

AZƏRBAYCANDA TURİZMİN İNKİŞAFININ MÜQAYİSƏLİ RƏQABƏT ÜSTÜNLÜYÜ

İsa Əliyev

Bakı Biznes Universiteti, Bakı, Azərbaycan
e-mail: isaaliyev55@gmail.com

Xülasə. Məqalədə Azərbaycanla turizm tendensiyası öyrənilmişdir, Azərbaycanda turizmin inkişaf etdirilməsi, onun xidmət sahəsində, ölkə iqtisadiyyatında çəkisinin artması üçün müqayisəli rəqabət üstünlükləri müəyyən edilmişdir.

Açar sözlər: Azərbaycanda turizm, turizmin inkişafı, xidmət sektoru, müqayisəli rəqabət üstünlüyü.

COMPARATIVE COMPETITIVE ADVANTAGE OF TOURISM DEVELOPMENT IN AZERBAIJAN

İsa Aliyev

Baku Business University, Baku, Azerbaijan

Abstract. The article studies tourism trends in Azerbaijan, identifies comparative competitive advantages for the development of tourism in Azerbaijan, and increases its weight in the service sector and the country's economy.

Keywords: Tourism in Azerbaijan, tourism development, service sector, comparative competitive advantage.

СРАВНИТЕЛЬНЫЕ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Иса Алиев

Бакинский Университет Бизнеса, Баку, Азербайджан

Резюме. В статье рассматриваются тенденции туризма в Азербайджане, определяются сравнительные конкурентные преимущества для развития туризма в Азербайджане, а также повышения его веса в сфере услуг и экономике страны.

Ключевые слова: Туризм в Азербайджане, развитие туризма, сфера услуг, сравнительное конкурентное преимущество.

1. Giriş

Azərbaycanda turizm beynəlxalq aləmdə tədbirlərin təşkili ilə yadda qalıb. Mövsimi, daimi turizm siyasətindən ziyadə daha çox mədəni-kütləvi tədbirlərin, yəni biznes konfranslarının, idman oyunlarının təşkili ölkəmiz üçün xarakterikdir [1, s.8]. Ölkəyə turist axının səmərəli təşkili üçün “ASAN” viza sistemi turistlərin ixtiyarına verilmişdir və elektron vizanın alınması prosesi 3 günə nəticələnir.

Lakin, Azərbaycanda daimi və mövsimi turizm xidmətinin təşkil edilməsi üçün geniş imkanlar və potensial vardır. Ölkəmiz şimaldan və şimal-qərbdən Böyük və Kiçik Qafqaz sıra dağları ilə əhatə olunub, cənubdan Xəzər dənizi, cənub-qərbdən orijinal iqlimi ilə Naxçıvan və bu sıranı kifayət qədər sadalamaq olar. O cümlədən, Azərbaycan maddi və mədəni irsə sahibdir, öz keçmişi, tarixi abidələri, milli mətbəxi, əhalinin mədəni səviyyəsi və s. imkan verir ki, ölkəmiz turizm üçün regionda “hub” (mərkəz) olsun. Azərbaycan bəşər sivilizasiyasının ən qədim məkanlarından biridir və təbii olaraq burada sivilizasiyanın ən erkən mərhələlərində

pöhrələnmiş yaşayış məntəqələri, insan icması, onların təfəkkürünün ən incə məhsulu təşəkkül tapmışdır və bu torpaqlar bəşər tarixinin bütün inkişaf mərhələlərindən keçmişdir [9].

