

DOI: <https://doi.org/10.36719/2663-4619/85/59-64>

Hikmət Hüseyn oğlu Həsənov

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
doktorant
hikmat.hasanov@outlook.com

AZƏRBAYCANDA HADİSƏ TURİZMİNİN MÜƏSSİSƏLƏRƏ TƏSİRİ

Xülasə

Bu məqalədə hadisə turizminin Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişafına təsirləri araşdırılacaqdır. İdman tədbirlərində, festivallarda, musiqi yarışmalarında, turizm yarmarkalarında iştirak etməklə Azərbaycanda tədbir turizminin rolu hər il bir qədər də artır. 2012-ci ildə Bakıda Avroviziya Mahnı Müsabiqəsinin keçirildiyi vaxtdan Azərbaycan dünyanın tədbir mərkəzlərindən birinə çevrilib. Bakıda keçirilən tədbirlərin sayı artdıqca turistlərin gəlişi də bir qədər artır. Hadisə turizmi dedikdə, festivallar, seminarlar, görüş tədbirləri və bir sıra digər tədbirlər nəzərdə tutulur.

Tədbirlərin keçirilməsinin həm paytaxda, həm də ölkənin digər bölgələrində fəaliyyət göstərən müəssisələrə birbaşa təsiri var. Belə ki, fəaliyyət göstərən turizm obyektləri artan turist sayı səbəbindən daha çox gəlir qazanır.

Açar sözlər: *Hadisə turizmi, yeni strategiyalar, sosial-ekonomik inkişaf, festivallar, dayanıqlı inkişaf, meqa tədbirlər, destinasiyanın inkişafı, ÜDM*

Hikmat Huseyn Hasanov

Azerbaijan Tourism and Management University
PhD student
hikmat.hasanov@outlook.com

Impact of event tourism on enterprises in Azerbaijan

Abstract

In this article, the effects of event tourism on the socio-economic development of Azerbaijan has been researched. The role of event tourism in Azerbaijan is increasing each year slightly by taking place in sports events, festivals, musical competitions, tourism fairs. Since 2012 when Eurovision Song Contest was held in Baku, Azerbaijan has become one of the events centres in the world. As the number of events held in Baku increases, tourist arrivals also increase slightly. By mentioning event tourism, festivals, seminars, meeting events and some other events are taken into consideration.

As mentioned, the increasing number of events held in Azerbaijan has impacts on socio-economic development. Therefore, the importance of event tourism was one of the essential reasons in order to select this topic.

Keywords: *Event tourism, new strategies, socio-economic development, festivals, sustainable development, mega-events, destination development, GDP*

Giriş

Turizmin regional inkişafa töhfə verəcəyi arqumenti turizm tədqiqatçılarının əsas mövzularından biri olmuşdur. Turizmin ev sahibi ölkəyə çoxölçülü dəstəyi var. Birlikdə turizm həm əsas, həm də dolayısı ilə geniş imkanlar təklif edir. İnkişaf etməkdə olan və sənayeləşmiş ölkələrdə turizm bəzi sosial və ekoloji təsirləri ilə regional iqtisadi artımın yaxşılaşdırılması üçün bir vasitədir. Eyni zamanda, turizm bölgənin iqtisadi inkişafında və əmək bazarında böyük rol oynayır. Destinasiyanın inkişafının əsas mənbələrindən birini turizm adlandırmaq olar.

Turizmin bir neçə kateqoriyaları var və onlardan biri də hadisə turizmidir. Hadisələrin turizm kontekstində həm mənşə sahələri, həm də hədəf təyinatları üçün mərkəzi komponent olduğu bilinir. Belə destinasiyaların inkişafında tədbirlər mühüm rol oynayır və ziyarətçi xərclərini artırır (Xəyal, 2016:45-52).

