

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI

Əlyazması hüququnda

BEYNƏLXALQ TURİZMİN AZƏRBAYCANIN SOSIAL-İQTİSADI İNKİŞAFINA TƏSİRİNİN ARTIRILMASI

İxtisas: 5312.01 – “Sahə iqtisadiyyatı”

Elm sahəsi: İqtisad elmləri

İddiaçı: **Nigar Sadıq qızı Bağırova**

Fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi almaq üçün
təqdim edilmiş dissertasiyanın

AVTOREFERATI

Bakı – 2026

Dissertasiya işi Qərbi Kaspi Universitetinin “Turizm və sahələr iqtisadiyyatı” kafedrasında yerinə yetirilmişdir.

Elmi rəhbər:

iqtisad elmləri doktoru, professor
Gülənbər Arif qızı Əzizova

Rəsmi opponentlər:

iqtisad elmləri doktoru, professor
Fərhad Pənah oğlu Rəhmanov

iqtisad elmləri üzrə fəlsəfə doktoru
Anar Faiq oğlu Mirzəyev

iqtisad elmləri üzrə fəlsəfə doktoru
Qəhrəman Mühəddin oğlu Yusupov

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyasının Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin nəzdində fəaliyyət göstərən FD 2.10 Dissertasiya Şurası

**Dissertasiya şurasının
sədri:**

iqtisad elmləri doktoru, professor
Yaşar Atakişi oğlu Kəlbiyev

**Dissertasiya şurasının
elmi katibi:**

iqtisad elmləri üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
Suqra İnqilab qızı Hübətova

**Elmi seminarın
sədri:**

iqtisad elmləri doktoru, dosent
Ramil Zahid oğlu Hüseyn



TƏDQIQAT İŞİNİN ÜMUMİ XARAKTERİSTİKASI

Mövzunun aktuallığı və işlənmə dərəcəsi. Qloballaşma və dünya əhalisinin artan mobilliyi şəraitində beynəlxalq turizmin inkişafı ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına töhfə verərək, iqtisadi artımın hərəkətverici qüvvələrindən birinə çevrilə bilər. Azərbaycan Respublikasının dünya iqtisadiyyatına uğurlu inteqrasiyası beynəlxalq turizmin inkişafı vasitəsi ilə həyata keçirilə bilər ki, bu da qeyri-neft sektorunun inkişafına və iqtisadi şaxələndirmənin təşviq edilməsinə təkan verir. 20-ci əsrin ikinci yarısından etibarən beynəlxalq turizmin dünyada rolu daim artmaqdadır ki, bu da həmin sahənin yüksək gəlirliliyi və iqtisadiyyatın müxtəlif sektorları arasında bir çox qarşılıqlı əlaqələr yaratmaq qabiliyyəti ilə bağlıdır. Beynəlxalq turizmin iqtisadi əhəmiyyəti təkcə birbaşa gəlirlərlə deyil, həm də nəqliyyat, rabitə, iaşə, xalq sənətkarlığı, qida sənayesi və s. kimi sahələrə dolayı təsiri ilə müəyyən edilir. Beynəlxalq turizmin inkişafının sosial əhəmiyyəti məşğulluğun artması və ölkə əhalisinin gəlirlərinin yüksəlməsi ilə müəyyən edilir. Beynəlxalq turizmin inkişafı nəticəsində ölkələr arasında mədəni mübadilə artır, ölkənin müsbət imici formalaşır və milli mədəniyyətin populyarlaşdırılması imkanları genişlənir. Beynəlxalq turizmin inkişafı infrastruktur sahələrinin inkişafında mühüm rol oynayır, ölkə ərazilərinin abadlaşdırılmasına, nəqliyyat kommunikasiyalarının inkişafına və modernləşdirilməsinə, nəqliyyat xidmətlərinin, eləcə də rabitə və rəqəmsal texnologiyaların təkmilləşdirilməsinə töhfə verir. Ölkənin regionlarında beynəlxalq turizmin inkişafı orada həyat səviyyəsinin yüksəlməsinə və regional fərqlərin bərabərləşməsinə kömək edir. Xüsusilə də, Azərbaycanın, iri sənaye müəssisələrinin yaradılması və kənd təsərrüfatının inkişafı üçün potensialı olmayan bölgələrinə turist cəlb etmək vacibdir. Beynəlxalq turizm həmçinin xarici investisiyaların cəlb edilməsinə və xarici kapitalla birgə müəssisələrin inkişafına töhfə verə bilər.

Azərbaycanda beynəlxalq turizm 2000-ci illərdə inkişaf etməyə başladı. Ölkəmizin turizm sahəsində böyük istifadə olunmamış potensiala malik olduğunu nəzərə alaraq, hökumət bu sahənin inkişafını təşviq etmək üçün tədbirlər görüb. Belə ki, ölkədə 1999-cu ildə "Turizm haqqında" Qanun qəbul edildi. Bu Qanun turizm fəaliyyətinin hüquqi əsaslarını, turizmin inkişafı sahəsində dövlət siyasətinin prinsiplərini və s. müəyyən

edirdi. Bu qanun turizm industriyasının formalaşması üçün əsas oldu. Şəraitin dəyişməsi ilə əlaqədar olaraq, 2021-ci ildə davamlı turizmin inkişafı, turizm və istirahət zonalarının yaradılması, ölkənin təbii və sosial irsinin qorunması və turist təhlükəsizliyi məsələlərini və s. əhatə edən yeni "Turizm haqqında" Qanun qəbul edildi. Turizmin inkişafına dəstək məqsədilə 2011-ci il ölkədə Turizm ili elan edilib. Azərbaycanda 2010-2014-cü illər üçün Turizmin İnkişafı üzrə Dövlət Proqramı qəbul edilib. Proqramın məqsədi turizmi Azərbaycan iqtisadiyyatının aparıcı sektoruna çevirmək, ölkə üçün turizm brendi formalaşdırmaq, otel və turizm kompleksləri tikmək, sənaye üçün kadrlar hazırlamaq və s. idi.

Turizmin inkişafı 2016-cı ildə qəbul edilmiş Azərbaycan Respublikasının Sosial-iqtisadi İnkişafı üzrə Strateji Yol Xəritəsinin mühüm bir istiqamətinə çevrilib. 2018-ci ildə ölkədə Dövlət Turizm Agentliyi yaradılıb. Bundan əlavə, ölkədə Avropa Oyunları, Formula 1 Qran Prisi və s. kimi müxtəlif beynəlxalq idman tədbirlərinin təşkili ölkənin populyarlaşmasına və xarici turistlərin cəlb olunmasına töhfə verib. Bu sahədə aparılan aktiv siyasətin nəticəsi kimi turizm sənayesinin inkişaf göstəricilərində artım olsa da, COVID-19 bu sahəyə çox mənfi təsir göstərib. Hazırda beynəlxalq turizm iqtisadiyyatın sürətlə inkişaf edən sahələrindən biridir. Azərbaycan gələcəkdə turizmin inkişafının əsas hədəflərini müəyyən edən 2026-2030-cu illər üçün uzunmüddətli Turizmin İnkişaf Proqramını qəbul edib. Ölkənin çox böyük istifadə olunmayan turizm potensialı var və bu da Azərbaycanda beynəlxalq turizmin inkişafını aktual məsələyə çevirir.

Problemin işlənmə dərəcəsi. Dünyada bu problemə Sinkler və Stabler, Ridderstat və Krouz, Eugenio- Martin, Morales və Skarpa, Alceri, Li və Çenq, Sekueyra və Nunes, Feyisa, Kortès-Ximenes və s. kimi tədqiqatçı alimlər məşğul olmuşdurlar. Postsovet məkanında beynəlxalq turizmin öyrənilməsi ilə tədqiqatçı alimlər İ.T. Balabanov, A.D. Kaurov, R.İ.Xasbulatov, E.G.Yasin və başqaları məşğul olmuşdurlar.

Azərbaycanda turizmin inkişafı problemləri ilə B.A. Bədəlov (turizmin tənzimlənməsi), F.P.Rəhmanov, V.S.Dərgahov (rekreasiya turizmi), A.H.Əlirzayev (turizmin sosial-iqtisadi problemləri), L.Ə.Allahverdiyeva (turizmin rəqabət qabiliyyəti) məşğul olmuşdurlar. R.M.Qasımovun, A.A.Salmanovun, İ.R.Rzayevin

əsərləri turizm bazarının müxtəlif aspektlərinin tədqiqinə həsr edilmişdirlər.

Yuxarıda adları çəkilən tədqiqatçı alimlərin nailiyyətlərinə heç bir şəkildə xələl gətirmədən qeyd etmək lazımdır ki, sürətlə dəyişən dünyada beynəlxalq turizmin inkişafı, onun Azərbaycan Respublikasının sosial-iqtisadi inkişafına təsirinin artırılması probleminin daha geniş öyrənilməsinə ehtiyac var.

Tədqiqatın obyektı - beynəlxalq turizm, daha dəqiq desək, gəlmə turizmdir.

Tədqiqatın predmeti - beynəlxalq (gəlmə) turizmin Azərbaycan Respublikasının sosial-iqtisadi inkişafına təsiridir.

Tədqiqatın məqsədi - beynəlxalq (gəlmə) turizmin Azərbaycanın iqtisadi və sosial inkişafına təsirinin təhlili və qiymətləndirilməsidir.

