



İllik Turizm Statistikasi

2019

Annual Tourism Statistics



azərbaycan
TURİZM BÜROSU



Azərbaycan Respublikasının
Dövlət Turizm Agentliyi

Mündəricat

Hesabatın qısa məzmunu	5
A. Turist axını və xərcləmələri	9
A.1. Gəlmə turizmi	9
A.1.1. Gələn turistlərin sayı	
A.1.2. Turist xərcləmələri	
A.1.3. Qalma müddəti:	
A.2. Daxili turizm	25
A.2.1. Səfərlərin və gecələmələrin sayı	
A.2.2. Qalma müddəti	
A.2.3. Daxili turizm xərcləmələri	
A.3. Getmə turizmi	31
A.3.1. Getmə sayı	
A.3.2. Xərcləmələr	
A.3.3. Qalma müddəti:	
B. Hotel sektoru	39
B.1. Hotellər və hotel tipli obyektlər	
B.1.1. Müəssisələrin, otaqların və çarpayıların sayı	
B.1.2. Yerləşdirilmiş şəxslərin sayı	
B.1.3. Gecələmələrin sayı	
B.1.4. Hotellərin gəlirləri	
C. Sorğu nəticələri	46
C.1. Ölkəni tərk edən turistlər arasında sorğu	
C.2. Destinasiya Menecmenti Təşkilatları üzrə sorğu	
C.3. ASAN viza üzrə sorğu nəticələri	
D. Turizmin iqtisadi təsiri	60
E. Qoruqlar	62
Abbreviaturalar	66
Təriflər	67
Metodologiya	68

Contents

Executive Summary	5
A. Tourism Flow & Expenditure	9
A.1. Inbound Tourism	9
A.1.1. Number of arrivals	
A.1.2. Tourism expenditure	
A.1.3. Length of stay	
A.2. Domestic Tourism	25
A.2.1. Number of trips and overnight stays	
A.2.2. Length of stay	
A.2.3. Domestic expenditure	
A.3. Outbound Tourism	31
A.3.1. Number of departures	
A.3.2. Expenditure	
A.3.3. Length of stay	
B. Hospitality sector	39
B.1. Hotels and similar establishments	
B.1.1. Number of establishments, rooms, beds	
B.1.2. Number of accommodated people	
B.1.3. Number of overnight stays in hotels	
B.1.4. Hotel revenues	
C. Survey Results	46
C.1. Tourism Departure Survey	
C.2. Destination Management Organisation Survey	
C.3. ASAN Visa Survey results	
D. Economic Impact of Tourism	60
E. Reserves	62
Abbreviations	66
Definitions	67
Methodology	68



Hesabatın qısa məzmunu

Bu hesabat Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyinin Turizm Siyasəti və Strategiyası şöbəsinin Tədqiqat və Statistika sektoru tərəfindən hazırlanmışdır. Hesabatın məqsədi Azərbaycanda turizmin inkişafı, turizm axını, turist xərcləmələri, hotel sektoru, turizmin iqtisadi təsiri və ziyarətçilərin fikirləri ilə bağlı əsas məqamları təmin etməkdir.

Gəlmə turizmi

Dövlət Sərhəd Xidmətindən verilən məlumata görə, 2019-cu ildə gələn əcnəbilərin sayı 3,17 milyon xarici vətəndaşa çatıb ki, bu da əvvəlki ilə nisbətən təxminən 11,3% artımdır. Gəlmə sayının üstünlük təşkil etdiyi ölkələr Rusiya, Gürcüstan, Türkiyə, İran və Səudiyyə Ərəbistanı olub – bu ölkələrdən gələnlərin sayı bütün gələnlərin 74%-ni təşkil edib. Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, Azərbaycana gələn xarici vətəndaşların təxminən 90%-i (2,86 milyon nəfər) ölkəni turizm məqsədi ilə ziyarət edib. Onların 41%-i istirahət, 30%-i işgüzar məqsəd ilə və 25%-i dost və qohumlarını ziyarət etmək üçün Azərbaycana səyahət edib. 2019-cu ildə elektron vizadan istifadə edərək Azərbaycana gələn səyahətçilərin sayı ümumi gələnlərin təxminən 29%-ni təşkil edib (930 min nəfər). Bu göstərici 2018-ci ildə elektron viza istifadəçiləri ilə müqayisədə 36,7% artım göstərib. Elektron viza istifadəçilərinin təxminən 82%-ni istirahət məqsədi ilə gələnlər təşkil edib. Elektron viza istifadəçiləri arasında ən yüksək faiz göstəriciləri İran (17%), Səudiyyə Ərəbistanı (12%), Hindistan (8%), Böyük Britaniya (7%) və Türkiyə (7%) vətəndaşlarında olub.