Hadisə turizmini məna, tip və proqrama görə səkkiz əsas kateqoriyaya bölmək olar. Azərbaycanda son vaxtlar yerli festivalları, idman tədbirləri, incəsənət və musiqi tədbirlərindən geniş istifadə olunur. Bəzi ölkələr artıq regionda tədbir turizmi üzrə ixtisaslaşmışdır. Məsələn, Bakıda idman tədbirləri həyata keçirilir. Qəbələ caz festivalları, Göyçay isə keçirilən Nar festivalı ilə tanınır. Son illərdə təsdiq edilmiş proqramlar və beynəlxalq və yerli təşkilatlarla əməkdaşlıq müqaviləsi ilə Hadisə Turizminin təyinat inkişafına təsirini sürətləndirir.

2012-ci il ərzində Azərbaycanda hadisə turizminə əsaslanan marketing və inkişaf mühüm turizm və digər təyinatla bağlı məqsədlərə çatmaq üçün tədbirlərdən istifadə edildi. Hadisə turizminin destinasiyaların sosial-iqtisadi inkişafına təsir göstərdiyi iddia edilə bilər. Ölkənin tarixi və mədəniyyəti də Azərbaycanda gələcək hadisələrə konstruktiv təsir kimi qiymətləndirilə və beynəlxalq təşkilatlarla anlaşma əldə oluna bilər. Ölkə gələcəkdə təkmil plan və proqramları formalasdırmaq və həyata keçirməklə tədbir turizminin nəticələrinə nail olacaqdır.

Bakı bu cür tədbirlər təşkil etməklə idman şəhəri kimi dünya miqyasında nüfuzunu artırdı. Səmərəli tədbirlərin əlamətdar nəticəsi olaraq Bakı böyük idman yarışlarına, o cümlədən UEFA Avropa Liqasının finalına ev sahibliyi edəcək. Ölkə üçün yeni iş yerlərinin yaradılması kimi hadisələr qeyd olunub.

Azərbaycanda Hadisə turizminin coğrafiyası

Azərbaycan müstəqillik əldə etdikdən sonra çoxsaylı beynəlxalq tədbirlər, o cümlədən idman, incəsənət, mədəniyyət və musiqi tədbirləri keçirmişdir. Bu tədbirlərin keçirilməsində əsas məqsəd Azərbaycan mədəniyyətinin populyarlaşdırılması və ölkənin müasir dünyaya “tanıtılması”dır ki, bu da daha çox xarici qonaqları cəlb etməyə imkan verəcək. Mədəniyyət tədbirləri sırasında Azərbaycanın müxtəlif bölgələrində hər il keçirilən musiqi müsabiqələri və festivallarını qeyd etmək lazımdır: Bakı Beynəlxalq Caz Festivalı, Qəbələ Beynəlxalq Musiqi Festivalı, Mstislav Rostropoviç Beynəlxalq Festivalı, Beynəlxalq Muğam Dünyası Festivalı və s. Göyçayda keçirilən Nar festivalında ölkənin narı – mətbəxi, milli musiqi rəqsləri və s. tanıtılır. Hər il təxminən 5,000-7,000 turist festivala qatılır və zövq alır. Azərbaycan son illərdə dünya və Avropa çempionatlarına, o cümlədən boks üzrə dünya çempionatına, gimnastika üzrə dünya çempionatına, gülüş üzrə dünya çempionatına və gülüş üzrə Avropa çempionatına ev sahibliyi edib. Azərbaycan 2012-ci ilin sentyabrında FIFA-17 qadınlararası dünya çempionatına ev sahibliyi edib.

Bakı 2015-ci ildə ilk Avropa Oyunlarının keçirilməsi ilə bağlı artıq gözəl təcrübəyə malikdir. Yarış zamanı Azərbaycana 28 min insan səfər edib. Ən çox Rusiya, Böyük Britaniya, Almaniya, Hollandiya, İtaliya, İsveçrə, İspaniya, ABŞ və BƏƏ təqdim olunub. Bunun digər səbəbi BƏƏ vətəndaşlarının və Fars körfəzinin digər 10 ölkəsinin Azərbaycana səfərlərini asanlaşdırmaq üçün müəyyən viza qaydalarına dəyişiklik edilməsidir. İslam Oyunları zamanı mümkün turizm gəlirləri 60 milyon manata qədər idi.