2. Beynəlxalq turizm göstəricilərinə əsasən Azərbaycan

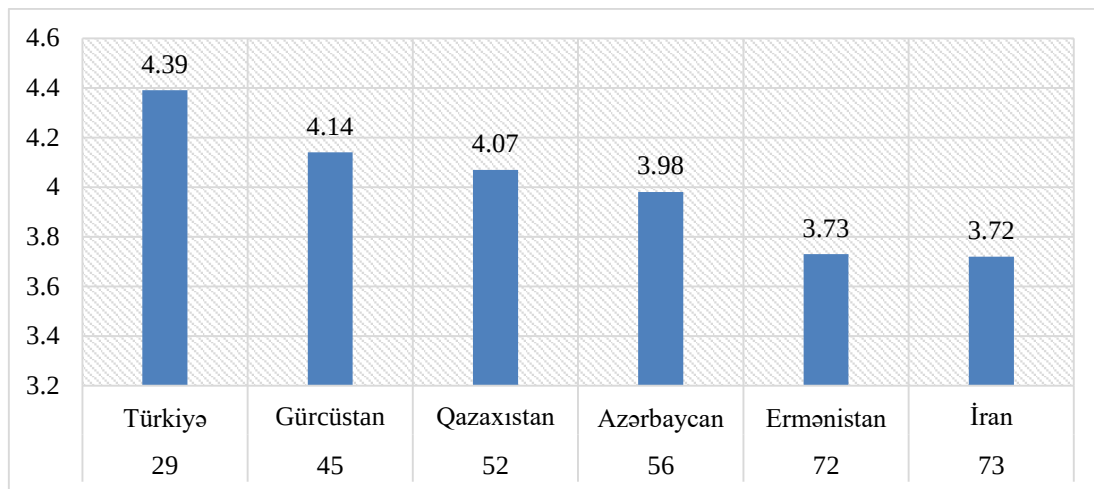
Dünya İqtisadi Formunun “Səyahət & Turizmin İnkişaf İndeksi”inə əsasən, Azərbaycan 2024-cü ildə 119 ölkə arasından 3.98 bal ilə 56-cı yeri tutmuşdur [10, s.11]. İndeksdə top 20 ölkə, əsasən, dünyanın inkişaf etmiş ölkələridir (Cədvəl 1). Azərbaycanı ortaq keçmiş olan ölkələr ilə müqayisə etsək, bir sıra post sosialist ölkələrdən, məsələn Latviya (65), Ermənistan (72), Moldovadan (88) irəlidir. Ölkəmizi ortaq gələcəyi olan ölkələr ilə müqayisə etdikdə türkdilli ölkələr arasından Türkiyə (29), Qazaxıstan (52) nisbətən geri qalır. Lakin Özbəkistan (78), Qırğızıstandan (102) kifayət qədər irəlidir. Azərbaycan türkdilli ölkələr ilə ortaq dilə, mədəniyyətə və etnik mənsubiyyətə malikdir. Buna görə də müvafiq ölkələr ilə müqayisəsi və iqtisadi əlaqələrin qurulması, zəif cəhətlərin inkişaf etdirilməsi əhəmiyyətlidir.

Azərbaycan Dünya İqtisadi Formunun “Səyahət & Turizmin İnkişaf İndeksi”də qonşu ölkələr ilə müqayisəsində Ermənistan (72) və İrandan (73) kifayət qədər irəlidir (Qrafik 1). Türkiyə, Gürcüstan beynəlxalq turizm ünvanları olmaqla yanaşı ucuz turizm xidmətlərinə görə Azərbaycanın daxili turizm sektoruna da təsir edirlər.

Cədvəl 1. Səyahət və turizmin inkişaf indeksi, ölkələrarası müqayisə, 2024

Rənkinq	Ölkələr	Bal	Rənkinq	Ölkələr	Bal
Top 20 ölkə			19	İsveç	4,57
1	ABŞ	5,24	20	Finlandiya	4,52
2	İspaniya	5,18	Sosializmə məruz qalan ölkələr		
3	Yaponiya	5,09	27	Polşa	4,4
4	Fransa	5,07	33	Çexiya	4,31
5	Avstraliya	5	36	Estonia	4,28
6	Almaniya	5	40	Bolqarıstan	4,25
7	B. Krallıq	4,6	44	Litva	4,17
8	Çin	4,94	45	Gürcüstan	4,14
9	İtaliya	4,9	65	Latvia	3,88
10	İsveçrə	4,81	72	Ermənistan	3,73
11	Kanada	4,81	88	Moldova	3,53
12	Portuqaliya	4,78			
13	Sinqapur	4,76	Türkdilli ölkələr		
14	Koreya	4,74	29	Türkiyə	4,39
15	Avstriya	4,65	52	Qazaxıstan	4,07
16	Niderland	4,64	56	Azərbaycan	3,98
17	Danimarka	4,63	78	Özbəkistan	3,68
18	BƏƏ	4,62	102	Qırğızıstan	3,38

Mənbə: Dünya İqtisadi Formunun məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir [10].



Qrafik 1. Azərbaycanın “Səyahət və turizmin inkişaf indeksi” üzrə qonşu ölkələr ilə müqayisəsi, 2024

Mənbə: Dünya İqtisadi Formunun məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir [10].