Bu məqsədə çatmaq üçün qarşıya aşağıdakı vəzifələr qoyulmuşdur:

- beynəlxalq turizmin mahiyyətini və onun milli iqtisadiyyata təsirini araşdırmaq;
- beynəlxalq turizmin konseptual əsaslarını öyrənmək;
- qlobal beynəlxalq turizm bazarının tənzimlənməsi sistemini araşdırmaq;
- Azərbaycanda beynəlxalq turizmin əsas göstəricilərinin təhlil etmək və qiymətləndirmək;
- beynəlxalq (gəlmə) turizmin inkişafının onunla əlaqəli sahələrə təsirini qiymətləndirmək;
- beynəlxalq (gəlmə) turizmin əsas makroiqtisadi göstəricilərə təsirini təhlil etmək və qiymətləndirmək;
- beynəlxalq (gəlmə) turizmin sahənin davamlı inkişafına təsirini qiymətləndirmək;
- turizmin inkişafı siyasətinin əsas strateji istiqamətlərini müəyyən etmək;
- beynəlxalq (gəlmə) turizmin inkişafı üçün prioritet istiqamətləri müəyyən etmək.

Tədqiqatın nəzəri və metodoloji əsasını həm ümumi elmi xarakterli nəzəri və metodoloji tədqiqatlar, həm də konkret müqayisəli analitik, riyazi və statistik üsullar təşkil etmişdir.

Tədqiqat metodları. Tədqiqat prosesində təhlil və sintez, müqayisəli təhlil, reqressiya təhlili və sosioloji sorğu metodlarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın məlumat bazasını Ümumdünya Turizm Təşkilatının materialları, Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin, AR Turizm Agentliyinin məlumatları, həmçinin 2023-cü ildə Bakıda keçirilən Formula 1 Qran Prisində iştirak etmiş turistlər arasında aparılan sosioloji sorğunun məlumatları təşkil etmişdir.

Müdafiəyə çıxarılan əsas müddəalar:

- Beynəlxalq turizmə nəzəri yanaşmalar və onun ölkədəki sosial-iqtisadi vəziyyətə təsiri ümumiləşdirilir. Beynəlxalq turizm anlayışları, onların təkamülü və beynəlxalq turizmin tənzimlənməsi məsələləri sistemləşdirilmişdir.

- Aşkar edilmişdir ki, beynəlxalq turizm müxtəlif böhranlar kimi xarici sosial-iqtisadi, geosiyasi və ekoloji amillərdən yüksək dərəcədə asılıdır və buna görə də bu sahənin göstəriciləri əhəmiyyətli dərəcədə dəyişkənliyə məruz qalır.

- Azərbaycanda beynəlxalq turizmin əsas göstəricilərinin təhlili və qiymətləndirilməsinin nəticələri təqdim olunmuşdur və xaricə gedən turizmin lehinə əhəmiyyətli disproporsiyalar aşkar edilmişdir.

- Beynəlxalq turizmin inkişafının ölkənin əsas makroiqtisadi göstəricilərinə, məsələn, ÜDM və məşğulluğa təsirinin təhlili və qiymətləndirilməsinin nəticələri təqdim olunmuşdur və turizmə investisiya qoyuluşunun iqtisadi və sosial əhəmiyyəti hesablanmışdır. Beynəlxalq turizmin inkişafının əlaqəli sahələrə təsiri müəyyən edilmişdir.

- Müəyyən edilmişdir ki, Azərbaycan Respublikasında daxili turizmin inkişafı üçün böyük potensiala baxmayaraq, ondan lazımı səviyyədə istifadə edilmir və bu da ölkədəki iqtisadi və sosial göstəricilərə az təsir göstərir.

- Beynəlxalq turizmdən əldə edilən gəlirlərin əhalinin, ev təsərrüfatlarının gəlirlərinə multiplikativ təsiri hesablanmışdır.

- Ölkəyə xarici turist səfərlərində qeyri-bərabərlik aşkar edilmişdir. Turistlərin əksəriyyəti yalnız Bakı şəhərinə səfərlərlə kifayətlənir ki, bu da turizmin ölkənin regionlarının sosial-iqtisadi inkişafına təsirini azaldır.

- Xarici turistlər arasında Azərbaycanın ziyarət üçün cəlbediciliyi ilə

bağlı sosioloji sorğunun nəticələri təhlil edilmişdir.

- Gələn turizmin şaxələndirilməsi və müxtəlif ölkələrdən turistlərin Azərbaycana cəlb edilməsi üçün tövsiyələr hazırlanmışdır.

Tədqiqatın elmi yeniliyi aşağıdakılardan ibarətdir:

1. Beynəlxalq (gələn) turizmin ölkənin əsas makroiqtisadi göstəricilərə, məsələn, ÜDM və məşğulluğa təsiri araşdırılmış və turizmin inkişafının bu göstəricilərə az təsir göstərdiyi aşkar edilmişdir.

2. Turizmə qoyulan investisiyaların iqtisadi və sosial səmərəliliyi hesablanmışdır.

3. Gələn turizmin əhəlinin gəlirlərinə multiplikativ təsiri hesablanmışdır.

4. Gələn turizmin inkişafı davamlı inkişaf perspektivləri baxımından araşdırılmışdır.

5. Beynəlxalq (gələn) turizmin inkişafının SWOT təhlili aparılmışdır.

6. Formula 1 Qran Pri yarışında iştirak edən xarici turistlər arasında aparılan sorğunun nəticələri təhlil edilmişdir. Məlum olmuşdur ki, Azərbaycan xarici turistlər üçün çox cəlbedici ölkədir, lakin mövcud potensialından tam istifadə olunmur.

7. Müxtəlif ölkələrdən turistləri cəlb etmək üçün istiqamətlərin şaxələndirilməsi, aktiv marketing siyasəti, işğaldan azad edilmiş ərazilərə turistlərin cəlb edilməsi, ölkələr üzrə fokus qruplarının yaradılması və s. üçün konkret tövsiyələr hazırlanmışdır.

Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti. Dissertasiyanın nəticələri beynəlxalq turizmin inkişaf siyasətini, xüsusən də onun “gələn turist” komponentini təkmilləşdirmək üçün istifadə edilə bilər. Dissertasiyada ölkəyə səfər etmək istəyən əcnəbilər üçün daxili turizmi stimullaşdırmaq və yeni istiqamətlər və marşrutlar hazırlamaq üçün bir sıra konkret praktiki tövsiyələr təqdim edilir. Bundan əlavə, dissertasiyanın materialları turizmlə bağlı fənlərin tədrisində istifadə edilə bilər. Eləcə də, Azərbaycanda turizmin inkişafını araşdıran tədqiqatçılar üçün faydalı olar.

Nəticələrin aprobasiyası və tətbiqi: dissertasiya tədqiqatının

nəticələri çap olunmuş əsərlərdə və konfrans materiallarında öz əksini tapmışdır.

Dissertasiya işinin yerinə yetirildiyi təşkilatın adı. Dissertasiya işi Qərbi Kaspi Universitetində yerinə yetirilmişdir.

Dissertasiya işinin quruluşu və həcmi. Tədqiqat işi 3 fəsildən, 9 yarımfəsildən, giriş, nəticə və təkliflərdən, eyni zamanda 125 istifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısından ibarətdir. Giriş 11285 işarə, birinci fəsil 37367 işarə, ikinci fəsil 64180 işarə, üçüncü fəsil 57327 işarə, nəticə 8717 işarə olmaqla dissertasiya işinin ümumi həcmi (məndəki cədvəllər, şəkillər və ədəbiyyat siyahısı istisna olmaqla) 205412 işarədən ibarətdir.

Mündəricat

GİRİŞ

I FƏSİL. Beynəlxalq turizmin nəzəri və metodoloji əsasları

1.1 Beynəlxalq turizmin mahiyyəti və onun milli iqtisadiyyatın inkişafına təsiri

1.2 Beynəlxalq turizmin konseptual əsasları

1.3 Beynəlxalq turizm bazarının tənzimləmə sistemi

II FƏSİL. Azərbaycan Respublikasında beynəlxalq turizmin inkişafının təhlili və qiymətləndirilməsi

2.1 Azərbaycanda beynəlxalq turizmin inkişafının əsas göstəricilərinin təhlili

2.2 Turizmin inkişafının əlaqəli sahələrə təsiri

2.3 Turizmin inkişafının əsas makroiqtisadi göstəricilərə təsiri

III FƏSİL. Azərbaycan Respublikasında beynəlxalq turizmin inkişaf perspektivləri

3.1 Azərbaycan Respublikasında gələcək turizmin davamlı inkişafa təsiri

3.2 Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafı siyasətinin əsas istiqamətləri

3.3 Xarici turistlər arasında aparılan sorğuya əsaslanaraq beynəlxalq turizmin inkişaf perspektivlərinin təhlili və qiymətləndirilməsi

NƏTİCƏ

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

İŞİN ƏSAS MƏZMUNU

Girişdə tədqiqat mövzusunun aktuallığı əsaslandırılır, tədqiqatın öyrənilmə dərəcəsi, dissertasiyanın obyektı və predmeti, məqsəd və vəzifələri, eləcə də tədqiqatın metodları, onun elmi yeniliyi, nəzəri və praktiki əhəmiyyəti göstərilir.

