**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI MƏDƏNİYYƏT VƏ TURİZM NAZİRLİYİ**

**AZƏRBAYCAN TURİZM İNSTİTUTU**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Turizm biznesinin təşkili və texnologiyası kafedrası

"Beynəlxalq turizmin coğrafiyası" fənnindən

**REFERAT İŞİ**

Turizm və sosial mədəni sahədə servis xidməti ixtisası üzrə qiyabi şöbəsinin ikinci kurs, TSMQ 0701 qrupunun tələbəsi Cəbiyev Cavid

Müəllim: Səfərov Rəhman

BAKI-2009

**◆ 1. Beynəlxalq turizmin coğrafiyası kursunun mövzusu, məqsəd və vəzifələri –** Ümumiyyətlə turizm nə deməkdir? Gəlin bu sözün mənasını hərtərəfli araşdıraq. Turizm - çoxmənalı bir sözdür. Bu sözün ilk sadə anlayışı – istirahət və səyahət deməkdir. Turizm - fransız sözüdür və onun mənası gəzinti, istirahət və əyləncə deməkdir.

 Lakin bu sözün başqa mənaları da var. Məsələn, turizm – insanın istirahət etdiyi zaman bütün mürəkkəb prosesləri öyrənən və onları müəyyən istiqamətə yönəldən və tənzimləyən bir amildir. Eyni zamanda turizmi ölkə iqtisadiyyatının bir sahəsi kimi qiymətləndirirlər. Turizm sözünün törəməsi - «turistika» sözü – turizmin inkişafını öyrənən yeni meydana gəlmiş bir elmdir. Turizmin başqa bir mənası isə - turist-lərə göstərilən xidmət sahəsidir.

 İnsanlar həmişə səyahət ediblər. Öz qəbiləsinin yaşadığı məskənlərin ətrafından başlanan ibtidai səyahətlər daha sonralar uzaq səfərlər, dəniz və çaylarla edilən səyahətlərlə əvəz olunmuşdur. *Səyahət* müəyyən məqsəddən asılı olmayaraq, insanların məkan və zaman çərçivəsində öz yerlərini dəyişməsidir.

 *Turist* istirahət, sağlamlaşdırma, tanış olma, idraki (tarix və mədəniyyət sərvətlərindən bəhrələnmə və s.), iş-peşə (vəzifə borclarının icra edilməsi istisna olmaqla), idman və dini məqsədlərlə getdiyi ölkədə (yerdə) ödənişli fəaliyyətlə məşğul olmamaq şərtilə, 24 saatdan 12 ayadək müddətdə müvəqqəti olan şəxsdir.

 Dərketmə məqsədi ilə həyata keçirilən və müddəti 24 saata qədər olan səyahətə isə *ekskursiya* deyilir.

 Turizmin müxtəlif və rəngarəng mənalarını öyrənmədən, onun mürəkkəbliyini və dərinliklərini başa düşmək çox çətindir.

 İnsan təbiəti elə qurulmuşdur ki, o həyatı boyu işləyir, yaradır və yorulanda istirahət edir, itirdiyi enerjisini istirahət zamanı bərpa edir (bu prosesə rekreasiya da deyilir). Deməli, istirahət insana su kimi, hava və qida kimi lazımdır. Doğrudan da, istirahətsiz, müsbət emosiyalar olmadan heç bir insan yaşaya və işləyə bilməz.

 Belə çıxır ki, istirahət insan həyatının ayrılmaz bir hissəsidir. Turizm isə insan həyatının bu hissəsinin təşkilidir. Nəticədə, insan yaşadıqca – turizm də yaşayacaq və inkişaf edəcəkdir. Turizm ona görə inkişafa məhkumdur ki, əgər əvvəllər ayrı-ayrı adamlar səyahət edirdilərsə, hal-hazırda turizm kütləvi şəkil almışdır. Ona görə ki, müasir dövrdə, elmi-texniki inkişaf nəticəsində insanların həyatı daha gərginləşmiş, onlar daha tez-tez yorulur və nəticədə istirahətə ehtiyacları çoxalır. Başqa bir tərəfdən, həyatda əmələ gələn ekoloji böhranlar insanların istirahətə olan ehtiyaclarını daha da artırır.

 Hazırda dünyanın əksər dövlətlərində müasir turizm hərəkatı XX əsrin fenomeni adlandırılır. Həqiqətən də belədir, bu gün şahidi olduğumuz turizm, texnikanın, insanlar arasındakı humanitar münasibətlərin, təhlükəsizlik prinsiplərinə riayət etməklə, dünyanın hər yerinə səyahət etmək imkanının yaranmasının nəticəsidir. XX əsrin fenomeni sayılan turizm hazırda dünyanın bir sıra ölkələrində 240 milyondan çox insanın məşğuliyyətini təmin edən və demək olar ki, bütün sənaye sahələri (38 sənaye sahəsi) ilə əlaqəli fəaliyyət göstərən, geniş maddi bazaya malik və sürətlə inkişaf edən sahəyə çevrilmişdir.

 Dünyanın hər yerində turizmin inkişafına dövlətlər və sivilizasiyalar səviyyəsində böyük maraq göstərilir. Elə buna görə də, hazırda beynəlxalq maliyyə qurumları və təşkilatları turizmin inkişafına öz maraq və diqqətlərini artırırlar. Aparılan sosioloji tədqiqatlardan məlum olmuşdur ki, hələ keçən yüzilliyin sonlarında turizm sahəsindən dünyada əldə olunan gəlirin həcmi ABŞ dolları ilə 450 milyardı ötüb keçmişdir. Onun inkişafının orta illik artım faizi isə 4,3 faizdən çox olmuşdur. Bunun əsas səbəbləri insanların dünyanın öyrənilməsinə artan tələbatı, əhalinin həyat səviyyəsinin artması, nəqliyyatın, texnologiyaların, o cümlədən informasiya kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı, qloballaşma və sairədir.

 İlk zamanlarda əsasən zəngin insanlara xidmət edən turizm yalnız nəqliyyat və yerləşmə xidmətləri təklif edirdi. Bu hələ müasir "XX əsrin fenomeni" olan qonaqpərvərlik sənayesi olmasa da tədricən inkişaf edirdi. Turizmin beynəlxalq səviyyədə olması, yalnız ictimai münasibətlərin müəyyən inkişaf pilləsində, millətlər arasında yüksək inkişaf etmiş və davamlı iqtisadi, siyasi və mədəni əlaqələrin olması əsasında mümkün olmuşdur. Bu da beynəlxalq bazarın formalaşma dövrü, beynəlxalq ticarətin artması və yeni nəqliyyat vasitələrinin meydana çıxması ilə üst-üstə düşür.

 Turizmin təşkili işi istirahət və əyləncənin ən fəal formalarından biri olmaqla yanaşı həm də bir çox sosial-iqtisadi, mədəni-siyasi və kulturoloji funksiyaların həyata keçirilməsində xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Turizm müasir dünyanın qlobal əhəmiyyətə malik olan, sosial və iqtisadi əlaqələrini tənzimləyən, müxtəlif ölkələr və xalqlar arasında qarşılıqlı münasibətlər yaradan biznes maraqlarının əhatə dairəsini genişləndirən sahədir.

 Turizm fəaliyyətində dövlət tənzimləməsinin əhəmiyyətini başa düşmək üçün ona idarə olunan bir sistem kimi yanaşılması məqsədəuyğundur.

 Turizm bir-birini qarşılıqlı olaraq tamamlayan elementlərin məcmusu şəklində fəaliyyət göstərən bir sistemdir. Bu sistemdəki münasibətlərin iştirakçıları – turist, turizm müəssisələri, təşkilatlar, regionlar və dövlət qarşılıqlı olaraq bir-birinə təsir edib, ətraf mühitə sıx olaraq bağlıdırlar.

 Turizmə bir sistem kimi iki alt sistemin – turizmin subyektinin və turizmin obyektinin məcmusu kimi baxmaq olar. Turizm subyekti dedikdə, özünün bir sıra tələbatlarının ödəmək üçün spesifik xidmətlərdən istifadə eiməklə turizm tədbirlərinin iştirakçısı olan şəxs-turist başa düşülür. Turizmin obyekti dedikdə isə turizm subyektinin səyahəti zamanı onun maraq dairəsində ola biləcək hər bir şey nəzərdə tutulur. Tənzimlənən bir sistem kimi turizmə təsir edən ətraf mühit isə iqtisadi, ekoloji, texnoloji, siyasi və sosial sistemlərdən ibarətdir.

 Turizm sənayesi dedikdə, turist хidmətlərini və turist tələbatlı malların realizasiyası ilə məşğul olan istehsal, ticarət və nəqliyyat müəssisələrinin məcmusu başa düşülür.

Turizmin 2 növü vardır: daхili turizm, beynəlхalq turizm

 Beynəlхalq turizm-başqa ölkəyə turizm səyahəti etmək deməkdir. Beynəlхalq turizm dövlətlərarsı müqavilələrə əsasən təşkil olunan turizmdir. Beynəlхalq turizmin iхracı qeyri-adi bir formada baş verir. Başqa məhsulların iхracından fərqlənərək beynəlхalq turizmdə turist özü ölkəyə gəlir və onun ölkədə qəbul olunması və ona göstərilən хidmət turizmin məhsulunun iхracı hesab olunuur.

 Beynəlхalq turizm beynəlхalq iqtisadi münasibətlərdə də mühüm rol oynayır. Elmi-teхniki inqilab, beynəlхalq əmək bölgüsü, elmi, mədəni, idman və digər sahələrdə хalqlar öz maddi və mənəvi dəyərlərinin yaradılmasında başqa ölkələrin təcrübəsindən istifadə edirlər. Beynəlхalq turizmin inkişafı dünya iqtisadi sisteminin yaranmasında da mühüm rol oynayır.

 Beynəlхalq turizm dedikdə хaricə yollanan və orada ödənişli əmək fəaliyyəti ilə məşğul olmayan, ancaq fiziki və mənəvi istirahət etmək məqsədilə gəzməyə, seyr etməyə, tamaşa etməyə gələn şəхslərin səyahəti nəzərdə tutulur. Beynəlхalq mal dövriyyəsində turist хidmətləri görünməz mal şəklində çıхış edir. Bir mal kimi çıхış edən turist хidmətlərinin хarakterik хüsusiyyətləri və özünəməхsus vəziyyəti və dəyərləri bundan ibarətdir ki, bu хidmətlərin böyük bir hissəsi yerlərdə ən az məsrəflərlə başa gəlir və eyni qaydada digər хarici valyutalardan istifadə olunur. Хarici turistlər turist sənayesi müəssisələrinin хidmətdən istifadə edirlər. Bundan əlavə, onlar istehlak üçün suvenir kimi müəyyən miqdarda malları da satın alırlar.

 Müasir şəraitdə beynəlхalq turizm beynəlхalq iqtisadi münasibətlərin bir forması kimi geniş miqyas almış və dövlətlər arasında siyasi, iqtisadi və mədəni əlaqələrin inkişafına və təkmilləşdirilməsinə хüsusən təsir göstərmişdir.

 Beynəlxalq turizm ixracın qeyri-adi formasıdır. Turist özü öz hesabına xidmətlərin hazırlanan yerinə gəlir. Halbuki, ənənəvi malların ixracında malların yol xərcini malı göndərən (ixrac edən) ölkə çəkir. Turizmin bu əlverişli xüsusiyyəti onu başqa malların ixracından fərqləndirir. Bundan başqa, xarici turistlərin gəldiyi ölkədə suvenir və başqa malların alınması çox əlverişli xarici ticarət əməliyyatıdır, ona görə ki, alınan mallar ölkə daxili pərakəndə qiymətlərlə, özü də valyuta ilə satılır ki, bu da valyutanın ölkədə çoxalmasına səbəb olur.

 Ölkələrin çoxunda bu daxili ixraca sənayenin ayrı-ayrı sahələri qulluq edirlər. Məsələn, Azərbaycanda milli naxışları və şəkilləri olan xalça, nərdtaxta, İsveçrədə saatlar, Almaniyada avtomaşınlar, Yaponiyada audio və video texnika, Fransada modalı paltarlar, parfümeriya və s. məşhur mallara çoxlu tələbat var.

**◆ 2. Avropa subregionlarının beynəlxalq turizmdə yeri: Mərkəzi Avropada (Qərb bölməsi) turizm işinin təşkili –** Ən çox inkişaf etmiş regionlardan biri Avropa regionudur. Beynəlxalq turist gəlmələrinə görə Avropa regionlar arasında I yerdədir. 1999-cu ildə o, 385,9 milyon nəfər turist qəbul etmişdir. Bu birinciliyi Avropa uzun müddətdir ki, saxlayır. Avropa özü subregionlara bölünür: Şimali, Cənubi, Qərbi və Şərqi Avropa. Bundan başqa Aralıq dənizinin şərqində yerləşmiş ölkələr (Türkiyə, Kipr, İsrail və Yunanıstan) turizmin inkişafı baxımından, Avropanın inkişaf etmiş subregionlarına çatmağa cəhd göstərirlər. Avropanın ən qabaqcıl region olmasının səbəbləri bunlardır: Avropada əlverişli, sosial-iqtisadi, siyasi, mədəni-tarixi və gözəl nəqliyyat, rabitə şəraiti vardır. Bundan başqa Avropanın qədim turizm ənənələri də çox inkişaf etmişdir.

 Qərbi Avropaya sosial-iqtisadi inkişaf səviyyəsinin yüksək mərhələsinə çatmış İnkişaf etmiş ölkələr (İEÖ) daxidir.

 Qərbi Avropanın turizm potensialını öyrənmək üçün ilk növbədə buranın coğrafi xüsusiyyətləri və dünya səhnəsindəki yeri ilə tanış olaq.

 Qərbi Avropanın Orta (Mərkəzi) Avropa subregionuna bu ölkələr daxildir:

1. **Almaniya** - paytaxtı: Berlin 6. **Avstriya** - Vyana

2. **Böyük Britaniya** - London 7. **İsveçrə** - Bern

3. **Fransa** - Paris 8. **Lüksemburq** - Lüksemburq

4. **Niderland** - Amsterdam 9. **Lixtenşteyn** - Vadus

5. **Belçika** - Brüssel10. **İrlandiya** - Dublin

 Regionun ölkələri arasında Avstriya, İsveçrə, Lüksemburq və Lixtenşteyndən başqa bütün ölkələrin dənizə çıxışı vardır. Orta (Mərkəzi) Avropa subregionu dünyada ən pis demoqrafik vəziyyəti olan subregionlardandır. Regionda London, Paris və Reyn-Rur kimi meqalapolislər formalaşıb. Ərazi mülayim və subtropik iqlimə malikdir. Böyük səkkizlər qrupuna aid olan ölkələrdən 3-ü burada yerləşir (Böyük Britaniya, Almaniya, Fransa).

 Avropa «Vahid Avropa» Turist Regionu (VATR) yaradılması siyasətini yeridir. Qərbi Avropa ölkələri öz aralarında Şengen şəhərində müqavilə bağlamışlar. Bu müqaviləyə görə turistlər, işçi qüvvəsi və kapital bu ölkələr arasında sərbəst hərəkət edir. 330 milyon nəfərin yaşadığı Qərbi Avropa ölkələri, qitənin ən nəhəng turist bazasına çevrilməyə nail olmuşlar. Bununla belə, Şərqi Avropa ölkələri ilə qitənin Şengen müqaviləsi bağlayan ölkələri arasında turist mübadiləsi üzrə bərabər qarşılıqlı münasibətlər bu vaxta kimi yaranmamışdır. Bu çox təbiidir. Ona görə ki, Şengen ölkələri öz sərhədlərini qanunsuz keçənlərdən, terrorçulardan, narkotik maddə keçirənlərdən və iqtisadi hücumlardan qoruyurlar.

 Avropada turizm sənayesinin inkişafı üçün sosial-iqtisadi, siyasi, tarixi-mədəni, nəqliyyat və digər amillər baxımından çox əlverişli şərait formalaşmışdır. Avropalıların əsas səyahət etdikləri regionlar Amerika, Şərqi və Cənubi Asiya və Sakit okean hövzəsidir. İqtisadi və hərbi səbəblər üzündən Yaxın Şərq nisbətən az miqdarda səyahət olunan regiondur.

 Avropalılar region daxilində səyahət etməyi sevirlər. Bundan ötrü Avropanın özündə bütün şərait yaranmışdır. Region daxili turistlərin sayı kontinentin bütün turistlərinin 90%-ni təşkil edir. Ancaq 10% regionlar arası səfərlərə çıxırlar. Regionlar arası avropalılar əsasən Amerikaya, xüsusən ABŞ-a gedirlər. Avropada turistlərin ən çox sevdiyi ölkə Fransadır. Avropa turistlərinin hər 5 nəfərindən 1-i Fransaya səfər edir. Avropada ən çox turist mübadiləsi Almaniya, İngiltərə və Benilüks ölkələri arasında olur. Eyni zamanda Fransaya gedən turistlər orada çox qalmırlar, çünki, Fransada bahalıqdır.

 2005-ci ilin nəticələrinə görə turizm gəlmələri və turizmdən gəlirlərin subregionlar üzrə paylanması, müvafiq olaraq, aşağıdakı kimi olmuşdur: Cənubi Avropa – 36% və 40%, Qərbi Avropa – 33% və 36%, Mərkəzi və Şərqi Avropa – 20% və 9%, Şimali Avropa – 11% və 15 %.

 Tur bazarda inklyuziv-tur (inclusive tour) və ya pəkic-tur (package tour) formalarında təklif olunur.