Cədvəl 2. Səyahət və turizmin inkişaf indeksi üzrə Azərbaycanın göstəriciləri

Azərbaycan	2024
Biznes mühiti	4,56
Təhlükəsizlik və müdafiə	5,26
Sağlamlıq və Gigiyena	5,45
İnsan resursları və əmək bazarı	4,47
İKT hazırlığı	5,07
Səyahət və turizminin prioritetləşdirilməsi	4,5
Səyahət və turizmə açıqlıq	3,7
Qiymət rəqabətliyi	5,83
Hava nəqliyyatı infrastruktur	3,15
Quru və dəniz nəqliyyatı infrastruktur	4,29
Turizm xidmətləri infrastruktur	2,83
Təbii sərvətlər	1,84
Mədəni sərvətlər	2,48
Qeyri-istirahət resursları	1,53
Ekoloji davamlılıq	3,97
Səyahət və turizmin sosial-iqtisadi təsiri	4,41
Səyahət və turizmin tələb davamlılığı	4,28

Mənbə: Dünya İqtisadi Formunun məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir [10, s.37].

Azərbaycanın “Səyahət və Turizmin İnkişaf İndeksi”nin göstəriciləri üzrə təhlili deməyə əsas verir ki, ölkəmiz digər ölkələrdən “qeyri-istirahət resursları”nın səviyyəsinə (1.53) görə geri qalır. Qeyri-istirahət resursları dedikdə, əsasən, turistlərin istirahət üçün deyil, təhsil, səhiyyə üçün yollanması nəzərdə tutulur. İndeksdə göstərilmişdir ki, Azərbaycana təhsil almaq,

kurs yaxud seminarlarda iştirak etmək üçün gələn turistlərin səviyyəsi olduqca aşağıdır.

İndeksin “təbii sərvətlər” göstəricisinə əsasən, Azərbaycan aşağı bal (1.84) toplamışdır. Buraya milli parklar, flora və faunanın, çölçülük, gəzintilər üçün ətraf aləmin təbliğ edilməməsi aid edilmişdir.

“Mədəni sərvətlər” bölümündə də Azərbaycanın aşağı bal (2.48) toplamasına səbəb onun maddi-mənəvi irsinin dünyada kifayət qədər təbliğ edilməməsi, bu barədə informasiya azlığı və təbliğatın kifayət qədər tutarlı qurulmamasıdır. Baxmayaraq ki, ölkəmizdə mütəmadi arxeoloji qazıntılar aparılmış, Qarabağda “Azıx mağarası” kimi tarixi qədim yaşayış məskəni, Gəncə-Qazax bölgəsində “Göytəpə” yaşayış məskəni vardır və bu siyahını uzatmaq olar, lakin onların təbliğatı dünyada kifayət qədər deyildir.

İndeksdə göstərilən “Turizm xidmətləri infrastrukturu” göstəricisinə görə Azərbaycan orta bal (2.83) toplamışdır. Buna səbəb turizm infrastrukturuna, xidmətlərinə və ona təsir edəcək dolaylı infraqurum investisiyanın və investisiya nəticəsində əldə edilmiş səmərənin aşağı olmasıdır.

3. Azərbaycanın turizm potensialı

Azərbaycan cənubi Qafqazda öz arxitekturası, maddi-mədəni irsi, yeri və milli mətbəxi ilə fərqlənən ölkədir. Bura gələn turistlərin sayında artım vardır və onların ölkəmizdə keçirdiyi günlərin sayı da ildən-ilə artmışdır (Cədvəl 3).

Cədvəl 3. Turagent və turoperator vasitəsi ilə Azərbaycana gələn turistlər (nəfər və adam*gün)

