşitlendirilmesi ve iyileştirilmesi (tüketiciler için çekici ve erişilebilir hale getirmek, böylece ülkenin bir turizm bölgesi olarak rekabet gücünü artırmak);
- Altyapı geliştirme;
- Kurumsal kapasite yaratmak;
- Ulusal düzeyde pazarlama politikasının uygulanmasının yanı sıra uluslararası alanda bir tur-ürün portföyünün oluşturulması ve ülkenin yeni bir imajını oluşturmak için diğer spesifik pazarlama faaliyetleri;
- Turizmle ilgili istatistiksel verilerin toplanması, analizi ve dağıtımı için modern sistemlerin kurulması. Bu bağlamda, turizm yardımcı hesaplarının (Tourism Satellite Accounts) ulusal hesaplar sistemine dahil edilmesi;
- Sektörün potansiyelini tam olarak gerçekleştirmek için rekabet ortamını iyileştirmek;
- Doğal, tarihi ve kültürel mirasa kayıtsızlığı ortadan kaldırmak için bu alanda devlet ve kamu kontrolünün artırılması;

- Azerbaycan'lı ziyaret eden yabancı turistler için ülkenin turizm potansiyeli hakkında haritalar, broşürler, kitapçıklar vb. bu tür haber bültenleri hazırlamak;
- Ülkedeki trafik kurallarını ve yönlerini gösteren işaretlerin sayısını ve bunların uluslararası dillerden birinde düzenlenmesini artırmak;
- Turizm sektörünün çeşitli alanlarında uzmanlaşmayı organize etmek için yeni kurulan Azerbaycan Turizm ve İşletme Üniversitesi'nde profesyonel bir öğretim kadrosu oluşturma önlemlerinin devamı.

Vize ve sınır rejimi alanında: Stratejik bir hedef olarak Azerbaycan, tarihi ve kültürüyle ilgilenenler, ülkeye iş ve eğlence amaçlı gelen yabancılar için erişilebilir bir ülke olması için aşağıdaki politika önlemlerinin uygulanması uygun olabilir:

- Vize alma süresinin kısaltılması ve başvuran potansiyel turistler (ülkeye gelen ziyaretçiler) için vize almak için çeşitli seçeneklerin oluşturulması;
- Başvuruların, belgelerin alınması ve vizelerin gönderilmesinin posta yoluyla uygulama imkanı;
- Hizmet kalitesinin iyileştirilmesi;
- Sınır geçiş süresinin ve gümrük işlemlerinin basitleştirilmesi;
- Azerbaycan'a gelen yabancılar için bürokratik engellerin ve vize sorunlarının basitleştirilmesi açısından, ülkenin sınır kontrol noktalarında yabancı vatandaşlara daha fazla ilgi gösterilmesi.

Lisanslama ve sertifikasyon alanında:

- Turizm şirketlerinin faaliyetlerine ve onunla ilgili hizmetlere zorunlu lisansın uygulanmaması;
- Turizm tesislerinin zorunlu belgelendirilmesinin önlenmesi, sertifikasyon yoluyla hizmetlerinin kategorize edilmesi için bir sistemin geliştirilmesi;
- Belgelendirme ve lisanslama prosedürlerinin tekrarını önlemek;

Bölgesel düzeyde:

- Yabancı turistlerin ülkeye giriş ve çıkış noktalarında ve güzergâhları doğrultusunda kompleks hizmetlerin kurulması için gerekli tedbirlerin alınması;
- Ana ulaşım yolları üzerinde hizmet noktaları oluşturmak için özel işletmelerin teşvik edilmesi;
- Bölgesel düzeyde turizm işletmelerinin olanaklarını genişletmek için yeni kabul edilen devlet programlarında bu yönde daha esnek önlem ve mekanizmalar öngörmek;
- Turistik gezilerin organizasyonunda diğer ulaşım araçlarının kullanımını artırmak için bölgelere özel rotaların düzenlenmesi için bölgesel düzeyde mevcut altyapının potansiyelinin daha verimli kullanılması;
- Bölgesel altyapının uluslararası standartları karşılamasını sağlamak için bu yöndeki çalışmaların daha da hızlandırılması;
- Turistik güzergahlardaki mevcut otoparkların hizmetlerinin iyileştirilmesi;
- Yerli ve yabancı vatandaşların alışverişlerini çağdaş standartlara uygun hale getirmek için bölgelerde plastik (kredi) kartları ile ödeme sisteminin yaygınlaştırılması;
- Bölgelerdeki başlıca uluslararası dillerde daha kolay iletişim sağlamak için genel eğitim okullarındaki yabancı dil öğretmenlerinin seminer ve eğitimlere düzenli katılımı.