 Pəkic-tur turun elə bir növüdür ki, burada müştəriyə istirahət yerinə nəqliyyat xidmətlərindən başqa, demək olar ki, bütün turist xidmətləri (yerləşmə, tam və ya hissə-hissə) təklif olunur. Turist istirahət yerinə nəqliyyat növünü, marşrutu özü seçir və özü bunu təşkil edir.

 İnklyuziv-turlar turagent tərəfindən pəkic-turun təklif etdiyi xidmətlərdən əlavə istirahət yerinə çatdırılma xidmətlərini də öz üzərinə götürür. Bu halda nəqliyyat xərclərinin xüsusi inklyuziv-tarifləri təklif olunur ki, bu da 50%-ə qədər, bəzi hallarda isə daha çox güzəştlərlə edilir.

 Qərbi Avropada inklyuziv-turlar, ABŞ-da isə pəkic-turlar daha geniş yayılmışdır.

 Qərbi Avropada beynəlxalq turizmin inkişafı ənənəvi haldır. Lakin bölgədaxili turizm daha geniş vüsət alıb gedir. Uzaq ölkələdən gələn qonaqların əsas hissəsini Şimali Amerika – ABŞ, Kanada və Meksikadan gələnlər təşkil edir. Qitədaxili istiqamətlərin əsas mənbəyi ilk növbədə Benilüks ölkələri (Belçika, Niderland və Lüksemburq ölkələrinin iqtisadi birliyi), Norveç, İsveç, Finlandiya və başqalarıdır. Onlar Avropaya səfər edənlərin 42%-ni təşkil edir. Məhz həmin ölkələr əhalisinin adambaşına düşən turizm xərclərinə görə ən çox pul xərcləyən ölkələr siyahısındadır, məsələn, Skandinaviyadan gələn turistlər turizmə ildə 500-1100$, Almaniyadan gələnlər - 460$, Benilüks ölkələrindən gələnlər - 600$ vəsait xərcləyir.

 ***Fransa*** bazarı digər ölkələrin daxili bazarlarından fərqlənir. Fransızların cüzi hissəsi xaricdə istirahət etməyə üstünlük verirlər. Burada məzuniyyət və tətil mövsümləri üst-üstə düşərək dəqiq çərçivə ilə (iyul, avqust) məhdudlaşır. Qısa Milad bayramı və qış tətillərində, Pasxada turist bazarında xüsusi canlanma yaranır. Fransızların əksəriyyəti avtomobil səyahətlərini sevir. Şəhər əhalisi təbiətin qoynunda, kənd yerlərində istirahət etməyə can atırlar. Odur ki, Fransada kənd turizminin inkişafına böyük diqqət yetirilir. Bu məqsədlə füsunkar təbiət qoynunda yüzlərlə istirahət düşərgələri salınıb, yay mövsümündə buralar ağzına qədər dolu olur. Qış mövsümündə mehmanxanalara tələbat qismən aşağı olur.

 Fransa ilə ən güclü turist mübadiləsi Almaniya, Böyük Britaniya ölkələri arasında gedir. Fransanın əsrarəngiz təbiəti, təkrarı olmayan memarlığı, tarixi şəhərləri, dünya şöhrətli mədəniyyəti, dəbdə olan malları, gözəl yeməkləri və şərabları onu turistlər üçün olduqca cazibədar edir. Fransanın Alp dağları, alçaq dağ silsilələri, dağlıq yaylaları, 3 mln km məsafədə uzanan dəniz sahilləri, geniş düzənlikləri qüdrətli turizm resurslarıdır. Qonaqların əksəriyyətini Fransaya Aralıq dənizinin qumsal sahilləri, mavi körfəzləri, kölgəli meşələr, ölkənin incəsənətinə və mədəniyyətinə olan maraq cəlb edir. Ölkənin siyasi, mədəni mərkəzi olan Parisi ziyarət etmək hər bir insanın arzusudur. Parisin çoxsaylı abidələri arasında ən məşhuru 1889-cu ildə tikilmiş Eyfel qülləsidir. Eyfel qülləsini (hündürlüyü 318 m) birləşmiş Avropanın təcəssümü hesab edirlər.

 Parisin digər diqqətəlayiq yeri - dünyanın ən böyük muzeyi olan Luvr muzeyidir. Elm və texnika şəhəri olan La-Vilyet, fransız saray memarlığının şah əsəri Versal, impressionistlərin əsərləri toplusu cəmlənmiş D.Orse muzeyi və başqaları qonaqların xüsusi rəğbətini qazanıb.

 Fransa Riveriyası ölkənin cənubunda yerləşir. Fransızlar onu Lazur sahili adlandırırlar. Turistlər buraya həm istirahət etmək, həm də mədəni həyatda fəal iştirak etmək üçün gəlirlər. Burada Nitsa və Kann şəhərində hər il dünyanın hər tərəfindən gələn kino ulduzlarının iştirakı ilə kinofestivallar keçirilir.

 Son dövrlərdə Fransanın xaricdən gələn turist bazarında əhəmiyyətli dəyişiliklər baş verir. Şengen sazişi qüvvəyə mindikdən və birləşmiş Avropa ölkələri arasında viza rejimi ləğv edildikdən sonra Fransaya qısamüddətli səyahətlərin miqdarı artmış, uzunmüddətli səyahətlərin xüsusi çəkisi azalmışdır. Fransanın turizmdən götürdüyü gəlirin ABŞ-ın götürdüyü gəlirdən iki dəfə aşağı olmasını bununla izah etmək olar. Halbuki, Fransaya gələn qonaqların sayı ABŞ-a gələn turistlərin sayından az qala iki dəfə çox idi. Əsasən qonşu ölkələrdən olan avropalılar istirahət günlərini Fransada keçirir, məzuniyyətə isə başqa ölkələrə gedirlər. Fransa get-gedə uzunmüddətli istirahət yeri cazibəsini itirir, çünki İspaniya, İtaliya, Türkiyə və Kipr kimi Aralıq dənizyanı ölkələrlə müqayisədə Fransada istirahət baha başa gəlir.

 Kapitalizm cəmiyyəti beynəlxalq turizmin inkişafı üçün zəruri olan iqtisadi, siyasi və ictimai şəraitin formalaşmasında böyük rol oynayıb. ***İngiltərə*** burjua inqilabının qələbə çaldığı və kapitalizmin inkişaf etməyə başladığı ilk ölkələrdən biridir. Məhz bu ölkələrdə ilk turist təşkilatları yaranmış, fəaliyyətini əvvəlcə ölkə daxilində qurmuş, sonralar beynəlxalq səhnəyə çıxmışlar.

 Britaniyalılar məzuniyyətlərini Fransa, İspaniya, İtaliya, Yunanıstan, Kipr, Portuqaliya, Tunis və Türkiyənin ən yaxşı kurortlarında keçirirlər. 70-ci illərdən başlayaraq britaniyalıların xaricə səyahətlərinin sayı Britaniyaya gələn qonaqların sayını üstələyir. Britaniyanın xarici turizmində Şimali Amerikaya səyahətlər əhəmiyyətli yer tutur, bu da dollarla funt sterlinq arasında məzənnənin düşüb qalxmasından asılı olur.

 Yay mövsümündə britaniyalıları ən çox cəlb edən ABŞ-ın Mayami kurortudur. İlin başqa vaxtlarında turistlərin sayı dostları və qohumları ilə görüşə gələnlərin sayəsində artır. Britaniyalılar həmçinin xüsusi turlar üzrə Tailand, Sinqapur, Hindistan və Karib dənizi ölkələri kimi ekzotik ölkələrə uzaq səyahətlərə çıxırlar.

 Böyük Britaniyaya turistlər müxtəlif məqsədlərlə gəlirlər. Birinci yerdə məzuniyyətdir, ondan sonra işgüzar səfərlər, qohum və dostlarla görüşlər gəlir. Qonaqların 50%-i Avropa Birliyindən, digər böyük xarici turist qrupu isə Şimali Amerikadan gəlir. Xarici turistlərin əsas hissəsini biznes-turistlər təşkil edir. Onlar əsasən böyük şəhərlərə, xüsusilə Londona üz tuturlar. Külli miqdarda xarici qonaq Temza vadisinə, Şotlandiyaya, Cersi-Uayt Men kurort adalarına və s. səfər edir. Turistlər İngiltərə krallarının tacqoyma mərasimləri keçirilən Vestminster abbatlığını, İ. Nyuton, Ç. Darvin və digər görkəmli şəxslərin dəfn olunduğu müqəddəs Pyotr qəbiristanlığını, Parlament binasını, Londonun Tauer zindanını, Bekingem sarayında təntənəli qarovul dəyişməsi mərasimini, Britaniya, Viktoriya və Albert muzeylərini və s. ziyarət edirlər. Londonda külli miqdarda gözəl tarixi meydanlar, parklar, abidələr və qəsrlər var. Vindzor sarayında Rubens, Leonardo da Vinçi, Rafael, Mikelancelo və digər görkəmli sənətkarların gözəl əsərlərinin əsli qorunub saxlanılır. Bu sarayın yaxınlığında varlı ailələr üçün İton kolleci yerləşir. İngiltərədə qədim adət və ənənələr bu günə qədər qorunub saxlanır.

 Şotlandiyanın iqlimi digər əyalətlərdən fərqlənir, Skandinaviya ölkələrinin iqlimini xatırladır. Ərazisinin böyük hissəsini dağlar təşkil edir. Şotlandiyanın adət və ənənələri özünəməxsusluğu ilə seçilir. Burada çoxlu turizm mərkəzləri var. Edinburq, Qlazqo, Aberdin, Pert kimi şəhərlər öz qədim tarixi, memarlıq abidələri, təbiətinin gözəlliyi ilə turistləri cəlb edir. Şimali İrlandiya müstəqil İrlandiyada turizmin inkişafına əhəmiyyətli yardım edib, indi də edir. Böyük Britaniyada üst-üstə sutkada 1,1 mln qonağın yerləşdirilməsi üçün yer mövcuddur. Britaniyaya səfərlərin artımını nəqliyyat xərclərinin azalması, turistlərin sosial tərkibinin genişlənməsi və yeni turizm mərkəzlərinin yaradılması ilə izah etmək olar.

 Britaniyalılar səyahət sevən millətdir. Onların çoxu məzuniyyətini İspaniyada, Fransada, Yunanıstanda və Türkiyədə keçirir. Xaricə səfər edən britaniyalıların 75%-i istirahətə, 12-13%-i başqa məqsədlərlə gedir. Son illərdə britaniyalıların xarici turlarının müddəti orta hesabla 16 gün təşkil edir. Xaricə gedən britaniyalıların turizm xərcləri isə 60 mlrd $-ı ötüb.

 ***Avstriya*** hazırda iqtisadi cəhətdən Avropanın ən inkişaf etmiş ölkələrindən biridir. O, II dünya müharibəsi illərində öz gözəl tarixi memarlıq abidələrini dağılmaqdan qoruyub saxlaya bildi. Gözəl saraylar, mehmanxanalar, yollar hələ müharibədən əvvəl tikilmişdi. Onlar daima ölkənin tükənməz turizm resursları hesab olunur. Avstriya iqtisadiyyatında turizm əhəmiyyətli yer tutur.

 Şimal-cənub, qərb-şərq istiqamətində hərəkət edən turistləri Avstriyanın gözəl avtomobil yolları cəlb edir. Onların əksəriyyəti bir günlük turistlərdir.

 Avstriyada ölkədaxili turizm işi dünya standartlarına uyğun şəkildə təşkil edilir, ancaq, Avstriyalılar öz ölkələrində səyahət etməyə o qədər də maraq göstərmir, Aralıq dənizi sahillərində və qışda dağ kurortlarında dincəlməyə üstünlük verirlər.

 Hazırda Avstriya qış idman növləri üzrə lider mövqeyi tutmuş beynəlxalq turizm mərkəzidir. Buna uyğun olaraq beynəlxalq turizm də ölkənin qərbində, dağlıq hissəsində cəmləşib. Avstriyanın dağlıq, xizək kurortları hələ müharibədən qabaq böyük zövqlə tikilib. Burada ayaq xizəyi məktəbi fəaliyyət göstərir, həvəskarlara düz yerdə ayaq xizəyi sürmək öyrədilir. Ayaq xizəyi muzeyində xizək idmanı kompleksləri nümayiş etdirilir. Hər il ayaq xizəyi idmanı üzrə beynəlxalq yarışlar keçirilir. Burada idman bütün istirahət günlərini zənginləşdirir. Avstriyada əksər qış günlərində havalar isti keçir.

 Avstriyaya qonaqlar başlıca olaraq Almaniya, Niderland və Böyük Britaniyadan gəlir. Bu üç ölkədən gələn turistlərin payına tur günlərin 80%-i, səfərlərin yarısı isə Almaniyanın payına düşür. Avstriyaya Polşadan bir qayda olaraq alıcı turistlər daha çox gəlir. Burada “basabas” mövsümü daha dəqiq müəyyənləşib – yayda avqust ayına, qışda isə fevral ayına təsadüf edir.

 Avstriyada qış turizminin şöhrətinin artması nəticəsində bu ölkədə ekoloji şərait gərginləşir və ekoloji tarazlığın bərpası problemi meydana çıxır.

 ***Almaniya***da son dövrlərdə daxili turizmin artımı xaricə səfər edənlərin hesabına zəifləyir. Bunu isə almanların adambaşına düşən gəlirin artması ilə izah etmək olar.

 Almaniya Alp dağları, Fransa, Aralıq dənizinə gedən yolların kəsişdiyi yerdə yerləşir. Odur ki, ölkə ərazisindən hətta gecələmədən xeyli tranzit turist keçir. Şərqi Avropadan, xüsusilə qonşu Polşadan çoxlu qonaq bir günlük alış-veriş səfərinə gəlir. Bundan başqa Almaniyada maşınqayırma və digər sənaye sahələrinin yüksək inkişafı bu ölkədə işgüzar turizm üçün potensial imkan yaradır.

 Amerikalılardan sonra almanlar məzuniyyət dövründə bədxərcliyi ilə fərqlənən turistlərdəndir. Bir çox Avropa ölkələrinin turizm bazarı alman bazarı ilə sıx bağlıdır. Almanlar məzuniyyətə çıxanda Aralıq dənizi sahillərini istirahət üçün ən əlverişli yer hesab edirlər.

 Müharibədən sonrakı dövrdə Qərbi Almaniya Qərbi Avropanın turist axınlarına inteqrasiya olunmuşdu. Lakin 90-cı illərin əvvəlində iqtisadiyyatda baş verən müəyyən durğunluq xarici səfərlərin sayını azaltdı. Eyni zamanda Qərbi Almaniyada xarici səfərlərin azalması ölkənin şərqində baş verən artımla tarazlanırdı.

 Bu gün Almaniya öz qüdrətli iqtisadiyyatı sayəsində dünyada ən əhəmiyyətli turizm bazarı kimi qalmaqda davam edir. Ölkənin şərqi və qərbi arasında cərəyan edən turist axınları qarşısında açılan imkanlar gələcəkdə Avropa ölkələri üçün yeni turizm modeli yaratmağa qadirdir.

 XIX əsrdən başlayaraq xarici kübar nəsillərin nümayəndələri, ilk növbədə Böyük Britaniya əsilzadələri ***İsveçrə***nin çoxsaylı göllərinin mənzərəli sahillərində istirahət edirdilər. Cenevrə gölünə qrup halında ilk turist səfərini 1863-cü ildə Tomas Kuk təşkil etmişdi. İngilislər arasında dağlıq kurortlarda, məsələn, ilk əvvəl alpinizm mərkəzi kimi tikilmiş Sarmatte kurortu şöhrət tapıb. 1870-ci ildə Alp dağlarına dəmir yolu çəkildikdən sonra turizm sürətlə inkişaf etməyə başladı.

 Ötən əsrin 90-cı illərində digər Alp dağları ölkələrinin qış kurortlarının rəqabətinə sinə gərmək üçün İsveçrədə müəyyən işlər görüldü. Qış idman növlərini dəbə salmaq məqsədi ilə yeni Olimpiya qurğuları salındı, yeni otellər tikildi, müasir tələblərə cavab verən xidmət sahəsi fəaliyyətini genişləndirdi, reklam məsələlərinə böyük diqqət yetirlidi.

 İsveçrədə turizmə böyük diqqət yetirilir, turizm fəal surətədə tədqiq olunur. Hələ II dünya müharibəsi illərində iri tədris-tədqiqat mərkəzləri yaradılmışdı, Bern universitetinin turizm tədqiqatları institutu və Sankt-Qallen iqtisad məktəbi həmin sıradandır. Bundan başqa hökumət və ictimai təşkilatlar tərəfindən turizmə dəstək verilir, çünki o, dağlıq rayonlarda aqrar sənaye sahəsinə yeganə alternativdir. Eyni zamanda turizm ölkə üçün ekoloji cəhətdən problemlər yaradır.

 Bu gün İsveçrə turizm sənayesinin inkişafına və bu sahədə çalışan işçi qüvvəsinin sayına görə qabaqcıl Avropa dövlətlərindən biri hesab edilir.

 ***Hollandiya*** (***Niderland)*** Şimal dənizinin sahilində, Qərbi Avropanın əhalinin ən sıx məskunlaşdığı, sənaye cəhətdən yüksək inkişaf etdiyi hissəsində yerləşir. Avropa və qitədaxili magistral yolları məhz burada kəsişir.

 Niderland ərazisi böyük olmadığından qonaqlar buraya əsasən bir günlüyə gəlir. Xarci qonaqlar ölkədə orta hesabla 3 gün qalır. Gələnlərin əksəriyyəti Almaniya, Böyük Britaniya və ABŞ-dandır.