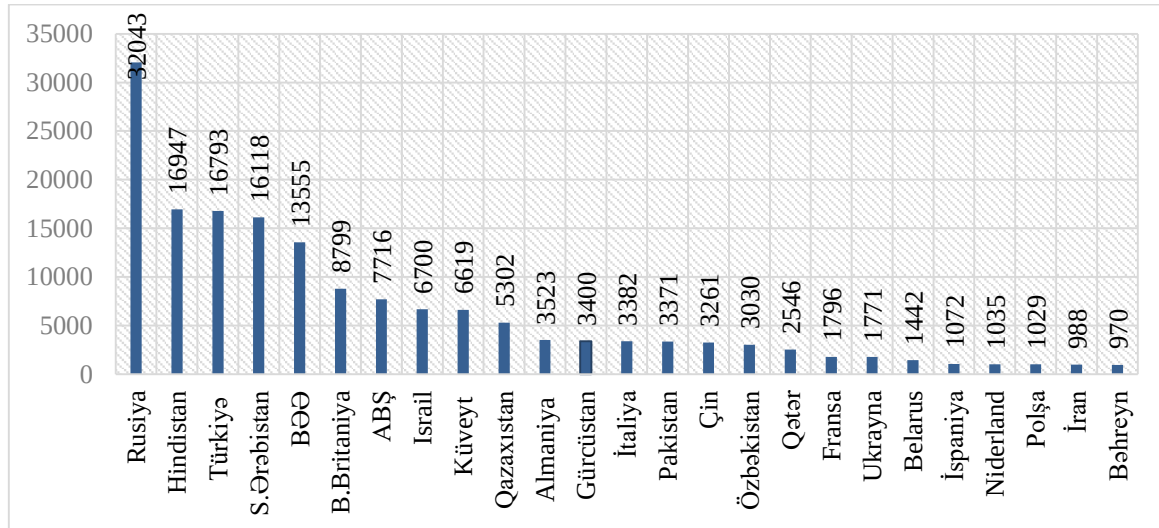
Ölkə	2019		2020		2021		2022		2023	
	turistlərin sayı	tur-günlərin sayı	turistlərin sayı	tur-günlərin sayı	turistlərin sayı	tur-günlərin sayı	turistlərin sayı	tur-günlərin sayı	turistlərin sayı	tur-günlərin sayı
Səudiyyə Ərəbistanı	554	1 467	55	266	8	33	674	3890	1190	7683
Rusiya	3637	8 103	784	1092	393	1905	1741	5434	2366	7281
BƏƏ	1899	5 282	249	644	415	609	864	3929	1380	5427
Türkiyə	1211	2 992	104	248	44	117	581	1606	922	4640
Bəhreyn	51	131	-	-	8	24	-	-	1500	4500
Hindistan	5230	20 920	229	947	-	-	47	144	754	2054
İsrail	9191	31 676	38	38	391	700	2879	2937	1535	1738
Qazaxıstan	137	794	-	-	6	46	380	3227	206	1033
Qətər	66	283	4	11	7	29	119	827	89	376
Macarıstan	-	-	-	-	13	61	44	165	99	181
Polşa	9	74	-	-	2	10	4	17	53	156
Almaniya	247	1 286	25	46			26	54	45	146
İtaliya	156	779	2	2	6	30	2	5	44	145
Küveyt	64	301	6	8	2	5	35	276	39	144
B. Britaniya	16	55	7	7	-	-	130	390	30	95

ABŞ	61	331	25	25	4	17	3	4	19	84
Çexiya	5	30	1	1	-	-	15	90	25	66
Misir	85	585	32	32	-	-	-	-	20	52
Gürcüstan	118	449	62	167	2	10	18	58	20	45
İspaniya	81	376	2	2	18	90	41	100	2	14
Çin	133	1 541	63	339	98	283	-	-	5	8
Ukraniya	143	506	13	13	4	20	3	18	1	7
Cəm	30950	99798	2304	4904	1848	5121	9493	25845	11232	37472

Mənbə: ARDSK məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir [5].

Azərbaycanda 2023-cü ildə ən çox qalan turistlər Səudiyyə Ərəbistan, Rusiya, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, Türkiyə, Bəhreyn və Hindistan vətəndaşlarıdır. Ölkəmizə ən çox turist Rusiyadan gəlmişdir, bu rəqəmin tərkibində orada məskunlaşan azərbaycanlıların vətənə geri dönməsi, Azərbaycanı ziyarət etməsi kimi mümkün hallar, demək olar ki, yoxdur. Buna səbəb turistlərin turagent və turoperatorlar vasitəsi ilə gəlməsidir. İkinci yerdə, İsrail 1535 nəfər və üçüncü yerdə, Bəhreyn 1500 nəfər olmaqla 2023-cü ildə Azərbaycanın ən çox turist qəbul etdiyi ölkələrdir.

Təbii ki, turistlərin ölkəyə gəlməsi qədər ikinci zəruri məsələ onların ölkədə xərclədiyi kapitalın həcmidir.



Qrafik 2. Əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərə qonaqlama obyektlərinin göstərdiyi xidmətlərin cəmi (min manat, 2023)

Mənbə: ARDSK məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir [2].