Bakıda hər il keçirilən Azərbaycan Beynəlxalq Səyahətlər və Turizm Sərgisi Azərbaycanın potensialının tanıtılması və ölkədə perspektivli turizm bazarının dinamik inkişafını nümayiş etdirmək istiqamətində mühüm addımdır. Azərbaycanın mədəniyyətini və potensialını nümayiş etdirmək üçün ən yaxşı imkanlardan biri 2012-ci ildə Eurovision Mahnı Müsabiqəsi olmuşdur. Bakıda keçirilən müsabiqə şəhərin ümumi infrastrukturuna təsir göstərmişdir.

Müsabiqə başa çatmadan əvvəl bulvarda Dövlət Bayrağı Meydanının tikintisi, Heydər Əliyev Beynəlxalq Aeroportu müasirləşdirilmişdir. Müsabiqənin keçirildiyi “Baku Crystal Hall” çox qısa müddətdə tikilərək Bakının yerli və xarici turistlərin ən çox üz tutduqları məkənlərdən birinə çevrilmişdir. Adətən, on beş gün ərzində Azərbaycana 30 mindən çox turist gəlir. O dövrdə Azərbaycanda mehmanxanalarda, hostellərdə, qohumlarının, dostlarının, tanışlarının yanında məskunlaşan 50 mindən çox səyahətçi var idi. Qubadakı Alma festivalı bütün festivallar arasında yerli festivallardan biridir. Alma festivalı hər il Azərbaycanın Quba şəhərində keçirilən mədəniyyət

festivalıdır. İlk tədbir 2012-ci ildə baş tutub. Festivalda Azərbaycanın meyvə mətbəxi, əsasən, Quba almaları təqdim olunub. Bu bayram “Alma bayramı” adlansa da, bu, təkcə alma deyil, digər meyvə bitkiləri üçün də nəzərdə tutulub. Bayram günlərində bağbanlar Azərbaycanın bağçılıq mərkəzləri olan Qubadakı bağlardan müxtəlif növ alma və müxtəlif məhsullar təqdim etmişlər.

Hadisə turizminin destinasiyalara təsiri

Maarifləndirmə platforması olaraq hadisə turizmindən istifadə edilə bilər. Yerli brend mallar milli və beynəlxalq birgə inkişafa regional şəxsiyyət əlavə edir (Higham, 2005:12). Getz hadisə turizmini təsvir edir: “Turizm fəaliyyətinin, biznesin inkişafı hadisələrinin və tədbirlərinin inkişafı və marketinqi”. Bu bəyanat üzərində işləyən Smit, hadisə turizminin qısa və uzunmüddətli təsirini araşdırdı. Fəaliyyətlərin destinasiyaların böyüməsinə ən mühüm təsiri daha çox turist rəqəmləridir. Daffy və Mair hadisə turizminin səbəblərini və nəticələrini ümumiləşdirmiş və bir destinasiyanı stimullaşdırmışdır. Tədbirlər, həmçinin təyinat yerində qalmağınız və xərcləmə müddətinizi uzatmaq üçün vacibdir (Crompton, 1997:425).