Beynəlxalq turizmin nəzəri və metodoloji əsaslarının öyrənilməsinə həsr olunmuş birinci fəsildə beynəlxalq turizmin mahiyyəti, onun konseptual əsasları və beynəlxalq turizmin tənzimlənməsi sistemi araşdırılır.

Ümumiyyətlə, beynəlxalq maliyyə və digər qurumların fikrincə, makroiqtisadi mühit qısa və orta müddətli proqnozların verilməsi və turizm sənayesinin dinamik iqtisadi mühitdə daim baş verən qlobal hadisələrə necə reaksiya verdiyini anlamaq üçün faydalı bir mənbədir. Bu, turizmin beynəlxalq iqtisadiyyatdakı rolunu müəyyən etməyə kömək edir.

Papateodoru və Song tərəfindən verilən, turizmdə zaman cərgələrinin, yəni qlobal və regional səviyyələrdə adambaşına düşən real beynəlxalq turizm gəlirlərinin (RPCITR) təkamülü ilə bağlı UNWTO məlumatlarına əsaslanan təhlilə əsasən, iddia edilə bilər ki, RPCITR (RPCITR – real per capita international tourism receipts) turizm iqtisadiyyatında əsas statistik göstəricidir.¹

2008-ci il böhranı və 2020-ci il pandemiyası turizmin inkişaf paradigmasında dəyişikliyə səbəb olub. Bu kontekstdə bir neçə aspektə diqqət cəlb etmək tələb olunur.

1. Beynəlxalq davamlı inkişaf konsepsiyasının geniş şəkildə tətbiq edilməsi səbəbindən ekoloji dayanıqlı turizmin rolu getdikcə artır.

2. 2009-cu ilin sentyabr ayında keçirilən G20 sammiti zamanı dünya iqtisadiyyatında yeni bir nizam yarandı. Bir çox inkişaf etməkdə olan ölkələr və iqtisadiyyatları inkişaf etmiş ölkələr formal olaraq qlobal maliyyə sisteminin vacib sütunları kimi tanınırdı. Bu kontekstdə inkişaf etməkdə olan ölkələrdən gələn turizm qlobal ticarətdə qarşılıqlılığın və sabitliyin bərpasında əhəmiyyətli rol oynaya bilər.

¹ A.Papateodorou, and H.Song. “International Tourism Forecasts: A Time Series Analysis of World and Regional Data.” / Tourism Economics // 2015, p.11-24

3. Turizm sülh anlayışı ilə struktur olaraq bir-biri ilə əlaqəli olduğundan, turizmin inkişafı uzunmüddətli perspektivdə beynəlxalq, işgüzar səyahətlərə müsbət təsir göstərə bilər. Bu baxımdan, qeyd etmək vacibdir ki, ÜTT və digər hökumətlərarası qurumlar sosial-mədəni əhəmiyyət kəsb edən və cəmiyyətin rifahına təsir edən amil olan turizmin inkişafını təşviq edirlər.

Son onilliklərdə iqtisadi artımla turizmin inkişafı arasındakı əlaqə həm inkişaf etmiş, həm də inkişaf etməkdə olan ölkələrdə intensiv şəkildə öyrənilmişdir. Tədqiqatlar göstərir ki, turizmlə iqtisadi artım arasında səbəb-nəticə əlaqəsi mövcuddur.

Sinkler iddia etmişdir ki, inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlar arasındakı ən aydın fərq ondan ibarətdir ki, mövcud şərti fərqlər nəzərə alınmaqla, inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlarda turizm xərclərinin artması daha böyük təsir (effekt) göstərir.²

Eugenio - Martin, Morales və Scarpa³ 21 Latin Amerikası ölkəsində 1985 və 1998-ci illərin məlumatlarından istifadə edərək turizm və iqtisadi artım arasındakı əlaqəni araşdırdılar. Bu ölkələrdə turizm gəlirləri adambaşına düşən gəlirlərdə öz əksini tapırdı.

Arrellano-Bond ekonometrik modelindən istifadə edərək tədqiqatçılar göstəriblər ki, turizmin inkişafı aşağı və orta gəlirli ölkələrdə iqtisadi artıma töhfə verir, inkişaf etmiş ölkələrdə isə bu müşahidə olunmur.

Birinci fəsildə turizmin inkişafının təkamülü araşdırılır.⁴

² A.Papatheodorou, J.Rossell, H.Xiao, "Global economic crisis and tourism: Consequences and perspectives" / Journal of Travel Research // 2010, p.39-45

³ J.L.Eugenio-Martin, N.M.Morales, R.Scarpa, "Tourism and economic growth in Latin American countries" / A panel data approach. Social Science Research Network Electronic Paper // 2004, p.1-28

⁴ R.Sharpley, J.Telfer David, "Tourism and Development Concepts and Issues" / Channel View Publications published // 2002, p.35-80

Cədvəl 1. Turizmin inkişafı konsepsiyasının təkamülü

Dövr	İnkişaf	Seçilmiş Nəzəri Modellər və Yanaşmalar	Əsas Konsepsiyalar və Strategiyalar
1950-1960	Modernləşdirmə	Səviyyələr	Cəmiyyətlər oxşar inkişaf mərhələlərindən keçir (Qərb ölkələri)
		Yayılma	İnkişaf etmiş bölgələrdən böyümə, artım impulslarının yayılması: dövlət iştirakı, regional iqtisadi inkişaf
1950-1960	Asılılıq	Neokolonializm	İnkişaf etmiş ölkələr tərəfindən istismarın yaratdığı geriləmə, zəif inkişaf, Qərb mədəniyyətinin təsiri
		Dualizm	Yoxsulluq global iqtisadi artımın ayrılmaz hissəsidir, regional bərabərsizlik
		Strukturalizm	Milli bazarlar, idxalın əvəzlənməsi, sosial islahatlar, proteksionizm, dövlətin iştirakı
1970 ortası və 1980-ci illər	İqtisadi neoliberalizm	Azad bazar	Təklif iqtisadiyyatı, sərbəst rəqabət bazarı, özəlləşdirmə
		Struktur tənzimləmə	Bazar qüvvələrinə və rəqabətli ixracata vurğu
		Vahid dünya	Yeni global maliyyə sistemi, tənzimlənmədən azad etmə (əksənzimlənmə), istehsalın beynəlmiləlləşdirilməsi
Erkən 1970–1980 illər		Əsas tələbatlar	Ərzaq, mənzil, su təchizatında, səhiyyə və təhsil sahələrində prioritetlər
		Kortəbii ehtiyaclar	İnsana istiqamətlənmiş inkişaf, qərar qəbuletmədə yerli nəzarət, səlahiyyətlərin və imkanların artırılması
		Gender mənsubiyyəti	Qadınların cəmiyyətin inkişafında rolu, onlara hüquqların və səlahiyyətlərin verilməsi
		Dayanıqlı inkişaf	Ətraf mühitin idarə olunması, gələcək nəsillərin ehtiyaclarının nəzərə alınması
1990-2000 – hal-hazırkı dövrə qədər		Postindustrial cəmiyyət	Ekoturizm, yaşıl iqtisadiyyat
2000 hazırkı dövrə qədər		İnklüziv kapitalizm	Neyroturizm

Mənbə: Cədvəl müəllif tərəfindən tərtib olunmuşdur

Daha sonra birinci fəsildə beynəlxalq turizm bazarının tənzimlənməsi sistemi təsvir olunur. 20-ci əsrin birinci yarısında Millətlər Liqası çərçivəsində universal beynəlxalq turizm sistemi yaratmaq cəhdləri həyata

keçirilmişdir. Lakin Millətlər Liqasının istifadə etdiyi alətlər beynəlxalq turizmin tənzimlənməsində kifayət qədər təsirli deyildi. 1954-cü ildə BMT-nin himayəsi altında Gömrük Rəsmiləşdirmələri üzrə Konfrans keçirildi və bu Konfransda beynəlxalq turizm məsələlərinə birbaşa toxunan üç saziş imzalandı. Sonradan, 1963-cü ildə Romada Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Səyahət və Turizm üzrə Konfransı keçirildi. Bu Konfrans BMT-nin beynəlxalq turizmlə bağlı hüquqi məsələlər üzrə praktik qərarların qəbul edilməsində iştirakının əsasını qoydu. Beynəlxalq turizmlə məşğul olan əsas BMT qurumları BMT Baş Assambleyası, İqtisadi və Sosial Şura (ECOSOS-the Economic and Social Council) və BMT Katibliyidir.

Beynəlxalq turizmin inkişafının təhlili və qiymətləndirilməsinə həsr olunmuş ikinci fəsilə Azərbaycanda turizmin inkişafının əsas göstəricilərinin dinamikası araşdırılır.

2006-cı ildən 2024-cü ilə qədər olan tədqiqat dövrü bizə sənayedə mövcud meylləri müəyyən etməyə imkan verir. Təhlil göstərdi ki, bütün sənaye göstəriciləri baza ili ilə müqayisədə əhəmiyyətli dərəcədə artıb, beynəlxalq turizmin inkişafında xaricə gedən turizm üstünlük təşkil edir. Turizm məqsədilə ölkəyə gələn və gedənlərin nisbəti xaricə səyahət edən Azərbaycan vətəndaşlarının xeyrinədir.

