

**AZƏRBAYCAN MİLLİ ELMLƏR AKADEMİYASI**  
**akad.H.Ə.ƏLİYEV adına COĞRAFIYA İNSTİTUTU**

---

---

*Əlyazması hüququnda*

**SEYMUR QADİR OĞLU HƏSƏNOV**

**TÜRKİYƏ RESPUBLİKASINDA TURİZM**  
**SƏNAYESİNİN ƏRAZİ TƏŞKİLİ TƏCRÜBƏSİ**  
**VƏ ONDAN AZƏRBAYCANDA**  
**İSTİFADƏNİN ƏSAS İSTİQAMƏTLƏRİ**

**5401.01 – iqtisadi coğrafiya**

**Coğrafiya üzrə fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi**  
**almaq üçün təqdim olunmuş dissertasiyanın**

**AVTOREFERATI**

**BAKI – 2013**

**Dissertasiya işi Bakı Dövlət Universiteti Coğrafiya fakültəsinin “Xarici ölkələrin iqtisadi-siyasi coğrafiyası və turizm” kafedrasında yerinə yetirilmişdir.**

**Elmi rəhbər: professor C.A.Məmmədov**

**Rəsmi opponentlər: c.ü.e.d., professor  
T.G.Həsənov**

**c.ü.f.d. R.S.Səfərov**

**Aparıcı təşkilat: Azərbaycan Dövlət Pedaqoji Universiteti  
Coğrafiya və GÇH fakültəsinin “İqtisadi  
coğrafiya və CTM” kafedrası**

**Müdafiə “20” dekabr 2013-cü il saat 14<sup>00</sup>-da AMEA akademik H.Ə.Əliyev adına Coğrafiya İnstitutunun nəzdində fəaliyyət göstərən D01.091 Dissertasiya Şurasının iclasında keçiriləcəkdir.**

**Dissertasiya işi ilə Azərbaycan MEA-nın akademik H.Ə.Əliyev adına Coğrafiya İnstitutunun kitabxanasında tanış olmaq olar (ünvan: Az. 1143. Bakı, H.Cavid prospekti 31, 8-ci mərtəbə).**

**Möhürlə təsdiq olunmuş rəyləri iki nüsxədə bu ünvana göndərməyiniz xahiş olunur: Az.1143. Bakı, H.Cavid prospekti 31. Akademiyanın əsas binası, 8-ci mərtəbə, akademik H.Ə.Əliyev adına Coğrafiya İnstitutu.**

**Avtoreferat 19 noyabr 2013-cü ildə göndərilmişdir.**

**D 01.091 Dissertasiya Şurasının  
Elmi katibi,Coğrafiya elmləri  
namizədi, dosent:**

**Həsənov M.S.**

## ÜMUMİ SƏCİYYƏSİ

**Mövzunun aktuallığı.** Turizm sənayesini sürətlə inkişaf etdirən Türkiyə Respublikasında turizmin hərtərəfli tədqiq olunması, ölkənin turizm sahəsində beynəlxalq miqyasda qazandığı müsbət təcrübənin öyrənilməsi respublikamız üçün əhəmiyyətlidir. Daxili turizm fəaliyyətinin genişləndirilməsi Türkiyə Respublikasında son 25-30 il ərzində ölkənin iqtisadi inkişafında katalizator rolunu oynamışdır. Türkiyədə qəbul edilmiş beşillik iqtisadi inkişaf proqramları çərçivəsində turizmin inkişafı əsasən iki problemi həll etməyə istiqamətləndirilmişdir. Bu istiqamətlərdən biri ölkədə regional inkişafı təmin etməkdən ibarət olsa da, digəri işsizliyi aradan qaldırmaq və qısa müddət ərzində kiçik sahibkarlığı inkişaf etdirməkdən ibarətdir.

Qeyd etmək lazımdır ki, Türkiyə hökumətinin beşillik iqtisadi proqramlarında prioritet istiqamətlərdən birinin də turizm sektoru ilə bağlı olması bu sahənin dinamik inkişafına təkan vermişdir. Türkiyə iqtisadiyyatında turizm sənayesi XX əsrin 80-ci illərindən etibarən əsas rol oynamağa başlamışdır. Hazırda Türkiyənin iqtisadiyyatında önəmli rol oynayan turizm sənayesi Cənubi və Orta Avropa ölkələrinin əksəriyyətini geridə qoymuşdur.

Türkiyədə mövcud turizm resursları bu sektorun inkişafını şərtləndirən amillərdən sayılır. Ölkənin turizm sənayesində bu potensialdan istifadə olunması hesabına kütləvi turizmin inkişafı 1950-ci ildən sonra genişlənməyə başlamışdır. Türkiyədə turizmin inkişafı əvvəllər tarixi-memarlıq abidələri ilə bağlı olsa da, XX əsrin 80-ci illərindən sonra çimərlik turizminin genişlənməsi onun digər növlərini geridə qoymuşdur. Xarici turizmin inkişafı ölkədə daxili turizmin genişlənməsini stimullaşdırmışdır ki, bu təcrübədən də Azərbaycanda istifadə etmək mümkündür.

Türkiyədə ölkə vətəndaşlarının turizm hərəkətində kütləvi iştirakını təmin etmək üçün müxtəlif folklor və irs nümunələri ilə bağlı olan tədbirlərdən istifadə olunur. Bu məqsədlə ölkənin regionlarında kütləvi tədbirlərin keçirilməsinə sahibkarların, bu sahə ilə bağlı olan yerli və xarici iş adamlarının dəvət olunması həmin regionların inkişafına təkan verməklə yanaşı, onun reklamında əhəmiyyətli rol oynayır. Bununla yanaşı, əhəlinin kütləvi şəkildə regionlardakı turizm hərəkətinə qatılması üçün qiymətlərin aşağı salınmasını da stimullaşdırıcı tədbir kimi qeyd etmək olar. Qeyd olunan təcrübədən ölkəmizdə istifadə etmək məqsədəuyğundur və bu

istiqamətdə müəyyən işlər görülür. Xüsusilə, rayonlarda milli bayramlar, irs nümunələri, kulinariya və kənd təsərrüfatı məhsulları ilə bağlı kütləvi tədbirlərin keçirilməsi regionların turizm baxımından mənimsənilməsində, təbliğati və reklamında əhəmiyyətli rol oynaya bilər.

Türkiyədə turizm gəlirlərinin artması (2012-ci ildə 29,0 mlrd. ABŞ doll.) hesabına ölkənin xarici ticarətində turizmin payı 19,2%-ə qədər yüksəlmişdir. Bununla yanaşı, ölkənin ÜMM-da turizm sənayesinin payı 2012-ci ildə 3,7%-dən çox olmuşdur. Türkiyənin beynəlxalq turizm bazarına daha çox turist cəlb edilməsi Avropa ölkələri ilə rəqabət aparmağa imkan vermişdir. Ölkənin beynəlxalq turizm bazarında əhəmiyyətli rolu onun rəqabət imkanlarının artmasına şərait yaratmışdır. Qeyd olunan amilləri nəzərə almaqla, Türkiyənin turizm sahəsindəki təcrübəsindən respublikamızda istifadə etmək mümkündür. Dissertasiyanın aktuallığı da Türkiyənin turizm sahəsində qazandığı çoxillik təcrübənin Azərbaycanda tətbiqi ilə bağlıdır.

**Problemin öyrənilmə səviyyəsi.** Respublikamızın alimləri və turizm üzrə mütəxəssislərindən B.Ə.Budaqov (Azərbaycanda landşaft ekzotikliyi və təbiət abidələrinin öyrənilməsi), C.A.Məmmədov (beynəlxalq turizmin dünya iqtisadiyyatında rolu və regionlar üzrə inkişafı, gəlmə və getmə turizmi), A.Ə.Salmanov (rekreasiya ehtiyatlarının iqtisadi-coğrafi baxımdan qiymətləndirilməsi), S.H.Rəhimov (turizm işi və turların təşkili metodikası), H.B.Soltanova (turizm və otelçilik təsərrüfatının əsasları və s.), R.M.Kasumov (beynəlxalq turizm bazarı iqtisadiyyatının nəzəri məsələləri), V.S.Dərgahov (Azərbaycanın rekreasiya-turizm potensialının ərazi təşkili və qiymətləndirilməsi), B.Ə.Bilalov (turizmin menecmenti və marketinqi), Ə.Q.Əlirzayev (turizmin iqtisadiyyatı, idarə olunması, sosial-iqtisadi inkişafda rolu) və başqaları bu sektora aid onlarca elmi məqalə və kitabların (əsasən dərslik və dərs vəsaitləri) müəllifləri olsalar da, turizm sənayesinin ərazi təşkili, xüsusilə xarici ölkələrin bu sahədə təcrübəsinin Azərbaycanda tətbiqi üzrə tədqiqat işləri azdır.

Türkiyəli tədqiqatçılar Orhan Batman, Suavi Ahıpaşaoğlu və Evrim Çeltekin Türkiyədə turizm sənayesinin ayrı-ayrı sahələri üzrə araşdırmalar aparmışlar. Orhan Batman özünün “Otel işlətmələri” monoqrafiyasında Türkiyədə yerləşmə müəssisələrini daxili və xarici turizmde xidmət istiqamətlərinə görə qruplaşdırmış və onların dolma səviyyəsini təhlil etmişdir. Müəllif bu əsərində Türkiyənin turizm sənayesində yüksək kateqoriyalı otellərdən ölkə vətəndaşlarının az istifadə etdiyini xüsusi olaraq vurğulamışdır.