2012-ci ildə Azərbaycanı dünya musiqi səhnəsinə çıxaran “Eurovision Mahnı Müsabiqəsi” Azərbaycanın paytaxtı Bakıda keçirilib. Turistlərin faydasını artırmaq və ziyarətçilərin gəlişini uzatmaq üçün Bakı “Formula 1”, İslam Həmrəyliyi Oyunları, Avropa Oyunları və s. kimi bir çox idman tədbirlərinə ev sahibliyi etdi. Bu fəaliyyətlər vasitəsilə yerli və xarici vətəndaşlar üçün 10 minə yaxın qısamüddətli iş yeri açılmışdır. Yalnız “Formula 1” hadisələrinə görə 300 milyon dollardan çox gəlir qeydə alınıb. Yuxarıda sadalanan fəaliyyətlər şəhərin müsbət imicinin yaradılmasına müsbət təsir göstərmişdir.

Genişmiqyaslı idman tədbirləri ənənəvi olaraq demək olar ki, tamamilə Qlobal Şimalda keçirilir. Lakin bu, son on ildə inkişaf etmiş ölkələrə, o cümlədən Şərqi Avropadakı post-sosialist ölkələrə verilən beynəlxalq fəaliyyətlərin sayının artması ilə dəyişdi. İnkişaf etməkdə olan bazarlar və istiqamətlər həm konkret, həm də qeyri-maddi faydalar axtararaq müxtəlif səbəblərə görə bu cür fəaliyyətlərə ev sahibliyi etməyə həvəslidirlər. Ən cəlbedicisi, “ev sahibi ölkənin maliyyə, siyasi və mədəni gücünü nümayiş etdirmək” üçün “milləti (və ya şəhəri) xəritədə yerləşdirmək” imkanları, həmçinin “iqtisadi uğursuzluq vədidir”. İstənilən nəticəni əldə etmək üçün, göstərilən yerin düzgün mənzərəsini müəyyənləşdirmək və icra etmək prosesi daimi yoxlama və böyüməni tələb edir.

Azərbaycanda hadisə turizminin inkişafının müəssisələrə təsirinin təhlili

Tədbir turizmi turizmin və digər sənaye sahələrinin inkişafına müsbət təsir göstərir. Əvvəllər Azərbaycanda ancaq neft-qaz sektoru ilə bağlı hadisələr baş verirdi. Ancaq indi hər şey kəskin şəkildə dəyişdi. Cəmiyyətlərdə demək olar ki, hər kəs tədbirlərdə iştirak edə bilər. Qeyd edildiyi kimi, tədbir turizminin çoxlu müsbət təsirləri var. Bunlardan biri yeni iş yerlərinin yaradılması və ya işsizliyin səviyyəsinin aşağı salınmasıdır. Yeri gəlmişkən, bölgə əhalisi üçün çox həlledici məqamdır. Həmçinin tədbirlər mədəniyyətimizin və adət-ənənələrimizin dünyaya tanıtılması üçün unikal imkanlar yaradır. İlk növbədə, bu, xüsusilə Azərbaycanın regionlarında iş imkanları yaradır. Məsələn: bəzi bölgələrdə dağlıq yerlərdə yerli əhali turistlərə öz evlərini təklif edir və onlar pul qazana bilirlər, ya da suvenirlər düzəldib satırlar. Bütövlükdə tədbir turizmi iqtisadiyyata töhfə verir və iqtisadiyyat inkişaf etdikcə insanların rifahı da yaxşılaşır. Tədbir turizminin inkişafı yerli əhali üçün çox imkanlar yaratmışdır. Tədbirlər dövründə turistlərin gəlişi artır və bu, mədəni məhsulların satışına, kirayə otaqların təklif olunmasına unikal imkanlar yaradır. Tədbir turizmi də mövsümiyyətin təsirini azaldır. Yerli insanlar tədbir turizminin üstünlüklərindən yararlanırlar. Azərbaycanın bölgələrində də infrastruktur yaxşılaşır, otellərin, restoranların imkanları artır (4).

Tədbirlər zamanı otel və otaqların yemək və yemək şəbəkələri turistlərdən daha çox gəlir əldə edir. Böyük hadisələr zamanı otellər adətən dolu olurdu. Təkcə beş start oteldə deyil, digər otellərdə də vəziyyət eyni idi. Eyni zamanda tədbirlərə ev sahibliyi etmək restoranlara da müsbət təsir göstərir. İnfrastruktur üçün dövlət xərcləri artır, insanlar bundan uzunmüddətli istifadə edə bilərlər.