Belə ki, 2006-cı ildə xaricə səyahət edən Azərbaycan vətəndaşlarının payına satılan bütün səyahət paketlərinin 98,7%-ni, ölkəyə daxil olan xarici vətəndaşların payına isə satılan bütün səyahət paketlərinin 1,3%-i düşüb. Yalnız 2022-ci ildə ölkəyə səfər edən xarici vətəndaşlara satılan səyahət paketlərinin payı ən yüksək səviyyəyə - 26,2%-ə çatıb.

Azərbaycana gələn turistlərin coğrafiyası göstərir ki, onların əksəriyyəti bir neçə ölkədən gəlir. Belə ki, 2014-cü baza ilində Azərbaycana gələn turistlərin 39,3%-i Rusiyadan, 39,2%-i isə Türkiyədən olub. 2024-cü ildə ən çox sayda turist Rusiyadan (36,5%) və Səudiyyə Ərəbistanından (13,6%) gəlib. Qalan ölkələr üçün bu rəqəmlər 10%-i keçmir.

Xarici turistlər, əsasən, ölkənin paytaxtını ziyarət etməklə kifayətlənirlər. 2006-cı ildən 2016-cı ilə qədər əcnəbilər tərəfindən alınan səyahət paketlərinin 100%-i Bakı şəhərinin payına düşürdü. 2024-cü ilə qədər Bakıya gələn qonaqların payı 47,0%-ə qədər endi. Rayonlara səfərlərdə müsbət dəyişikliklər bu sahədə irəliləyişin olduğunu göstərir. Bundan əlavə, qeyd etmək lazımdır ki, ola bilər ki, bölgələrə daha çox

əcnəbi səyahət edir, lakin onlar bunu səyahət paketləri almadan edirlər.

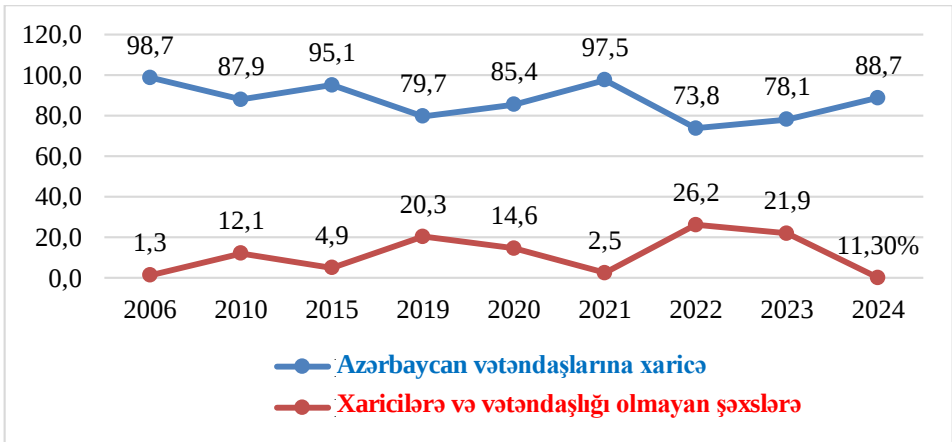


Diagram 1. Azərbaycan vətəndaşlarına və əcnəbilərə satılan tur paketlərinin nisbəti

Mənbə: Azərbaycanda Turizm 2023, səh.14

Xarici vətəndaşların səfərlərinin məqsədlərini təhlil edərkən qeyd etmək lazımdır ki, onların əksəriyyəti istirahət, əyləncə və işgüzar turizm səfərləridir, çox az hissəsi isə tibbi və dini turizmin payına düşür.

Turizm iqtisadiyyatın digər sektorları ilə qarşılıqlı əlaqə yaradan sahələrindən biridir. Turizm sahəsində xidmətlər göstərən sahələr üçün əsas göstəricilər Cədvəl 2-də ümumiləşdirilmişdir.

Cədvəl 2-dən göründüyü kimi, 2009-2024-cü illər ərzində turizmlə əlaqəli sahələrdə çalışanların sayı 2,2 dəfə [15, s. 197] artmış, əlavə dəyər isə 2,9 dəfə artmışdır. Bu sahələrdə yaradılan əlavə dəyərin ÜDM-ə nisbəti 2020-ci ildəki ən aşağı 1,9%-dən 2024-cü ildə ən yüksək 4,7%-ə qədər dəyişmişdir. Yüksək investisiya aktivliyi 2010, 2011, 2014-cü illərdə, turizmin qeyri-neft sektorunun inkişafı üçün prioritet sahə kimi seçilməsi və Turizmin İnkişaf Proqramının qəbul edilməsi zamanı, eləcə də 2021 və 2023-cü illərdə müşahidə olunmuşdur.

Cədvəl 2. Azərbaycan Respublikasında 2009-2024-cü illər üçün turizm sənayesinə xas olan göstəricilərin dinamikası

	Turizmə xas sahələrdə çalışanların sayı (nəfər)	İllik artım tempi (%)	Turizmə xas olan sahələrdə yaradılan əlavə dəyər (milyon manat)	İllik artım templəri (%)	Turizmə xas olan sahələrdə yaradılan əlavə dəyərin ÜDM-də payı (%)	Turizmə xas olan sahələrə qoyulan investisiyalar (milyon manat)	İllik artım templəri (%)
2009	36 103		-		-	527,8	
2010	36 899	102	-		-	949,2	179,8
2011	37 600	102	-		-	1 407,80	148,3
2012	38 839	103	-		-	1 478,20	105
2013	40 892	105	2 080,2		3,6	1 371,00	92,7
2014	41 886	102	2 404,2	115,6	4,1	2 204,00	160,8
2015	49 449	118	2 437,3	101,4	4,5	1 063,90	48,3
2016	43 477	88	2 746,1	112,7	4,3	363	34,1
2017	46 837	108	3 151,0	114,7	4,5	267,3	73,6
2018	53 222	114	3 464,3	109,9	4,3	229,7	85,9
2019	58 972	111	3 704,9	106,9	4,5	133,7	58,2
2020	49 019	83	1 386,7	37,4	1,9	79,3	59,3
2021	53 717	110	1 939,7	148,7	2,2	242,4	305,7
2022	63 109	117,5	3 917,8	202,0	2,9	100,5	41,0
2023	71063	112,6	5062,8	129,2	4,1	630,7	627,5
2024	79924	112,47	5973,8	117,99	4,7	479,0	75,95
Artım (%)	2,2 dəfə	-	2,9 dəfə	-	-	90,8	-

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/> saytıdan əldə edilən məlumatlara əsasən müəllif tərəfindən tərtib edilmiş və hesablanmışdır. Azərbaycanca Turizm - 2024, səh. 19.

Turizm otel biznesinin, turizm agentliklərinin və tur operatorlarının fəaliyyəti ilə əlaqəlidir və onun inkişafı bu qurumların fəaliyyətinə müsbət təsir göstərir. Tədqiqat dövründə otellərin və otel tipli müəssisələrin ümumi sayı 3,0 dəfə artmışdır. Özəl müəssisələrin sayı 3,5 dəfə, xarici və birgə müəssisələrin sayı 75,0% artmış, dövlət müəssisələrinin sayı isə 10,8% azalmışdır.

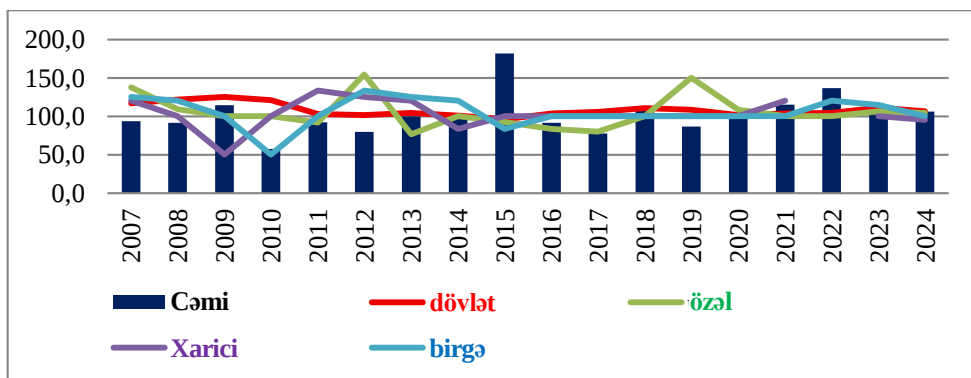


Diagram 2. Mülkiyyət növünə görə otel və otel tipli müəssisələrin sayının illik artım tempi (%)

İkinci fəslin üçüncü paragrafında turizmin inkişafının əsas makroiqtisadi göstəricilərə təsirindən bəhz edilir. Ölkənin tədiyyə balansını nəzərdən keçirək.

Turizm xidmətlərinin dinamikasının təhlili göstərib ki, 2006-cı ildən 2019-cu ilə qədər Azərbaycan Respublikasının tədiyyə balansında turizm xidmətlərindən əldə edilən gəlirlər 12,8 dəfə, ödənişlər isə 5,7 dəfə artıb. 2024-cü ildə turizm xidmətlərindən əldə edilən gəlirlər 2006-cı illə müqayisədə 17,5 dəfə artıb. Bu əhəmiyyətli artım baza dövründə turizm xidmətlərinin aşağı səviyyədə olması ilə izah olunur. Daxilolma və ödənişlərin yüksək artım templərinə baxmayaraq, xidmət balansında, 2018, 2019, 2023 və 2024-cü illər istisna olmaqla (həmin dövrlərdə saldo müsbət olub), 2006-cı ildən 2024-cü ilə qədər olan bütün tədqiqat dövrü üçün mənfi saldo müşahidə olunub.