 «Senter Parks» şirkətinin meşəliklərdə və su hövzələrində yerləşən idman sağlamlıq kompleksləri fəaliyyət göstərir. Ölkədə hər il üst-üstə 1,5 mln qonaq qəbul etmək imkanı olan 7 belə kompleks yaradılıb, əlavə iki kompleks isə qonşu Belçikada yerləşir.

 Mehmanxana fondunun böyük hissəsi əhalinin sıx məskunlaşdığı şimal bölgəsində, habelə Amsterdam, Rotterdam və Haaqada cəmləşib. Əsasən işgüzar turizm inkişaf etmişdir. Niderlandın paytaxtı, iri beynəlxalq turizm mərkəzi Amsterdam çoxsaylı arxların əhatəsində yerləşir. Burada gözəl təsviri sənət və rəngkarlıq əsərləri yerli və dünya əhəmiyyətli muzeylərin bəzəyidir. Rotterdam Avropanın ən iri dəniz limanı hesab olunur ki, hər il onun hüdudlarından 5 mln tranzit turist gəlib keçir.

 Digər Avropa ölkələrindən fərqli olaraq Niderland sakinləri məzuniyyətlərini ölkənin daxili rayonlarında yerləşən istirahət zonalarında keçirməyə üstünlük veririlər. Məsəslən, istirahət zonalarının payına gecələyənlərin yalnız 15,5%-i düşür. Bunun iki səbəbi var: əvvəla, sahil zolaqlarında əhali sıxlığı yüksəkdir, hollandlar isə daha sakit və ucqar yerlərdə istirahətə üstünlük verirlər; ikinci, sahil zolağında yaşayan əhali bir günlük səfərlə kifayətlənmir. Yayda istirahət günlərində hollandlar əsasən dəniz sahillərinə səfər edirlər. Xaricə səfər edən Niderland sakinləri ilk növbədə Almaniyaya getməyə üstünlük verirlər. Lakin fərdi turistlər üçün ilk növbədə Fransa, onun mərkəzi və Alp dağları hissəsi, habelə Avstriya və İsveçrə böyük nüfuza malikdir. Bu ölkələrin Niderland mənzərələrindən fərqli landşaftı, qış idman növləri ilə məşğul olmaq imkanı Niderland turistlərini cəlb edən əsas amillərdir.

 ***Belçika*** Qərbi Avropanın ən inkişaf etmiş ölkələrindən biridir. Avstriya və Niderland kimi, burada beynəlxalq turizm gur inkişaf etmişdir. Belçika Şengen sazişi ölkələr qrupuna daxildir, bu ölkələr arasında vizasız gediş-gəliş rejimi qüvvədədir. Avropanın digər ölkələrində olduğu kimi, Belçikada da bölgədaxili turizm üstünlük təşkil edir. Sahil zolağından sonra belçikalılar üçün ikinci nüfuzlu istirahət yeri Arden dağlarıdır.

 Belçikaya gələn qonaqların əsas hissəsi işgüzar səfərlərə gedən biznesmenlər və Avropanın müxtəlif təşkilatlarının məmurlarıdır. Brüssel Belçikanın paytaxtı olmaqla yanaşı, eyni zamanda Avropa ittifaqı, NATO kimi beynəlxalq qurumların, habelə bir çox transmilli şirkətlərin iqamətgahıdır. Belə qonaqlar qısa müddətə gəlir və bahalı otellərdə yaşamağa üstünlük verirlər. Brüssel işgüzar turizm bölgəsi olmaqla yanaşı iri tarixi-mədəni turizm mərkəzidir. Turistləri ilk növbədə 1696-cı ildə yenidən qurulmuş Qrand Polos mərkəzi meydanı cəlb edir. Brüssel nəzərə alınmasa xarici turistlərin 85%-i ilk növbədə Antverpen, Brügge, Gent şəhərlərinə gəlir.

 Orta əsrlərdən qalmış gözəl şəhər olan Brügge çoxsaylı kanallar üzərində yerləşir, onun dar küçələri, qədim körpü və binaları Venesiyanı xatırladır. Burada dünya incəsənətinin şah əsərləri ilə məşhur Qrosninq muzeyi fəaliyyət göstərir.

 Digər orta əsrlər şəhəri Gent gül-çiçək yarmarkaları ilə məşhurdur.

 Antverpen tarixi abidələri, orta əsrdən qalmış binaları ilə tanınır.Şəhər eyni zamanda iri almaz mərkəzidir. Odur ki, işgüzar turizm burada çox yaxşı inkişaf edib. Şəhərin baş meydanı XVI əsrdə salınıb. Qotika üslubunda inşa edilmiş nəhəng kilsə digər çoxsaylı kilsə və qüllələr arasında diqqəti özünə cəlb edir.

 Xarici qonaqların üçdə bir hissəsi Belçikanın sahil zolağında dincəlməyə üstünlük verir. Onların əksəriyyəti Almaniya, Niderland və Fransadandır. Belçikada strateji əhəmiyyət kəsb edən bir çox Avropa magistral yolları kəsişir. bu səbəbdən ölkə sərhədlərindən külli miqdarda tranzit turist keçir və ölkəyə külli miqdarda bir günlük turist gəlir.

 Belçikalılar Fransa, İtaliya, İspaniyanın Aralıq dənizi kurortlarında, habelə Alp dağları ölkələrində istirahət etməyə daha çox üstünlük verirlər.

 ***İrlandiya*** hökumətinin turizmi iqtisadiyyatın başlıca istiqamətinə çevirmək haqqında qərarı turizm sahəsində siyasətin dəyişməsinə təkan verdi. İndi bütün qüvvələr bazarın yeni istiqamətinin canlanmasına, ölkəyə asudə vaxtını xoş keçirmək istəyən imkanlı gənclərin cəlb edilməsinə yönəlmişdi. İrlandiyanın şan-şöhrəti olan pab (pivə barı) qarşısında toplanmış gənclər mənzərəsi, qızlar və oğlanların milli geyimlərdə rəqsləri turistlərin bu ölkəyə marağının artmasına səbəb oldu. Fəal reklam tədbirləri sayəsində ölkə haqqında yeni, «yaşıl, fəal istirahətə dəvət edən dinc ölkə» təsəvvürü yaratmaq mümkün oldu, turistlərin istirahət və əyləncəsi üçün cəlbedici ölkə imici formalaşdı.

 İrlandiya hökuməti fəal surətdə ölkəyə, o cümlədən turizmin xidmət sahəsinə sərmayə cəlb etmək siyasəti yürüdür. Bunun nəticəsidir ki, İrlandiyaya qonaq gəlmiş turitlərin sayı ölkədə əhalinin sayından iki dəfə artıqdır. Lakin turizmdən götürülən gəlir Avropanın digər turizm dövlətlərinin gəlirindən iki dəfə aşağıdır. Bu isə İrlandiyada turizm xidmət sahəsinin kifayət qədər inkişaf etmədiyinə dəlalət edir.

**◆ 3. Şimali Avropada turizm işinin təşkili –** İlk olaraq Şimali Avropanın coğrafi xüsusiyyətləri və dünya səhnəsindəki yeri ilə tanış olaq.

 Qərbi Avropanın Şimali Avropa subregionuna aşağıdakı ölkələr daxildir:

1. **İsveç** - paytaxtı: Stokholm 2. **Norveç** - Oslo 3. **Danimarka** - Kopenhagen

4. **Finlandiya** - Helsinki 5. **İslandiya** – Reykyavik

 Şimali Avropa etnik cəhətdən yekcinsdir. Bu subregionda urbanizasiyanın səviyyəsi yüksəkdir. Şimali Avropanın əsas təbii sərvətləri İsveçdə dəmir filizi, Norveçdə (Şimal dənizində) neft və qaz, İsveç və Finlandiyada meşə ehtiyatlarıdır. Şimali Avropanın əsas ixtisaslaşmış sahələri maşınqayırma (xüsusilə gəmiqayırma, avtomobilqayırma), ağac emalı və sellülioz kağız sənayesidir. Əhalinin adambaşına düşən kağız istehsalına görə Finlandiya dünyada I, İsveç isə Kanadadan sonra III yerdə durur. Şimali Avropa ölkələri hidroresurslarla zəngindir (Danimarkadan başqa). Norveç, Danimarka və İslandiyada balıqçılıq inkişaf edib. Subregionun kənd təsərrüfatında heyvandarlıq üstünlük təşkil edir (xüsusilə Danimarkada). Dünyada yüksək həyat səviyyəsi, uzun ömür müddəti və ən az cinayətkarlıq bu subregiondadır.

 Son dövrlərdə cənubdan şimala istiqamətlənmiş turist axınının genişlənməsi qeydə alınıb. Şimali Avropa istiqamətinin turizm üçün cazibədarlığı bir sıra Skandinaviya ölkələrində pul vahidinin devalvasiyası, habelə bu ölkələrin təhlükəsiz məkan kimi tanınması, gözəl təbiətinin qorunub saxlanması ilə izah oluna bilər.

 Bu ölkələrdə beynəlxalq turizmin sürətli inkişafının səbəbi onların əlverişli coğrafi mövqeyi, habelə turizm sahəsində bazar münasibətlərinin çoxdan bəri hökm sürməsindədir. Hələ II dünya müharibəsindən əvvəl yaradılmış turizm xidmət sahəsi, turizmin gələcək inkişafı üçün bir-birinə yardım göstərən və iqtisadi cəhətdən qüdrətli ölkələrin yaxınlaşmasına kömək etmişdir.

 Qeyd etmək lazımdır ki, turistləri heyran edən dəbdəbəli 5 ulduzlu otellərin vaxtı artıq geridə qalmışdır. Turistlər yeni, maraqlı və möcüzəli səyahətlər axtarırlar. Şimali Avropa ölkələri də turistlərə bu cəhətdən çox cazibədar görünür.

 Son zamanlar Şimali Avropaya turist axını əmələ gəlməkdədir. Bu, onunla izah olunur ki, Şimal ölkələrində valyuta sabitliyi, təhlükəsizlik, təbii sərvətlər və ekoloji tarazlıq vardır. Bundan başqa, bu şimal ölkələri yeni və orijinal turist məhsulları təklif edirlər. Bundan ötrü onlar turizm infrastrukturuna külli miqdarda sərmayə qoyurlar. Məsələn, bu yaxınlarda Olimpiya oyunları ilə əlaqədar ***Norveç*** çoxlu xarici turist qəbul etmişdir. Qonaqları o qədər yüksək səviyyədə qəbul etmişlər ki, indiyə kimi də Norveçə turist axını davam edir. 3,5 milyon əhalisi olan Norveç 1998-ci ildə 3 milyard 627 milyon dollar beynəlxalq turizmdən gəlir götürmüşdür.

 Turizmin vacib göstəricilərindən biri turizmin ixracından əldə olunan gəlirin ölkənin ümumi ixracında tutduğu yerdir. Bəzi ölkələrdə beynəlxalq turizmdən əldə olunan gəlir, başqa məhsulların ixracından əldə olunan gəlirdən çox olur ki, bu da ölkə üçün beynəlxalq turizmin tutduğu mövqeyi göstərir. Məsələn, Norveç ildə 20 mln tondan çox neft istehsal edir. Lakin bu ölkənin beynəlxalq turizmdən götürdüyü gəlir neftdən aldığı gəlirə yaxındır.

 Norveçdə əsasən işgüzar turizm və istirahət turizmi geniş yayılmışdır. Bundan başqa qonaqlar sakit, gözəl və heyrətamiz təbiət mənzərələrini daha çox seyr etmək üçün Norveçə səfər edirlər. Norveçdə balıqçılığın inkişafı burada ov turizmi üçün də geniş imkanlar yaratmışdır.

 Ənənəvi olaraq keçirilən “Eurovision” mahnı müsabiqəsində Norveçin 2009-cu ildə birinci olması bu ölkəyə 2010-cu ildə turist axınını daha da artıracaqdır. Çünki növbəti ildə “Eurovision” ənənəvi mahnı müsabiqəsi məhz Norveçdə, paytaxt Osloda keçiriləcəkdir.

 ***İsveç*** Şimali Avropanın əsas maşınqayırma ölkəsi olduğundan burada əsasən işgüzar turizm inkişaf etmişdir. İşgüzar turizm üçün digər səbəblər dəmir filizinin hasil olunması və istehsalı, ağac emalı və sellülioz kağız istehsalıdır. Burada “Volvo” avtomobil şirkəti fəaliyyət göstərir. Vaxtilə “Volvo” avtomobilləri öz təhlükəsizliyi ilə hamını heyran etmişdir. Nəticədə işgüzar turizm də inkişaf etmiş və iqtisadiyyata çoxlu pul vəsaiti daxil olmuşdur. Bundan başqa İsveçdə təbiət qoynuna yönəlmiş ictimai turizm də geniş yayılmışdır.

 İsveçli şəhər sakinləri əsasən məzuniyyət dövrlərində və istirahət günlərində şəhərətrafına səyahət edirlər. İsveçli turistlər tətillərini ölkə xaricində isə, əsasən Aralıq dənizi sahillərində, Alp dağları ölkələrində keçirməyə üstünlük verirlər.

 ***İslandiya*** ada dövlətidir, Avropadan çox uzaq düşmüşdür, onun iqlimi çox sərtdir. Buna baxmayaraq İslandiya turist bazarlarında mövqe tutmaq üçün ölüm-dirim mübarizəsi aparır. 1999-cu ildə o, 40-a yaxın turist marşrutlarını, o cümlədən şimal dairələrində balinaların həyatını müşahidə etmək proqramını bazara çıxartmışdır. Bu nəhəng dəniz heyvanlarının həyatını müşahidə etmək istəyənlərin sayı ildən-ilə artır.

 İslandiya tektonik ərazidə yerləşdiyi üçün burada çoxlu isti bulaqlar, qeyzerlər və digər təbii gözəlliklər vardır. Buna görə də İslandiyada başlıca enerji mənbəyi bulaqlardır. Sərt iqlim şəraitində yaşayan İslandiya dünyaya daha bir yenilik gətirmişdir. Neftdən bir yanacaq kimi istifadədən əl çəkməyi, əvəzinə ekoloji cəhətdən təmiz hidrogen H2 - yanacağını işlətməyi təklif etmişdir. İslandiyada balıqçılığın inkişafı burada ov (safari) turizmi üçün də yeni imkanlar yaradır. Bütün bu sadalanan keyfiyyətlər İslandiya turizm sənayesinə çox gözəl təsir edir.

 ***Danimarka***da balıqçılığın inkişafı burada da safari (ov) turizmi üçün geniş imkanlar yaratmışdır. Burada gəmiçilik yüksək inkişaf etmişdir. Şimali Avropanın kənd təsərrüfatında heyvandarlığın Danimarkada xüsusilə üstünlük təşkil etməsi Danimarkada turizm üçün daha bir pəncərə açır. Danimarkada sənaye sahələrinin yüksək inkişafı burada işgüzar turizmin daha çox inkişaf etməsinə səbəb olmuşdur.

 Skandinaviya yarımadasının digər bir dövləti ***Finlandiya***dır. Finlandiyanın əsas sənaye sahələri maşınqayırma, ağac emalı və sellülioz kağız sənayesidir. Meşə ehtiyatları ilə zəngindir, dünyada adambaşına düşən kağız istehsalına görə I yerdədir. Bütün bu sənaye sahələri Finlandiyada işgüzar turizm üçün şərait yaratmışdır.

 Finlandiyalı turistlər də tətillərini əsasən Aralıq dənizi sahillərində, Alp dağları ölkələrində keçirməyə üstünlük verirlər. Bu ölkələrə misal olaraq İspaniya, İtaliya, Türkiyə, Yunanıstan, Avstriya, İsveçrə və başqalarını göstərmək olar. Finlandiyalı turistlər bu ölkələrə əsasən rekresiya (istirahət) məqsədi ilə gedirlər.

 Bu gün turist axınlarının Şimaldan cənuba, isti dəniz sahillərinə, turizm xidmət sahəsinin güclü inkişaf etdiyi Aralıq dənizi sahillərinə istiqamətlənməsi Avropa üçün səciyyəvidir. Almanlar, norveçlilər, danimarkalılar, finlər, isveçlilər, irlandlar burada öz məzuniyyətlərini keçirirlər.

**◆ 4. Aralıq dənizi sahili ölkələrdə turizm işinin təşkili –** Aralıq dənizi Avropası turist gəlmələri üzrə Avropada birinci yeri tutur. Burada başlıca turizm ölkələri İspaniya, İtaliya, Yunanıstan, Türkiyə, Kipr və İsraildir.

 ***İspaniya*** xaricdən gələn turistlərin sayına görə Fransadan sonra ikinci yeri tutur. Milli mədəniyyət, korrida, il boyu ardı-arası kəsilməyən karnavallarla, alovlu ispan rəqsləri ilə müşayiət olunan bayramlar, ispan səmimiyyəti və qonaqpərvərliyi xarici turistləri cəlb edir. İspaniyada Sevilya, Valensiya, Andalusiya və Kataloniya kimi əyalətlər turizmdə fərlənir. İspaniyanın paytaxtı Madrid, şəhər memarlığında şərq üslubu olmasına baxmayaraq, Avropa mədəniyyəti şəhəri elan edilmişdir. Bu İspaniyanın dünyanın böyük turizm ölkəsi kimi tanınmasına xidmət etmişdir.

 İspaniyanın Aralıq dənizyanı kurortları yerli və xarici turistləri qəbul edir, lakin onlar daxili və beynəlxalq tələbatın üst-üstə düşdüyü Fransa və İtaliya kurortları kimi tam dolmur. Bunu İspaniya kurort bazarının digər Avropa ölkələri ilə müqayisədə kiçik olması ilə izah etmək olar.