Yönetim ve organizasyonel odaklı rasyonalizasyon önerileri:

- Piyasa ekonomisi ilkelerine dayalı olarak piyasa fiyatlarına sınırlı devlet müdahalesi göz önüne alındığında, ülkenin turizm sektöründe fiyatlar üzerinde devletin dolaylı etkisinin oluşturulması amacıyla orta vadede piyasada özel turizm işletmeleri ile rekabet edecek kamu ve belediye mülkiyetindeki turizm işletmelerinin kurulması;
- Bölgelerdeki yabancı ve yerli turistlerin para değişim sürecini kolaylaştırmak için mevcut bankacılık hizmetlerinin genişletilmesi.

Bunlar, bölgelerdeki ATM sayısının artırılmasının yanı sıra online ödeme sistemlerinin yaygınlaşmasını da içerir;

- Bugün ülkeye yabancı turist çekmek için yapılan çalışmalar incelendiğinde, Uzak ve Orta Doğu ülkelerinin nispeten geri planda kaldığı ve ana önceliğin Rusya, Avrupa ve bölgedeki diğer ülkelere verildiği dikkat çekmektedir. Bugün Amerika ve Avrupa seyahatlerinde büyük engellerle karşılaşan Uzak Doğu ülkeleri ve özellikle Ortadoğu ülkelerini hedef pazar olarak tutmanın faydalı olacağını da söyleyebiliriz;
- Hava taşımacılığında bilet fiyatları daha rekabetçi bir düzeye getirilmeli;
- Haydar Aliyev Uluslararası Havalimanı'nda tur otobüslerinin faaliyetleri sağlanmalıdır;
- Ülkede, özellikle bölgelerde iki ve üç yıldızlı, uygun fiyatlar sunan otellerin yanı sıra pansiyonların sayısı arttırılmalı;
- Üniversite yurtlarının durumunun iyileştirilmesi için tamir çalışmaları yapılmalı ve tatil (yaz) aylarında turistlere sunulması ve uygun fiyata hizmet verilmesi için çalışmalar yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

"Turizm hakkında" Azerbaycan Cumhuriyeti Yasası. Bakü: 27 Temmuz 1999.

Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı'nın 28 Haziran 2011 tarih ve 1578 sayılı, "2008-2015 için Azerbaycan Cumhuriyeti'nde Yoksulluğu Azaltma ve Sürdürülebilir Kalkınma Devlet Programı"nın uygulanmasına ilişkin eylem planının onaylanması emri. Bakü: 28 Haziran 2008.

"2002-2005 yılları için Azerbaycan Cumhuriyeti'nde Turizm Geliştirme Devlet Programı". Azerbaycan Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı Mevzuatı Koleksiyonu. Cilt I, Bakü: "Eurasia Press", 2011,s.521.

"Azerbaycan Cumhuriyetinin bölgelerinin sosyo-ekonomik kalkınmasına ilişkin 2004-2008 Devlet Programı"nın onaylanmasına ilişkin 11 Şubat 2004 tarih ve 24 sayılı Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Kararı. Bakü: 11 Şubat 2004.

Azerbaycan Cumhuriyeti'nin bölgelerinin sosyo-ekonomik kalkınmasına ilişkin Devlet Programının 2014-2018 için onaylanmasına ilişkin 27 Şubat 2014 tarihli ve 118 sayılı Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Kararı.