Cədvəl 3. Xarici iqtisadi fəaliyyətin əsas göstəricilərinin dinamikası (min dollar)

	2006	2010	2015	2017	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Dinamika (%)
Cari əməliyyatlar hesabı											
Daxil olmalar	14982769	30636939	22515303	22238523	26238775	18252106	28536582	52560636	39227309	37953188	253,3
Ödənişlər	11275164	15597351	22737798	20553964	21873889	18479674	20245002	29082555	30897941	33 282 080	295,2
Saldo	3707605	15039588	222495	1684559	4364886	227568	8291580	23478081	8329368	4 671 108	126,0
Xarici ticarət											
Daxil olmalar	13014633	26476026	1558652	15152059	19868261	12588158	21692281	40868584	29202114	25 992 028	199,7
Ödənişlər	5269338	6745603	9773629	9037316	11335316	10076564	10418668	13509216	16396551	17 167 084	325,8
Saldo	7745295	19730423	5812423	6114743	8532945	2511594	11273613	27359368	12805563	8 824 944	113,9
Xidmətlər balansı											
Daxil olmalar	939884	2064928	4443986	4688439	3761480	2620595	3795384	6405505	6285240	8 120 879	864,0
Ödənişlər	2863261	3797816	8672851	806752	6377143	5461255	5918282	7765216	8619888	10 171 724	355,2
Saldo	1923377	1732888	4228865	3379313	2615663	2840660	2122898	1359711	-2334648	-2 050 845	-106,6
Turizm xidmətləri											
Daxil olmalar	116939	352805	67695	31058	1791514	304185	312746	823264	1492155	2 047 148	1750,6
Ödənişlər	201358	380114	3930456	29760 06	1702493	411663	56160 8	892679	1149817	1 596 826	793,0
Saldo	84419	27309	3862761	2944948	89021	107478	248862	69415	342338	450 322	533,4

Mənbə: <https://www.cbar.az/page-43/external-sector-statistics>

Cari əməliyyatlar hesabında 2006-cı baza ilində turizm xidmətlərindən daxilolmalar cəmi 0,8% təşkil etmiş, 2024-cü ildə isə 5,4%-ə yüksəlmişdir. Turizm xidmətlərinin göstəricilərini xarici ticarətlə müqayisə etdikdə qeyd etmək olar ki, 2006-cı baza ilində onlar xarici ticarətdən daxilolmaların 0,9%-ni təşkil etmiş, 2024-cü ildə isə 7,9%-ə yüksəlmişdirlər. [14, s.147]

Cədvəl 4. Azərbaycan Respublikasının tədiyə balansında turizm xidmətlərinin xüsusi çəkisi (%)

	Cari əməliyyatlar hesabı		Xarici ticarət		Xidmətlər balansı	
	daxilolmalar	Ödənişlər	daxilolmalar	Ödənişlər	daxilolmalar	Ödənişlər
2006	0,8	3,8	0,9	7,0	12,4	7,0
2010	1,2	5,6	1,3	10,0	17,1	10,0
2015	0,3	40,2	0,4	45,3	1,5	45,3
2016	12,1	28,9	17,5	34,6	52,9	34,6
2017	0,1	32,9	0,2	36,9	0,7	36,9
2018	9,3	20,9	12,7	33,8	56,2	33,8
2019	6,8	15,0	9,0	26,7	47,6	26,7
2020	1,7	4,1	2,4	7,5	11,6	7,5
2021	1,1	5,4	1,4	9,5	8,2	9,5
2022	1,6	6,6	2,0	11,5	12,9	11,5
2023	3,8	3,7	5,1	7,0	23,7	13,3
2024	5,4	4,8	7,9	9,3	25,2	15,7

Mənbə: <https://www.cbar.ag> page-4/external-sector-statistics

Xidmətlər balansında turizm xidmətlərinin payı (xüsusi çəkisi) də 2006-2024-cü illər arasında dəyişərək 2017-ci ildə ən aşağı 0,7%-dən 2018-ci ildə ən yüksək 56,2%-ə qədər dəyişib.

Beynəlxalq turizmin, xüsusən də gələn (daxil olan) turizmin inkişaf səviyyəsi ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərə bilər.⁵

⁵ Л.В.Баумгартен, «Стандартизация и сертификация в туризме» / Учебник // Москва, Изд.-торговая корпорация "Дашков и К°"-2010, стр. 90-110

Ümumilikdə ölkə üzrə, eləcə də turizm və ictimai iaşə sahələrində ümumi məhsulun dinamikasını nəzərdən keçirək.

Cədvəl 5. Ümumilikdə iqtisadiyyatda, eləcə də turizm və iaşə sahələrində ümumi məhsulun dinamikası (cari qiymətlərlə, milyon manat)

	Ümumi məhsul Cəmi	İllik artım templəri (%)	Turizmdə və iaşə sahələrində ümumi məhsul	İllik artım templəri (%)	Turizmin ümumi məhsulda xüsusi çəkisi (%)
2006	18 746,20	-	100,8	-	0,5
2007	28 360,50	151,3	160,3	159,0	0,6
2008	40 137,20	141,5	303,1	189,1	0,8
2009	35 601,50	88,7	343,6	113,4	1,0
2010	42 465,00	119,3	442,7	128,8	1,0
2011	52 082,00	122,6	757,2	171,0	1,5
2012	54 743,70	105,1	897,4	118,5	1,6
2013	58182	106,3	1069,2	119,1	1,8
2014	59014,1	101,4	1269,1	118,7	2,2
2015	54380	92,1	1312,8	103,4	2,4
2016	60425,2	111,1	1424,1	108,5	2,4
2017	70337,8	116,4	1664,8	116,9	2,4
2018	80092	113,9	1834,2	110,2	2,3
2019	81896,2	102,3	1980,2	108,0	2,4
2020	72578,1	88,6	829,2	41,9	1,1
2021	93203,2	128,4	1176,3	141,9	1,3
2022	133972,7	143,7	2036,2	173,1	1,5
2023	123128,4	91,9	2675,5	131,4	2,2
2024	126524,2	102,8	3119,6	116,6	2,5
Artım (%)	674,9	-	3094,8	-	-

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/system_nat_accounts

2007-2024-cü illər ərzində Azərbaycanda ümumi məhsul buraxılışı 6,7 dəfə, turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə müəssisələrində isə bu rəqəm 30,9 dəfə artmışdır [14, s. 147], [15,s.197]. Bu göstəricilərin dinamikasındakı belə kəskin fərq, baza ilində turizm sənayesi üçün çox aşağı start göstəriciləri ilə izah olunur. 2006-cı ildə ölkənin ümumi məhsulunda turistlərin yerləşdirilməsi və iaşə xidmətlərinin payı cəmi 0,6% təşkil etmişdir. Bu rəqəm sonrakı illərdə bir qədər artaraq, 2024-cü ildə 2,5% ilə pik həddə çatmışdır.

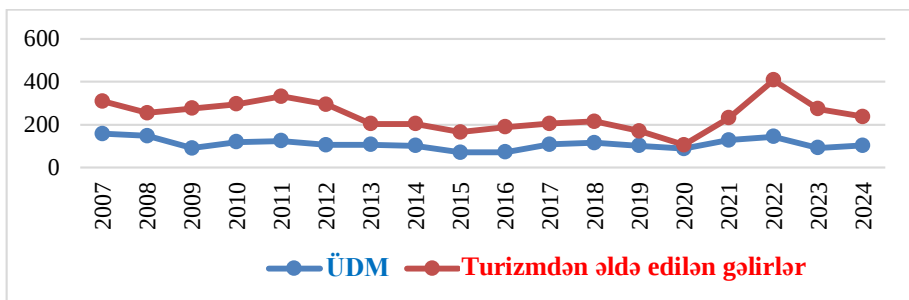


Diagram 3. ÜDM-in və gələn turizmdən əldə edilən gəlirin illik artım templərinin dinamikası

Turizmin inkişafı məşğulluğun artımını təşviq etməklə mühüm sosial rol oynayır. 2006-2024-cü illər arasında ümumi məşğulluq səviyyəsi 22,4% artmışdırsa, turizm sahəsində çalışanların sayı 4,1 dəfə artmışdır. Əgər 2006-cı ildə turizm sahəsində məşğul olanlar ümumi məşğulların 0,6%-ni təşkil edirdisə, 2024-cü ildə bu göstərici 2,1%-ə çatmışdır. Bu sahədə çalışanların sayının yüksək artım tempinə baxmayaraq, onların xüsusi çəkisi aşağı olaraq qalır.

2006-2024-cü illər ərzində iqtisadiyyatda orta əmək haqqının səviyyəsi 8,2 dəfə artsa da, turistlərin yerləşdirilməsi və iaşə xidmətlərində bu rəqəm yalnız 4,8 dəfə artmışdır.

Beləliklə, bu sahədə əmək haqqı artımı ölkə üzrə orta göstəricidən geri qalır. 2006-cı ildə turizm sənayesində əmək haqqı ölkə üzrə orta göstəricidən 10,5% yüksək idi, lakin 2024-cü ilə qədər ölkə üzrə orta göstəricinin 74,5%-nə düşmüşdür.