Tədbirlərin keçirilməsi ilə şirkətimizə bir neçə növ müsbət dəyişikliklər oldu. Məsələn, “təcrübə” qeyd edilməlidir. Tədbirin keçirilməsi təcrübə tələb edir, çünki biz “Eurovision 2012” mahnı müsabiqəsinə ev sahibliyi edəndə heç bir təcrübəmiz yox idi. Belə ki, o zaman biz xarici mütəxəssislərin köməyindən istifadə etmişik. Bununla belə, indi biz tədbirlərə ev sahibliyi etmənin

bütün təfərrüatlarından xəbərdarlıq və hətta yeni tədbir təşkilatçıları bazara daxil olub və onların çoxu uğur qazanır. İkincisi, tədbirlər müxtəlif ölkələrdən gələn qonaqları cəlb edir və bu, iqtisadiyyata yaxşı töhfədir (5).

2012-ci il ərzində Azərbaycanda hadisə turizminə əsaslanan marketing və inkişaf mühüm turizm və destinasiyaların inkişafı ilə bağlı məqsədlərə çatmaq üçün tədbirlərdən istifadə edildi. Hadisə turizminin destinasiyaların sosial-iqtisadi inkişafına təsir göstərdiyi iddia edilə bilər (Alirzayev, 2011). Ölkənin tarixi və mədəniyyəti də Azərbaycanda gələcək hadisələrə konstruktiv təsir kimi qiymətləndirilə və beynəlxalq təşkilatlarla anlaşma əldə oluna bilər. Ölkə gələcəkdə təkmil plan və proqramları formalaşdırmaq və həyata keçirməklə hadisə turizminin nəticələrinə nail ola bilər. Meqa tədbir, əlbəttə ki, təkcə hadisə turizmi ilə birbaşa əlaqəli deyil, həm də turizm və pərakəndə satış sektorunda çalışanlar üçün bir sıra iş yerləri yaradır Olimpiya Oyunlarında olduğu kimi mühüm infrastruktur tikintisinə ehtiyac duyulan yerlərdə (Getz, 2008).

“Formula 1”-in Bakı Qran Prisi ilə müqayisədə bütün biletlər satılmış, ziyarətçilərdən təxminən 400 milyon dollar gəlir əldə edilmişdir. Otellərdə orta doluluq 88%, oyunlar zamanı Bakıda hər otaq üzrə ümumi satış artımı 3,8% təşkil edib. Oyunlardan sonra Azərbaycanın tədbir kimi nüfuzu böyük rəğbətlə qeyd olundu. Turist bələdçiləri də artan turist ehtiyaclarını qarşıladılar. Tədbirin uzunmüddətli nəticələri sadəcə zəhmli idi. Bakı axtarış sistemlərində ən işlək şəhərlərdən biri kimi təsnif edilib. Azərbaycanda hər il sahibkarlıq fəaliyyəti əhəmiyyət kəsb edir. “Biznes tədbiri 2017-ci ildə 621 milyard dollar birbaşa ÜDM və 1,5 trilyon birbaşa xərc təmin edib” (Events Industry Council). Azərbaycanda şərait təkcə Bakıdakından fərqlidir. Azərbaycanın Statistika Komitəsi kiçik artım qeydə alıb. Azərbaycana kommersion məqsədi ilə gələnlərin sayında 2017-ci ildəki 834 min nəfərlə müqayisədə 2012-ci ildə iş adamlarının sayı 595 min nəfərə yaxın olub (Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi).