 İspaniyada xaricə səyahət sahəsi zəif inkişaf edib. Lakin qonşu ölkələrə gedən turistlərin sayı durmadan artır. Son zamanlarda Yunanıstan, Mərakeş, Portuqaliya, Tunis, Türkiyə kimi nisbətən ucuz başa gələn səyahətlərə çıxan turistlərin sayı artmış, Fransa, İtaliya və Böyük Britaniya kimi nisbətən bahalı ölkələrə səyahətlər isə azalmışdır. Qonşu ölkələrə səyahətə gedənlərin 90%-i avtomobil turizminə üstünlük verirlər. Uzaq uçuşlardan istifadə edənlər Kanadaya və Yaponiyaya gedən biznes-turistlərdir.

 ***İtaliya***nın başlıca resursları – dağları, gölləri, mədəni dəyərləri ilk növbədə yerli turistləri deyil, xarici qonaqları cəlb edir. Xarici qonaqlar onun mədəni-tarixi dəyərləri, iqlimi, təbiəti və bütün bunların uyğunluğuna maraq göstərir. İtaliyada beynəlxalq turizm əsasən ölkənin şimalında cəmləşib.

 Fransadan fərqli olaraq burada avtomobil yolları nisbətən zəif inkişaf edib. Ölkədaxili turistlər (təqribən 39 mln nəfər) əsasən öz bölgə kurortlarında istirahət edirlər. Məsələn, İtaliyanın şimal vilayətlərinin əhalisi yaxınlıqdakı dəniz sahillərində dincəlir və buranın gözəl iqlimindən zövq alırlar. İtaliyanın Emilya-Romanya, Venetto və Toskana kimi əhalisi sıx, dənizə çıxışı olan bölgələri, habelə qış idman növləri inkişaf etmiş Lombardiya ölkəyə gələn turistləri qəbul edir. Ən çox mehmanxana nömrəsi Trentino vilayətində və Alto-Adicada cəmləşib. Xarici və yerli turistlərin 85%-i mehmanxanalarda qalır. Mehmanxanalarda yaşayış haqqı mövsüm, coğrafi zona, təsnifat və digər amillərdən asılıdır və tur dəyərinin 60%-ni təşkil edir. Turistlər ən çox 3 ulduzlu mehmanxanalarda yerləşdirilir.

 İtaliyanın mərkəzi hissəsinin sahilyanı ərazilərində əsasən düşərgə şəhərcikləri, cənubunda isə mehmanxana yerlərinin azlığı şəraitində icarəyə verilən şəxsi evlər geniş yayılıb.

 Lakin qonaq yerlərinin plansız, nəzarətsiz inkişafı ətraf mühitə dağıdıcı təsir göstərir. Sənaye zonaları yaxınlığında turizm mərkəzlərinin yerləşdirilməsi (məqsəd onların inkişaf etmiş xidmət şəbəkəsindən istifadə etməkdir) kurortların ekoloji vəziyyətinə mənfi təsir edir.

 İtaliyaya turistlərin əksəriyyəti Almaniya, Fransa, Avstriya, İsveçrə kimi qonşu ölkələrdən gəlir. Bu ölkələr arasında birincilik Almaniyaya məxsusdur. ABŞ, Yaponiya və b. uzaq ölkələrdən olan turistlər İtaliyaya daha uzun müddətə gəlir və əsasən Roma, Florensiya və Venesiyanı ziyarət edirlər. İtaliyaya qonaq gələn turistlər ən çox şəhərlərdə və dəniz sahillərində istirahətə üstünlük verirlər.

 Ölkədə beynəlxalq turizmin inkişafında Turizm üzrə Milli İdarə (ENİT) böyük rol oynayır. Onun bir çox ölkələrdə öz nümayəndəlikləri fəaliyyət göstərir. Beynəlxalq turizm bazarında şəraitin tədqiqi, reklam tədbirləri və ölkəyə xarici turist axınının genişləndirilməsi vəzifələri ENİT-in üzərinə düşür.

 İtalyanların cüzi hissəsi məzuniyyətini xaricdə keçirir. İtaliyanın turizm resurslarının çeşidi onlara öz tələbatını evdə təmin etmək imkanı yaradır.

 İtalyanlar xarici səyahətlərə əsasən qonşu ölkələrə gedirlər. Xarici turizmin artımı və digər Aralıq dənizi ölkələri tərəfindən turizm sahəsində rəqabət italyan kurortlarına düşən gərginliyi azaldır. Eyni zamanda İtaliyanın tarixi və mədəni abidələri hələ uzun müddət xarici turistləri cəlb edəcək.

 Qədim Ellada ölkəsi sayılan ***Yunanıstan*** uzun illər turizmin tarixi-mədəni istiqaməti üzrə itisaslaşmışdı. Odur ki, bu gün kütləvi turizm ölkə üçün nisbətən cavan sahə hesab edilir.

 Dünyanın ən qədim şəhərlərindən biri olan Afina ölkənin iqtisadi və siyasi mərkəzidir. Afina əslində şəhər-muzeydir. Şəhərin hər yerindən əzəmətli antik Akropol kompleksinin xarabalıqları görünür. Akropol (yuxarı şəhər) memarlıq kompleksi qədim yunan mədəniyyətinin çiçəklənmə dövrünün ən əzəmətli nailiyyətidir. Burada ilk şəhər tikililəri hələ antik demokratiya dövründə (e. ə. V əsr) salınmışdır.

 Akropola giriş olan Propilendə bəzi memarlıq ünsürlərini nəzərə çarpdırmaq üçün elevsina mavi mərmərindən istifadə etmişlər. Propilendən 30 m aralı Akropolun başlıca tikilisi olan Parfenon məbədi yüksəlir. Bu məbəd ilahə Afinanın şərəfinə tikilib. Parfenon paros daşından sütunlarla əhatə olunmuş nəhəng düzbucaqlı binadır. Məbədin içində Afinanın Fidi tərəfindən qızıldan və fil sümüyündən işlənmiş heykəli tamaşaçının diqqətini özünə cəlb edir. Akropolda qəhrəmanlıq ilahəsi Afina məbədi və eləcə də Erexteon məbədi qorunub saxlanılır.

 Yunanıstanın da Aralıq dənizi sahilində yerləşməsi və əlverişli iqlimi burada çimərlik turizminin inkişafına şərait yaratmışdır. Eyni zamanda bu ölkə tarixi-mədəni abidələrin hesabına dünyada turizmin bu növünün əsas mərkəzlərindən birinə çevrilmişdir. Lakin bütün bunlara baxmayaraq, turizmin inkişaf səviyyəsinə və bu sahənin gətirdiyi gəlirin həcminə görə Yunanıstan əhəmiyyətli dərəcədə Türkiyədən geridə qalır. Bu da Yunanıstan turizm sənayesinin Türkiyəyə nisbətən zəif inkişaf etdiyindən xəbər verir.

 Yunanıstan turzim sahəsi üçün başlıca turizm bazarı Böyük Britaniyadır. Daha sonra isə Almaniya, İtaliya, Hollandiya, Fransa, İspaniya, Yaponiya və başqaları gəlir. Britaniyalılar əsasən dincəlməyə gəlir. İspaniya, Yaponiya, İtaliya turistlərinin əksəriyyəti isə mədəni-tarixi turizmə üstünlük verir. Odur ki, müxtəlif ölkələrdən gələn turistlərin ölkədə gəzinti istiqamətləri bir-birindən xeyli fərqlənir. Məsələn, ispanlar və amerikalılar antik tarixi, memarlıq və mədəniyyət abidələri ilə zəngin paytaxta, almanlar, isveçlilər, hollandlar isə adalara getməyə üstünlük verirlər. Yaş həddinə gəldikdə, mənşəyindən asılı olmayaraq gənc turistlər bir yerdə qərar tuta bilmir, bacardıqca çox turizm mərkəzini ziyarət etmək, ölkənin çox hissəsini gəzib görməyə üstünlük verirlər.

 ***Türkiyə*** dövləti turizm sənayesinin inkişafına və bu sahə üçün ixtisaslı kadrların hazırlanmasına böyük diqqət yetirir.

 Türkiyə ərazisini cənubda Aralıq dənizi, qərbdə Egey dənizi, şimalda Qara və Mərmərə dənizlərinin suları əhatə edir. Qara və Mərmərə dənizlərinin əksər hissəsi ərazi daxilindədir. Çox kilometrlik məsafə boyu uzanan qumsal sahillər, təbiət və iqlim şəraitinin rəngarəngliyi, çoxsaylı tarixi abidələr, əfsanəvi Troyanın, habelə dünya şöhrətli Perqam, Efes, Milet şəhərlərinin xarabalıqları, Bursa və Pamukqalanın şəfalı mineral su bulaqları, ilk növbədə əfsanələr şəhəri İstanbul, onun gözəl memarlıq abidələri, şübhəsiz, ölkədə turizmin inkişafında əhəmiyyətli rol oynayır.

 Türkiyədə əsas beynəlxalq turizm mərkəzləri Egey və Aralıq dənizləri sahillərində yerləşir. Onların sırasına İzmir, Antalya, Bodrum, Mərmərə, Çeşmə və b. daxildir.

 Ölkədə turistlərə xidməti çoxsaylı özəl türk, xarici şirkətlər, habelə nəhəng holdinqlər həyata keçirir.

 Bu bölgələr istiqamətində salınmış gözəl yollar, yol istismar-xidmət sahələri, kempinq dayanacaqları və aerodromlar uzunmüddətli, maraqlı ekskursiya turları keçirmək, mehmanxana təsərrüfatı və müxtəlif nəqliyyat növlərindən səmərəli istifadə etmək imkanı yaradır.

 Aralıq dənizi sahillərində yerləşən Antalya kurortu bütün dünyada məşhurdur. Türkiyənin ən şöhrətli 5 ulduzlu otelləri burada cəmləşib.

 Türkiyədə 2000-dən çox əla mehmanxana var. Bu otellərdə tətbiq olunan turizm xidmət sistemi insanların istirahət və əyləncəsində, mədəni asudə vaxtın təşkilində mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Turistlər üçün gündəlik yeyib-içmək, türk hamamı, sauna və s. nəzərdə tutulub. Avropanın bütün ölkələrindən, ilk növbədə Rusiyadan buraya turistlər axışır. Rusiyadan gələn qonaqların sayına görə Türkiyə birinci yerdə gedir.

 Türkiyənin tarixi ənənələri, milli mətbəxi, şərq bazarları xarici alıcıların istənilən ehtiyacının ödənilməsinə şərait yaradır. Bununla bağlı alver məqsədi ilə ölkəyə gələn turistlərin ekskursiya turları proqramlarına türk bazarlarına və ticarət mərkəzlərinə səyahət də daxil edilir.

 Hazırda Türkiyə turizm sənayesinin inkişaf tempi 20% olmaqla dünyada I yeri tutur. Qeyd etmək lazımdır ki, bu məhz Türkiyə hökumətinin məqsədyönlü siyasətinin və ilk növbədə bu siyasətin nəticəsində yaradılmış, dünya standartlarına cavab verən infrastrukturun sayəsində baş vermişdir.

 Türkiyədə turizmin təşkili və idarə edilməsi məsələlərinin həlli əslində Turizm Nazirliyi nəzdində turizm məsələləri üzrə baş idarənin üzərinə düşür. Türkiyə Turizm Nazirliyi ölkə hüdudlarından kənarda da böyük işlər görür.

 Son vaxtlar qısa müddət ərzində turizm sənayesi dinamik şəkildə inkişaf edən və bir çox amillərə görə Azərbaycana yaxın olan Türkiyə xüsusi maraq kəsb edir. Bu gün Azərbaycanla Türkiyə arasında kulturoloji əlaqələr yeni inkişaf mərhələsinə qədəm qoyub. Bu işdə “Türksoy”-un, Heydər Əliyev Fondunun, Azərbaycan Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin, Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universitetinin, Azərbaycan Turizm İnstitutunun, habelə Atatürk Mərkəzinin xidmətləri əvəzsizdir.

 ***Kipr*** adasının bir hissəsi Yunanıstan, digər hissəsi isə Türkiyə hökumətinə məxsusdur. Bu gözəl təbiətli ada yunanlar və türklər arasında uzun müddət mübahisə obyekti olmuş və nəticədə turizm sənayesi nisbətən zəif inkişaf etmişdir. Son zamanlar isə yunanlar və türklər arasında müəyyən razılıqlar əldə olunduqdan sonra sabitlik bərpa edilmiş, nəticədə Kipr adasında turizm sənayesi sürətlə inkişaf etmişdir. Bu gün Kipr adasına səyahət edənlərin əksər hissəsini yunan və türk qonaqlar təşkil edir. Onlar burada yaşayan qohumları ilə görüşmək və istirahət etmək məqsədi ilə səfər edirlər. Bu da etnik-nostalji və rekreasiya turizminin inkişafına səbəb olmuşdur. Bundan başqa digər ölkələrdən də bu ərazilərə səfərlər artmışdır. Bu səfərlər əsasən istirahət etmək və dincəlmək məqsədi daşıyır.

 Ərazinin Türkiyəyə məxsus şimal hissəsində (Şimali Kipr Türk Cumhuriyyəti) turizm, Yunanıstana məxsus cənub hissəsinə nisbətən zəif inkişaf etmişdir. Burada Cənubi Kipr regionun turizm mərkəzlərindəndir. Cənubi Kiprdə əsasən çimərlik və rekreasiya turizmi inkişaf etmişdir.

 ***İsrail*** də regionun turizm mərkəzlərindəndir. İsraildə dörd dənizə çıxış əsasında çimərlik turizmi, sağlamlıq turizmi və Yerusəlim şəhərinin sayəsində həm də dini turizm inkişaf etmişdir.

 İsrail nadir mədəni dəyərlərə malik ölkədir. Müasir İsrail dövlətinin yerləşdiyi ərazi həm yəhudilər, həm xristianlar, həm də müsəlmanlar üçün dini əhəmiyyət kəsb edir. Yerusəlim yəhudi, xristian, islam dinlərinin şəhəri sayılır. Ölkənin siyasi-inzibati mərkəzi sayılan Təl-Əviv Aralıq dənizi sahilində yerləşir. Şəhər müasir mədəniyyət abidələri ilə zəngindir. Onu gözəl çimərliklər əhatə edir. Son illərdə Qırmızı dəniz sahillərində yerləşən Eylat kurortunun da nüfuzu əhəmiyyətli dərəcədə artıb.

 Şəfa sağlamlıq turizmi səfər edənlərin sayında əhəmiyyətli yer tutur. Ölü dəniz və ya başqa cür desək Duzlu dəniz ərazisi termal sular, müalicəvi palçıq və xüsusi biometroloji mühit kimi təbii şəfaverici amillərin uyğunluğu ilə fərqlənir, belə müalicə insana faydalı təsir göstərir. Okean sularına nisbətən Ölü dənizin tərkibində brom-80 dəfə, maqnium-35 dəfə, duz-10 dəfə çoxdur. Brom əsəb sistemini sakitləşdirir, maqnium əhval-ruhiyyəni yüksəldir, dəriyə xüsusi təravət gətirir. Suyun yüksək sıxılığı hətta tamamilə üzməyi bacarmayan insanı batmağa qoymur, su səthində saxlayır. Dəniz ətrafı ərazidə hava saf, oksigenlə zəngindir. Ölü dənizin səviyyəsi okean səviyyəsindən 395 m aşağıdır. Bu səviyyədə atmosfer sıxlaşır və dəniz suyu buxarlandıqca dəniz səthi üzərində buxar qatı yaradır, o isə ultra-qırmızı şüalanmanın qarşısını alan özünəməxsus süzgəc rolunu oynayır. Ölü dəniz sahillərində yanmaqdan ehtiyat etmədən qaralmaq mümkündür. 10 seans günəş vannası qəbul edənin səhhəti yaxşılaşır. Təsdiq olunub ki, Ölü dənizin havası ağ ciyəri və bronxları təmizləyir, əsəb sistemini sakitləşdirir.

 Eyn-Bokek rayonunda yerləşən “Mor” klinikasında dəri və dayaq-hərəkət sistemi xəstəliklərini müalicə edirlər.

 İsraildə bahaçılıq hökm sürür, burada turistlərə çox pul vəsaiti xərcləmək lazım gəlir (müalicə-sağlamlıq istirahəti böyük vəsait tələb edir). İsraildə turizmin inkişafı heç də sabit səciyyə daşımır. Tez-tez baş verən bölgə münaqişələri bu ölkədə turizmin inkişafına öz mənfi təsirini göstərir.

**◆ 5. Şərqi Avropada turizm işinin təşkili –** XX əsrdə dünyanın heç bir regionunda Şərqi Avropanın siyasi xəritəsində olduğu qədər dəyişikliklər baş verməmişdir. Bu Şərqi Avropanın siyasi xəritəsində yeni dövlətlərin yaranmasına və sərhəd dəyişikliklərinə səbəb olmuşdur. Şərqi Avropa regionuna orta inkişaf səviyyəli ölkələr daxidir. Şərqi Avropa ölkələrinin iqtisadi coğrafi mövqeyinin başlıca xüsusiyyəti onların sıx qonşuluq mövqeyidir. Regionun 6 ölkəsinin dənizə çıxışı yoxdur: Çexiya, Slovakiya, Macarıstan, Makedoniya, Belarus, Moldova.