Azərbaycanı turist qismində ziyarət edən 2023-cü ildə əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərə qonaqlama obyektlərində, yəni hotel və onunla eyni funksiyalarda olan obyektlərdə ümumi olaraq 200 milyon manatlıq xidmət göstərilmişdir [2]. Bu ölkələrdən ən çox Rusiyadan gələn turistlərə 32 milyon manatlıq xidmət göstərilmişdir (Qrafik 2).

Hindistandan gələn turistlərə mehmanxana və eyni tipli obyektlərdə 17 milyon manat dəyərində xidmətlər göstərilmişdir. Baxmayaraq ki, 2023-cü ildə Hindistandan turagent və turoperatorlar vasitəsi ilə ölkəmizə cəmi 754 nəfər gəlmişdir, lakin onların xərclədiyi kapital maraq doğurur. Türkiyədən gələn turistlər üçün də ölkəmiz əhəmiyyət kəsb edir və 2023-cü ildə onlara hotellərdə 16 milyon manatlıq xidmət göstərilmişdir.

Azərbaycana gələn turist axınının həcmi artırmaq üçün bir sıra amillərdən faydalanmaq mümkündür. Bunlardan ən başlıcası turizm sahəsinə ayrılan investisiyalar, tur agentliklərin intensiv fəaliyyətidir. Bu nəticə reqressiv modelə əsasən, əldə edilmişdir:

$$Turistlərin\ sayı_i = \beta_0 + \beta_1(Turizm\ sahəsinə\ investisiya) + \beta_2(Tur\ agentlərin\ sayı) + \epsilon_i$$

Burada i - hər bir müşahidəni və turistlərin sayı asılı dəyişəni ifadə edir. Turizm sahəsinə investisiya β_1 , tur agentliklərdə və tur operatorlarda işləyənlərin sayı uyğun olaraq β_2 əmsalları ilə kəşiflər β_0 və ϵ_i ilə tənlikdə mümkün xətlərin cəmini ifadə edir.

Cədvəl 4. Xətti reqressiya modeli

Dependent Variable: LOG(NTOURIST)				
Method: Least Squares				
Date: 01/18/25 Time: 13:02				
Sample: 2009 2023				
Included observations: 15				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LOG(INVESTMENT)	0.150926	0.052618	2.868313	0.0141
LOG(TURW)	2.242411	0.286982	7.813779	0.0000
C	-3.250599	2.105815	-1.543630	0.1486
R-squared	0.863100	Mean dependent var		14.22569
Adjusted R-squared	0.840283	S.D. dependent var		0.553108
S.E. of regression	0.221047	Akaike info criterion		-0.004024
Sum squared resid	0.586343	Schwarz criterion		0.137586
Log likelihood	3.030178	Hannan-Quinn criter.		-0.005532
F-statistic	37.82764	Durbin-Watson stat		2.352086
Prob(F-statistic)	0.000007			

Mənbə: ARDSK məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir [4, 6, 7].

Modelə müvafiq aşağıdakı xətti reqressiya tənliyi alınmışdır (Cədvəl 4):

$$\log Turistlərin\ sayı = 0.1509 \log Turizm\ sahəsinə\ investisiya + 2.2424 \log Tur\ agentlərin\ sayı - 3.2506$$

Turizm sahəsində investisiya dəyişənin p-dəyəri 0.0141-dir və bu 0.05 əhəmiyyətlik dərəcəsindən kiçik olduğundan asılı dəyişəni izah edir. Turizm sahəsində investisiyanın əmsalı

0.15-dir, yəni investisiyanın həcmində 1% artım, Azərbaycana gələcək turistlərin sayında 0.15% artısla nəticələnəcəkdir. Təhlil etdiyimiz kimi Dünya İqtisadi Formunun “Səyahət və Turizmin İnkişaf İndeksi”nin “Turizm xidmətləri infrastrukturu” göstəricisi üzrə Azərbaycanın yerinin aşağı olmasına səbəb turizm xidmətlərin investisiyaya adekvatlığının elastik olmamasından qaynaqlanır.

Tur agentliklərdə və turoperatorlarda çalışanların sayı dəyişəni üzrə p-dəyəri 0-dır və bu əhəmiyyətlik dərəcəsindən kiçik olduğundan asılı dəyişəni effektiv izah edir. Dəyişənin əmsalı 2.24-dür və tur agentliklərdə və operatorlarda çalışanların sayının 1% artması nəticəsində ölkəyə gələn turistlərin sayında 2.24% artışı olacaqdır.