Turizm və səyahət Azərbaycanın ÜDM-ə böyük töhfə verib. Nəticədə, turizm və səyahət ölkənin ÜDM-nin 13%-ni təşkil edir. Ümumi gəlirin 18%-i korporativ xərclərə və əlaqəli fəaliyyətlərə aid edilir. Bundan başqa, 569,5 min işçisi olan sektor ümumi məşğulluğun 11,8 faizini istehsal edib. Bundan əlavə, ümumi dəyəri 352,7 milyon ABŞ dolları olmaqla Azərbaycanın ümumi ixracının 13,5 faizini təşkil edir (World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact 2018 report for Azerbaijan. 2018).

Unikal fəaliyyətlər dünyanın bir çox qitələrində, ərazilərində və icmalarında geniş şəkildə axtarılır. Hökumət rəsmiləri də səxavətlə fəaliyyətləri cəlb etməyə və tədbirlərin modernləşdirilməsinə böyük pul xərcləməyə hazırdırlar (Fenich, 2007). Azərbaycan və Bakı həmin tədbirlərə ev sahibliyi etməklə dünya səviyyəli idman mərkəzlərinə çevrilib. Bir çox otellər qeydiyyatdan keçmiş və tədbirlər üçün hazırlanmışdır. Hadisə turizmi nəticəsində Bakıya bir neçə otellər şəbəkəsi gəldi. Demək olar ki, bütün otellərdə doluluq səviyyəsi “Formula 1” Qran-Pri mövsümü boyu tamamlanır.

Hadisə turizmi əhalini və bütün ölkə iqtisadiyyatını şaxələndirmək üçün əla üsuldur (Backman, 1995:15-24). Bu şirkət həm də şəhərdə və bütövlükdə ölkədəki bütün müəssisələrə uyğundur. Bir şəhərdə və ya millətdə Hadisə turizmi digər iqtisadi fəaliyyətlərlə uyğun gəlir, çünki o, heç bir sənayeni əhatə etmir və icmadakılara kömək etmir. O, iqtisadi artımı yayır və şəhər hakimiyyətinin gəlirlərini artırır, o mənada ki, otellər, magistral yollar və iş yerləri tikilməlidir (Bramwell, 1993:17-19). Beləliklə, yaşayış olmayan ərazilər məskunlaşacaq və işçi qüvvəsinə ödənilən ödənişlər nəticəsində bazara daha çox kapital axını davam edəcək.

Bakı turizm bazarında işgüzar hadisələrin tendensiyası müəyyən edilmiş istiqamət üzrə işgüzar tədbirlər sənayesinin mövcud vəziyyəti və inkişafı haqqında daha ətraflı və konkret məlumat əldə etmək üçün araşdırılmalıdır. 2017-ci ildə Azərbaycanda on işgüzar tədbir keçirilib. Ölkə ICCA-nın ölkə üzrə hadisələr indeksində El Salvador, İordaniya və Şimali Makedoniya ilə birlikdə 94-cü yerdədir. Azərbaycan 12,563 fəaliyyətin ümumi sayının 0,07 faizini əlaqələndirib (ətraflı təfərrüat əlavədə verilmişdir). Azərbaycanda keçirilən on tədbirdən doqquzu Bakı şəhərində keçirilib.

Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi bildirir ki, ölkəyə gələn turistlərin təxminən 33%-i bunu iş məqsədi ilə edib. Statistika görə, 2014-cü ildə Bakıya 1277,8 min, 2015-ci ildə 1185,3 min,

2016-cı ildə 1371,6 min, 2017-ci ildə isə 1306,5 min xarici turist Bakıya səfər edib, biznes turizmi ölkədə ümumi turizm xərclərinin 18%-ni təşkil edir (11).