"Azerbaycan 2020: Geleceğin Gelişimi Konsepti Vizyonu". Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı'nın 29 Aralık 2012 tarihli kararı.

"2009-2018 için Azerbaycan Cumhuriyeti'nde Tatil Yerlerinin Geliştirilmesine İlişkin Devlet Programı". "Respublika" gazetesi, Bakü, 7 Şubat 2009.

Azerbaycan Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı. "Sürdürülebilir turizm gelişimi için yerel planlama uzmanları için bir kaynak". Bakü: 2012, s.59.

"Azerbaycan'ın sosyo-ekonomik kalkınma konsepti başarıyla uygulanmaktadır". "Halk" gazetesi, Bakü, 13 Ağustos 2015.

Anar Mirzayev(2016). "Azerbaycan'da Turizm Potansiyeli Kullanımının Etkinliğinin Arttırılması İçin Talimatlar", Azerbaycan Turizm ve İşletme Üniversitesi Dergisi, Bakü.

A.K.Alirzayev (2010). "Turizm ve ekonomi yönetimi", İktisat Üniversite "Yayınevi, Bakü, s.45.

AKIN, Adnan (2018). "Türk Turizminin Makroekonomik Göstergeler Üzerine Etkisi", Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 6(3), s.3-23.

Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet İstatistik Komitesi sitesi, (Çevrimiçi) www.stat.gov.az.

Azerbaycan Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı sitesi, (Çevrimiçi) www.economy.gov.az.

Azerbaycan Cumhuriyeti Ekonomik Reformların Analizi ve İletişim Merkezi, (Çevrimiçi), <https://ereforms.gov.az/az>.

Azerbaycan Hava Yolları sitesi, (Çevrimiçi) <https://www.azal.az/az/about/history>

Azerbaycan Turizm Geliri (1995-2019), (Çevrimiçi) <https://www.ceicdata.com/en/indicator/azerbaijan/tourism-revenue>

Azerbaycan Turizm Geliri, (Çevrimiçi), https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?end=2019&locations=AZ&name_desc=true&start=1995

Azerbaycan Cumhuriyeti Merkez Bankası Makroekonomik İstatistikler, (Çevrimiçi), <https://www.cbar.az/page-41/macroeconomic-indicators>

Azerbaycan Cumhuriyeti Yıllık Turizm İstatistikleri, (Çevrimiçi), https://sta.gov.az/uploads/documents/2019_illik/2019_annual_tourism_statistics_hanbook.pdf

Alexandrova A.Yu. (2002). "Uluslararası Turizm", y.y., s.470.

Bilalov.B, G.Gulaliyev (2015). "Turizmin Temelleri", "STK" Yayınevi, Bakü.

Bilalov B.A (2005). "Turizm İşletmeciliği", "Çevirmen" Yayınevi, Bakü, s.372.

Birzhakov M.B (2006). "Turizme giriş", y.y., s.192 .

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) sitesi, (Çevrimiçi), <https://www.unwto.org/>.

Dünya Ticaret Örgütü (World Trade Organization) sitesi, (Çevrimiçi) <https://www.wto.org/>.

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (World Travel and Tourism Council) sitesi, (Çevrimiçi), <https://www.wttc.org>

Dünya Bankası (World Bank) sitesi, (Çevrimiçi), <http://www.worldbank.org/>

Dolzhenko G.P (2009), “Turizmin temelleri”,y.y, s.310-320.

Durovich A.P (2006). “Turizm organizasyonu”, Minsk, s. 12-14.

Güçlüoğlu, Ümmühan Merve (2017). “Türkiye İstihdam Analizi Ve Bazı Makroekonomik Değişkenlerin İstihdam Üzerindeki Etkisi”, Ankara: Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü.

Günel Rustamova (2016). "Azerbaycan'da Kayak Turizminin Gelişmesinde Trendler", Tourism and hospitality Studies International Journal,Bakü.