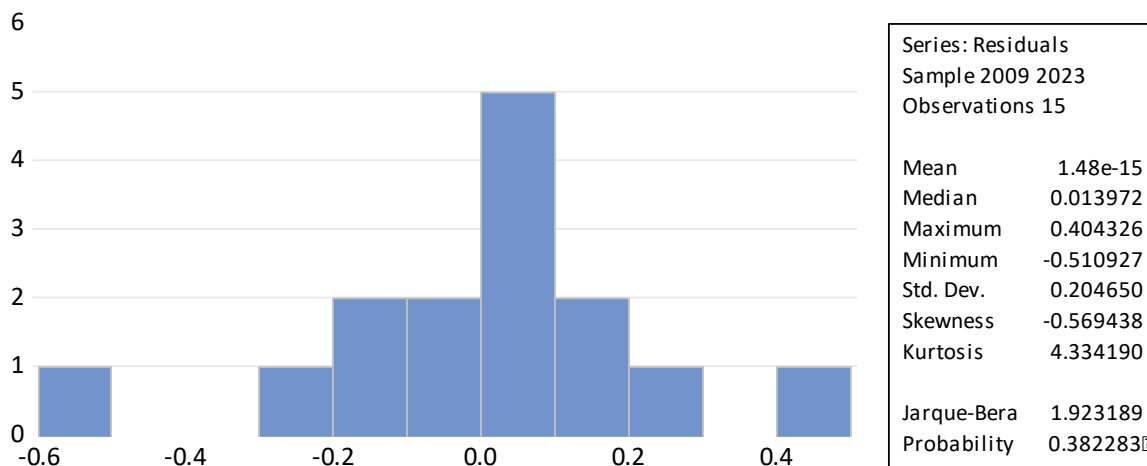
Modelin R^2 , yəni determinasiya əmsalı 0.8631-dir, bu tənlikdə turistlərin sayı 86.31% investisiyanın həcmi və tur agentliklərdə, operatorlarda çalışanların sayı dəyişənləri tərəfindən izah edilir. Modeldə dəqiqləşdirilmiş determinasiya əmsalının qiyməti 0.8402-dir, nəticə determinasiya əmsalından kiçik olsa da model uğurludur.

Modeldə avtokorelyasiyanı ölçməyə imkan verən Darbin-Vatson statistikasısı 2.35-dir (Cədvəl 4). Nəticənin təhlilinə əsasən, Darbin-Vatson cədvəlinə baxılmış və uyğun təhlillər yerinə yetirilmişdir:

$$4 - D_u \leq DW \leq 4 - D_l$$

$$4 - 1.67 \leq 2.35 \leq 4 - 0.95$$

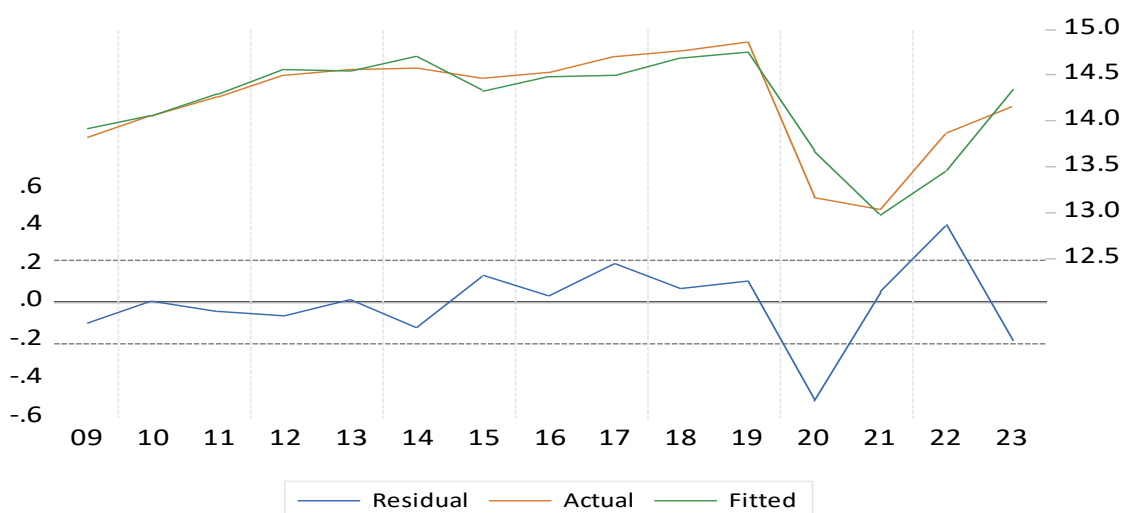
Nəticədə modeldə avtokorelyasiya aşkarlanmışdır.