Suavi Ahipaşaoğlu və Evrim Çeltekin həmmüəllif olduqları “Kırsal turizm” monoqrafiyasında Türkiyədə kənd, yayla turizminin inkişaf tendensiyası araşdırılmış, kənd yaşıl turizminin SWOT təhlili (güclü və zəif tərəflər, imkanlar, təhlükələr) aparılmış, daxili və xarici turizmin güclü, zəif tərəfləri, imkanları və potensialı təhlil olunmuşdur. Müəlliflər kənd turizmində yerli turistlərin istifadə imkanlarını təhlil etsələr də, onun regional aspektlərini göstərməmişlər. Türkiyənin turizm sənayesində bazarın marketing təhlili Alpaslan Usal, Saime Oral, Bahar Ozan, Orhan İçöz və digər müəlliflərin əsərlərində öz əksini tapmışdır. Bu monoqrafiyalarda marketing təhlili turizm şirkətlərinin bazardakı mövqeyinə görə öyrənilsə də, yerləşmə müəssisələrinin araşdırılmasına geniş yer verilmiş, bu müəssisələrdə daxili idarəetmə forması, turist qəbulu imkanları araşdırılmışdır. Tədqiqat işində Necdet Haçioğlu, Alp Timur, Nazimiye Özgüç, Hayati Doğanay, Özcan Yağcı, xarici ölkə alimləri Filip Kotler, İ.T.Balabanov, A.E.Aleksandrova və başqalarının əsərlərinə də istinad edilmişdir.

**Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri.** Tədqiqatın əsas məqsədi Türkiyənin turizm sənayesinin ərazi təşkilinin öyrənilməsi və onun beynəlxalq turizm bazarında qazandığı təcrübənin respublikamızda tətbiqindən ibarətdir. Bununla yanaşı, Türkiyənin turizm sənayesinin müasir vəziyyəti və onun inkişaf modelinin araşdırılması dissertasiya işinin əsas məqsədlərindən sayılır.

Dissertasiya işində qarşıya qoyulan əsas vəzifələr aşağıdakılardır:

- Türkiyənin turizm sənayesində bazarın marketing təhlilini aparmaqla ayrı-ayrı turizm sahələrinin rəqabət imkanlarının müəyyənləşdirilməsi, xarici, daxili turizm seqmentlər üzrə tələbatın öyrənilməsi və daha səmərələsinə Azərbaycanda istinad edilməsi;
- Turizm sənayesində yerləşmə müəssisələrinin tutumu, xidmət səviyyəsi və inkişaf meyllərinin araşdırılması, mövcud təcrübənin Azərbaycanda tətbiqi imkanlarının göstərilməsi;
- Bölgələr üzrə turizmin ərazi təşkili xüsusiyyətləri və onun növlərinin rəqabət imkanlarını müəyyən etmək, ölkəmizdə tətbiqinin əsaslandırılması;
- Azərbaycan ilə Türkiyə arasındakı turizm əlaqələrinin respublikamızın turizm təsərrüfatına təsirinin və inkişaf perspektivlərinin öyrənilməsi.

**Tədqiqatın obyektı və predmeti.** Türkiyənin turizm sənayesi dissertasiyanın obyektini, turizm sənayesinin ərazi təşkilinin Azərbaycanda tətbiqi istiqamətləri isə predmetini təşkil edir.

**Tədqiqatın nəzəri və metodoloji əsasları.** Dissertasiyanın yazılmasında və başlıca müddələrin əsaslandırılmasında Türkiyənin turizm siyasəti və ölkənin bu sahədə Dövlət Proqramları ilə yanaşı, Azərbaycan Respublikasının turizm sahəsindəki Dövlət Proqramları, dövlətimizin turizm siyasəti, Azərbaycan və Türkiyə Respublikaları arasında turizm sahəsində imzalanmış Hökumətlərarası Sazişlər, həmçinin turizm sahəsində tədqiqat aparmış mütəxəssislərin fikir və mülahizələri əsas götürülmüşdür.

**İstifadə edilmiş metodika:**

Dissertasiyanın hazırlanmasında statistik, iqtisadi modelləşdirmə, marketing tədqiqatları, müqayisə, kartoqrafik, proqnozlaşdırma və s. metodlardan istifadə olunmuşdur.

**Müdafiəyə çıxarılan əsas müddəalar:**

- Türkiyənin turizm sənayesinin formalaşmasında turizm-rekreasiya potensialından istifadə imkanları və regional fərqlərin göstərilməsi;
- Türkiyənin turizm sənayesində bazarın istehlakçı mühitinin və tələbatının müəyyən edilməsi, ölkə əhalisinin istirahətinin təşkili modelinin Azərbaycanda tətbiqinin əsaslandırılması;
- Türkiyədə turistləri yerləşdirmə müəssisələrində xidmətin və rəqabət imkanlarının fərqli cəhətlərinin müəyyən edilməsi, ölkənin otelçilik fəaliyyəti modelindən Azərbaycanda istifadə yollarının göstərilməsi;
- Türkiyənin beynəlxalq turizm sahəsində rəqabət imkanları və bu sahədə Azərbaycan ilə əlaqələrinin perspektivliyinin əhəmiyyətinin göstərilməsi.

**Tədqiqat işinin elmi yeniliyi** aşağıdakılardan ibarətdir:

- İlk dəfə olaraq Türkiyənin turizm sənayesinin ərazi təşkili öyrənilməklə, bu təcrübədən Azərbaycanda istifadənin istiqamətləri iqtisadi-coğrafi cəhətdən əsaslandırılır və təhlil edilir;
- Turizm-rekreasiya ehtiyatlarından turizmdə istifadənin istiqamətləri öyrənilmiş, bu potensialın sahə və regional səviyyədə səmərəliliyi göstərilmişdir;
- Ölkənin turizm bazarının marketing təhlilində üç segmentin (Türkiyə vətəndaşları, xarici ölkə vətəndaşları və digər ölkələrin türk əsilli vətəndaşları) mövcud olması əsaslandırılmış, əhalinin istirahətinin təşkili modeli Azərbaycan üçün hədəf olaraq seçilmişdir;

- Turistləri yerləşdirmə müəssisələrinin fəaliyyət istiqamətləri öyrənilmiş, bu sahədə Türkiyənin beynəlxalq səviyyədə rəqabət imkanları müəyyən edilmiş, Azərbaycanda Türkiyənin turizm təcrübəsindən istifadə edilməklə model olaraq turizm şirkətlərinin beynəlxalq səfərlərin təşkilində bir neçə ölkə və turoperatorlarla əlaqələndirilməsi təklif edilmişdir.

**Tədqiqat işinin təcrübi əhəmiyyəti.** Dissertasiya işinin müddəaları, nəticə və təkliflərdən Azərbaycan Respublikasının Mədəniyyət və Turizm Nazirliyində, onun regional bölmələrində, Türkiyənin Mədəniyyət və Turizm Nazirliyində, Türkiyənin turizm sənayesinə investisiya qoymaq istəyən iri şirkətlərdə, Türkiyə təcrübəsini öyrənmək istəyən yerli şirkətlərdə əhəmiyyət kəsb edir. Bununla yanaşı ali təhsil ocaqlarında turizm üzrə müxtəlif səpgidə elmi-tədqiqat işi yerinə yetirən magistrant, doktorant və dissertantlar dissertasiya işindən elmi və nəzəri cəhətdən istifadə edə bilirlər.

**İşin aprobasiyası və nəşri.** Tədqiqat işinin əsas müddəaları və əldə edilmiş nəticələr haqqında BDU-nun Coğrafiya fakültəsində, Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının H.Ə.Əliyev adına Coğrafiya İnstitutunun “İqtisadi və siyasi coğrafiyası” şöbəsinin elmi seminarlarında məruzələr olunmuş, dissertasiyanın ayrı-ayrı hissələrinə dair aşağıdakı konfranslarda çıxışlar edilmişdir:

“Turizm və rekreasiya: problemlər və perspektivlər” mövzuna həsr edilmiş II Respublika elmi-praktiki konfrans”. Bakı-2008; “Coğrafiyanın müasir problemləri”, H.Ə.Əliyevin anadan olmasının 85 illik yubileyinə həsr olunmuş beynəlxalq konfrans. Bakı-2008; “Azərbaycanın müasir ekocoğrafi şəraitinin dəyişməsində antropogen amillərin rolu”na həsr olunmuş konfrans. Bakı-2009; AR Təhsil Nazirliyi, Doktorantların və gənc tədqiqatçıların XIV Respublika Elmi Konfransının materialları, Bakı-2010.

Dissertasiya mövzusu üzrə 11 məqalə və tezis çap edilmişdir.

**Dissertasiyanın quruluşu və həcmi.** Dissertasiya işi giriş, 3 fəsil, nəticə və təkliflər, ədəbiyyat siyahısından ibarətdir. 89 adda mənbədən ibarət ədəbiyyat siyahısı, 12 cədvəl, 9 şəkil və 4 xəritə-sxem daxil olmaqla, dissertasiya işinin ümumi həcmi 140 kompyüter səhifəsini əhatə edir.

## **DİSSERTASIYANIN QISA MƏZMUNU**

Girişdə mövzunun aktuallığı əsaslandırılır, tədqiqat işinin obyekt, predmeti, məqsəd və vəzifələri müəyyən olunur, problemin öyrənilmə

səviyyəsi, nəzəri-metodoloji əsasları, elmi yenilikləri və praktiki əhəmiyyəti göstərilir.