 Şərqi Avropa aşağıdakı subregionlara bölünür:

1. **Rusiya Federasiyası** 2. **Baltikyanı ölkələr və Belarus**

3. **Mərkəzi Avropa** 4. **Cənub-şərqi Avropa**

***Mərkəzi və Şərqi Avropa (MŞA)*** – Bu regionda gözəl tarixi abidələri və muzeyləri hesabına Çexiya Respublikası liderlik edir. Keçmiş Yuqoslaviya respublikalarında, Macarıstanda, Rumıniyada və Polşada da həm turist qəbuletmələrinin, həm də çıxış turizminin ilbəil artımı müşahidə olunur.

 Keçmiş sosialist düşərgəsinə daxil olub, hazırda Avropa Birliyinə inteqrasiya etmiş Mərkəzi və Şərqi Avropa (MŞA) ölkələrində turizmin şop-tur forması geniş istifadə olunur. Belə səyahətlərdə turistlərə istehsalçı müəssisələrdən, qapalı ticarət mərkəzlərindən və hazır məhsul anbarlarından əmtəə almaq imkanları verilir.

 İkinci dünya müharibəsindən sonrakı dövrdə bu ölkələrdə giriş turizminin zəif inkişafının müəyyən səbəbləri vardır: Əvvəla, sosialist ölkəsi kimi burada turizm sənayesi əsasən daxili turistlərə və müəyyən dərəcədə Qarşılıqlı İqtisadi Yardım Şurası (QİYŞ) ölkələrinin turistlərinin qəbuluna yönəldilmişdi. İkinci məsələ əsas səylərin daha vacib olan müharibənin mənfi nəticələrinin aradan qaldırılmasına yönəldilməsi idi. Üçüncüsü və ən mühümü isə ondan ibarət idi ki, sosialist düşərgəsinə yenicə qədəm qoymuş bu ölkələrdə ictimai, iqtisadi və sosial sferada güclü transformasiya prosesləri baş verirdi.

 Sosialist ölkələri ətrafına çəkilmiş “dəmir pərdə” bu ölkələrdən çıxış turizminin də xeyli zəif inkişafına səbəb olmuşdu.

 1980-ci illərdən başlayaraq Mərkəzi və Şərqi Avropa (MŞA) ölkələrində beynəlxalq turizmin güclü inkişafı müşahidə olunmağa başlayır. Əgər Avropa qitəsi üzrə 2004-cü ildə turist gəlmələrinin 2003-cü ilə nəzərən artımı 5% olmuşdursa, Ukraynada 25%, Çexiya Respublikasında 19%, Rusiyada 8%, Xorvatiyada isə bu rəqəm 7% təşkil etmişdir. Müqayisə üçün Fransada bu göstərici 0,1% təşkil etmiş, İtaliyada isə 6,4% azalmışdır. Qitədə bu göstərici üzrə ən böyük artım Türkiyəyə məxsusdur – 26,1%.

 Turizmin inkişafının istiqamətinə görə MŞA ölkələrini 2 qrupa bölmək olar:

* Həm giriş, həm də çıxış turizminin intensiv inkişaf etdiyi ölkələr – Şərqi Avropa və MDB.
* Xarici turizmin nisbətən güclü inkişaf etdiyi, lakin milli turizmi zəif olan ölkələr – Bolqarıstan və Rumıniya.

 MŞA ölkələrinin turizm və səyahət sahəsində öz aralarında bağladıqları müqavilələrdə dövlətlər qarşılıqlı turist mübadiləsi planlarının razılaşdırılması öhdəliyini üzərilərinə götürmüşlər.

 ***Polşa*** turizmi inkişaf etdrimək üçün zəngin təbii, mədəni, tarixi ehtiyatlara malikdir və eyni zamanda onlardan bacarıqla istifadə edir. Son vaxtlar ölkədə müasir tələblərə cavab verən yeni mehmanxanalar tikilib. Polyaklar özəl sektorda fəaliyyətin zövqünü çoxdan duymuş, beynəlxalq turizmdən real gəlirlər götürməyi öyrənmişlər.

 Turizmin müxtəlif növlərinin, o cümlədən ekskursiya, qış turizminin inkişafı üçün Polşada böyük imkanlar mövcuddur. Varşava, Krakov, Poznan, Qdansk şəhərləri memarlıq və tarixi abidələrlə zəngindir. Muzeylərdə Leonardo da Vinçi, Rembrandt, El Qreko və b. dahi sənətkarların əsərləri nümayiş etdirilir.

 Şərqdə, Qərbdə və Skandinaviyada formalaşan turist axınları Avropanın mərkəzində yerləşən Polşadan keçir. Xarici turistlərin yarıdan çoxu buraya MDB ölkələri, Macarıstan və Çexiyadan gəlir.

 Polşalı turistlərin əksəriyyəti ölkəni əsasən şəhərlərdə məskunlaşmış qohumları və dostları ilə görüşmək məqsədi ilə tərk edir.

 ***Çexiya*** Respublikası gözəl tarixi abidələri və muzeyləri ilə beynəlxalq turizmdə xüsusi şöhrət qazanmışdır. Turizm sənayesi ölkənin mədəni və tarixi abidələri ilə tanışlığa imkan yaradır, onların böyük hissəsi qədimi görkəmini qoruyub saxlamışdır. Bu kiçik dövlətin ərazisində yalnız qəsr və qalaların sayı iki minə çatır. Gözəl tərtibatlı parkların əhatəsində olan bu abidələr əsrarəngiz təbii landşaftı zənginləşdirərək tamamlayır.

 Bu gün Çexiya təbiət gözəllikləri həvəskarlarına istirahət və dinclik, ilin hər mövsümündə idmanla məşğul olmaq imkanı təklif edir. Praqa, Çex Krumlovu, Kutna, Qora Telq kimi zəngin tarixə malik şəhərlər respublikanın qonaqlarında böyük maraq doğurur. Çex dövlətinin paytaxtı olan Praqa əsil əyani memarlıq salnaməsidir.

 Məşhur Karlovı Varı kurortu da burada yerləşir. Onun çoxəsrlik tarixi vardır.

 Hər otel və pansionat ixtiyarında olan sahəni nəfis və özünəməxsus tərtib etməyə çalışır. İnsan fantaziyasının və işgüzarlığının nəyə qadir olduğu adamı heyran edir. Çexlər işgüzarlığın dadına çoxdan bələd olub və beynəlxalq turizmdən gəlir götürməyi öyrəniblər.

 Çexiyaya əsasən Almaniyadan, Avstriyadan, Avstraliyadan və Polşadan turistlər gəlirlər.

 ***Rusiya*** turizm sahəsində geniş imkanlara malik olsa da, bu gün ölkədə beynəlxalq turizm çox ləng inkişaf edir. Rusiyada bu gün turizm səhəsinin vəziyyəti, gerçək sərmayələrin yoxluğu, mehmanxana xidmətinin aşağı səviyyəsi, ixtisaslı kadrların azlığı ucbatından axsayır. Bundan başqa, Moskvaya gələn hər xarici turistdən turizm vergisi tutulur. Qohumların evlərinə düşən və ya müvəqqəti yaşayış yeri icarə edən qonaqlar müvəqqəti qeydiyyata görə vəsait ödəyirlər. Moskvaya gəlib vaxtında qeydiyyatdan keçməyənlərə ikiqat cərimə rüsumu tətbiq olunur. Dünyanın heç bir ölkəsində belə vergi növü möcud deyil. Bu səbəblər də Rusiya turizminin inkişafına mənfi təsir göstərən başlıca amillərdəndir.

 Hazırda həm Rusiya, həm də bütün MDB ölkələri üçün xaricə səfərlərin artımı səciyyəvi xüsusiyyət daşıyır. Ölkədaxili turizm isə əhalinin əksər hissəsinin ağır vəziyyətdə olması ucbatından böhran keçirir. Xaricə gedənlər isə məhdud valyuta ehtiyatlarını da ölkədən kənara çıxarır.

 Rusiyaya gələn qonaqlar əsasən işgüzar, turizm, şəxsi və tranzit məqsədlərlə səfərlər edirlər. Rusiyaya gələn qonaqların əksər hissəsi Ukrayna, Polşa, Finlandiya, Gürcüstan, Litva, Moldova, Azərbaycan, Çin, Ermənistan və Almaniyadandır. Bu ölkələr arasında Ukrayna I yerdə gedir. Ümumi turist axının 42%-i onun payına düşür.

 Qərb ölkələrində Rusiya haqqında yüksək risk ölkəsi kimi mənfi rəyin formalaşması, terror aktları, davam edən Çeçenistan müharibəsi onun qarşısında müəyyən maneələr qoyur, bu da tükənməz valyuta mənbəyi olan beynəlxalq turizmin inkişafı üçün ciddi problemlər yaradır.

 Rusiyalıların uzaq xaricə səfərlərinin əsas məqsədi alış-veriş turlarıdır. Rusiya alverçiləri əsasən Çin, Türkiyə, Finlandiya, Polşa, Yunanıstan, İtaliya, Misir, Birləşmiş Ərəb Əmirliklərinə səfər edirlər. Alverçilər artıq üç günlük alış-veriş turları ilə kifayətlənmir, dincəlməyə də vaxt ayırırlar. İndi belə səfərlər üç deyil, yeddi gün davam edir. Səfərlərin dövriyyə tezliyi də artır. Son zamanlar ayda iki-üç dəfə səfərə gedirlər.

 Alış-veriş turları ilə yanaşı Rusiya vətəndaşları dəniz sahillərinə dincəlməyə də gedir. Kipr, Malta, Türkiyə, İspaniya, Bolqarıstan, Tunis, Mərakeş, Fransa və Tailanda bir-iki həftəlik səfərlər Rusiya turistləri üçün əlverişli istirahət növüdür.

 ***Macarıstan*** Avropanın ən inkişaf etmiş ölkələrindən biridir. Əhalisi 10,6 mln nəfər olan Macarıstan Şərqi Avropanın iqtisadi və siyasi cəhətdən ən sabit ölkəsidir.

 Balaton gölünün bütün sahili boyu tikilmiş pansionatlar, istirahət evləri, mehmanxanalar rahatlığı, xidmət sahəsinin yüksək səviyyəsi və əsrarəngiz təbiət mənzərələri ilə xarici turistləri özünə cəlb edir. Macarıstan xidmətlərin qiymətini daim aşağı salmaqla bərabər xidmətin keyfiyyətini də yüksəltməyə çalışır.

 Macarıstanın turizm sahəsində yüksək göstəricilərə nail olması təcrübəsi təqdirəlayiqdir. Artıq uzun müddətdir ki, turizm Macarıstan iqtisadiyyatının qabaqcıl sahəsi sayılır. Son illərdə Macarıstanda bazar iqtisadiyyatının tərkib hissəsi olan turizm yeni bir inkişaf mərhələsinə qədəm qoyub.

 Şərqi Avropanın digər ölkələrindən fərqli olaraq 1989-cu ildə ölkədə baş vermiş siyasi dəyişikliklər, həm Macarıstana gələn qonaqların, həm də xaricə səfər edən macarların sayına heç bir təsir göstərmədi. Əksinə, Macarıstan öz sosial, mədəni və kulturoloji inkişafının yeni bir mərhələsinə qədəm qoydu.

 Macarıstan bu gün də həm ölkədaxili, həm də beynəlxalq turizmin inkişafına görə qabaqcıl turizm ölkələrindən biri sayılır.

 ***Rumıniya*** əzəmətli qəsrlər, mənzərəli kəndlər, gözəl tarlalar və füsunkar dağlar ölkəsidir. İqlimi mülayimdir, qış mövsümü şaxtalı keçir. Mədəniyyət və memarlığı Avropa və Şərq mədəniyyətlərinin qovuşması təzahürüdür. Əhalinin həyatında din əhəmiyyətli yer tutur. Rumınlar təbiətinə görə olduqca qonaqpərvərdirlər. İlk tanışlıqda evə dəvət edib qonaq edə bilərlər. Qonağı hər yerdə gülər üzlə qarşılayırlar.

 Rumıniyada mövcud olan mineral və qaynar bulaqlar maraqlı müalicə proqramları təklif edir. Bukovina şəhər memarlığında divarları həm bayırdan, həm də içəridən Moldova mədəniyyətini əks etdirən freskalarla bəzədilmiş binalar xarici qonaqlar üçün böyük maraq kəsb edir. Bu memarlıq abidələri yüksək mədəni dəyərə malikdir və YUNESKO tərəfindən qorunur. Bundan başqa buradakı yaxşı qulluq edilən meşələr və yerli kəndlilərin çalışdığı ucsuz-bucaqsız tarlalar göz oxşayır. Hər yerdə əylənənlərə rast gəlmək olar, milli musiqi, milli geyimdə rəqslər adamı valeh edir. Onore su hövzəsi qoruğuna hər il Çindən 3 mln köçəri quş uçub gəlir, hövzənin suları Qara dənizə axır. YUNESKO Onore su hövzəsini təbiət abidəsi kimi qeydə alıb.

 Rumıniyanın zəngin sahilyanı və dağlıq (Karpat dağları) resursları daxili ehtiyacları ödəyir. Son illərdə xarici səfərlərin sayı artsa da, buna sərf olunan xərclər böyük deyil. Səfərlərin əksəriyyəti Macarıstan, Bolqarıstan və Türkiyə istiqamətindədir.

**◆ 6. Amerika qitəsində turizm işinin təşkili: Şimali Amerika –** Amerika regionu turizmin inkişafına görə, ancaq Avropadan geri qalır. İqtisadiyyatın digər sahələrində olduğu kimi beynəlxalq turizmin də qitədə ağırlıq mərkəzi **Şimali Amerika** ölkələrinə (ABŞ, Kanada və Meksika) düşür. Bu subregionda qitədaxili turist axınlarının 73%-i, beynəlxalq turizmdən gəlirin isə 75%-i cəmləşmişdir.

 ABŞ isə xarici turistlərin gəlməsinə görə dünya ölkələri arasında Fransa və İspaniyadan sonra üçüncü yeri tutur. Bununla yanaşı ABŞ beynəlxalq turizmdən gələn gəlirə, çıxan turistlərin sayına və xaricdəki xərcləmələrə görə dünyada birinci yeri tutmaqla regionda bu sahədə həlledici rol oynayır. Son dövrlərdə ABŞ iqtisadiyyatında baş verən tənəzzül turizmə də öz təsirini göstərir və bunun nəticəsində Şimali Amerika turizm biznesində öz mövqelərini itirmək təhlükəsi ilə üzləşir. Lakin buna baxmayaraq yüksək turizm xidməti mədəniyyəti, inkişaf etmiş turizm infrastrukturu və mükəmməl hüquqi baza ABŞ dövlətinə bu böhranı dəf etmək imkanları verir.

 Kanada iqtisadiyyatı üçün də turizm vacib sahələrdəndir. Öz ərazisinə görə dünyada ikinci yeri tutan bu ölkə təbii-iqlim müxtəlifliyi ilə zəngin olmaqla böyük turizm imkanlarına malikdir. Lakin regionda ABŞ kimi rəqibin olması və turizm bəndi üzrə tədiyyə balansının böyük həcmdə mənfiliyi Kanada dövlətindən fəal tədbirlər həyata keçirməyi tələb edir. Bu istiqamətdə tətbiq olunan pasport və gömrük prosedurlarının sadəliyi diqqəti cəlb edir. Onu qeyd etmək kifayətdir ki, ölkəyə gələn turistlərin özləri ilə spirtli içkidən başqa istənilən əşyanı, o cümlədən, ov tüfəngi və balıqçılıq ləvazimatları gətirməsi qadağan olunmur.

 Hazırda turizm biznesi ***ABŞ*** iqtisadiyyatının ən gur inkişaf edən gəlirli sahələrindən biridir. Turizm sənayesində çalışanların sayı səhiyyə sistemində çalışanların sayından sonra ikinci yerdə gedir. Turizm biznesində işləyənlərin ümumi illik maaşı 116 mlrd $-ı ötüb keçir, federal və yerli büdcəyə daxil olan vergilər 64 mlrd $ təşkil edir. Hər il ABŞ-da xarici turistlər 80 mlrd $ pul xərcləyirlər. Turistlərin aldığı mallardan və xidmətlərdən götürülən illik mənfəət 20 mlrd $ təşkil edir.

 Turistlərin istirahəti üçün ən əlverişli yerlər milli meşə zonaları, milli parklar, əyləncə parkları, at sürmək üçün parklar və dağlıq xizək idmanı kurortlarıdır. Turistlər ABŞ-a müxtəlif məqsədlərlə gəlirlər. Onların içərisində ölkəyə qumar oynamaq, az miqdarda olan tarixi abidələrlə tanış olmaq, beysbol oyunlarına tamaşa etmək və başqa məqsədlərlə səyahət edən qonaqlar vardır.

 Ölkədə qumar oyunları sənayesinin ən iri mərkəzi Nevada ştatında yerləşən Las-Veqas şəhəridir. Hazırda çay və dəniz gəzintisi gəmilərində təşkil olunmuş qumar oyunları mərkəzləri 26 ştatda fəaliyyət göstərir, milyonlarla azart (ehtiras) turisti cəlb edir. Bu bizneslə əlaqədar olan kazino, restoran, motel və s. illik gəliri on milyardlarla dollar təşkil edir. Qumar biznesinin xüsusiyyətlərindən biri onun çox qısa zaman ərzində turizm sənayesinə külli miqdarda pul qazandırmasıdır.

 Turistlər üçün avtomobil kirayəsi, avia və avtobusla daşınması üzrə firmaların geniş şəbəkəsi ABŞ-da turizm biznesinin dinamik inkişafına xidmət edir. Turistlərin əksəriyyəti şəxsi və ya kirayə etdikləri avtomobillərlə, təyyarələrlə səyahət edirlər.