Qrafik 3. Jarque-Bera histoqramı

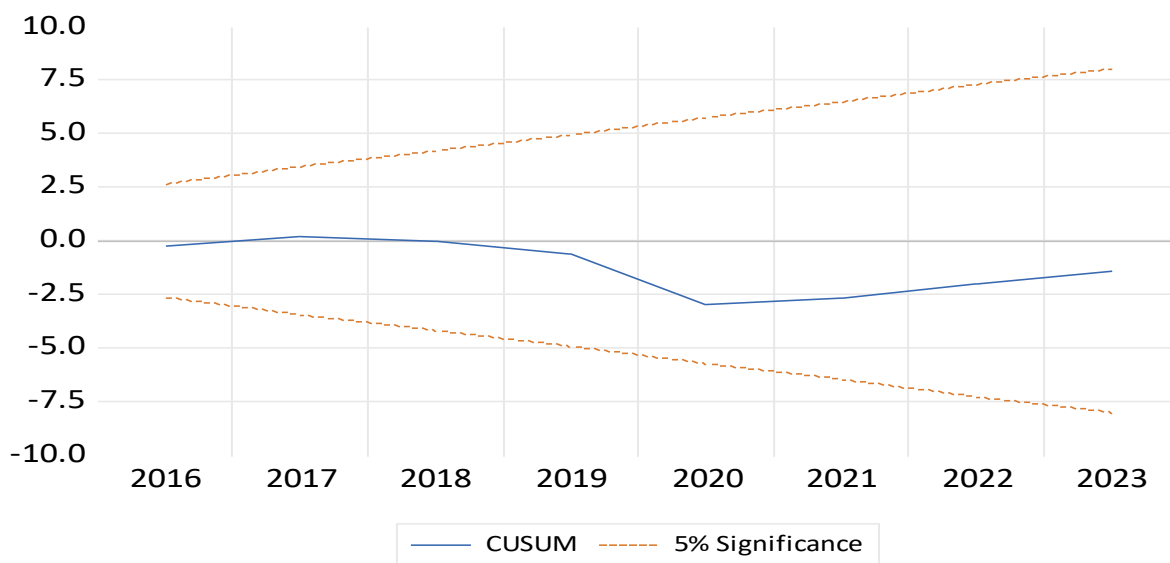
Mənbə: ARDSK məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir [4, 6, 7].

Modelin qalıqlarının histoqramda tezlik üzrə paylanması 0-ın ətrafında olduğundan model normallıq şərtini ödəyir (Qrafik 3). Paylanma təqribən simmetrikdir, lakin ayrilik dəyəri (-0,5694) ilə cüzi ayrilik sola (mənfi ayrilik) vardır. Jarque-Bera testinin nəticəsi 1.9232, ehtimalı 38.22%-dir və test qalıqların normal paylanmasını sübuta yetirmişdir.

**Qrafik 4.** Qalıqların dinamikası

Mənbə: ARDSK məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir [4, 6, 7].

Modelin asılı dəyişəninə, yəni turistlərin sayının reqresiya tənliyi ilə alınan uzlaşmış (Fitted), faktiki (Actual) və (Residual) qalıqların qiymətlərinin dinamikasına baxılmışdır (Qrafik 4). Ümumən uzlaşmış (Fitted) qiymətlər 2019-cu ilə kimi faktiki (actual) qiymətləri tam izləyir. Proses 2019-cu ildən sonra nisbətən dəyişir, buna səbəb isə pandemiyaadır. Modelin uğurlu olması bu nüansdan da aydındır. Turizm sahəsi xidmət sferasına daxildir və pandemiya dövrü ölkəmizdə, eləcə də dünyada, əsasən, təsirlənən iqtisadi sahə xidmət sferası, xüsusilə turizm sektorudur. Modelin uyğunluğunun bir digər sübutu qalıqların (Residual) qiymətlərinin sıfırın ətrafında dalğalanmasıdır. 2019-2020-ci illərdə kəskin düşüşə səbəb də pandemiyaadır.