Dissertasiya işinin birinci fəslı **“Turizmin nəzəri-metodoloji əsasları və anlayışlar”**ın öyrənilməsinə həsr edilmişdir. Burada turizm sənayesinin əsas xüsusiyyətləri, inkişaf tarixi, onun formalaşmasına təsir edən coğrafi, iqtisadi və sosial amillərin təhlili aparılır. Turizm sənayesi turistin istifadə etdiyi geniş xidmət sahələrini birləşdirən təsərrüfat kompleksidir. “Turizm haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununda **turizm sənayesi** - turizm məhsulu istehsalı təşkilinin kompleksli sistemi və yaxud mehmanxana və digər yerləşdirmə-yerdəyişmə, nəqliyyat vasitələrinin, ictimai iaşə, əyləncə obyektləri və vasitələrinin, tanış olma, idraki, iş-peşə, sağlamlaşdırma, idman və digər təyinatlı obyektlərin, turoperator və turagent fəaliyyətini həyata keçirən ixtisaslaşdırılmış müəssisə və təşkilatların, həmçinin ekskursiya və bələdçi (bələdçi-tərcüməçi) xidmətləri göstərən təşkilatların məcmusudur. “Turizm sənayesi” anlayışlarında onun maddi-texniki bazasının turizmlə bağlı müəssisə və təşkilatların məcmusu olduğu göstərilir. Turizm sənayesinde ixtisaslaşmış təşkilatların rolu əvəzsizdir. Bu təşkilatlar turməhsulu reallaşdırmaq məqsədilə bazarın vəziyyətini düzgün araşdırmağı, tələbatı qiymətləndirməyi bacarmalıdır. Əks halda, onların fəaliyyəti iflasa uğraya bilər.

Turizm sənayesinin inkişafı xidmətlər bazarı və onun seqmentlərinin vəziyyətindən asılıdır. Turizm xidmətləri tələb və təklifin əsasında formalaşdığına görə bazarda onun dəyişməsi tez-tez baş verir. Ayrı-ayrı turizm xidmətləri hər hansı bir məkanda müəyyən zaman çərçivəsində formalaşır və keyfiyyətini dəyişir. Bu xidmətlər turoperator tərəfindən bazardakı tələb və təklifi nəzərə almaqla yaradılır. Turizm məhsulu mövsümlər nəzərə alınmaqla təşkil olunur və müəyyən zaman çərçivəsində nəzərdə tutulur. Turizm xidmətlərinin ərazi təşkili zamanı tələb və təklifə uyğun olaraq onun keyfiyyəti və kəmiyyəti dəyişə bilər. Buna görə də xidmətin kəmiyyəti və keyfiyyətinə uyğun qiymətlər müəyyənləşir. Bu dəyişiklik bazardakı tələb və təklifə uyğun olmalıdır.

Turizm tələbinin mövsümdən asılı olaraq dəyişməsi turizm bazarı üçün səciyyəvidir. Turizm bazarında iştirak edən subyektlər bu mövsümliliyi nəzərə almaqla, turizm məhsullarını istehlakçıya çatdırırlar. Turizmin bəzi növləri də vardır ki, onlar üçün mövsümlilik xarakterik deyil. Bununla yanaşı, qeyri-mövsümi istirahətin formaları regional fərqlər



yaradır ki, bu da turizm firmalarında hazırlanan turməhsulun seqmentlərə bölünməsinə səbəb olur.

Turizm bazarında tələb və təklifin marketinqinin aparılması firmanın bazarda mövqeyini müəyyən edən amillərdəndir. Bu baxımdan turməhsulun qiymətinin bazara uyğunluğu, mövsümə görə differensiasiyası vacibdir.

Türkiyədə Osmanlı imperiyası dövründən başlayaraq bu günədək müxtəlif mərhələlərdə inkişaf yolu keçmiş turizm tam formalaşmış industriyaya çevrilmişdir. Bu dövrdə ilkin yerləşmə müəssisələri yaradılmış, ölkəyə gələn əcnəbilərə xidmət edən qidalanma və digər xidmətlər təşkil edilmişdi.

Respublika quruculuğunun ilk illərindən başlayaraq (1923-1960-cı illər) Türkiyədə turizm sənayesinin inkişafı hökuməti qanunvericilik bazasını yaratmağa sövq edirdi. Turizmlə əlaqəli ilk Qanun 1934-cü ildə qəbul olundu (müqayisə üçün qeyd edək ki, Azərbaycanda Turizm haqqında Qanun 1999-cü ildə qəbul edilmişdir). “İqtisadi fəaliyyətin tənzimlənməsi” haqqında olan əsas Qanunda turizmlə bağlı fəaliyyət üçün səlahiyyət xarici ticarət idarəsinə tabe edilməklə “Türk Ofisi” nə verilmişdi. “Türk Ofisi” əsasən xarici turizm sahəsində fəaliyyət göstərən təşkilatları əlaqələndirirdi. Sonradan bu təşkilat “Turizm Masası”, “Turizm Müdirliyi” adlandırıldı.

1960-1980-cı illərdə turizm ölkənin iqtisadi inkişaf planlarında dövlətin önəm verdiyi prioritet sahələrdən biri idi. Buna görə də 1963-cü ildə Turizm və Tanıtma Nazirliyi yaradıldı. Bununla yanaşı, turizm sektorunun inkişafı üçün yeni tədris müəssisələri təsis edildi, Dövlət proqramları qəbul olundu.

1980-ci illərdən sonrakı dövr turizmin inkişafında keyfiyyət dəyişiklikləri ilə fərqlənir. 1980-ci illərdən sonra ölkənin turizm sektorunda yüksək dinamiklik müşahidə olunur. Bu dövrdə Türkiyənin turizm tarixində heç vaxt rast gəlinməyən turizm tələbi müşahidə olunmuş, əldə edilən gəlir və ölkəyə səfər edən xarici turistlərin sayı bir neçə dəfə artmışdır. Ölkədə 1980-2012-ci illərdə otelçilik sənayesində baş verən dəyişikliklər əvvəlki mərhələlərdən fərqli olaraq 3-5 dəfədən çox olmuşdur. 1990-cı illərin sonunda Türkiyədə fəaliyyət göstərən yerləşmə müəssisələrində yataq yerlərinin sayı 1,2 milyonu keçmişdir. Turistləri yerləşdirmə müəssisələrinin beynəlxalq şəbəkəyə daxil olan otelləri İzmir və İstanbul şəhərləri, Mərmərə, Egey və Aralıq dənizi sahillərində yerləşdirilmişdir.

Bu fəsildə Türkiyənin turizm sənayesinin formalaşmasının coğrafi, iqtisadi və sosial amillərinin öyrənilməsinə geniş yer verilir. Türkiyə turizm industriyasının inkişafında əsas rol oynayan zəngin təbii və antropogen potensiala malikdir. Ölkəyə turist cəlb edən təbii mağaralar (bunların sayı 40 mindən çoxdur) maraqlı rekreasiya obyektləridir və səyahət, turizm məqsədli idman fəaliyyəti, ekstremal turizm əhəmiyyəti kəsb edir. Təbii mağaralar Antalya, Mersin, Sivas, Bursa, Ankara bölgələrində daha çoxdur. Turizm əhəmiyyəti kəsb edən mağaralara turist marşrutlar salınmışdır.

Türkiyəyə turistləri cəlb edən təbii coğrafi amillərdən biri də ölkənin əlverişli iqlim şəraitidir. Ölkədə temperatur fərqləri relyefdən asılı olaraq yay mövsümündə 20-39<sup>0</sup>S arasında dəyişir. Aralıq və Egey dənizləri sahillərində bu göstərici komfort hədlərə uyğun olaraq 24-28<sup>0</sup>S-ə çatır. Daxili Anadolu bölgələrində 18-22<sup>0</sup>S, Qara dəniz sahili bölgələrdə isə 20-24<sup>0</sup>S təşkil edir. Yayda dəniz suyunun temperaturunun yüksək olması, komfort hədlərin tez-tez təkrarlanması turizm mövsümünün uzanmasına səbəb olur. Müqayisə üçün qeyd edək ki, Xəzər sahillərində çimərlik mövsümü iyun ayından sentyabrın əvvəllərində davam edir.

Türkiyədə ətraf mühitin mühafizəsi məqsədilə 29 Milli park təşkil olunmuşdur ki, bunların ümumi sahəsi 566,2 min ha-a çatır. Milli parklardan əsasən ekoturizm, səyahət, istirahət, qismən fotoovçuluqda istifadə olunur ki, bu da müvafiq infrastrukturun yaradılmasına səbəb olmuşdur.

Türkiyədə 2000-dən çox mineral və termal su mənbəyi vardır ki, bunun da 1300-ü termal sulardır. Mineral suların 102-ə qədəri müalicəvi süfrə suyu kimi istifadə olunur. Müalicəvi suların bəzilərinin dəniz sahillərinə yaxınlığı, ətrafin ekzotik landşaftla əhatə olunması onlardan istifadənin iqtisadi baxımdan əhəmiyyətini artırır. Bununla yanaşı, ölkədə kurort turizminin inkişafı üçün Avropa təcrübəsinin öyrənilməsi, kompleks kurort xidmətlərinin təşkili məqsədəuyğun olardı. Ölkədə müalicəvi sular zəngin olsa da, turizmin digər növlərinə nisbətən müalicə-sağlamlıq turizmi zəif inkişaf etmiş və ümumi turizm hərəkətinin 8-12%-ni təşkil edir.