 ABŞ-da turun təklif formasına görə pəkic-turlar daha geniş yayılmışdır.

 ABŞ-da məzuniyyətlərini keçirən, alış-veriş edən, qohumlarını və dostlarını görməyə gələn, teatr, muzey və s. əyləncə mərkəzlərini ziyarət edən səyahətçilər istənilən tələbatı ödəməyə qadir olan turist bazarını formalaşdırır. Belə növdən olan səyahətçilərin əksəriyyəti ən yaxşı otellərdə qalmağa, ən yaxşı restoranlarda yeyib-içməyə üstünlük verir. Lakin son illərdə orta təbəqədən olan, ucuz nömrələrdə yer tutmağa və ucuz restoranlardan istifadə etməyə üstünlük verən səyahətçilərin sayı da durmadan artır. Ölkənin turizm sənayesi həssaslıqla belə təmayülü qeydə alaraq fəaliyyətini bu növdən olan müştərilərin tələbatını təmin etməyə müvəffəq olur.

 Son dövrlərdə Nyu York, Çikaqo, San-Fransisko kimi şəhərlərdə əyləncə axtaran turistlər üçün xidmət paketi bahalı olmayan külli miqdarda otellər tikilmişdir («Slip İnns» otellər şəbəkəsini nümunə gətirmək olar). Digər ölkələrdə belə meyllər sonralar inkişaf etməyə başlamışdır.

 ABŞ-da turbiznesin dinamik inkişafına səbəb turizm sahəsində xidmətlərin ardıcıl olaraq genişləndirilməsidir. Uzun səfərlərdən tutmuş bir günlük istirahətə qədər maraqlı istirahət və əyləncə növləri tətbiq olunur. Geniş avtomaşın icarə sistemi, avtobus, avia daşıyıcıları turistlərin sərəncamına verilmişdir. Las-Veqasda yeni evlənənlər üçün qeyri-adi şərait yaradılmışdır.

 Son vaxtlar ABŞ-da 80-ci illərdə qəbul olunmuş riskli təmayüllərdən (bütün turistlərə eyni turist xidmətlərinin hamısının göstərilməsi) imtina etmişlər. Mütəxəssislər belə hesab edirlər ki, hər bir turistə onun özünə məxsus olan seqmentdə yüksək səviyyədə xidmət göstərilməlidir.

 Turistlərin yaş həddinə görə xidmətlər müxtəlif cür olur. Yaşlı turistlər daha çox sakit, hüzurlu və sərfəli qiymətli, gənc turistlər isə daha çox aktiv xidmətlər tələb edirlər.

 Otel və restoranlar üçün əhəmiyyətli müştəri qruplarından biri yaşlı insanlardır. Bu qrupun arzu və istəkləri, ehtiyac və tələbatı turizm sənayesi tərəfindən yaxşı tədqiq edilib. Məsələn, «Ramada» turizm şirkəti bazarı tədqiq etdikdən sonra bu qrup insanlar üçün xüsusi xidmət təklifləri siyahısını işləyib hazırlamışdır. Yaşlı insanların maraqlarının keşiyində duran təşkilatlardan biri də Amerika Təqaüdçülər Birliyidir. Onun öz turizm agentliyi güzəştli fərdi səyahət turlarının satışı ilə məşğul olur.

 ABŞ-da «Amerika Turizm Agentlikləri Cəmiyyəti» adlanan qeyri-hökumət təşkilatında birləşmiş yerli turizm agentlikləri turizmin inkişafında böyük rol oynayır, Amerika Turizm Sənayesi Birliyi kimi təşkilatlar bu sahədə geniş tədqiqatlar aparır, problem üzrə külli miqdarda müxtəlif sorğu kitabları, əyani vəsait, xəritələr və s. nəşr edir, konqresdə və hökumətdə fəal lobbi siyasəti yürüdür.

 Ölkə daxilində geniş yayılmış «həftəsonu» istirahətinin təşkili Amerika daxili turizmi üçün səciyyəvidir. İş həftəsinin sonunda, şənbə və bazar günləri ərzində istirahət məqsədi ilə 2-3 günlük qısa məzuniyyətə çıxmaq ənənəvi hal alıb. İstirahət günləri həftəarası günlərə də təsadüf edə bilər. Amerika vətəndaşının kifayət qədər yüksək olan orta illik qazancı ona ildə bir neçə dəfə turist səfərinə çıxmaq imkanı verir.

 Avropada olduğu kimi Amerikada da region daxili turizm regionlar arası turizmdən üstündür. Amerikalılar Avropadan başqa Asiya-Sakit okean, Şimali və Cənubi Asiya və son zamanlar Orta Asiyaya da səfərlər edirlər.

 ABŞ Avropa və Asiya-Sakit okean bölgələri üçün nəhəng turizm bazarıdır. ABŞ turizm sənayesinin inkişafının əsas göstəriciləri bütün Amerika qitəsi üçün bu sahədə artım sürətini müəyyən edir.

 Hazırda ABŞ dünya turizminin ən inkişaf etmiş ölkələrindən biri kimi Azərbaycan Respublikası üçün də böyük maraq doğurur. Azərbaycan – ABŞ turizm əlaqələri bu gün də genişlənməkdədir.

 ***Kanada*** özünün bir çox nadir, təkrarolunmaz cəhətlərinə görə xarici turistləri özünə cəlb edir. Tarixi-coğrafi, siyasi-iqtisadi, elmi-texniki və mədəni xüsusiyyətlərinə görə Kanada xarici qonaqları cəlb edən beynəlxalq turizm mərkəzi kimi nüfuz qazanıb. Kanada ərazisinə görə Rusiyadan sonra dünyada ikinci böyük dövlətdir. Onun ərazisi 7 saat qurşağını əhatə edir. Əhali əsasən ABŞ-la sərhəd olan, eni cəmi 300 km olan zolaqda yaşayır, əhalinin yarısı 10 iri şəhərdə cəmlənib.

 Kanada turizm bazarının vəziyyəti ölkənin siyasi-iqtisadi inkişafının durumundan asılıdır. Kvebek əyalətinə muxtariyyət verildikdən sonra bu vəziyyət sabitliyi ilə səciyyələnir. Hökumətin turizm sənayesinə göstərdiyi xüsusi qayğı da öz bəhrəsini verir. Özəl şirkətlərin və dövlətin turizmə ayırdığı sərmayələrin həcmi ildən ilə artır. Dövlətin həyata keçirdiyi «Kiçik biznesin inkişafı proqramı» çərçivəsində turizmin inkişafı daima diqqət mərkəzindədir. Təhlil göstərir ki, turizm son illərdə ölkə iqtisadiyyatında güclü inkişaf etmiş ölkənin başlıca sənaye sahələrindən birinə çevrilib. Bunun nəticəsidir ki, Kanada turizm sənayesində yarım milyondan çox adam işləyir. İllik mənfəət 26 mlrd $ təşkil edir.

 Hazırda Kanada turizm biznesində bilavasitə 60 min nəfər çalışır. Ölkədə 4,5 min turizm agentliyi, 300 min mehmanxana və motel, 40 min restoran, kafe və bar fəaliyyət göstərir.

 Aviaşirkətlər, gəmiçilik və dəmir yolları, avtonəqliyyat şirkətlərindən ibarət çoxşaxəli nəqliyyat şirkətləri şəbəkəsi, avtomobil kirayəsi şirkətləri, mehmanxana, motel və kempinq sistemləri, sığorta şirkətləri, qonaq qəbul edən və yola salan turizm firmaları, mövsüm və idman istirahət mərkəzləri, habelə ovçuluq və balıqçılıq klubları, restoran, kafe, bar şəbəkələri bilavasitə Kanada turizm sənayesinin tərkibinə daxildir.

 Monreal, onun görməli yerləri Kanadanın ən cazibədar turizm mərkəzlərindən biridir. Buraya hər il dünyanın bütün bölgələrindən külli miqdarda turist gəlir.

 Monrealda iqlim şıltaqlıqlarından tamamilə müstəqil olan yeraltı şəhər salınıb. Burada mağazalar, bank filialları, poçt şöbələri, restoran, kafe və s. obyektlər işləyir. Yeraltı keçidlərin, habelə metro və dəmiryol vağzalı vasitəsi ilə bir kompleksdən digərinə asanlıqla keçmək olur.

 Monrealda və onun ətrafında istirahət və əyləncə üçün çoxsaylı parklar təşkil olunub. Monrealdan cənubda “Safari Parkı” yerləşir. Parkda dünyanın bütün yerlərindən gətirilmiş 600 növdə vəhşi heyvan məskunlaşıb. Park eyni zamanda atraksionlarla təchiz olunub.

 Monrealdan şərqdə, Qrenbi adlanan yerdə Kanadanın ən böyük zooparklarından biri yerləşir. Bundan başqa Oka, Pol-Sev, Mont-Sant Bruno parklarına, habelə Estri bölgəsinə və Lorentyen dağına ekskursiyalar təşkil edilir. Parkların əksəriyyətində giriş haqqı pulsuzdur. Bəzi parklarda illik giriş bileti satışı tətbiq olunur. Milli Parkların ərazisində, onların ətrafında mehmanxana və motellər yerləşir, arzu edənlərə kempinq qurmaq üçün avadanlıq kirayə verilir.

 Kanada turizm bazarının təhlili göstərir ki, turist səfərlərinin seçimində səfərin dəyəri başlıca amil olaraq qalır. Odur ki, kanadalıların əksəriyyətini bölgədaxili səfərlər – ABŞ-a, Meksikaya, Karib subregionuna səyahətlər daha çox cəlb edir, çünki eyni müddətli Avropa turları iki dəfə baha başa gəlir.

 Kanadalıların səyahətlərinin 60%-i yay mövsümünə, 20%-i yaz və payız mövsümünə təsadüf edir.

 Ottava, Toronto və Monreal şəhərlərində 94 milli turizm idarəsi fəaliyyət göstərir, onların fəaliyyəti milli turizmin maraqları istiqamətində qurulur. Bundan başqa xarici turizm və nəqliyyat şirkətləri mövcuddur. Bu şirkətlərin hər birində geniş turizm xidmətləri çeşidini bazara çıxaran turizm agentlikləri şəbəkəsi fəaliyyət göstərir.

 Xarici turistləri ölkəyə cəlb etmək məqsədi ilə hökumət qanunvericilik səviyyəsində qonaqlar üçün bir sıra güzəştlər tətbiq edir, buraya mehmanxanalarda yerləşmə, məmulat və xidmət alışı ilə bağlı vergi güzəştləri daxildir. Güzəştlə bağlı xərclədikləri vəsaitin bir hissəsini geri almaq hüququndan istifadə etmək üçün turistin Kanadanın vergi xidmətinə müraciət etməsi kifayətdir. Dostlarına, qohumlarına hədiyyə (tütün məmulatları, alkoqollu içkilər istisna olmaqla) gətirən turistlər 60 min Kanada dolları həcmində mallara görə gömrük rüsumundan azad edilir. Şəxsi istifadə, idman və ya ovçuluq məqsədi ilə ölkəyə azad surətdə tüfəng, balıqçılıq ləvazimatı gətirilə bilər.

 Çoxşaxəli, müasir tələblərə və istehlakçıların ehtiyaclarına cavab verən Kanada turizmi, turizm sənayesi, çevik, çoxpilləli turizm inzibati-idarəçilik sistemi dövlətin əhəmiyyətli maliyyə dəstəyinə arxalanaraq ölkə iqtisadiyyatının həm qabaqcıl, həm də yüksək sərmayə tələb edən əsas sahələrindən birinə çevrilmişdir.

 1995-ci ilin fevralında Kanada Turizm Komissiyası yaradılmışdır. Komissiyanın 26 üzvü var. Onun tərkibinə Komissiyanın sədri, Kanada Sənaye Nazirinin müavini, özəl turizm biznesinin 16 nümayəndəsi, əyalət turizm nazirliklərinin 7 nümayəndəsi daxildir.

 Turizm sahəsində federal idarəçilik sistemi ilə yanaşı əyalət idarələri də fəaliyyət göstərir. 10 əyalətin hər birində ayrıca turizm nazirliyi və ya o cümlədən turizmlə məşğul olan nazirlik mövcuddur. Hər nazirliyin yerlərdə və digər ölkələrdə nümayəndələri çalışır. Kvebek turizm nazirliyinin Toronto və Monrealda iki bölgə nümayəndəsi, habelə Nyu-York, Çikaqo, Boston, Brüssel, Düsseldorf, London, Paris, Roma və Tokioda nümayəndələri fəaliyyət göstərir.

**◆ 7. Karib hövzəsi ölkələrində turizm işinin təşkili –** Karib dənizi bölgəsi qüdrətli təbiət iqlim imkanları, böyük turizm biznesi bazarlarına coğrafi yaxınlığı sayəsində dünyada ən ixtisaslaşmış bölgədir. Bütövlükdə, bu bölgəyə hər il 14,4 mln nəfər qonaq gəlir, beynəlxalq turizmdən götürülən gəlir isə qərb yarımkürəsinin beynəlxalq turizmdən götürdüyü ümumi gəlirin 30%-ni təşkil edir.

 Karib hövzəsi subregionunda beynəlxalq turizm sahəsində ən inkişaf etmiş ölkələr arasında ***Puerto-Riko***, ***Dominikan Respublikası***, ***Baham adaları***, ***Kuba***, ***Haiti adası***, ***Çili*** kimi ölkələri misal gətirmək olar. Karib hövzəsi ölkələrinə Baham adaları, Kuba, Haiti, Santyaqo, Panama və müxtəlif adalar daxildir.

 Subregion rahat okean gəmilərində kruizlər hesabına yüksək gəlir əldə edir. Mavi dəniz, ekoloji saf məkan, xidmətin yüksək səviyyəsi bu bölgəni turistlər üçün çox cazibədar edir.

 ABŞ turist axınları arasında yüksək dövriyyəyə malik ikinci istiqamət Şimali Amerika subregionundan Karib dənizi ölkələrinə miqrasiyadır, yəni şimaldan cənuba, qızmar günəşli dəniz sahillərinə yönələn turist axınıdır.

**◆ 8. Cənubi Amerikada turizm işinin təşkili –** Qərb yarımkürəsinin digər subregionu Cənubi Amerikadır. Buraya ildə 13-14 mln qonaq gəlir. Onların 73%-i ictimai-iqtisadi inkişafının səviyyəsinə görə ***Argentina***, ***Braziliya***, ***Uruqvay*** və ***Çili*** kimi dörd aparıcı dövlətin payına düşür. Adları çəkilən dörd ölkədən yalnız Argentina və Braziliya beynəlxalq turizmin inkişaf etdiyi 40 ölkə siyahısına daxil olmuşdur. Reytinq cədvəlində Argentina 1990-cı ildə tutduğu 32-ci yerdən 1998-ci ildə 28-ci yerə qalxmışdı, bu da ölkədə beynəlxalq turizmin inkişafına dəlalət edir. 2000-ci ildə Argentinaya gəlmiş xarici qonaqların sayı 7% artmış və 4,9 mln nəfər təşkil etmişdi. Elə həmin ildə beynəlxalq turizmdən götürülən gəlir 5,363 mlrd $ təşkil etmişdi. Braziliya reytinq cədvəlində 39-cu yeri tutmuş və 2,776 mlrd $ gəlir əldə etmişdi. Bu da Argentinanın gəlirindən iki dəfə az idi, halbuki 2000-ci ildə Braziliyaya gələn turistlərin sayı 3,135 mln nəfər olmuşdu.

 Cənubi Amerika subregionunun əsas turist potensialı buradakı ekzotik təbii şərait – cəngəlliklər, buranın unikal flora və faunası, məşhur Amazonka vadisindən ibarətdir. Avropa və Şimali Amerikada dəbdə olan ekstremal turizmin bir növü məhz bu regionda uğurla reallaşdırılır: turist qrupu bələdçi vasitəsilə və onun minimal köməyi ilə cəngəllikdən keçən, ciddi təhlükə və diskomfortla bol olan müəyyən marşrutla addımlayırlar. Bu əziyyətli səfər bir neçə ay belə davam edə bilər. Səfər zamanı turistlər çoxlu növdə ekzotik heyvan və bitkilərlə rastlaşırlar. Lakin eyni zamanda onları bəzi hallarda çox qorxulu olan həşəratlarla görüş də gözləyir. Təcrübə göstərir ki, turistlərin 20-30%-i bu sınağa dözməyərək səfəri vaxtından əvvəl başa vurası olurlar. Belə halda onları yaxın məntəqələrdən birində vertolyot və ya avtomobillə şəhərə aparıb evə yola salırlar.

 Qərb yarımkürəsinə qonaqlar əsasən Avropa (50%) və Asiya-Sakit okean bölgəsindən gəlirlər. Bu sırada ayrı-ayrı ölkələri də xüsusi qeyd etmək olar. Məsələn, Böyük Britaniya və Yaponiyanın payına gələnlərin 28%-i düşür. Bu ölkələrdə formalaşan turist axınları əsasən ABŞ, Meksika, Kanada və Karib hövzəsinə istiqamətlənir. Bu ölkələr hazırda turizm işinin təşkili səviyyəsinə görə Avropa dövlətlərinin səviyyəsinə yaxınlaşır. Onların turizm sahəsində topladığı təcrübə müsbət nümunə kimi Azərbaycan Respublikası üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

 Ekzotika cəhətdən zəngin olan bu ölkələrdə turizm xidmət sahəsi kifayət qədər inkişaf etmiş və beynəlxalq turizm üçün geniş imkanlar yaradıb. Təəssüf ki, bu ölkələr turist marşrutlarından kənarda yerləşir. Hava nəqliyyatı xərclərinin yüksək olması da, bu bölgədə beynəlxalq turizmin inkişafını ləngidir. Lakin bu ölkələrin yüksək turizm potensialı var və 2020-ci ilə kimi bu subregionda turizmin sürətlə inkişafı gözlənilir.