2019-cu ildə əcnəbi ziyarətçilər tərəfindən çəkilən turizm xərcləri nəqliyyat (35%), yerləşmə (27%), qida (21%) və digər xərclər (17%) üzrə 2,97 milyard manata çatıb. Turist xərcləmələrinin ən böyük hissəsini Rusiya, Türkiyə, Səudiyyə Ərəbistanı, İran və Gürcüstan tutur və bu, ümumi turizm xərcləmələrinin 55%-ni təşkil edir. Bununla yanaşı, bir turistin xərc miqdarına görə Yaponiya və ABŞ turistləri liderdir: hər iki ölkədə bu göstərici 2 800 manatdan çox olub. Bu ölkələrdən sonra, Küveyt (2 720 AZN), BƏƏ (2 640 AZN), Qətər (2 600 AZN), Səudiyyə Ərəbistanı (2 580 AZN) və Bəhreyn (2 570 AZN) kimi ərəb ölkələri bir turist tərəfindən edilən ən çox xərcləmələr sırasına daxil olub.

Daxili turizm

2019-cu ildə yerli səyahətçilərin ümumi sayı 2018-ci ilə müqayisədə 7,5% artaraq 4,3 milyon nəfərə yaxınlaşıb. Daxili səfərlərin əksəriyyəti dost və qohumları ziyarət (34,7%) və istirahət (32,2%) məqsədi daşıyıb. Bunun ardınca digər səfərlər müvafiq olaraq 9,5%, 9,3% və 8,3% göstərici ilə işgüzar, sağlamlıq və alış-

Executive Summary

This report has been produced by the Research and Statistics Division of the State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan. The objective of the report is to provide the key points regarding the development of tourism in Azerbaijan, in terms of tourism flow, tourist expenditure, the hospitality sector, the economic impact of tourism and visitors' perceptions.

Inbound Tourism

According to the State Border Service, the number of arrivals reached 3.17 million foreign citizens in 2019, a nearly 11.3% increase compared to the previous year. The countries with the highest share of arrivals are Russia, Georgia, Turkey, Iran and Saudi Arabia, together occupying 74% of total arrivals. According to the State Statistical Committee, nearly 90% of all foreign arrivals visited Azerbaijan for tourism purposes, totalling 2.86 million people. Among them, 41% travelled to Azerbaijan for leisure, 30% for business and 25% for visiting friends and relatives. The number of travellers who arrived in Azerbaijan using an e-visa in 2019 was about 29% of total arrivals, totalling 930 thousand visitors. This indicator shows a 36.7% increase compared to e-visa users in 2018. The main purpose of visiting for e-visa users was leisure in nearly 82% of cases. Among e-visa users, citizens of Iran (17%), Saudi Arabia (12%), India (8%), the UK (7%) and Turkey (7%) had the highest share.

The total expenditure for the purpose of tourism by international visitors in 2019 reached 2.97 billion AZN, split into transport (35%), accommodation (27%), food and beverages (21%) and other expenditures (17%). Russia, Turkey, Saudi Arabia, Iran and Georgia contributed most in terms of total tourist expenditures, jointly occupying 55% of the total inbound tourism expenditure. However, the highest expenditure per tourist was recorded by visitors from Japan and the USA: more than 2,800 AZN each. This was followed by Arab countries such as Kuwait (2,720 AZN), the UAE (2,640 AZN), Qatar (2,600 AZN), Saudi Arabia (2,580 AZN) and Bahrain (2,570 AZN).