Türkiyənin turizm sənayesinin formalaşmasında mühüm rol oynayan təbii amillərdən biri də çimərliklərdir. Türkiyədə XX əsrin 80-ci illərindən sonra dəniz və onunla bağlı olan turizm sahəsi sürətlə inkişaf etməyə başlamışdır ki, bunun da əsas hissəsi Aralıq və Egey dənizi sahillərini əhatə edir. Dəniz sularında temperatur aprel ayından yüksəlməyə başlayır ki, bu da yay turizm mövsümündə demək olar ki, 20<sup>0</sup>S-dən aşağı düşür. Bu göstəricilər Aralıq və Egey dənizi sahillərində apreldən oktyabr

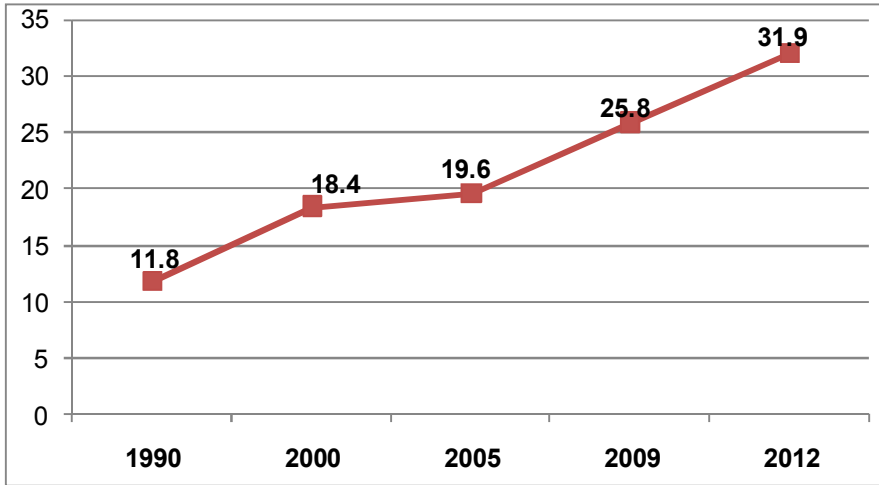
ayınadək davam etdiyi halda, Qara dəniz sahillərində sentyabr ayının ortalarına qədər davam edir. Buna görə də ölkədə dəniz turizmi ilə bağlı infrastruktur ən çox Aralıq və Egey dənizi sahillərində yaradılmışdır. Araşdırmalar göstərir ki, Türkiyədə yerləşmə müəssisələrinin 2/3 hissəsi, beynəlxalq turist axınlarının 80%-i, daxili turizm hərəkatının yarından çoxu birbaşa dəniz turizmi və onunla əlaqəli olan turizm növlərindən istifadənin payına düşür. Onu da qeyd edək ki, çimərlik zolaqlarının uzunluğuna və hər nəfərə düşən çimərlik sahəsinə görə Türkiyə Aralıq dənizi hövzəsi ölkələrini geridə qoyur.

Dissertasiya işinin ikinci fəslı **“Türkiyədə turizm sənayesinin inkişaf istiqamətləri və Azərbaycanda tətbiqi imkanları”** adlanır. Burada turizm bazarının marketing təhlili və onun inkişaf istiqamətləri, turizm sənayesində otelçiliyin rolu, turizm bölgələrinin ixtisaslaşması və onların inkişaf istiqamətləri göstərilmişdir. Daxili turizmdə qısa müddətli həftəsonu istirahətlər üstünlük təşkil etsə də, ölkədə şəhərlərin genişlənməsi və sənayeləşmə yüksəldikcə, məzuniyyətlərini istirahət mərkəzlərində keçirənlərin sayı artmışdır. Daxili turizmdə Antalya, Marmaris, Bodrum, Kuşadası bölgələri öz əhəmiyyətli mövqeyini saxlamışdır.

Azərbaycanın turizm bazarında da daxili turizmdə iştirak edənlər üstünlük təşkil edir. Bakı və digər iri şəhərlərdə əhalinin qısa müddətli istirahətinin təşkilində parklar və dəniz sahili istirahət mərkəzlərinə tələbat yüksəkdir. Türkiyə təcrübəsindən istifadə etməklə, İstanbul və digər iri şəhərlərin əhalisinin qısa müddətli istirahətinin təşkili təcrübəsindən yararlanmaq mümkündür. Belə ki, iri yaşayış məntəqələrində olan tematik parklarla yanaşı, qısa müddətli turlar, təklif olunan ekskursiyalar əhalinin istirahətinin təşkilində əlverişli ola bilər. Bayram günlərində daxili turizm hərəkatına qatılanlar Türkiyədə il ərzində daxili turizmdə iştirak edənlərin təqribən 1/3-ni təşkil edir. Ölkədə Ramazan bayramında iri şəhərlərdən əyalət və kənd yerlərinə gedənlərin sayının yüksək olması avtomobil, hava, su və dəmir yolu nəqliyyatında sifarişləri iki dəfədən çox artırır.

Respublikamızda da qısa müddətli istirahət məqsədilə bayram günlərində turizmə qatılanların sayı artır. Yeni il, “Novruz” və “Ramazan” bayramlarının 3-5 gün davam etməsi regionlara və xarici ölkələrə turist axınının artmasına səbəb olur. Müşahidələr göstərir ki, bayramlarda Bakı şəhərinə daha yaxın olan istirahət mərkəzlərinə kütləvi turist axını olur. Xüsusilə, Quba-Xaçmaz, Şəki-Zaqatala regionlarına, Şamaxı rayonuna bayram günlərində kütləvi turist axını intensivləşir.

Türkiyədə daxili turizmin genişlənməsi kütləvi turizmin və yerli turizm təşkilatlarının inkişafına səbəb olmuşdur. Ölkədə yerləşmə müəssisələrinin yüklənmə göstəricilərində daxili turizmin payı 10%, istirahət mərkəzlərində 28%, yaxta və kənd turizmində 30-36% təşkil edir. Son 20 ildə daxili turizm hərəkətində iştirak edənlərin sayı üç dəfədən çox artmışdır (şəkil 1).



**Mənbə:** Türkiye turizm statisi. Kültür və turizm bakanlığı. Ankara: Turhan, 2012

**Şəkil 1. Türkiyədə daxili turizmdə iştirak edənlərin say dinamikası (mln. nəfərlə)**

Azərbaycanda isə xarici ölkələrə getmə turizm segmenti üstünlük təşkil edir. Son illərdə xarici ölkələrə gedənlərin sayı 2005-ci illə müqayisədə iki dəfə artaraq 3,8 mln. nəfərə çatmışdır ki, bunun da 73%-i turizm məqsədilə səfər edənlərdir. Bu səfərlərdə orta yaşlıların çoxluq təşkil etməsi biznes turların üstünlüyü ilə bağlıdır.

Xarici ölkələrə getmə turizmində iştirak edənlərin əksəriyyəti (76,8%) Bakı şəhəri, az hissəsi isə regionların payına düşür. Xarici turizm segmentinin yönəldiyi ölkələrə Rusiya, Türkiyə, İran, Gürcüstan aiddir. Xarici turist axınlarının 79%-i bu ölkələrin payına düşür. Xarici ölkələrə

səfər edən turistlərin daha çox kollektiv yerləşmə vasitələrindən istifadə etməsi onların xərclərinin artmasına, ölkədən valyuta axımına səbəb olur. Gürcüstan və Rusiyaya gedən vətəndaşlar arasında isə fərdi yerləşmə vasitələrindən istifadə edənlərin sayı çoxluq təşkil edir.

Ölkə vətəndaşlarının xarici ölkələrə səfərlərinin məqsədi isə işgüzar (41,4%), istirahət və əyləncə (31,7%), qohumları (tanişları) ziyarət (15,7%), müalicə və sağlamlıq (4,1%), dini ziyarət (2,3%), şopinq (2,5%) olmuşdur. İşgüzar turlar üstünlük təşkil etsə də, istirahət məqsədilə gələnlərin sayı sürətlə artır.

Türkiyə təcrübəsindən istifadə etməklə turizm şirkətləri ilə regionlardakı istirahət mərkəzləri arasındakı əlaqələrin genişləndirilməsi bölgələrə daha çox turist cəlb etməyə imkan verə bilər. Bu əlaqə vasitəsilə hər bir mövsümün başlanğıcında regionlarda yerləşən istirahət mərkəzləri turizm şirkətlərinə öz xidmət çeşidləri və qiymətlərini göndərməlidir. Nəticədə turizm şirkəti istirahət mərkəzi ilə müqavilə bağlayaraq uzun və ya qısa müddətli, kooperativ qiymətlərlə yerləri bron etməli və satışı əsasən özü həyata keçirməlidir.

Respublikamıza gələn əcnəbilərin sayı 2011-ci il ilə müqayisədə 2012-ci ildə 27,1% artmışdır ki, bu göstəriciyə görə Azərbaycan Avropa ölkələri arasında ilk mövqelərdən birini tutur. Ölkəyə səfər edən turistlər arasında 3-6 gün qalanlar üstünlük təşkil edir ki, bu da turizm xidmətindən gələn gəlirlərin artmasına səbəb olur. Əcnəbi turistlər arasında istirahət və əyləncə, işgüzar, qohumları (yaxınları) ziyarət etmək məqsədləri ilə səfər edənlər (95%) üstünlük təşkil edir. Ölkəyə gələn xarici turistlərin orta xərcləri 585 AZN, ölkədən gedən turistlərininki isə 572 AZN olmuşdur.