Bununla belə, iqtisadi faydaları proqnozlaşdırmaq çətin və buna görə də bir az riskli ola bilər. Məsələn, 2015-ci ildə Bakı Avropa Oyunlarından təqribən 20 milyon dollar qazanıb ki, bu da ümumilikdə Azərbaycanda turistlərə cəmi 10 milyon dollar yatırılıb ki, bu da artıq gözləniləndən yarısı qədərdir. İqtisadiyyata böyük töhfə verir. Birinci Avropa oyunlarının geosiyasi üstünlükləri nağd gəlirdən daha əhəmiyyətli idi, çünki Azərbaycanın özünü bütün dünyada bazara çıxarmaq imkanı var idi.

Yerli əhali üçün uzunmüddətli öhdəliyi təmsil edən şəhərin infrastrukturunu bu hadisəni planlaşdırmaq üçün qurulmuşdur. Kifayət qədər işə yüksək tələbat var idi ki, bu da fəaliyyətlərdə təxminən 15.000 işçinin iştirak etməsi ilə nəticələndi. Bundan əlavə, əksəriyyəti qida və içkilər üçün böyük pərakəndə satış təsirləri olmadan idi. Mules və Folkner vurğulayır ki, iqtisadi fayda "Formula 1" Qran Prisi və Olimpiadanın keçirildiyi bütün şəhərlərdə, o cümlədən meqakuboklarda görünür. Ümumiyyətlə, onlar müşahidə edirlər ki, böyük idman tədbirləri tez-tez şəhər rəhbərliyinin pul itkisinə səbəb olur, baxmayaraq ki, şəhərin özü şəhərin əlavə gəlirindən əhəmiyyətli dərəcədə faydalana bilər.

Nəticə

Tədqiqat həm yerli, həm də xarici bazarlarda hadisə turizminin ümumi vəziyyətində əhəmiyyətli inkişafın olduğunu göstərməyə kömək etdi. Bundan əlavə, bu sektorda qeyd edilməli olan markerlər və dəyişikliklər var. Nəticədə, global tədbir turizmi sənayesi sürətlə bir sıra ölkələrin iqtisadi artımına töhfə verən ən mühüm gəlir mənbələrindən birinə çevrilir. Məsələn, biznes tədbirlərinə ümumi xərclər 1,07 trilyon dollara çataraq yeni yüksək səviyyəyə çatıb.

Hadisə turizminin ölkəyə təsiri gözlə görünəndir. Qeyd edildiyi kimi hadisə turizmi müəssisələrə olduqca təsir edir. Yeni iş yerləri açılır, müəssisələrin gəlirləri artıq və müəssisələrin böyüməsi üçün münbit şərait yaranır. Əlavə olaraq, investorların ölkəyə marağı artıdığından yeni transmilli şirkətlərin bazara daxil olması sürətlənir.

Bakının tədbir turizmi sektoru ilə bağlı araşdırmaların nəticələrinə davam edərək qeyd etmək olar ki, təcili həllini tələb edən bir sıra problemlər var.

Məsələn, elmi sübutların olmaması, hadisələrin marketinqi ilə bağlı problemlər, kiçik büdcəli fəaliyyətlər üçün əlverişli imkanların olmaması və şübhəsiz ki, bu sahədə mütəxəssislərin çatışmazlığı. Yuxarıda qeyd olunan məsələlərin həlli Bakıda tədbir turizminin gələcək inkişafına əhəmiyyətli təsir göstərəcək.

Yekun olaraq, tədqiqatın nəticələri və tapıntıları tədbir sənayesinin hazırkı inkişafını, həmçinin tədbir turizminin Bakı iqtisadiyyatı və onun sosial-mədəni aspektləri üçün əhəmiyyətini anlamağa kömək etdi. Azərbaycanda nümunələrin təfsirinə dair əlavə tədqiqatlar, eləcə də nəticələrin effektiv tətbiqi həm ev sahibi icmaya, həm də Azərbaycanın turizm sənayesinə dəstək olardı.