 Braziliya, Argentina və Çili kimi aparıcı Latın Amerikası ölkələrində son dövrlərdə həyata keçirilən iqtisadi və siyasi islahatlar (özəlləşdirmə və iqtisadi səmərəliliyin artırılması, demokratik hökumətlərin meydana gəlməsi, müəyyən səviyyədə himayədarlığın tətbiq olunduğu açıq bazar, böyük xarici investisiyalar, artan rəqabətli ixrac) mütəxəssislərə bu regionda ümumən iqtisadiyyatın, o cümlədən, turizm sənayesinin inkişafının vüsət almasını proqnozlaşdırmağa imkan verir.

**◆ 9. Asiya subregionlarının beynəlxalq turizmdə yeri: Orta və Uzaq Şərq subregionunda turizm işinin təşkili –** Asiya ən böyük iqtisadi perspektivə və potensiala malik region hesab edilir. Keçən əsrin son onilliyində Asiyanın iqtisadi inkişaf göstəriciləri (5,5%) qalan dünyanın inkişaf tempindən (2,2%) 2,5 dəfə çox olmuşdur. İqtisadiyyatının artım tempinə və inkişaf perspektivlərinə görə nəinki region, hətta dünya üzrə lider sayılan Çində turizm bazarı da sürətlə təkmilləşməkdə və genişlənməkdədir. Proqnozlara görə 2010-cu ildə Çin turizm bazarının ABŞ bazarını üstələmək ehtimalı vardır.

 Hələ keçən əsrin 60-cı illərindən iqtisadi çiçəklənmə dövrü keçirən Yeni Sənaye (Cənubi Koreya, Honkonq, Tayvan və Sinqapur) və Cənub-Şərqi Asiya ölkələrinin (Tailand, Malayziya və İndoneziya) dayanıqlı olaraq 5% illik iqtisadi artıma malik olmaları, ödənilən istirahət müddəti və get-gedə genişlənən orta təbəqənin artan gəlirləri bu kontingentin turizm xərclərini stimullaşdırır. Bu ölkələrin turizm sahəsində nailiyyətlərinin əsas səbəblərindən biri də məhz iqtisadi artımdır.

 ***Yaponiya*** həm çıxış, həm də giriş turizminin yüksək inkişaf etdiyi lider ölkələr sırasına daxildir. İqtisadi artımın nisbi zəifliyinə (ildə 3%) baxmayaraq, turizmin yüksək sürətlə inkişafının davam ediləcəyi proqnozlaşdırılır. Maraqlı burasıdır ki, Yaponiyada çıxış turizminin stimullaşdırılmasında praqmatik məqam vardır: məqsəd bu ölkənin ixrac məhsullarının istehlakçısı olan inkişaf etmiş ölkələrdə gəlirlərin, yəni həmin ölkələrin əhalisinin alıcılıq qabiliyyətinin artırılmasıdır.

 4000-ə yaxın adada (bunlardan əsasları Hokkaydo, Honsyu, Kyusyu, Sikoku və Ryukyu arxipelaqlarıdır) yerləşən və 377,8 min kv.km ərazisi olan Yaponiyada giriş turizmi də çox inkişaf etmişdir. Ölkənin ərazilərinin 80%-i dağlıqdır, 150-yə yaxın, o cümlədən, fəaliyyətdə olan 40 vulkan mövcuddur. Aparıcı dinlər sintoizm və buddizmdir.

 Turistlərin ən çox olduqları şəhər ölkənin paytaxtı Tokiodur. Burada sanki Qərblə Şərq, qədim dövrlə müasirlik üzvi şəkildə birləşmişdir. Hökumət ölkənin hər bir tarixi abidəsin diqqətlə yanaşır, qoruyub saxlamağa çalışır.

 İkinci böyük turizm şəhəri Kiotodur. Bu şəhər ölkənin mühüm sənaye, mədəniyyət, tarix və din mərkəzidir. Burada müxtəlif milli tətbiqi sənətkarlıq inkişaf etmişdir. Burada turistlər ən çox Botanika muzeyi, 2000-ə yaxın dini məbəd, yüzlərlə park, onlarla saraya ekskursiya edirlər. Həmçinin turistlər üçün qapalı olmasına baxmayaraq, imperatorun villası da böyük marağa səbəb olur.

 Nara şəhərində dünyada ən böyük ağacdan tikilmiş abidə - Böyük Buddanın zalı yerləşir. Burada Buddanın ən möhtəşəm heykəli ucalır.

 Turistlərin ziyarət etdiyi digər bir şəhər atom bombasının qurbanı olan Xirosimadır. Burada müharibələr əleyhinə mövzularda muzeylər, parklar və digər təbliğat obyektləri vardır.

 Yaponiyada insanlarda səyahətlərə həvəs hələ uşaqlıqdan tərbiyə olunur. Məktəblilər üçün təbiət və dini abidələrin ekskursiyaları təşkil olunur, hər bir kəsin ömründə bir dəfə Fudziyamanı (Yaponiyanın ən yüksək nöqtəsi) görmək nəsibidir. Bunların nəticəsidir ki, Yaponiyada turizm kütləvi xarakter almışdır. Statistikaya görə yapon ailəsinin turizmə illik xərci onun gəlirinin 22%-ni təşkil edir, hər yaşlı yapon vətəndaşı isə xaricdə azı üç dəfə olmuşdur.

 Əsasən sakura ağacının çiçəkləndiyi aprel ayına, bundan başqa yaya və payızın əvvəlinə düşən gəlmə turistlərin 60-65%-i Asiya ölkələrinin (Cənubi Koreya, Tayvan, İndoneziya, Malayziya, Çin və s.), qalanları isə Avropa ölkələrinin, ABŞ-ın və Avstraliyanın payına düşür. Tədqiqatlar göstərir ki, Asiya və ABŞ turistləri ölkəyə əsasən istirahət, avropalılar isə biznes məqsədilə gəlirlər.

 Yaponiyada 3500 Avropa tipli və çoxlu milli üslubda tikilmiş və eyni zamanda “gənclər üçün” mehmanxanalar vardır.

 Turizmin dövlət idarəçiliyi ilə Yaponiyada aşağıdakı təşkilatlar məşğul olur: Turizm siyasəti üzrə Şura və Turizm üzrə sahələrarası koordinasiya Şurası hökumət strukturlarının turizm üzrə siyasətlərinin koordinasiyasını həyata keçirirlər. Yaponiya Nəqliyyat Nazirliyinin Turizm Departamenti turizmi təbliğ edir və turist təşkilatlarının fəaliyyətlərini tənzimləyir. Yaponiyada Nəqliyyat Nazirliyinin lisenziyasını almış 500-dən çox turist firması, daxili turizmlə məşğul olan 2000 təşkilat fəaliyyət göstərir.

**◆ 10. Yaxın Şərq ölkələrində turizm işinin təşkili –** Yaxın Şərq subregionu beynəlxalq turizmdə hələ ki, sanballı bir rol oynamır. Subregionda siyasi vəziyyət qeyri-stabildir, turizm dövlət himayəsindən məhrumdur, gələn turistlərin təhlükəsizliyi təmin olunmur.

 Yaxın Şərq Asiyada çıxış turizminin inkişaf etdiyi əsas subregionlardan biridir. Burada İraqdan başqa, demək olar ki, bütün ölkələrdə yaxın keçmişə qədər mövcud olan siyasi və iqtisadi problemlərin həll olunmasına baxmayaraq sosial-iqtisadi artımın stabilliyindən danışmaq hələ də tezdir ki, bu da əksər ölkələrin iqtisadiyyatının neftin dünya bazarlarında qiymətindən asılılığı ilə izah olunur. Bununla yanaşı mütəxəssislərin fikrincə, neft qiymətlərinin bahalaşması və özəlləşdirmə hesabına burada yüksək iqtisadi artım nəticəsində çıxış turizminin inkişafı gözlənilir.

 Artıq Tunis, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, Mərakeş kimi ölkələrdə rekreasiya turizminin inkişafı sahəsində məqsədyönlü dövlət siyasəti yeridilir.

 Aralıq dənizinin cənubu və şərqini əhatə edən Yaxın Şərq ölkələri dünya tarixində səyahətlər regionu kimi məşhurdur. Müqəddəs yerlərin Qərb-Şərq ticarət yolunda yerləşməsi qədim dövrlərdə burada intensiv karvan axınlarına səbəb olmuşdur. Bu, qədim Şərq nağıllarında öz əksini tapmış məşhur yerlərə qərb səyyahı Marko Polo da səyahət etmişdir. Bütün bunlara baxmayaraq turizmin çağdaş vəziyyəti bu regionun turizmdə önəmli mövqeyindən danışmağa imkan vermir. Eyni zamanda neft gəlirləri sayəsində son 15-20 ildə elm, təhsil və ümumən iqtisadiyyatın inkişafındakı nailiyyətlər bu sahəyə də öz müsbət təsirini göstərməkdədir.

 Turizm baxımından region ölkələrini 4 əsas qrupa bölmək olar:

* Könüllü surətdə beynəlxalq turizmdən imtina edən ölkələr (Liviya və Səudiyyə Ərəbistanı).
* Mövcud şəraitdə turizmin normal inkişaf imkanlarından məhrum olan ölkələr (Əlcəzair, İraq).
* Turizmin inkişafının “birinci dalğa“sında olan ölkələr (Mərakeş, Misir və Tunis).
* Yeni turist ölkələri (İordaniya, Suriya Ərəb Respublikası, Yəmən, Fələstin və Oman Sultanlığı).

 Regionun xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq, YUNESKO 1988-1997-ci illərdə 8 ərəb ölkəsində (Mərakeş, Tunis, Misir, Fələstin, Suriya Ərəb Respublikası, İordaniya, Yəmən və Oman Sultanlığı) “turizm-mədəniyyət-inkişaf” tədqiqatını həyata keçirmişdir.

 Tədqiqatın nəticələri regionda turizmin cari vəziyyəti və inkişaf perspektivləri barədə mühüm məlumatlar verir. Layihənin hesabatında aşağıdakı meyllər qeyd olunur:

1. Tədqiq olunan ölkələr turizmin inkişafına görə digər Aralıq dənizi ölkələrindən çox geri qalırlar. Daxili turizmin inkişafına lazımınca dövlət dəstəyi verilmir.

2. Dövlət orqanlarının turizm sferasına diqqəti 3 əsas amillə şərtlənir: sosial, iqtisadi və torpaq. Şəraitdən asılı olaraq hər bir ölkədə bu amillərə münasibət müxtəlifliyinə baxmayaraq, ümumi tendensiya iqtisadi amilə üstünlük verilməsində təzahür edir. Lakin mütəxəssislər hər üç amilə nəzərən balanslaşdırılmış siyasətin aparılmasının məqsədəuyğunluğunu qeyd edirlər.

3. Eyni zamanda qeyd olunur ki, turizmin zəif inkişafına baxmayaraq, Tunis, Mərakeş və Misir artıq dünya turizm bazarında öz yerlərini tutmuşlar. Gəlmə turistlərin sayı müasir ölçülərə nisbətən az olsa da, onların sayı artmaqdadır. Bu, bir tərəfdən də, subregionun əlverişli coğrafi mövqeyi - əsas turist göndəricilərindən olan Avropaya yaxınlığı ilə izah olunur.

4. Turizm region ölkələrinin iqtisadiyyatlarının mühüm sektoruna çevrilir. Mərakeşə xarici valyuta axınının əsas mənbəyi olan turizm ölkənin tədiyə balansında önəmli rol oynayır.

5. Qərb ölkələrindən turist gəlmələrinin sayı çox olmasa da, regiondaxili səyahətlərin intensivliyi artır. Bu səyahətlərdə ənənəvi dini turizmə regionun dinamik iqtisadi inkişafının və ölkələrarası əməkdaşlığın intensivləşməsinin nəticəsi olan işgüzar turizm elementləri də əlavə olunur.

6. Beynəlxalq turizmlə yanaşı ölkədaxili turizm də yenidən vüsət almağa başlayır. Bunun əsas daşıyıcıları regionda inkişaf edən orta təbəqədir. Onların turizm maraqlarında iki istiqaməti qeyd etmək olar:

* Yerli tarixi abidələrlə tanışlıq. Tarixi abidələrin ziyarətində qərblilərdən fərqli ziyarət mədəniyyətinə malik olan yerli əhali milli tarixi-mədəni irsi yenidən kəşf etməyə başlayır.
* Əsasən kənd yerlərindən çıxmış şəhər əhalisinin öz “mikrovətənlərinə” səyahətləri. Turizm kateqoriyasına aid edilə bilən belə səyahətlərin əsas məqsədi ikinci, üçüncü nəsil uşaqların tarixi vətənlə tanışlığıdır.

7. Bu dövlətlər turizmin inkişafı siyasətində bu sahədə güclü qonşu ölkələrin – İspaniya, İtaliya, Türkiyə və Yunanıstan kimi turizm nəhənglərinin, hətta kiçik Kipr və Maltanın – kəskin rəqabət müqavimətini nəzərə almalı, fərqli xidmətlər təklif etməlidirlər (müasir turistləri oxşar xidmətlərlə cəlb etmək çox çətindir). Bunun üçün hər bir ölkə öz spesifik xüsusiyyətlərindən səmərəli istifadə etməlidir.

 Qeyd edim ki, bu tövsiyələr Azərbaycan üçün də çox önəmlidir.

 Şübhəsiz, regionun əsas turist potensialı onun dünyada məşhur olan tarixi abidələridir: Misir piramidaları, sfinksin, fironların abidələri, tarixi şəhərlər (Lukçor xarabalıqları və s.), qədim Mesopotamiya sivilizasiyasının qalıqları, Tunisdə qədim şəhər qalası, qapıları və s.

 Regionda dini turizm inkişaf etmişdir. Məkkə, Mədinə, Məşhəd, Fələstin dini turizm mərkəzləridir.

**◆ 11. Avstraliya və Okeaniyada turizm işinin təşkili –** Bu gün ***Avstraliya*** xaricə külli miqdarda turist yola salan, eyni zamanda xeyli miqdarda qonaq qəbul edən ölkədir. Yer kürəsinin 50 mln il toxunulmaz qalmış əraziləri, əsrarəngiz, cazibədar, nadir heyvanat aləmi (kenquru, koala və s.), müxtəlif əfsanəvi mənzərələri, tropik meşələri, qarlı dağları, məhsuldar tarlaları və nəhəng qumsal çimərlikləri adamı valeh edir.

 Avstraliyada tropik iqlimlə yanaşı mülayim hava şəraiti də hökm sürür, yayın qızmar çağı yanvar ayına təsadüf edir, may ayı isə qışın ən soyuq ayıdır.

 Qonaqları ən çox cəlb edən göllər və digər su hövzələridir. Şəhərlər müxtəlif üslub və ənənələrin dinc ahəngdarlığı rəmzidir. Onlar müxtəlif çeşiddə saysız-hesabsız əyləncə və idman növləri təklif edir.

 Rahatlıq təcəssümü olan kurortlar mənzərəli yerlərdə fəaliyyət göstərir, dükanlar müxtəlif qida məhsulları və gözəl Avstraliya şərabları təklif edir, həm kənd mehmanxana zonasında, həm də bahalı restoranlarda xidmət yüksək səviyyədədir.

 Dünyanın ən kiçik qitəsi, ən böyük adası olan Avstraliyada turizm infrastrukturu yüksək inkişaf etmişdir. Ölkədə turizm mərkəzləri kimi nüfuz qazanmış xeyli gözəl şəhər var. Cənubi Uelsin paytaxtı Sidney də belə şəhərlərdən biridir. O, 1788-ci ildə Cekson körfəzi sahilində ingilislər tərəfindən salınmışdır. 1932-ci ildə körfəz üzərində qurulmuş yaraşıqlı körpü şəhərin ticarət və sənaye rayonlarını birləşdirdi. Körpü gözəlliyi ilə turistləri özünə cəlb edən ən mənzərəli şəhər obyektlərindən biridir. Körpüdən piyadaların hərəkəti üçün yol keçir, turistlər körfəzin gözəlliklərini buradan seyr edirlər. Körpünün uzunluğu 4 km-dir, üzərindən dəmir yolu və avtomobil magistralı keçir. Şəhərin klassik ingilis memarlığı müasir göydələnlərlə tamamlanır. Elm və texnika sahəsində zəngin eksponatlara malik olan tarix-etnoqrafiya muzeyi, milli qalereya, opera və dram teatrları, konsert zalları, idman və əyləncə qurğuları şəhərlə tanışlıq, istirahət, gəzinti üçün hər cür şərait yaradır. Əcaib memarlıq üslubunda tikilmiş opera teatrının binası körfəzin ortasında yerləşir. Kənardan baxana elə gəlir ki, bina opera binası deyil, okean sularında üzən, nəhəng yelkənli dəniz gəmisidir. Şəhərkənarı restoranlar, dəniz kurortları, parklar, yaşıl çimərliklər həmişə turistlərlə dolu olur. Viktoriya ştatından cənubda, ildə bir neçə ay qarla örtülən Avstraliya Alp dağları yüksəlir. Burada qış idmanı növləri inkişaf edib. Təbiətdən istifadə sistemində Avstraliya Alp dağları əhəmiyyətli rol oynayır. Bu ərazi eyni zamanda mübahisə obyektidir. İşgüzar dairələr dağlıq ərazinin zəif inkişaf etdiyini göstərərək, onun təbii resurslarını daha səmərəli istismar etməyi təklif edir. Əks tərəf təbiət landşaftlarının qorunması məsələsini ön plana çəkir. Mübahisə turizmin inkişafı üçün milli parkların istifadəsi üzərindədir. Təbiətin üzərinə düşəcək ağırlığın qədərini düzgün müəyyən etmək mühüm məsələdir. Bu ərazilərdə xizək idmanı inkişaf etməyə başlayıb. Avstraliya Alp dağları digər Alp yüksəkliklərindən dəniz səviyyəsindən 2000 m hündürlüyə yüksəlməsi ilə fərqlənir, qitənin böyük hissəsini tutur. Əsas relyef forması yüksəklik yaylasıdır. Flora və faunası Alp yüksəklikləri üçün səciyyəvi olan flora və fauna növlərindən ibarətdir.