Türkiyənin turizm sənayesində otelçilik dinamik inkişaf edən sahədir. “Turizm Bankı”nın dəstəyi ilə Mərmərə, Egey, Aralıq dənizi sahili bölgələrində “TURBAN” otellər şəbəkəsi yaradılmışdır ki, onun tərkibində yerləşmə müəssisələrinin sayı 3383-dən çox, otaqlarının sayı isə 200 minə yaxındır. Ölkənin yüksək kateqoriyalı 4 və 5 ulduzlu otellərində bütün xidmətlər daxil olmaqla hər gün üçün qiymət 67-75 ABŞ doll. təşkil edir ki, bu da Cənubi Avropa ölkələri ilə müqayisədə ucuzdur. Digər tərəfdən, bölgələrdə və istirahət mərkəzlərində fəaliyyət göstərən yüksək kateqoriyalı otellərdə xidmətlərin qiyməti iri şəhərlərə nisbətən aşağıdır. Bu da yerli və xarici turistlərin cəlb olunmasında stimullaşdırıcı rol oynayır. Azərbaycanda isə bu göstərici səhər yeməyi daxil olmaqla 60-80 AZN təşkil edir.

Türkiyədə turist tipli otellər əsasən 2 və 3 ulduzlu yerləşmə müəssisələri sayılır. Belə otellər ölkənin bütün regionlarında, xüsusilə Mərmərə, Egey və Aralıq dənizi sahili bölgələrdə yayılmışdır. Ölkədə turist tipli otellərin bir günlük orta qiyməti 30-50 ABŞ doll. təşkil edir. Turist tipli otellərin xidmətlərinə səhər yeməyi, 3 ulduzlu otellərdə naharda “İsveç” masası, müxtəlif əyləncə, səyahətlər və s. daxildir. Üç ulduzlu otellərdə işgüzar və biznes məqsədli tədbirlərin keçirilməsi də mümkündür. Müqayisə üçün qeyd edək ki, Avropada turist tipli yerləşmə müəssisələrində bir günlük istirahət və əyləncənin qiyməti 50-70 ABŞ doll. təşkil edir.

Azərbaycanda otelçiliyin inkişafı əhalinin istirahətə olan maraqlarının artması, Bakının biznes mərkəzi kimi formalaşması ilə bağlıdır. Bu inkişaf brend otellərin respublikamızda inşasına başlanılması ilə sürətlənmişdir. Turistlərin kollektiv yerləşmə vasitələrindən az istifadə etməsi otellərin gəlirlərinə mənfi təsir edir.

Otellərin xidmətlərindən az istifadə olunmasının səbəbləri müxtəlifdir. Bunlardan ən mühümləri qiymətlərin yüksək olması və turist tipli otellərin azlığı, gələn turistlər arasında ritual (qohumları və tanışları ziyarət) turların üstün olması, işgüzar və biznes turizminin daha çox Bakı şəhərində inkişaf etməsi, regionlarda brend otellərin olmaması və s.-dir. Hazırda inkominq turların fərdi xarakter daşması, kütləvilinin azlığı həm turizm şirkətlərinin, həm də otellərin dinamik inkişafını təmin etmir. Digər tərəfdən, inkominq turlarda otellərin qiymətinin paket turun əsas hissəsini təşkil etməsi xarici turistlərin cəlb olunmasına imkan vermir. Məsələn, Türkiyədə beş ulduzlu oteldə bir nəfərin 7 günlük tam pansion xidməti 1000-1500 ABŞ doll. olduğu halda, Bakı şəhərində 2000-2300 manat, Qəbələdə 1800-2400 manat təşkil edir. Bu sahədə stimullaşdırıcı tədbirlərin görülməsi, rəqabət şəraitinin yaradılması, turist tipli otellərin inkişafı vacibdir.

Türkiyədə turizm bölgələrinin ayrılması və ixtisaslaşmasında əsas meyar ərazinin turizm baxımından mənimsənilmə səviyyəsi, tarixi və memarlıq abidələri, təbii zənginliklərinə görə müəyyən edilir. Coğrafi mövqe, ərazinin səth quruluşu, təbii ekzotik landşaft, mineral su mənbələrinin mövcudluğu, əlverişli mikroiqlim şərait, turizm infrastrukturu bölgələrin turizm cəhətdən ixtisaslaşmasında mühüm rol oynayır. Bu fəsilə ölkənin dörd turizm bölgəsinin rekreasiya potensialı ətraflı təhlil olunmaqla yanaşı, bu bölgələrin turist qəbul etmək

imkanları, yerləşmə müəssisələri, gələn turistlərin məqsədinə və müxtəlif segmentlərə görə qruplaşdırılması aparılmışdır.

**“Türkiyədə turizm sənayesinin rəqabət imkanları və Azərbaycanda turizmin davamlı inkişaf perspektivləri”**nə həsr olunmuş üçüncü fəsildə yerləşmə müəssisələrinin inkişaf perspektivləri, ölkənin beynəlxalq turizm bazarında yeri və rəqabət imkanları, Azərbaycanla Türkiyə arasındakı turizm əlaqələri və turizmin davamlı inkişafı təhlil olunur.

Türkiyədə yerləşmə müəssisələrinin perspektiv inkişafı məqsədi ilə marketing fəaliyyəti və reklam iki istiqamətdə aparılır: 1. Otel sahibləri reklam və satış aparılması üçün müəyyən vaxt seçirlər, həmçinin əvvəlcədən sifarişin istiqamətini araşdırırlar. Belə ki, ölkəyə müştərilər əsasən yay mövsümündə, xüsusilə iyul və avqust aylarında daha kütləvi halda gəldiyindən sifarişlər aprel-may aylarında çox olur. Ona görə də otellər reklamını mart-aprel aylarında aparırlar. 2. Türkiyədə əvvəlcədən sifarişlə otellərin bronlaşdırılması üstünlük təşkil etdiyinə görə otellərdə bronlaşma sistemlərindən daha çox istifadə olunur. Bronlaşmanın üstün olduğu otellər və digər yerləşmə müəssisələri əməkdaşlıq etdikləri turoperator, səyahət agentlikləri, turizm sənayesi ilə bağlı olan digər müəssisələr ilə birgə işləməyə üstünlük verirlər.

Beynəlxalq turizm bazarında baş verən dəyişikliklərdən Türkiyənin turizm sektoru kənarında qalmamış və ona öz mənfi təsirini göstərmişdir. Bu, Türkiyəyə gələn beynəlxalq turist axınlarında, daxili turizm hərəkatında özünü göstərmişdir. Beynəlxalq turizm hərəkatının 2001-2012-ci illər arasındakı vəziyyətinin təhlilindən aydın olur ki, son illər baş verən iqtisadi böhran ölkədə turistlərin sayına təsir göstərmiş, turizmdən gələn gəlirlər əvvəlki illərlə müqayisədə əhəmiyyətli dərəcədə azalmışdır. Belə ki, 2007-ci ildə turizm gəlirləri 18,9% artdığı halda, 2008-ci ildə bu göstərici 7,6%, 2009-cu ildə 5,9%, 2012-ci ildə isə 2,4% olmuşdur.

Türkiyəyə turist axını coğrafiyasının təhlili göstərir ki, ənənəvi turizm bölgələrinə gələnlər üstünlük təşkil edir. Ölkəyə səfər edən turistlər haqqında statistik məlumatlar əsasında tərtib olunmuş xəritə-sxemdən görüldüyü kimi Aralıq və Egey dənizi sahilləri xarici turistlərin ən çox istiqamətləndiyi turizm mərkəzləridir (xəritə-sxem 1).

Əcnəbi turistlərin Türkiyəyə istiqamətlənməsi Avropa ölkələrindən fərqli olaraq, qiymətlərin nisbətən ucuz olması, bir sıra stimullaşdırıcı tədbirlərin həyata keçirilməsi ilə bağlıdır. Türkiyədə xarici turistlərə təqdim

olunan xidmətlərin fərqi onun çeşidinin müxtəlifliyi və qısa müddət ərzində dəyişik məkanlarla tanış olmaq imkanlarıdır.

Beynəlxalq turizmde mühüm amillərdən biri də turistlərin ölkədə qalma müddətindəki müxtəliflikdir. Xarici turistlərin Türkiyədə orta qalma müddəti bəzi Avropa ölkələrinə nisbətən çox olsa da, Aralıq dənizi sahili ölkələri ilə təqribən oxşardır. Ölkədə xarici turistlərin orta qalma müddəti 2,9 günə çatır ki, bu göstərici Fransada 1,5, İtaliyada 3,2, Yunanıstanda 2,5, İspaniyada 3,4, Misirdə 3,6, Tunisdə 3,1 gün təşkil edir. Xarici turistlərin orta qalma müddəti artdıqda, otellərin gəlirləri həmin nisbətə uyğun olaraq hər gün üçün 1,5 dəfə artır.