Ümumiyyətlə, Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsində dörd strateji hədəf, o cümlədən hər bir strateji hədəf üzrə müvafiq prioritetlər müəyyən edilib. Strateji məqsədləri aşağıdakı ardıcılıqla təsnif etmək olar:

Strateji Hədəf 1

- Mümkün olan ən çox sayda beynəlxalq ziyarətçini cəlb etməklə Bakının turizm potensialından mütləq istifadə etmək;
- Milli Turizm Təbliğat Bürosunun yaradılması və onun fəaliyyətinin ilkin olaraq Bakıda həyata keçirilməsi, o cümlədən Bakının cəlbedici turistik yerləri və turistlərə xidmət dəsti haqqında məlumatların yenilənməsi;
- Bakıda təbliğat və təbliğat təşəbbüslərinin aparılması;
- Bakının turizm obyektlərinin, o cümlədən mehmanxana kompleksinin və cəlbedici turistik yerlərin sərfəli qiymətlərlə inkişafı.

Strateji Hədəf 2

- Ölkənin turizm sektorunun inkişafı üçün əlverişli mühitin təmin edilməsi – Turizm Şurasının yaradılması, turizm və rekreasiya zonalarının (TRZ) inkişafı;
- Yerli və beynəlxalq ziyarətçilər üçün turizm obyektləri üçün infrastrukturun inkişafı, regional səviyyədə turizmin mövsümliliyinin aradan qaldırılması;
- Artan hava səyahətləri və böyük turizm bazarları.

Strateji Hədəf 3

- Sağlamlıq turizminə olan ehtiyacı yenidən düşünən dövlət və regional ziyarətçilər üçün kənd turizminin yeni formalarının inkişafı;
- Qış turizminin inkişafına və mədəni turizm marşrutlarının yaradılmasına köməklik göstərmək;
- İşgüzar turizmin inkişafının təşviqi;
- Uzunmüddətli turizmin yaradılması potensialının artırılması (ekoturizm, kənd turizmi və s.).

Strateji Hədəf 4

- Ziyarətçilərin məmnunluğunu artırmaq üçün milli keyfiyyətli turizm sxeminin yaradılması;
- Turizm kurikulumlarına investisiyaların cəlb edilməsi;
- Turizm sənayesinin standartlaşdırma və kvalifikasiya sxeminin təkmilləşdirilməsi.

Ədəbiyyat

1. Xəyal, M. (2016). Turizmin inkişaf mərhələləri. 45-52 s.
2. Higham, J. (2005) Sport tourism destinations – issues, opportunities and analysis. London: Butterworth and Heineman, p.12.
3. Crompton, J. (1997). Motives of Visitors Attending Festival Events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), p.425-439.
4. http://anl.az/el/h/hi_te.pdf
5. Eurovision Song Contest. Special concert complex for Eurovision 2012 to be built in the centre of Baku. <https://web.archive.org/web/20110817135117/>;
6. <http://abc.az/eng/news/main/54165.html>
7. Alirzayev, A. (2011). Turizmin İqtisadiyyatı və İdarəedilməsi. Bakı: Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, 28 s.
8. Getz, D. (2008). Event Tourism: Definition, Evolution and Research. *Tourism Management*, Vol. 29, No.3, pp.403-428.
9. World Travel & Tourism Council. Travel & Tourism Economic Impact 2018 report for Azerbaijan, (PDF). <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/azerbaijan2018.pdf>
10. Backman, et al. (1995). Event tourism: an examination of motivations and activities, pp.15-24.
11. Bramwell, B. (1993). Planning for tourism in an industrial city. *Town and country planning*, 62, (1/2), pp.17-19.
12. Bramwell, B. (1997). Strategic planning before and after a mega-event.
13. Tourism in Azerbaijan. Brief information on Azerbaijan tourism. Azerbaijan tourism attractions and destinations. Tourism & travel in Azerbaijan. https://azerbaijan.orexca.com/tourism_azerbaijan.shtml

Rəyçi: i.ü.e.d. Rəna Sultanova

Göndərildi: 13.10.2022

Qəbul edildi: 16.11.2022