Global Business Data Platform (Küresel İş Veri Platformu) sitesi, (Çevrimiçi) www.statista.com

Hand, X. and Fang, B. (1997). Measuring The Size Of Tourism and Its Impact In An Economy. Statistical Journal of The United Nations Economic Commision For Europe, 14(4), pp.357-379.

İlgar, H. ve Nigar E. (2007). “Turizmin temelleri”, “Azerbaycan Devlet Kültür ve Sanat Üniversitesi” Yayınevi, Bakü, s.380-381.

İsrail.İ., Sanan. A ve Fuat. C. (2002). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Azerbaycan Gerçeği ve Turizm Sektöründe Uygulama Olanakları", ATMU Bilimsel Makaleler Koleksiyonu, s.139-145.

Kasumov R.M.(2012)."Uluslararası Turizm Pazarı", Monograf "İktisat Üniversitesi" Yayınevi, Bakü, s.270.

Kvartalnoe V.A. (2003). "Turizm teorisi ve pratiği", y.y, s.192.

Kabuskin N.I (2005). " Turizm İşletmeciliği", Minsk, s.409 .

Kuskov A.S., Golubeva V.L., Odintsova T.N. (2005). "Eğlence coğrafyası. Eğitim ve metodoloji kompleksi.", "MPS'I" Yayınevi, Flint, s.388-496 .

Kuskov A.S. (2010). "Turizmin temelleri". Ders kitabı, " KNORUS" Yayınevi, s.400.

Mammadov Cabir.A., Rahimov Sabir.H. (2000). "Turizm ve İlgili Alanlarda Kullanılan Terim ve Kavramların Açıklayıcı Sözlüğü","Hukuk" Yayınevi,Bakü, s.272 .

Mammadov E.Q. (2007). "Turizm Gelişiminin Ekonomik Potansiyelinin Analizi", "Ekonomi ve Denetim" №-1 ,Bakü, s.54-58.

Morozov M.A., (2007). "Sosyo-kültürel hizmet ve turizmde ekonomi ve girişimcilik: ders kitabı, yüksek öğretim kurumları için", "Akademi" Yayınevi, s.104-288.

Nigar Efendiyeva (2016). "Gakh İdari Bölgesinde Turizm Gelişimi İçin Potansiyel", Tourism and Hospitality Studies International Journal,Bakü.

Namık Piroglanov (2017). "Guba-Khachmaz Turizm Bölgesinin Doğal ve Tarihi-Kültürel Anıtları", Tourism and Hospitality Studies International Journal,Bakü.

Orujova Aydan A. (2018). "Bakü'deki Yeni Binaların Turizmin Gelişimi ve Markalaşmasına etkisi", Azerbaijan Devlet İktisat Üniversitesi, Bakü.

Panagiotidis, T., Panagiotou, T., & Mussoni, M. (2012). Tourism Led Growth: Evidence from Panel Cointegration Tests. Italy: Rimini Centre for Economic Analysis.

Rahimov S.H. (2004). "Turizm-Gezi Çalışmalarının Organizasyonu", Bakü: "Çevirmen" Yayınevi, s.55.

Soltanova H.B. ve Hüseynova Ş.H. (2007). "Turizmin Temelleri", "Çevirmen" Yayınevi, Bakü , s.36.

Seyidzade Nazakat (2018). “Turizm Destinasyonunun Markalaşması: Icheri Sheher örneğinde”, UNEC, Bakü.

Shmatko L.P (2005). “Turizm ve misafirperverlik”, y.y., s.346.

Olalı, H. ve Timur, A. (1988). Turizm ekonomisi. İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık.

Yusupov G. (2011). "Turizm Organizasyonu", Eğitim yardımları, Bakü, 21 Sayı, s.184-200.

Vafadar Rizvanli (2016). "Azerbaycan'da İş Turizminin Gelişme Yönleri", Tourism and Hospitality Studies International Journal, Bakü.

Zakir Gurbanov (2018). “Bakü’nün Kültür Turizm Potansiyelinin Swot Analizi ile Değerlendirilmesi”, Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi, Bakü.