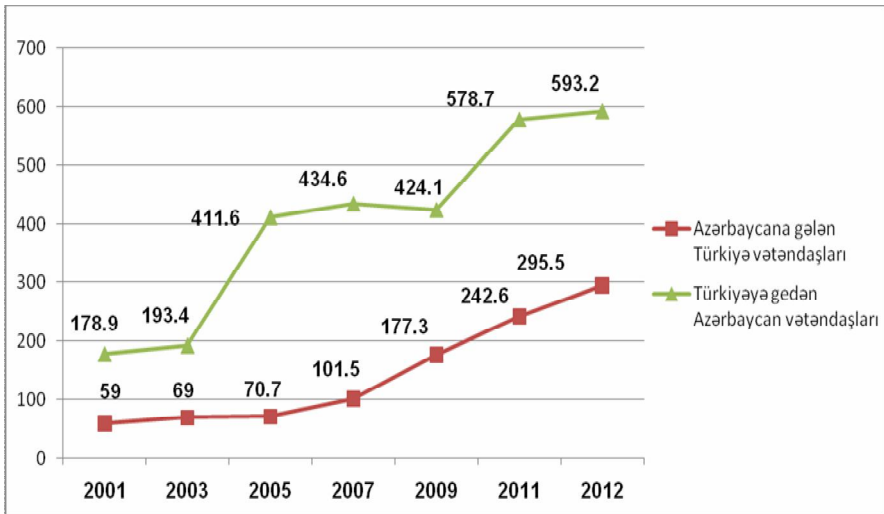


aşağıdır. Bu göstərici istirahətlə bağlı olan paket turlarda isə 5-10% ucuz olur.

Bu fəsildə Azərbaycanın Türkiyə ilə turizm əlaqələrində əsas istiqamətləri göstərilməklə turizmin davamlı inkişafı təhlil edilmiş və bunlar aşağıdakılardır:

Qarşılıqlı turist hərəkətinin təmin olunması, tranzit turların təşkili, qarşılıqlı infoturların təşkili, sadələşdirilmiş viza rejiminin tətbiqi və ya ləğv edilməsi, turizm sahəsində qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi və təcrübə mübadiləsinin aparılması, turizm marketinqində əməkdaşlıq, investisiya dəstəyi ilə birgə müəssisələrin təşkili və s.

Türkiyəyə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının qeydiyyatına 1992-ci ildən başlanılmışdır, onların məqsədinə görə qruplaşdırılması isə 1997-ci ilə təsadüf edir. 1992-ci ildə Türkiyəyə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının sayı 120 min nəfər olduğu halda, 2002-ci ildə bu göstərici 163,1 min, 2012-ci ildə isə 600 min nəfərə çatmışdır (şəkil 2).



**Şəkil 2. Azərbaycan və Türkiyə arasında turist səfərlərinin say dinamikası (min nəfərlə)**

Azərbaycana Türkiyədən səfər edən turistlərin sayında son illər baş verən dəyişikliklər bizneslə yanaşı, turizm-istirahət və ekskursiya məqsədilə gələnlərin sayını artırmışdır. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına əsasən ölkəmizdə fəaliyyət göstərən yerləşmə müəssisələrində yerləşdirilmiş xarici turistlər arasında Türkiyə

vətəndaşları sayına görə ilk sıradadır. Məsələn, 2011-ci ildə otellərdə yerləşdirilmiş xarici turistlərin 25,5%-i (53376 nəfər) Türkiyə vətəndaşları olduğu halda, 2012-ci ildə bu göstərici müvafiq olaraq 13,3% (49584 nəfər) təşkil etmişdir. Türkiyədən respublikamıza gələn turistlərlə otellərdə yerləşdirilən türk vətəndaşlarının sayları arasında uyğunsuzluğun səbəbi də aydındır. Türkiyə vətəndaşları əsasən biznes, işgüzar məqsədlərlə gəldiyindən ölkədə uzun müddət qaldıqları üçün kirayə və ya icarəyə götürülmüş evlərdən yerləşmə obyektləri kimi istifadə edirlər. Gələn turistlərin əsas hissəsinin Bakıya istiqamətlənməsi isə paytaxtın biznes mərkəzi kimi formalaşması ilə bağlıdır. Regionlara isə türkiyəli turistlərin səfəri əsasən tanışlıq məqsədi daşıyır. Azərbaycan müstəqillik qazandıqdan sonra mövcud olan tranzit turlar öz əhəmiyyətini itirsə də, son dövrlər turuzmin bu istiqamətinə maraq artmışdır. Tranzit turların təşkili ölkələrin mövcud turizm təşkilatlarının qarşılıqlı infoturları şəklində həyata keçirilməyə başlanmışdır. Belə tranzit turlara misal olaraq, “Aleksandr Dümanın keçdiyi yol”, “İpək Yolu” və s. tranzit turlarını göstərmək olar. Bunlar Azərbaycanın qərb və şimal-qərb turizm marşrutları üzrə həyata keçirilir.

Sadələşdirilmiş viza rejiminin tətbiqi iki ölkə arasında turist axınlarının intensivləşməsinə səbəb olmuş, tranzit turların həyata keçirilməsində əhəmiyyətli rol oynamışdır. Bu, həm “İpək Yolu”, həm də Azərbaycan-Gürcüstan-Türkiyə arasında turist daşımalarının artmasına imkan vermişdir. Azərbaycan və Türkiyə hökumətləri arasında imzalanmış müqaviləyə görə hər iki ölkədə fəaliyyət göstərən sahibkarlıq subyektləri ikiqat vergi tutmadan azad edilmişlər. Verginin azaldılması isə ölkələr arasında kapital qoyuluşunun artırılmasına təkan vermişdir. Azərbaycanlı iş adamlarının da Türkiyənin turizm bazarına kapital qoyuluşu artmışdır.

Azərbaycanla Türkiyə arasında turizm sahəsində əməkdaşlığın mühüm istiqamətlərindən biri də, birgə müəssisələrin təşkili ilə bağlıdır. Türkiyəli iş adamlarının Azərbaycanın turizm sektoruna yönəltdiyi vəsaitlər iqtisadiyyatın digər sahələrinə nisbətən aşağıdır. Rəsmi məlumatlara görə Türkiyənin iş adamlarının ölkə iqtisadiyyatına qoyduğu vəsait il ərzində 1,2-1,5 mlrd. ABŞ dolları təşkil edir. Bu göstərici Azərbaycana yönəldilən xarici vəsaitlərə görə neft sektoruna qoyulan investisiyadan geri qalır. Türkiyə iş adamlarının yönəltdiyi vəsaitlərin əsas hissəsi qeyri-neft sektorunun payına düşür. Türkiyənin turizm sahəsində təcrübəsinə əsaslanaraq, aşağıdakı istiqamətlərin tətbiqi ilə ölkəmizdə bu sahədə davamlı inkişafa nail olmaq mümkündür:

- Türkiyənin turizm şirkətlərinin fəaliyyəti sahəsində təcrübəsinin öyrənilməsi. Türkiyədə turizm şirkətlərinin fəaliyyəti iki əsas istiqamətdə qurulur: ölkədə aktiv turizmin inkişafı və daxili turizmin genişləndirilməsi. Aktiv turizmdə Türkiyənin ənənəvi turizm bazarı olan ölkələrlə yanaşı, müxtəlif seqmentlər üzrə yeni istehlakçıların cəlb olunmasına yönələn xidmətlər təklif olunmalıdır. Azərbaycanda aktiv turizmin prioritet sahə olduğunu nəzərə alsaq, yerli turist şirkətləri bu təcrübədən istifadə etməklə, davamlı inkişafa nail ola bilər. Belə ki, ölkənin ənənəvi turizm bazarı olan regionlarla yanaşı “İpək Yolu” istiqamətində yerləşən ölkələrin vətəndaşlarına yönələn xidmətlərin təklif olunması aktiv turizmin inkişafına təkan verərdi. Digər tərəfdən, Türkiyəyə turizm şirkətlərinin vasitəsilə gələn turistləri Azərbaycana istiqamətləndirmək imkanı vardır. Məsələn, Türkiyəyə ABŞ, Kanada, Skandinaviya və Benilüks ölkələrindən gələn turistlər 3-5 gün ölkədə qaldıqdan sonra Yunanıstan və Cənubi Avropa ölkələrinə səyahət edirlər. Belə turistlərin kütləvi olmasını nəzərə alsaq, Azərbaycanın da bu marşruta qoşulması mümkündür.

- Otel xidmətlərində Türkiyənin təcrübəsinə öyrənmək və bu sahədə üstünlükləri Azərbaycanda tətbiq etmək mümkündür. Türkiyədə otellərin turist cəlb etməsi və beynəlxalq turizm bazarında rəqabətə dözümlü olmasının başlıca səbəbi xidmətlərin növ müxtəlifliyi və qiymətlərin ucuzluğudur. Türkiyədə otellər qısa zaman çərçivəsində xidmətlərin kəmiyyət və keyfiyyətini bazara uyğun dəyişir ki, bu da turistlərin cəlb olunmasında əhəmiyyətli rol oynayır. XX əsrin sonlarından başlayaraq, otellər yerləşmə obyektinə olmaqla yanaşı, geniş biznes-konqres mərkəzə çevrilir, SPA xidmətləri daha ucuz qiymətə təklif olunur. Azərbaycanda yerləşmə müəssisələrində müəyyən ardıcılıq gözləməklə, bu xidmətlərin tətbiqi mümkündür. Bununla yanaşı, ölkənin yerli brendlərində Türkiyə mütəxəssislərinin rolunu nəzərə almaqla idarəetmənin təkmilləşdirilməsi və xidmətlərin genişləndirilməsi gələcəkdə daha çox turist cəlb etməyə imkan verə bilər.