**Qrafik 5.** Kumulyativ cəm dinamikası

Mənbə: ARDSK məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir [4, 6, 7].

CUSUM test vasitəsi ilə ən kiçik kvadratlar metodundan istifadə istifadə edilməklə əldə edilən rekursiv qalıqlara baxılır. Modeldə əldə edilən nəticə uğurludur və regressiv model stabildir (Qrafik 5).

Nəticə. Azərbaycanda turizm sektorunun inkişaf etdirilməsi iqtisadi və mədəni inkişaf, eyni zamanda ətraf mühitin mühafizəsi və resurslardan səmərəli istifadə etmək üçün vacib nüansdır. Apardığımız tədqiqatın nəticəsinə uyğun olaraq deyə bilərik ki, Azərbaycanda turizm sektorunun davamlı inkişaf üçün bu sektora investisiyalar vacibdir. Lakin önəmli ölçüdə turizm sektorunda məsafə qət etmək istəyiriksə, bu sahədə fəaliyyət göstərən firmalara müəyyən güzəştlər nəzərdə tutulmalıdır. Bu firmaların işçilərinin sayının artırılması, onların gəlirlərinin artırılması və s. mümkün hallar üçün müəyyən müddətə vergi güzəştlərinin tətbiq edilməsi zəruridir. Tur agentliklərin və tur operatorların fəaliyyətinin dəstəklənməsi, işin səmərəli qurulmasında kadr hazırlığının da önəmi diqqətə alınmalıdır.

Azərbaycanın “Səyahət və Turizmin İnkişaf İndeksi”də yerinin və topladığı balın metodologiya üzrə öyrənilməsi və gələcəkdə inkişafı üçün tədqiqatımız əhəmiyyət kəsb edir. İndeksin göstəricilərinin təhlili bir daha əsas verir ki, Azərbaycanda turizmin təbliğatına, bu sahədə işlər görəcək firmalara və onların çalışanlarına ciddi ehtiyac vardır. Azərbaycanın turizm üçün əsaslı potensialı olan, lakin bunu dünyada təbliğ etməkdə çətinlik çəkən ölkələrdəndir.

Gələcəkdə, bu tədqiqatın davam etdirilməsinə, əldə olunan nəticələrin müqayisə edilməsinə ehtiyac vardır. Apardığımız tədqiqatın nəticələrindən dövlət qurumları, turizm sahəsində fəaliyyət göstərən bir sıra təşkilatlar və o cümlədən, xidmət sektorunda fəaliyyət göstərən müəssisələr faydalana bilər.

Ədəbiyyat

1. ARDSK (2025a), Mehmanxana (hotel) və mehmanxana tipli obyektlərdə işçilərin sayı. https://www.stat.gov.az/source/tourism/az/003_5.xls
2. ARDSK (2025b), Əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərə mehmanxana (hotel) və mehmanxana tipli obyektlərin göstərdikləri xidmətlərin məbləği. https://www.stat.gov.az/source/tourism/az/003_10.xls
3. ARDSK (2025c), Mehmanxana (hotel) və mehmanxana tipli obyektlərin gəlir və xərcləri. https://www.stat.gov.az/source/tourism/az/003_6.xls
4. ARDSK (2025d), Turagent və turoperator fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrdə işçilərin sayı. https://www.stat.gov.az/source/tourism/az/001_4.xls
5. ARDSK (2025e), Turagent və turoperatorların vasitəçiliyi ilə Azərbaycana gələn turistlər. https://www.stat.gov.az/source/tourism/az/001_9.xls
6. ARDSK (2025f), Ölkəyə gələn əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin və xarici ölkələrə gedən Azərbaycan vətəndaşlarının səfərlərin məqsədi üzrə bölgüsü və xərcləri. https://www.stat.gov.az/source/tourism/az/002_3.xls

7. ARDSK (2025g), Turizm üçün xarakterik sahələr üzrə əsas göstəricilər. https://www.stat.gov.az/source/tourism/az/001_11.xls
8. ITA (2023), Azerbaijan - travel and tourism. International Trade Administration U.S. Department of Commerce. <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/azerbaijan-travel-and-tourism>
9. OrexCA (2023), Tourism in Azerbaijan. <https://www.orexca.com/azerbaijan/tourism.htm>
10. WEF (2024), Travel & tourism development index 2024. World Economic Forum. https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_and_Tourism_Development_Index_2024.pdf