Beləliklə, turizmin inkişafı məşğulluq göstəricilərinə az təsir göstərir və bu sektorda əmək haqqının səviyyəsi iqtisadiyyat üzrə orta səviyyedən bir qədər aşağıdır.

Üçüncü fəsil Azərbaycan Respublikasında beynəlxalq turizmin inkişaf perspektivlərinə həsr olunub.

Əvvəlcə, ölkədaxili turizmin ölkənin davamlı inkişafına təsiri araşdırılır.

Turizmin davamlı inkişafının iqtisadi komponenti resurslardan istifadənin səmərəliliyinin artırılmasını, investisiyaların gəlirliliyinin maksimum dərəcədə yüksək olmasını, resurslara qənaət edən texnologiyaların tətbiqini və enerji, su və digər resursların istehlakının

azaldılmasını nəzərdə tutur. Təhlildə adambaşına düşən ÜDM və gələn turizmdən əldə edilən gəlirlərdən istifadə olunur. Daxil olan turizm gəlirlərinin ölkənin ÜDM-nə necə təsir etdiyini araşdıraraq.

Cədvəl 6. 2006–2024-cü illər üçün ÜDM-in və gələn turizmdən əldə edilən gəlirin dinamikası (min dollar)

2006-2024-cü illər üçün ÜDM-in və gələn turizmdən əldə edilən gəlirin dinamikası					
	ÜDM (mln.dollar)	İllik artım templəri (%)	Gələn turizmdən əldə edilən gəlirlər (min dollar)	İllik artım templəri (%)	Xüsusi çəki (%)
2006	20983	-	116939	-	0,6
2007	330503	157,5	177775	152	0,1
2008	488525	147,8	190247	107	0,0
2009	44297,0	90,7	352805	185,4	0,8
2010	529093	119,4	620652	175,9	0,1
2011	659516	124,7	1287331	207,4	0,2
2012	696839	105,7	2433338	189	0,3
2013	741644	106,4	2365042	97,2	0,3
2014	752347	101,4	2431533	102,8	0,3
2015	529968	70,4	2309485	95	0,4
2016	378628	71,4	2713789	117,5	0,7
2017	408679	107,9	2634163	97,1	0,6
2018	471129	115,3	2634163	100	0,6
2019	481742	102,3	1791514	68	0,4
2020	42693,0	88,6	304185	17	0,7
2021	548254	127,9	312746	102,8	0,1
2022	787211	143,6	823264	263,2	0,1
2023	724285	92,0	1492155	181,2	0,2
2024	74426	102,8	2047148	134	2,8
Artım (%)	354,8	-	1709	-	-

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/environment/> əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir

Cədvəl 4-dən göründüyü kimi, 2006-2024-cü illər arasında ÜDM-in həcmi 3,5 dəfə, turizm gəlirləri isə 17,5 dəfə artmışdır. Bununla belə, turizm gəlirlərinin ÜDM-ə nisbəti çox aşağı olaraq qalır. Belə ki, 2006-cı ildə turizmdən əldə edilən gəlirlərin payı ÜDM-da 0,6% təşkil etmiş, 2024-cü ilə qədər isə bu göstərici 2,8%-ə yüksəlmişdir. Qeyd etmək lazımdır ki, bu sahəyə dövlət tərəfindən diqqət yetirilməyə başlanmışdır;

ölkədə müxtəlif beynəlxalq forumlar, idman tədbirləri və sərgilər keçirilir ki, bunlardan ən əhəmiyyətliləri Avroviziya, Avropa Oyunları, 2016-cı ildən bəri keçirilən Formula 1 Qran Prisi və digərləridir.

Cədvəl 7-dən göründüyü kimi, ümumilikdə iqtisadiyyat üzrə əsas kapitala investisiyaların həcmi 3,4 dəfə, əlavə məhsul 6,4 dəfə, investisiyaların səmərəliliyi isə 89,3% artmışdır. Turizmdə əsas kapitala qoyulan investisiyalar ölkə üzrə orta göstəricini əhəmiyyətli dərəcədə üstələyərək 23,9 dəfəyə çatmış, əlavə məhsulun həcmi isə 30,9 dəfə artmışdır. 2006 - 2024-cü illər ərzində iqtisadiyyata qoyulan hər bir investisiya vahidinin gəlirliliyi 3,0 milyon manat - 6,9 milyon manat arasında dəyişir. Lakin, 2010 və 2011-ci illər istisna olmaqla, turizmə qoyulan investisiyaların səmərəliliyi xeyli yüksək olub. Bu, ümumilikdə iqtisadiyyatla müqayisədə turizmə qoyulan investisiyaların daha yüksək gəlirliliyini göstərir.

Gələn turizmin səmərəliliyini müəyyən etmək üçün xarici turizmdən əldə edilən gəlirlərin turistlərin yerləşdirilməsi üçün əsas kapitala qoyulan investisiyalarla nisbətini nəzərdən keçirəcəyik. Hesablamalar göstərir ki, bu nisbət 2017-ci ildəki 52.000 manatdan 2016-cı ildəki 5.412.000 manata qədər əhəmiyyətli dərəcədə dəyişir. 2016-cı ildəki yüksək rəqəmi, ölkənin 2015-ci ildə ilk Avropa Oyunlarına ev sahibliyi etməsi və ölkəyə marağın yaranması ilə izah etmək olar. Müvafiq olaraq, turistlərin yerləşməsində əsas kapitala qoyulan investisiya vahidinə düşən xarici turizmdən əldə edilən gəlir ən yüksək həddə çatdı. Digər illərdə bu göstərici əhəmiyyətli dərəcədə dəyişkənliyə məruz qalmışdır.

Təhlillər göstərdi ki, iqtisadiyyata qoyulan hər bir milyon manat investisiya ümumilikdə 300.000 ilə 700.000 manat arasında əlavə məhsul yaradır. Turizm sənayesində bu rəqəm xeyli yüksəkdir: turizm sənayesinə qoyulan bir milyon manat investisiya 500.000 ilə 2.500.000 manat arasında əlavə məhsul yaradır. Bu, turizmə qoyulan investisiyaların ümumi iqtisadiyyatla müqayisədə daha yüksək gəlirliliyini göstərir.

Turizmin davamlı inkişafının **sosial komponenti** bütün vətəndaşların turizm xidmətlərinə çıxışını, turizm sənayesində məşğulluğun artmasını və həyat səviyyəsinin yaxşılaşmasını nəzərdə tutur. Daha ətraflı təhlil üçün investisiyaların sosial əhəmiyyətini, yəni turizm sənayesinə qoyulan müəyyən bir investisiyanın nə qədər iş yeri yaratdığını hesablaya bilərik. Bundan ötrü, bu göstəricini A. Kaşepovun təklif etdiyi

metodologiyadan istifadə edərək hesablayacağıq.⁶ Bu metodologiyaya əsasən, hesabat ilində işçilərin sayından baza ilində işçilərin sayı çıxılır və baza ilində investisiyaların həcminə bölünür.

Cədvəl 7. 2005-2024-cü illər üçün turizmə investisiyaların sosial əhəmiyyət əmsalının dinamikası

	Turizm sektorunda əsas kapitalla investisiyalar (milyon manat)	Turizmdə məşğulluq (min nəfər)	İllik əmsal	3 illik zaman gecikməsi ilə əmsal
2006	13,6	25,3	-	-
2007	16,2	25,7	0,029412	-
2008	20,5	26	0,018519	0,051471
2009	86,0	26,3	0,014634	0,037037
2010	221,0	46,9	0,239535	1,019512
2011	303,7	48,1	0,00543	0,253488
2012	138,2	48,9	0,002634	0,00905
2013	68,5	49,2	0,002171	0,003622
2014	120,5	55,7	0,094891	0,049204
2015	442,9	61,5	0,048133	0,179562
2016	86,5	68,4	0,015579	0,105394
2017	215,5	73,5	0,05896	0,027094
2018	169,8	78,2	0,02181	0,113295
2019	88,7	77,5	-0,00412	0,018561
2020	31,2	65,5	-0,13529	-0,07479
2021	177,8	76,9	0,365385	-0,00676
2022	88,4	87,9	0,061867	0,717949
2023	231,2	95,1	0,081448	0,102362
2024	326,1	103,6	0,036765	0,177602
Artım (%)	3522,1	409,5		-

Mənbə: müəllif tərəfindən <https://www.stat.gov.az> əsasında tərtib edilmişdir (tikinti bölməsi, əmək bazarı bölməsi)

Təhlil göstərdi ki, bir milyon investisiya turizm sahəsində bir o qədər də çox iş yeri yaratmır. Belə ki, 2006-2024-cü illər ərzində turizmə investisiya qoyuluşu 35 dəfə artsa da, sənayedə çalışanların sayı isə 4,1 dəfə artmışdır. Turizmdə ən çox iş yeri 2021-ci ildə yaradılmışdır - qoyulan hər milyon manat investisiyaya görə 365. Digər illərdə bu sahədə qoyulan hər milyon manata yaradılan iş yerlərinin sayı 2013-cü ildəki ən

⁶ Кашепов, А., «Об оценке эффективности политики на рынке труда» // Общество и экономика—2001, №6, стр.55-81

aşağı 2-dən 2010-cu ildəki ən yüksək 239-a qədər dəyişmişdir.