 Avstraliya Alp dağları qitənin əsas çaylarını yaradan bulaq mənbəyidir. Şərqi Avstraliyanın su elektrik stansiyalarını işlədən su hövzəsi burada yerləşir, əhalinin yarıdan çoxunu içməli su ilə təmin edir.

 Avstraliyanın paytaxtı Kanberra şəhəri mühüm turizm mərkəzidir. Şəhərin çoxmərtəbəli binalarından ibarət məhəllələrini yaşıl parklar əhatə edir. Şəhərin mərkəzində meşə və parklar əhatəsində nəhəng göl yerləşir. Parlamentin ikimərtəbəli binası gölün sahilində yerləşir. Göl üzərində körpü qurulub. Bu körpü əvvəllər Londonda yerləşirimiş, sonralar avstraliyalılar onu satın almış, söküb Avstraliyaya gətirmiş və yenidən qurmuşlar. Birinci və ikinci dünya müharibələrində həlak olan həmvətənlərin xatirəsini əbədiləşdirmək üçün şəhərdə hərbi muzey yaradlıb.

 Viktoriya ştatının paytaxtı Melburn şəhəridir. Şəhər parkları və gözəl xiyabanları ilə məşhurdur. Avstraliyanın qürur mənbəyi olan dünya şöhrətli nəbatat bağı burada yerləşir. Nəbatat bağında elmi-tədqiqat işləri aparılır. Bağın bir guşəsində görkəmli dəniz səyyahı Ceyms Kukun anadan olduğu birmərtəbəli evi yerləşir. Lakin C. Kuk heç də Avstraliyada deyil, Londonda doğulub. Ölkə tarixinə sadiq qalan avstraliyalılar binanı satın almış, söküb vətənlərinə gətirmiş və yenidən qurmuşlar. Hazırda C. Kukun evi turistlər üçün məşhur ziyarətgahdır, şöhrətli dənizçinin kəşflərini tərənnüm edən abidədir.

 Kvislend ştatının paytaxtı Brisben şəhəridir. Burada subtropik iqlim hökm sürür. Şəhər subtropik bitkilər məskənidir. Viktorian üslubunda tikilmiş binalar şəhərin bəzəyidir.

 Avstraliyalıların əksəriyyəti məzuniyyətlərini doğma vətəndə keçirməyə daha çox üstünlük verirlər.

 **Asiya-Sakit okean regionu (Okeaniya)** ölkələrinin çoxu müstəmləkə və ya yarımmüstəmləkə quruluşuna malik idilər. Ona görə də, bu ölkələrin iqtisadiyyatı zəif inkişaf etmişdir. Lakin hal-hazırda bu ölkələrdə turizm böyük sürətlə inkişaf etməkdədir. Bunun səbəbi nədə ola bilər? Məlumdur ki, turizmin inkişafı ölkə iqtisadiyyatı ilə sıx bağlıdır. Bəs necə oldu ki, iqtisadi cəhətdən geridə qalmış ölkələr qısa bir tarixi zamanda beynəlxalq turizm sahəsində sıçrayışla yüksəldilər?

 1970-1995-ci illərdə, yəni 25 ilə xarici səfərlərin miqdarı bu regionda 15,7 dəfə artmışdır. Həmin müddətdə dünya üzrə artım 3,4 dəfə olmuşdur. Göstərilən illərdə beynəlxalq turizmdən əldə olunan gəlir bu regionda 63 dəfə artmışdır, halbuki bu rəqəm bütün dünya üçün 20,8 idi.

 Regionda turizmin sıçrayışlı inkişafının bir neçə səbəbi var: Birincisi, ölkələrin müstəmləkə asılılığından azad olması, azad iqtisadi zonaların yaradılması və iqtisadiyyatın dinamik inkişafıdır. İqtisadiyyatın artması milli və adambaşına düşən gəlirin artmasına və asudə vaxtın çoxalmasına səbəb olmuşdur.

 İkincisi, turizmin çevik modelinin yaranması və turizm sferasına ardı kəsilməyən investisiya qoyuluşudur.

 Üçüncüsü, beynəlxalq münasibətlərdə gərginliyin səngiməsi və regiondaxili proseslərin səhmana salınmasıdır.

 Okeaniya adalarının landşaftı gözəlliyinə görə dünyada xüsusi şöhrət qazanıb. Bununla əlaqədar olaraq adalarda turizm yaxşı inkişaf edir.

 Okeaniyanın əhalisi 2 qrupa – aborigenlərə (papuaslar) və gəlmə əhaliyə (fransızlar) bölünür. Yerli əhali əsasən kənd təsərrüfatı və balıqçılıqla məşğul olur. Burada hind qozu, araxis, ananas, şəkər qamışı, banan yetişir. Okeaniyanın bir çox ölkələrində nikel, mis, fosforit hasil edilir və satılır.

**◆ 12. Afrika ölkələrində turizm işinin təşkili –** Afrika ölkələrində turizm zəif inkişaf etmişdir: 2004-cü ilin statistikasına görə dünya üzrə turist gəlmələrinin 4,4%, gəlirlərinsə 2,9%-i bu regionun payına düşür. Dünya üzrə turist başına düşən xərclər 660 ABŞ dolları olduğu halda, Afrika üçün bu rəqəm 440 dollara bərabərdir. Turizmin zəif inkişafının əsas səbəbini regionun turizm potensialının zəifliyində deyil (əslində burada turizmin müəyyən növlərinin potensialı yüksəkdir), turizm infrastrukturunun pis inkişafında axtarmaq lazımdır. Məsələn, regionda yerləşən və qərb ölkələrinin dəstəyi ilə kifayət qədər inkişaf etmiş Cənubi Afrika Respublikasında infrastrukturun inkişafı nəticəsində turizm sənayesi gəlirli sahəyə çevrilmişdir. Burada turizmin inkişafının dövlət proqramı qəbul olunub və həyata keçirilir. Lakin bu ölkə ilə qonşu olan və əlverişli təbii şəraitə malik ölkələr hələ də bu sahədə xeyli geri qalırlar. Qitənin təbii-iqlim şəraiti burada çimərlik, ov və ekstremal turizmin inkişafı üçün əlverişli imkanlar yaradır.

 Afrika qitəsi beynəlxalq turizmin zəif inkişaf etdiyi regiondur. 700 mln əhali yaşayan qitəyə ildə cəmi 20mln-a yaxın turist gəlir.

 Afrika dövlətlərinin əksəriyyəti ictimai-iqtisadi cəhətdən zəif inkişaf etmiş ölkələrdir, turizm infrastrukturu yox səviyyəsindədir, siyasi sabitsizlik hökm sürür. Bəzi Afrika ölkələri arasında tez-tez hərbi münaqişələr baş verir. Cənubi Asiyada olduğu kimi Afrikada da bölgədaxili turizm beynəlxalq turizmdən geri qalır. Yerli əhalinin alıcılıq qabiliyyəti aşağı olduğundan dövlətlərarası turist mübadiləsi olduqca zəifdir.

 Afrika qitəsində turizm sənayesi qeyri-bərabər inkişaf edib. Valyuta gəlirlərinin 91%-i Şimali, Cənubi və Şərqi Afrikanın payına düşür. Yalnız bir neçə ölkə turist axınlarını cəlb etmək, beynəlxalq standartlara uyğun keyfiyyətli kompleks turizm xidmətləri göstərmək imkanlarına malikdir. Belə ölkələrin sırasına CAR, Tunis, Mərakeş, Zimbabve, Keniya, Botsvana və b. daxildir. Adları çəkilən ölkələrdən CAR, Tunis və Mərakeş beynəlxalq turizmin inkişaf etdiyi 40 ölkənin siyahısına daxildir. Cənubi Afrika Respublikası turist səfərlərinin sayına görə qitədə birinci, Tunis - ikinci (4,7 mln nəfər), Mərakeş - üçüncü (3,3 mln nəfər) yerləri tutub. Son 10 ildə bu göstərici daha çox artmışdır.

 ***Cənubi Afrika Respublikası*** Afrikanın ən ekzotik guşələrindən biridir. Zəngin yeraltı yataqlar, ölkənin coğrafi özünəməxsus mövqeyi, nadir təbiəti beynəlxalq turist axınlarını buraya cəlb edir. Dövlətin beynəlxalq turizm sahəsində yürütdüyü ardıcıl siyasəti xarici turistlərin sayının ildən ilə artmasına səbəb olur. Turizm sənayesinin böyük hissəsi bütün dünyada geniş əlaqələri olan özəl turizm agentliklərinə məxsusdur.

 Yeraltı qızıl yataqlarında qızıl filiz tükəndikcə turizm sənayesinin qızıl emalı sənayesini əvəz edəcəyi haqqında rəy ölkədə çoxdan formalaşıb.

 CAR-da beynəlxalq turizmin inkişafına mənfi təsir göstərən amillər mövcuddur. Ölkədə cinayətkarlıq baş alıb gedir, bu da ölkə sərvətlərinin qeyri-bərabər bölgüsünün nəticəsidir. Turistlərin təhlükəsizliyini təmin etmək üçün hökumət qəti tədəbirlər görür. Turistlərin, turist yüklərinin təhlükəsizliyini təmin etmək üçün Yohannesburq, Keyptaun və Durban beynəlxalq aeroportlarında turistlərə yardım xidmətləri təşkil edilmişdir.

 1995-ci ildə CAR-da beynəlxalq turizmin inkişafı proqramı qəbul edildi. Proqramın işlənib hazırlanmasına Avropadan mütəxəssislər cəlb edilmişdi. Turizmin inkişafını ləngidən amillər (dövlət tərəfindən ayrılan maliyyə vəsaitinin azlığı, özəl sektora nəzarətin aşağı səviyyəsi, xidmətin və kadrların hazırlanmasının aşağı keyfiyyəti və s.) üzə çıxarıldı. Ölkə iqtisadiyyatı üçün turizmin əhəmiyyətini dərk edən Ətraf Mühitin Qorunması və Turizm Departamenti ölkə daxilində və xaricində turist təşkilatlarının fəaliyyətinin əlaqələndirilməsi, təşəkkülü və maliyyələşdirilməsi vəzifələrini, habelə bu sahədə qanunvericilik aktlarının turizm xidməti standartlarının işlənib hazırlanmasını da öz üzərinə götürdü. Əyalət və yerli hakimiyyət orqanlarına bu sahədə dövlətin yeritdiyi siyasətin icrası həvalə olundu. Cənubi Afrika Respublikasında turizm biznesinə yalnız marketinq və himayə dəstəyi göstərən «Satour» dövlət turizm təşkilatının vəzifə və quruluşuna yenidən baxıldı, təşkilata turizm nazirliyi və ya yerli hakimiyyət orqanları arasında əlaqələndirmə vəzifələri həvalə olundu. Dövlət tərəfindən qoyulan həcmli sərmayələr, turizm sahəsində idarəçiliyin təkmilləşdirilməsi və qanunvericilikdə müvafiq aktların qəbulu qısa müddətdə öz bəhrəsini verdi – 1998-ci ildə qonaqların sayı 6 mln nəfərə yüksəldi.

 Afrikaya yalnız əsas turist axınları Fransa, Almaniya, İtaliya, Böyük Britaniya, İspaniya, ABŞ, İsveçrədəndir. Bu axınların əsas istiqaməti CAR-dır. Lakin Afrikada elə ölkələr var ki, burada turizm dirçəlməyə başlayır. Bu ölkələrdən biri də ***Zənzibar***dır. O, Hind okeanı sahilində, Tanzaniyadan 22 km aralı yerləşir. Beynəlxalq turizmin inkişafı üçün Zənzibarda olduqca əlverişli şərait mövcuddur. Ölkəni nadir təbiət mənzərələrinə malik ekzotik adalar əhatə edir. Burada sualtı mərcan qayalıqları dənizdən baş qaldırır.

 Saysız-hesabsız, göy qurşağı kimi rəngarəng quşların çığırtısı Manqo meşələrini bürüyüb. Baobab ağacları onları bürüyən duman arasında əfsanəvi məxluqlara bənzəyir. Pempa adasında turistlərin qəbulu üçün qənaətbəxş şərait vardır. Pempadan cənubda Misani adası yerləşir, bura sanki insan ayağı dəyməmiş cənnət guşəsidir.

 ***Tunis*** qədim tarixə malikdir, eyni zamanda müasir beynəlxalq turizm mərkəzidir. Turizmdən gələn gəlir xarici valyuta mədaxilinin əsas mənbəyidir. Tunis əlverişli coğrafi mövqeyə malikdir. Ölkə Şimali Afrikanın mərkəzində, Aralıq dənizi sahillərində yerləşir.

 Əhalisi 10 mln nəfər olan ölkənin paytaxtı Tunis şəhəridir. Digər iri şəhərlərdən Sfaks şəhəri ölkənin iqtisadi mərkəzi, Suss – kurort və liman şəhəri, Hammomet – ölkənin ən iri kurort şəhəridir. Fransız dili geniş tətbiq olunur, başlıca təriqət islam dinidir. Əhalinin 95%-i sünni müsəlmanlardır.

Ölkəyə hər il Almaniyadan, Fransadan, İspaniyadan və digər qərb ölkələrindən 4 mln turist gəlir. Tunis bir neçə beynəlxalq turizm qurşağına ayrılır. Hammometin mavi dəniz sahili, Tabaraka mərcan qayalıqları, Cərbə və Suss bəyaz qumsal çimərlikləri, qızılı Saxara səhrasında yaşıl oazislər və sıldırım dağ silsilələri rəngarəng ölkə təbiətini təmsil edir. Şimali Afrikanın 1200 km məsafədə uzanan bəyaz qumsal sahilləri boyu 600 otel tikilib və turistlərin istifadəsinə verilib. Otellər beynəlxalq standartlara cavab verir. Hər bir otel çox çeşidli xidmətlər siyahısını təklif etməklə yanaşı, yalnız həmin otel üçün səciyyəvi olan, özünəməxsus, möcüzəli bir proqramla çıxış etməyi özünə borc bilir.

 Tunis tarix həvəskarları üçün qədim Roma imperiyası şəhərciklərinin xarabalıqları, amfiteatrları, arxları, məbədləri, gözəlliyinə görə təkrarı olmayan antik heykəltəraşlıq nümunələri, ispan və türk qalaları, hərbi məskənləri, orta əsr ərəb bazarları, məscidlər və s. ilə tanış olmağa imkan yaradır.

 Dünyada ən böyük talassoterapiya mərkəzləri sırasında 4-cü yeri tutan şəfa ocağı Tunisdə yerləşir, burada müxtəlif şəfa xidmətləri, dəniz və palçıq vannaları, yüzə yaxın qaynar bulaq, müasir «Gözəllik İnstitutu» insanların ixtiyarına verilib.

 Macəra axtaranlar üçün Saxara səhrasına, ilğım «ölüm göllərinə», Şəbəkə və Tamerzanın dağ yolları və cığırlarına, troqloditlərin yeraltı məskənlərinə səyahətlər təşkil edilir. Gimnastika zalları, tennis və qolf meydançaları, sörfinq, yelkənli gəmi və qayıqlar, dəniz motosikletləri, katamaranlar, at belində gəzintilər, Saxarada dəvə belində səyahətlər idman həvəskarlarının ixtiyarına verilib.

 Tunisdə turizm ölkə iqtisadiyyatının aparıcı sahəsidir. Hammomet, Hebelü, Suss, Manastria, Cerbi, Kəlcbin, Tabarki kurortlarında, Saxara oazislərində və başqa yerlərdə 600 gözəl otel salınıb. Ucuz nömrələri olan otellər də az deyil. Hər imkana uyğun olan qiymətdə otel tapmaq mümkündür. Aşağı qiymətlərə müvafiq xidmətlər keyfiyyəti də aşağı səviyyədə olur. Bəzi otellər talassoterapiya müalicə kurslarını təklif edir.

 Tunisdə üzgüçülük-çimərlik, ölkə mədəniyyəti ilə tanışlıq və müalicə turizmi üstünlük təşkil edir. İnkişaf edən ölkə kimi Tunis Aralıq dənizinin Avropa sahili ölkələri ilə uğurla rəqabət aparır. Lakin ölkənin kifayət dərəcədə inkişaf etməməsi onu xarici kapitalın məngənəsində saxlamağa davam edir.

**İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYATLAR**

* **Turizm – Siyavuş Yeganlı, Emin Hacıyev, Bakı-2006, ABU Təhsil nəşriyyatı**
* **Turizmin əsasları – İlqar Hüseynov, Nigar Əfəndiyeva, Bakı-2007, Mars-Print nəşriyyatı**
* **Azərbaycanda turizmin inkişaf problemləri – F. İ. Qurbanov, Bakı-2007, “Adiloğlu” nəşriyyatı**
* **www.firststeps.az**