- Araşdırmalar göstərir ki, Türkiyədə daxili və xarici turizmdə bələdçi-ekskursiya xidmətləri yerləşmə müəssisələrində, turizm şirkətlərində gəlirlərin formalaşmasında əhəmiyyətli rol oynayır. Xüsusilə, otellərə gələn turistlərə ekskursiya xidmətləri təklif olunur ki, bu da onların əlavə gəlir əldə etməsinə imkan verir. Qeyd olunan tur xidmətlər ölkəmizdə fəaliyyət göstərən otellərin heç birində təklif olunmur. Buna görə də yerləşmə müəssisələrinin gəlirləri daha çox nömrə fondunun satışından və restoran xidmətlərindən əldə edilir. Türkiyənin otellərinin bu sahədəki

təcrübəsindən istifadə etməklə respublikamızın yerləşmə müəssisələrində qiymətlərin nisbətən aşağı düşməsinə nail olmaq mümkündür.

- Türkiyədə bələdçi xidməti passiv və aktiv turizmlə məşğul olan şirkətlərdə mövcuddur. Azərbaycanda mövcud turizm şirkətlərində bələdçi xidmətləri azlıq təşkil edir. Əsasən daxili turizmlə məşğul olan şirkətlərdə təcrübəsi az olan bələdçilərin xidmətləri təklif olunur. Türkiyənin təcrübəsindən istifadə etməklə ölkəyə gələn turistlər üçün ekskursiya və bələdçi xidmətlərini təklif etməklə əlavə gəlir əldə etmək mümkündür.

- Türkiyənin turizm təcrübəsi göstərir ki, bu sektorun dinamikliyi mövcud təbii və antropogen zənginliklərin təqdim olunma imkanları ilə birbaşa bağlıdır. Türkiyədə Milli parklarda və özünəməxsus ekzotikliyi ilə seçilən təbii abidələrinin yerləşdiyi ərazilərdə uyğun infrastrukturun yaradılması daha çox turist cəlb etməyə imkan vermişdir. Ölkənin turizm şirkətləri bu sahədə reklam-təbliğət və infrastruktur amilini əsas götürür. Azərbaycanda bu təcrübədən istifadə olunması turizm və ekskursiya xidmətlərinin inkişafına təkan verməklə yanaşı, həm də ətraf mühitin qorunmasına müsbət təsir göstərə bilər. Böyük Qafqaz təbii-coğrafi vilayətinə təşkil olunan ekoturizm marşrutlarının Gürcüstan və Türkiyə ilə əlaqələndirilməsi tranzit turların əhəmiyyətini artırma bilər.

- Türkiyədə irs nümunələri və milli bayramlardan turizm məqsədilə istifadə olunması əlavə gəlir gətirməklə yanaşı, bölgələrin turizm potensialının təbliğində əhəmiyyətli rol oynayır. Ölkədə ənənəvi sənətkarlıq və milli irs nümunələri ilə bağlı kütləvi tədbirlər, folklor bayramları davamlı olaraq həyata keçirilir. Azərbaycanda ənənəvi sənətkarlığın inkişaf etdiyi rayonlarda (Şəki, İsmayıllı, Quba, Masallı və s.) kütləvi tədbirlərin keçirilməsində Türkiyə təcrübəsindən istifadə etmək mümkündür. Şəkidə qurman turizmi, İsmayıllıda sənətkarlıq, Qubada etnoqrafik, Qazaxda folklorla bağlı kütləvi tədbirlərin keçirilməsi regionlara gələn turistlərin sayını artırmaqla yanaşı, yerləşmə müəssisələrinin mövsümlərarası dövrdə gəlir əldə etməsinə imkan verir.

- Türkiyədə turizm hərəkəti əsasən dəniz sahili istirahət mərkəzlərinə istiqamətlənmişdir. Ölkənin dəniz sahilləri Meşə Təsərrüfatı və Ekologiya Nazirliyinin tabeliyində olduğundan bu ərazilərdən istifadə xüsusi icazə əsasında aparılır ki, bu da ətraf mühitin qorunmasına və sahillərdən səmərəli istifadə olunmasına imkan verir. Digər tərəfdən, otellərin əksəriyyətinin dəniz sahillərində cəmlənməsinə baxmayaraq, çimərliklər bütün vətəndaşların istifadəsi üçün açıqdır. Azərbaycanın Xəzər sahillərində bu təcrübədən istifadə etmək ətraf mühitin qorunmasına və

çimərliklərdən düzgün istifadə edilməsinə imkan verə bilər. Xəzər sahili çimərliklərin əsasən Abşeron, Yalama-Nabran və Lənkəran sahillərində olması həmin ərazilərdə əlavə yüklənmə yaradır. Xəzərin istifadə olunmayan sahillərində istirahət-əyləncə mərkəzlərinin yaradılması ənənəvi çimərliklərin yüklənmə səviyyəsini azalda bilər. Hazırda belə bir pilot layihə kimi Qaradağ rayonunun dəniz sahili ərazisində tikilən “Khazar Islands” istirahət və biznes mərkəzini qeyd etmək olar.

- Hazırda Türkiyənin bir sıra ali təhsil ocaqlarında turizm ixtisasları üzrə beynəlxalq standartlara uyğun bakalavr və magistrlər hazırlanır. Türkiyədə turizm sənayesi üçün hazırlanan mütəxəssislər təcrübə biliklərlə birbaşa bağlı olduğundan daha keyfiyyətli kadr kimi formalaşırlar. Azərbaycanda turizm sahəsində mütəxəssis hazırlanmasına yeni başlandığına görə Türkiyənin təcrübəsindən istifadə edilir və bu, yaxın gələcəkdə də davam etdiriləcəkdir. Respublikamızın turizm sənayesi ilə birbaşa əlaqəli olan mütəxəssislərin hazırlanmasında bu təcrübədən istifadə olunması daha çox səmərə verə bilər. Həmçinin, sahibkarlıq subyektlərinin sifarişləri və maliyyə dəstəyi əsasında mütəxəssis hazırlığının aparılması otelçilik sahəsində peşəkar mütəxəssislərə olan real tələbatın ödənilməsində mühüm rol oynaya bilər.

## NƏTİCƏ

Türkiyədə turizm sənayesinin davamlı inkişafı iqtisadiyyatın digər sahələrindən gələn gəlirləri üstələmiş və ölkənin əsas prioritet sahələrindən birinə çevrilmişdir. Belə ki, ölkənin ümümmillə məhsulunun həcmində turizm sektorunun payı 20-24%-ə çatır ki, bu da yalnız energetika və yüngül sənayedən geri qalır.

Aparılan tədqiqat əsasında aşağıdakı nəticələr əldə edilmiş və təkliflər irəli sürülmüşdür:

1. Türkiyədə təbii-ekzotikliyin müxtəlifliyi Milli parklarda müşahidə məntəqələrinin, informasiya mərkəzlərinin, yeni bələdçi qruplarının təşkilinə və daha çox xarici turistlər cəlb etməyə imkan yaratmışdır. Müalicəvi mineral su mənbələri bazasında müasir kurort və SPA mərkəzlərinin yaradılmasında Avropa ölkələrinin təcrübəsinin öyrənilməsinə tələbi artırmışdır. Dəniz-istirahət turizminin davamlı inkişafını təmin etmək məqsədilə Aralıq və Egey dənizi sahillərində turizm “yükünün” azaldılması Qara dəniz sahillərində istirahət turizminin genişləndirilməsi zəruriliyi meydana çıxmışdır. Milli irs və ənənəvi sənətkarlıq nümunələrinin turizm marşrutlarına salınması bu sərvətlərdən turizm sənayesində səmərəli istifadə olunmasına müsbət təsir göstərmişdir.

2. Türkiyənin turizm sənayesinin inkişafında daxili və xarici turizm bazarında hədəf marketinqinin tətbiqi gizli tələbatın üzə çıxarılması və yeni tələbin yaradılması hesabına dinamikliyi təmin etmişdir. Ölkə vətəndaşlarının turizm tələbatı daha çox qısa müddətli istirahət, əyləncə, dəniz turizmində öz əksini tapmışdır. Azərbaycanda bu industriyanın inkişaf etdirilməsi üçün şirkətlər tərəfindən yeni tələbin formalaşdırılması təbiət, dəniz turizmində öz əksini tapmalıdır.

3. Türkiyənin otellərinin Aralıq dənizi hövzəsi regionunda rəqabət apara bilməsinin əsas səbəbi yüksək kateqoriyalı otellərdə göstərilən xidmətin çeşidinin müxtəlifliyidir ki, bu da xarici turistləri, xüsusi ilə işguzar fəaliyyətlə məşğul olanları daha çox cəlb edir. Bu rəqabətə davamlılıq Türkiyənin regiondakı yerləşmə müəssisələri bazarında turizm şirkətlərinin marketinqi və reklamına daha çox vəsait yönəltməsi ilə bağlıdır. Azərbaycanda rəqabət qabiliyyətli turizm sektorunun yaradılması regionlarda üç ulduzlu turist tipli otellərin inkişaf etdirilməsini tələb edir.