Həmçinin, 3-cü fəsildə multiplikatorun köməyi ilə turizmin iqtisadiyyata dolayı təsiri hesablanmışdır. Multiplikatorun hesablanması üçün aşağıdakı göstəricilərdən istifadə olunur:

- xarici turistlərin sayı və xərcləri (və ya xarici turizmdən əldə edilən gəlirlər);
- əhalinin gəlirləri və xərcləri.

Multiplikatoru hesablamaq üçün ev təsərrüfatlarının aylıq gəlir və xərclərindən istifadə edilmişdir və bunun əsasında 2010-2024-cü illər üçün istehlaka orta meylin həddi hesablanmış və bu göstərici 0,9 təşkil etmişdir. Bu göstəricini $K=1/(1- MPC^7)$ düsturuna daxil etməklə 10-a bərabər turizm əmsalını əldə edirik. Lakin qeyd etmək lazımdır ki, BMT-nin tövsiyəsinə əsasən, Azərbaycanda turizm multiplikatoru 40%-ə qədər azalmaya doğru tənzimlənir.⁸ Bu tövsiyəni nəzərə alsaq, turizm multiplikatorunun real dəyəri 6-ya bərabər ola bilər.

Nəzərə almaq lazımdır ki, bu multiplikator marjinal (hədd) vergi dərəcəsini və ya idxala meylin həddini əks etdirmir. Hər turistə görə xərclərin multiplikativ effektini hesablamaq üçün illər üzrə orta turist xərclərini müvafiq illər üçün MPC-lə müqayisə edək.

2010-cu ildə bu, $143.885/(1-0.9)=1438$ manat olacaq və 2024-cü il üçün bir turistin 121.6 manat xərcləməsi iqtisadiyyata 1216 manat gəlir gətirir (marjinal (hədd) vergi dərəcəsi və idxala hədd meyl nəzərə alınmır).

Beləliklə, qeyd etmək olar ki, bir turistə düşən xərclərin artması ev təsərrüfatlarının gəlirlərinin artmasına səbəb olur.

Davamlı turizm inkişafının ekoloji komponenti ondan ibarətdir ki, turizm tələbatı, o cümlədən, ölkənin təbii sərvətlərinin cəlbədiciliyindən asılı olaraq da formalaşır.

Azərbaycanda ilk milli park 2003-cü ildə yaradılmışdır. 2024-cü ilə qədər onların sahəsi, demək olar ki, 5 dəfə artmışdır.

Üçüncü fəslin ikinci hissəsində Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafı siyasətinin əsas istiqamətləri araşdırılır. 2016-cı ildə

⁷ *MPC (Marginal Property to Consume) = IMM (Istehlaka Marjinal Meyllilik)*

⁸ Л.А.Аллахвердиева, «Формирование конкурентоспособного туризма в Азербайджане» // Баку–2018, стр. 61-90

qəbul edilmiş və 10 bölmədən ibarət olan "Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizmin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi" ətrafı şəkilə araşdırılır.

2020-ci ildə Asiya İnkişaf Bankının bir qrup eksperti tərəfindən Mərkəzi Asiya Regional İqtisadi Əməkdaşlıq (MARİƏ) ölkələri üçün 2030-cu ilə qədər turizmin inkişaf strategiyası hazırlanıb. MARİƏ ölkələrinə 11 ölkə daxildir: Azərbaycan, Gürcüstan, Çin, Türkiyə, Pakistan, Qazaxıstan, Özbəkistan, Qırğızıstan, Türkmənistan, Tacikistan və Əfqanıstan.

Üçüncü fəslin son hissəsində xarici turistlər arasında aparılan sorğu əsasında beynəlxalq turizmin inkişaf perspektivlərinin təhlili və qiymətləndirilməsi təqdim olunur.

Cədvəl 8. Sosioloji sorğunun nəticələri

	Göstərici	İnam intervalı
Turistlərin cins üzrə tərkibi	36,9% qadınlar 63,1% kişilər	+ 2,89
Azərbaycan Respublikasına ilk dəfə gələn turistlərin sayı	60,0 %	+ 4,96
Yenə də gəlməyi planlaşdırırlar	97,7 %	+2,58
dostlarına və tanışlarına bizim ölkəyə səyahət etməyi tövsiyə edəcəklər	99,2 %	+1,42
Azərbaycanın digər şəhərlərini də görmək istərdilər	96,9 %	+2,89
Onlar Formula 1-dən sonra da qalmaqı planlaşdırırlar	72,3%	+1,73

Azərbaycanda nəyi bəyəndiklərini soruşduqda, respondentlərin 60,0%-i (+4,96%) tədbirin təşkilini, 47,7%-i (+2,58%) isə qonaqların qəbulunun necə təşkil olunduğunu qeyd etmişdir. Respondentlərin 30,8%-i (+2,74%) qiymətlərdən, 42,3%-i (+1,73%) ölkənin görməli yerlərindən, 66,2%-i (+1,42%) iqlimdən, 64,6%-i (+2,4%) mətbəxdən və 3,1%-i memarlıq abidələri, insanlar və qonaqpərvərlik də daxil olmaqla digər amillərdən məmnun olduğunu bildirib.

Sorğuda "Ölkədə turizm imkanları haqqında nə bilirsiniz?" sualı verilib və respondentlərin 30,0%-i (+4,64%) kulinariya turlarının imkanları ilə tanış olduqlarını bildirib. Respondentlərin cəmi 17,7%-i (+2,58%) dağ turizmi, 6,9%-i (+2,89%) dəniz turizmi və 3,8%-i (+2,74%) qış turizmi haqqında məlumatlı olub. Respondentlərin 4,6%-i (+2,4%) Azərbaycan Respublikasının görməli yerləri haqqında

eşitdirlərini bildirib.

Xarici turistləri cəlb edən vacib istiqamətlərdən biri də 30 illik Ermənistan işğalından azad edilmiş Qarabağ torpağıdır. Bu bölgənin böyük potensialı var. Kiçik Qafqaz dağlarında yerləşən işğaldan azad edilmiş ərazi mineral ehtiyatlara, gözəl mənzərələrə və əlverişli iqlimi şəraitinə malikdir. Bütün bunlar xarici turistləri cəlb etmək üçün yaxşı baza ola bilər.

Nəticə

Dissertasiya tədqiqatının əsasında aşağıdakı nəticələrə gəlmək olar.

Beynəlxalq gələn turizmin inkişafı qeyri-neft sənayesinin əsas komponenti olmaqla yanaşı, ölkə üçün iqtisadi inkişafın vacib bir sahəsidir. Bu sahənin iqtisadi əhəmiyyəti həm birbaşa, həm də dolayı təsirlərlə müəyyən edilir. Bir tərəfdən, bu, milli büdcəyə birbaşa daxilolmaları əhatə edir, digər tərəfdən isə otel və restoran biznesinin inkişafına, eləcə də, onunla əlaqəli olan nəqliyyat, rabitə, xalq sənətkarlığı və s. kimi sahələrin inkişafına töhfə verir. Beynəlxalq turizmin inkişafı məşğulluğun yüksəlməsinə və nəticədə əhəlinin gəlirlərinin artmasına, bununla da davamlı iqtisadi inkişafın sosial komponentinin güclənməsinə kömək edir. Azərbaycan Respublikası üçün beynəlxalq turizm gənc və sürətlə inkişaf edən bir sahədir. Təhlillər göstərir ki, turizm digər sahələrə nisbətən böhranlara və pandemiya kimi digər çətinliklərə daha çox həssasdır.

Ölkəyə gələn və ölkədən gedən turizm göstəricilərini müqayisə edərkən qeyd etmək lazımdır ki, həm pandemiyaadan əvvəl, həm də pandemiyaadan sonra xaricə səyahət edən Azərbaycan vətəndaşlarının sayı ölkəyə daxil olan xarici vətəndaşların sayından xeyli çoxdur. Bu, Azərbaycana gələn xarici vətəndaşlar arasında aktivliyin azlığından xəbər verir.

Ölkəyə gələn turistlərin coğrafiyası o qədər də geniş deyil. Tədqiqat dövründə gələn turistlərin əksəriyyəti Rusiya vətəndaşları olub.

Gələn turizmin əsas problemlərindən biri onun Azərbaycan Respublikası ərazisində çox qeyri-bərabər paylanmasıdır. 2006-cı ildən 2016-cı ilə qədər demək olar ki, bütün xarici turistlər yalnız Bakıya səfər etməklə kifayətləniblər, ölkənin digər yaşayış məntəqələrinə isə gələn

turizmin çox az hissəsi düşüb.

Xarici turist səfərlərinin məqsədlərinin təhlili göstərib ki, onların əksəriyyəti əyləncə turizmi üçün ölkəyə gəlirlər. Ardınca işgüzar turizm gəlir, tibbi və dini turizm isə Azərbaycana səfərlərin məqsədləri arasında çox az paya malikdir.