4. Türkiyənin turizm modelində menecment təcrübəsinin tətbiqi operativ idarəetmənin təşkilinə istiqamətlənmişdir. Azərbaycanda isə turizm şirkətləri ilə regionlardakı otellər arasında əlaqələr zəif təşkil

olduğundan, turistlər həmin otellərin xidmətlərindən daha çox fərdi istifadəyə üstünlük verirlər.

5. Azərbaycanda otelçilik fəaliyyətində Türkiyənin turizm modelində idarəetmə üsullarından istifadədə yerli amillər nəzərə alınmalı, yerli otel brendlərinin yaradılması və inkişaf etdirilməsində müasir menecment tətbiq olunmalıdır.

## **TƏKLİFLƏR**

1. Azərbaycanda əhalinin qısa müddətli istirahətinin təşkilində Türkiyənin təcrübəsindən yararlanmaq olar. Təbiət turizmi ilə yanaşı, qısa müddətli turların təşkili, Abşeronun Xəzər dənizi sahillərində yaxta turizminin inkişaf etdirilməsi əhalinin istirahətinin səmərəli təşkilinə səbəb ola bilər.

2. Türkiyə şirkətləri ilə birgə fəaliyyət göstərməklə tranzit turları (“İpək yolu”, “Babaların zəfər və şəhadət yolu”, “Aleksandr Düma Qafqazda” və Mərkəzi Asiyadan Türkiyəyə gedən marşrutlar) fəallaşdırılmalıdır. Bunun üçün birgə müəssisələr və türk şirkətləri ilə qarşılıqlı əlaqələr yaratmaqla turməhsulun hazırlanması gəlmə turizm üçün əlverişli sayıla bilər.

3. Türkiyənin beynəlxalq turizm sahəsində təcrübəsindən istifadə etməklə, Azərbaycanda turizm şirkətlərinin bir neçə ölkə və turoperatorlarla əlaqələndirilməsi zəruridir. Həmçinin, respublikamızda yerli turist marşrutları və bələdçi xidmətlərinin təklifi kütləvi turist axınların təmin edə bilər.

4. Azərbaycanın otelçilik sənayesində müasir idarəetmənin tətbiqi, həmçinin xidmətlərin çeşidinin artırılması və təkmilləşdirilməsi daha çox səmərə verir, xüsusi ilə respublikanın regionlarında Türkiyənin bu sahədə təcrübəsindən istifadə otelçiliyin inkişafında məqsədəuyğun olar.

### **Dissertasiya işinin mövzusu üzrə çap olunmuş elmi işlərin siyahısı:**

1. Məmmədov C.A., Həsənov S.Q. Turizm bazarının formalaşmasına təsir edən amillər, “Elm və Həyat jurnalı”, № 5-6, 2007, səh. 44-46;

2. Həsənov S.Q. Türkiyədə ekoturizmin müasir durumu və onun inkişaf problemləri // Azərbaycan Coğrafiya Cəmiyyətinin əsərləri, XIII cild, 2008, səh. 523-528;



3. Məmmədov C.A., Həsənov S.Q. Turizm bazarının mahiyyəti və funksiyaları // Bakı Universitetinin Xəbərləri. Təbiət elmləri seriyası, № 2, 2008, səh. 186-191;

4. Həsənov S.Q. Türkiyənin turizm bazarının marketing təhlili, Azərbaycan Turizm İnstitutu, “Turizm və rekreasiya: problemlər və perspektivlər”, İkinci Respublika elmi-praktiki konfransının materialları, 2008, səh. 68-71;

5. Həsənov S.Q. Türkiyə Respublikasında müalicəvi turizmin müasir durumu və onun inkişaf perspektivləri, Azərbaycan Coğrafiya Cəmiyyətinin BDU filialının əsərləri, “Coğrafiyanın müasir problemləri”, H.Əliyevin anadan olmasının 85-illik yubileyinə həsr olunmuş beynəlxalq konfrans materialları, 2008, səh. 444-447;

6. Həsənov S.Q. Türkiyə Respublikasında turizm bazarının formalaşmasının iqtisadi amilləri, Azərbaycan Coğrafiya Cəmiyyətinin BDU filialının əsərləri, “Azərbaycanın müasir ekocoğrafi şəraitinin dəyişməsində antropogen amillərin rolu” konfrans materialları, 2009, səh. 665-670;

7. Həsənov S.Q. Azərbaycan və Türkiyə Respublikaları arasında turizm əlaqələri // Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirliyi, Doktorantların və gənc tədqiqatçıların XIV Respublika Elmi Konfransının materialları, 2010, səh. 324;

8. Həsənov S.Q. Azərbaycanla Türkiyə arasında turizm əlaqələrinin müasir vəziyyəti və perspektivləri // Bakı Universitetinin Xəbərləri. Təbiət elmləri seriyası, № 1, 2011, səh. 220-228;

9. Hasanov S.G. The competitive possibilities of Turkey in the market of the international tourism // Университет за Национално и Световно Стопанство, 20 години катедра “Икономика на туризъм” Предизвикателства пред туризъм през XXI век (I том), София, 2011, стр. 43-49;

10. Həsənov S.Q. Türkiyənin turizm bölgələrinin ixtisaslaşması və ölkənin turizm bazarında rolu // Azərbaycan Coğrafiya Cəmiyyətinin əsərləri, XVII cild, 2011, səh. 366-375.

11. Həsənov S.Q. Türkiyənin beynəlxalq turizm bazarında rəqabət imkanları. Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları elmi jurnalı, №1 (1), 2012, səh. 57-61.

**Опыт территориальной организации туристической индустрии в Турецкой Республике и основные направления его использования в Азербайджане.**

**Резюме**

Во введении обосновывается актуальность темы, определяется объект, предмет, цель и задачи исследовательской работы, указывается степень изученности, теоретические и методологические основы проблемы, научная новизна и практическое значение.

Основной целью работы является изучение опыта территориальной организации туристической индустрии в Турции, ее современного состояния, модели развития и применение данного международного опыта в Азербайджане.

Научная новизна работы состоит в изучении опыта территориальной организации туристической индустрии в Турции, основных направлений использования туристического потенциала, маркетинга туристического рынка, деятельности туристических предприятий и использовании данного опыта в Азербайджане.

**В первой главе** изучаются теоретические и методологические основы туризма. Анализируются проблемы формирования спроса и предложения на рынке туризма, факторы, воздействующие на эти проблемы, основные направления маркетинговых исследований. В данной главе также анализируется история развития индустрии туризма в Турции и изучается ресурсный потенциал, обеспечивающий динамичность указанной отрасли.

**Во второй главе** под названием «Направления развития туризма в Турции и возможности ее применения в Азербайджане» проведен маркетинговый анализ рынка туризма в Турции, указаны основные направления его развития. Далее указаны приоритетные направления отдыха населения Турции и определены возможности их применения в нашей стране. Указано значение использования турецкого опыта в деятельности туристических фирм Азербайджана.

**Третья глава** посвящена возможностям конкуренции индустрии туризма в Турции и перспективам устойчивого развития туризма. Здесь рассматриваются направления и перспективы развития предприятий размещения, анализируются позиции Турции на международном рынке туризма и ее возможности в конкуренции. Анализируются туристические отношения между Азербайджаном и Турцией и устойчивое развитие туризма. Обосновываются возможности использования опыта соседней страны в туристических компаниях, отелях, подготовки совместных туристических походов и специалистов.

## **Practice of territorial organization of tourism industry in the Republic of Turkey and main directions of its use in Azerbaijan**

### **Summary**

In the Introduction the actuality of the subject is argued, the object, subject, aims and objectives of the research work are determined, the study of the issue, its theoretical and methodological grounds, academic novelties and practical significance are mentioned.

The aim of the work is the research of territorial organization of tourism industry in Turkey, its modern state, development model and implementation of the experience got in international tourism market in Azerbaijan.

Its academic novelty is territorial organization of tourism industry of Turkey, trends of use of tourism potential, marketing analysis of tourism market, study of activity of accommodation establishments and use of this experience in Azerbaijan.

**In the first chapter theoretical and methodological grounds of tourism** have been studied. Formation of supply and demand in tourism market, factors that influence to it, directions of marketing research have been investigated. Developmental history and characteristics of tourism industry of Turkey have been analyzed and resource potential providing dynamic development of this field has been studied.

**In the second chapter the so-called Development of tourism industry in Turkey and possibilities of implementation of it in Azerbaijan**, marketing analysis in tourism industry of Turkey has been implemented and its development directions have been mentioned. Trends predominant in recreation of the population in Turkey have been provided and there have been determined the implementation of them in our country. Significance of use of Turkish experience in the activity of tourism companies in Azerbaijan has been mentioned.

**The third chapter has been devoted to competitive opportunities of tourism industry in Turkey and sustainable development prospects of tourism in Azerbaijan.** Development directions and prospects of accommodation establishments, position and competitiveness of Turkey in international tourism and relationships and sustainable development prospects of tourism between Turkey and Azerbaijan have been analyzed here. Directions of tourism relations between Azerbaijan and Turkey have been stated as well. Implementation of the experience of the neighboring country in tourism in otels, organization of joint tours and training of specialists has been grounded.

*На правах рукописи*

**СЕЙМУР ГАДИР оглы ГАСАНОВ**

**ОПЫТ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ  
ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ В ТУРЕЦКОЙ РЕСПУБЛИКЕ  
И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В  
АЗЕРБАЙДЖАНЕ**

5401.01 – Экономическая география

**А В Т О Р Е Ф Е Р А Т**

диссертации на соискание ученой степени доктора  
философии по географии

**БАКУ – 2013**