Beynəlxalq turizm ölkənin xarici iqtisadi fəaliyyətinin bir hissəsidir. Təhlillər göstərir ki, 2020-ci il istisna olmaqla, tədqiqat dövrü ərzində turizm xidmətlərinin həcmi artmışdır. Lakin, 2006-cı ildən 2021-ci ilə qədər turizm balansı mənfi olmuşdur. 2013-cü il istisna olmaqla, həm ümumi ödəniş balansında, həm də beynəlxalq xidmətlər balansında turizm xidmətlərinin payı çox aşağı olaraq qalmışdır. Lakin təhlil göstərdi ki, turizmin yüksək inkişaf templərinə baxmayaraq, 2016-2018-ci illər istisna olmaqla, bu sahənin ümumi məhsulda payı çox aşağıdır və 1,0%-i keçmir. 2016-2018-ci illərdə bu rəqəm 3 faiz səviyyəsinə yaxınlaşmışdır.

Turizmin inkişafı məşğulluğun artmasına töhfə verir. Azərbaycan Respublikasında 2006-cı ildən 2024-cü ilə qədər ümumi məşğulluq səviyyəsi 20,0% artsa da, turizm sektorunda 2,6 dəfə artım müşahidə olunub. Ümumi məşğulluq səviyyəsində yüksək artım templərinə baxmayaraq, bu rəqəm 0,6% ilə 1,6% arasında dəyişib. Bununla belə, qeyd etmək lazımdır ki, qeyri-rəsmi məşğulluq turizmdə, xüsusən də kənd yerlərində geniş yayılmışdır, yəni faktiki məşğulluq səviyyəsi rəsmi səviyyədən yüksəkdir. Turizm sənayesində əmək haqqı səviyyəsi və onların artım templəri ölkə üzrə orta göstəricidən aşağıdır.

Turizm sənayesinin aktiv böyüməsinə baxmayaraq, onun ÜDM-ə təsiri bir o qədər də əhəmiyyətli deyil. Belə ki, 2018-ci ildə turizm gəlirlərinin ÜDM-dəki payı ən aşağı 0,6% ilə ən yüksək 5,6% arasında dəyişib.

Əsas kapitala qoyulan investisiyaların iqtisadiyyata ümumilikdə səmərəliliyini müqayisə etdikdə qeyd etmək olar ki, turizm sektoruna qoyulan hər manatın gəliri iqtisadiyyata ümumilikdə qoyulan investisiyalardan daha yüksəkdir. Turizmə qoyulan hər manata düşən gələn turizmin gəliri bütün dövr ərzində iqtisadiyyata ümumilikdə qoyulan gəlirdən, müəyyən illərdə isə turizmin özündən daha yüksək olub.

İnvestisiyaların həm də sosial əhəmiyyəti var. Onlar iş yerləri yaradır və məşğulluğun artımını təmin edir. Azərbaycan Respublikasında turizm sənayesinə qoyulan investisiyalar çox iş yeri yaratmır. Belə ki, hər milyon

manata düşən ən çox iş yeri sayı 2021-ci ildə yaradılıb - 362.

Bir turistin xərclərinin multiplikativ effektinin hesablanması göstərdi ki, hər bir turistin xərclərinin artması əhalinin gəlirlərinin artmasına təkan verir.

Aparılan tədqiqatın əsasında aşağıdakı təkliflər irəli sürülə bilər:

1. Azərbaycanda gələn turizmi şaxələndirmək lazımdır.

2. Gələn turizmi inkişaf etdirmək üçün müvafiq ölkələrdən turistləri cəlb etmək istiqamətində məqsədyönlü marketinq fəaliyyətləri həyata keçirilməlidir.

3. Turistlərin Azərbaycan mətbəxinə marağını nəzərə alaraq, kulinariya turlarının keçirilməsi imkanlarını genişləndirmək.

4. Ekoturizmə artan global marağı nəzərə alaraq, ölkədə təbiət qoruqlarının və milli parkların sayını artırmaq. Eyni zamanda, ictimaiyyəti ətraf mühitin qorunması ilə bağlı maarifləndirmək (sosial media və televiziya da maarifləndirici videolar və ya proqramlar təşkil etmək). Turizm industriyasında otel və restoranlarda, həmçinin digər obyektlərdə vaxtaşırı monitorinqlər aparmaq.

5. Ölkənin bölgələrində turizm imkanlarını fəal şəkildə təşviq etmək.

6. Azərbaycanın işğaldan azad edilmiş bölgələrinə turistləri cəlb etmək xüsusilə vacibdir.

7. Turist qruplarının fokusunu yaratmaq.

Məsələn, Çindən turistləri aşağıdakılar vasitəsi ilə cəlb etmək olar:

-Çin dilində danışan bələdçilərin hazırlanması;

-Çin televiziyasında Azərbaycan haqqında sənədli filmlərin yayımlanması.⁹

Şimali Avropadan turistləri cəlb etmək üçün, dafələrlə Azərbaycana səfər etmiş məşhur alim Tur Heyerdalın tədqiqatlarına əsaslanmaq lazımdır.¹⁰

8. Gürcüstan və Azərbaycan üzrə birgə turlar təşkil etmək.

9. Orta təbəqə üçün otelləri aktiv şəkildə inkişaf etdirmək.

10. Neyroturizmi inkişaf etdirmək.

⁹ <https://elgastour.ru/otzyvy/otchioty-o-puteshestviyakh/kavkaskaya-semerka>

¹⁰ <https://azerhistory.com/?p=43446>

11. Turizmin inkişafında inklüzivliyi nəzərə almaq vacibdir.

Yuxarıda göstərilən bütün təkliflər xarici turistlərin Azərbaycan Respublikasına cəlb olunmasına kömək edəcək və nəticədə ölkənin iqtisadi və sosial vəziyyətinə müsbət təsir göstərəcək.

Dissertasiyanın əsas məzmunu aşağıdakı nəşrlərdə öz əksini tapmışdır:

1. Н.С.Багирова, «Система регулирования мирового туристического рынка» / Qərbi Kaspi Universiteti. Elmi xəbərlər xüsusi buraxılış. // Bakı-2020, str. 47
2. Н.С.Багирова, «Основные парадигмы развития турической индустрии» / Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları. Beynəlxalq jurnal. Azərbaycan turizm və Menecment Universiteti // Bakı-2021, str.33
3. Н.С.Багирова, «Роль международного туризма в развитие экономики Азербайджана». / Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları. Beynəlxalq jurnal. Azərbaycan turizm və Menecment Universiteti // Bakı-2023, str.43
4. Н.С.Багирова, «Анализ показателей развития туризма во внешнеэкономической деятельности Азербайджана» / İnnovasiyalı iqtisadiyyat və menecment. Azərbaycan Texnologiya Universiteti. Bakı-2022, str.290
5. Н.С.Багирова, «Современный этап развития туризма в Азербайджане» / İnnovasiyalı iqtisadiyyat və menecment. Azərbaycan Texnologiya Universiteti // Bakı-2022, str. 75
6. Н.С.Багирова, «Некоторые особенности занятости в отрасли туризма Азербайджанской Республики» / Umumilli lider Heydər Əlirza oğlu Əliyevin anadan olmasının 100 illik yubileyinə həsr olunmuş “Rəqabət qabiliyyətli mütəxəsis hazırlığı müasir təhsilin əsas məqsədidir”. Respublika elmi konfransının materialları, Bakı-2023, str. 52
7. Н.С.Багирова, «Особенности занятости в туризме и факторов влияющих на нее. Экономика и предпринимательство» // РИНЦ-2023, str.417
8. Н.С.Багирова, «Влияние въездного туризма на устойчивое развитие Азербайджанской Республики» / LV International

Multidiciplinary Conference. Recent Scientific Investigation. Shewnee // USA-2024, ctp.197

9. N.S.Bagirova, "The main areas of development of the non-oil sector in the Republic of Azerbaijan"/Theoretical and practical research in economic fields//Romania-20244(32),ISSN:2068-7710, p.983
10. N.S.Bagirova, "Trends and some indicators of tourism development in Azerbaijan" / Doktorantların və gənc tətqiqatçıların XXV Respublika elmi konfransının (NASCO) materialları. Azərbaycan Təhsil İnstitutu / Bakı-2022, p.222
11. N.S.Bagirova, "The weight of inbound tourism in Azerbaijan socio-economic growth and the country s potential for attaining leadership in the Transcaucasian region" / Dağlar: Mədəniyyətlər, Landşaftlar və Biomüxtəliflik. Konfrans materialları. Qərbi Kaspi Universiteti // Bakı-2024, p.153



Dissertasiyanın müdafiəsi 30 Sentyabr 2026-cı il tarixində saat 15:00-da Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin nəzdində fəaliyyət göstərən FD 2.10 Dissertasiya şurasının iclasında keçiriləcək.

Ünvan: AZ 1001, Bakı şəhəri, İstiqlaliyyət küç., 6

Dissertasiya ilə Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin kitabxanasında tanış olmaq mümkündür.

Avtoreferatın elektron versiyası Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin rəsmi internet saytında (www.unec.edu.az) yerləşdirilmişdir.

Avtoreferat 02 iyul 2026-cı il tarixində zəruri ünvanlara göndərilmişdir.

Çapa imzalanıb: 17.06.2026
Kağızın formatı: 60x84 1/16.
Həcmi 1 ç.v. (38271 işarə).
Tiraj 70.

“AA – Poliqraf” istehsalat-kommersiya birliyində hazır
diopozitivlərdən istifadə olunmaqla çap edilmişdir.

Əlaqə üçün: capevi@internet.ru / (+99455) 201-2809