Domestic Tourism

The total number of domestic travellers in 2019 was about 4.3 million, a 7.5% increase compared to 2018. The majority of domestic trips were made for visiting friends and relatives (34.7%) and leisure (32.2%) purposes. This was followed by business, health and shopping with shares of 9.5%, 9.3% and 8.3% respectively. The most popular cities among domestic travellers were Baku, Lankaran, Ganja, Sheki, Guba, Shamkir

veriş məqsədilə edilib. Bakı, Lənkəran, Gəncə, Şəki, Quba, Şəmkir və Xaçmaz yerli səyahətçilər arasında ən məşhur şəhərlərdir. Yerli ziyarətçilərin əksəriyyəti 1-3 gün (38%) və 4-7 gün (30,6%) səyahət edirlər. Onlar əsasən dostların və qohumların evlərində (35%) və ya öz evlərində qalıblar (34%). Yerli səyahətçilərin 30%-i kirayə evlərdə gecələyib. Ziyarətçilərin yalnız 1%-i gecələmək üçün mehmanxanaları seçib. 2019-cu ildə ümumi daxili turizm xərcləmələri əvvəlki illə müqayisədə 14% artaraq 3,48 milyard AZN təşkil edib. Yerli turistlərin daxili səfərlərə ortalama olaraq çəkdiyi xərclər 800 manata yaxın olub.

Getmə turizmi

2019-cu ildə xaricə səfər edən Azərbaycan vətəndaşlarının ümumi sayı 13,4% artaraq 5,57 milyon nəfər olub. Azərbaycan vətəndaşlarının əsas səfər etdiyi ölkələr İran, Gürcüstan, Rusiya, Türkiyə və Ukrayna olub. Bu ölkələr 2019-cu ildə ümumi səfərlərin 95%-ni əhatə edib. Azərbaycan vətəndaşları əsasən istirahət məqsədilə xarici ölkələrə səfər ediblər. İstirahət məqsədilə edilən səfərlər ümumi xarici səfərlərin 29%-ni təşkil edib. Getmə turizmində ümumi xərclərin həcmi 2,4 milyard AZN təşkil edib və bura nəqliyyat (29,6%), yerləşmə (19,3%), qidalanma (16,6%), alış-veriş (24,2%) və digər xərclər (10,3%) daxildir.

Hotel sektoru

Dövlət Statistika Komitəsi 2019-cu ildə 642 mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisəni qeydə alıb ki, bu da 2018-ci illə müqayisədə 7,7% artım deməkdir. Ümumilikdə mehmanxanaların üçdə birinə yaxın hissəsi Bakıda yerləşir. Mehmanxana sayına görə Xaçmaz, Masallı, Quba və Lənkəran şəhərlərini də qeyd etmək lazımdır. Ötən illə müqayisədə, 2019-cu ildə mehmanxanalarda gecələmələrin ümumi sayı 10% artaraq 1,91 milyon nəfərə çatıb ki, onların 69%-i əcnəbi, 31%-i isə yerli turistlərdir. Gecələyənlərin sayına görə xarici qonaqlar Bakı, Qəbələ, Naxçıvan və Şəkiyə üstünlük verdiyi halda, yerli turistlər əsasən Qusar, Naftalan, Lənkəran, Şabran, Xaçmaz, Qax və Şamaxını seçiblər. Mehmanxanalarda yerləşdirilən əcnəbi qonaqlar əsasən Səudiyyə Ərəbistanı, BƏƏ, Rusiya, Türkiyə, İsrail və Hindistandan gəliblər. Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin əldə etdiyi ümumi gəlir 450 milyon manata yaxın olub. Bu göstərici 2018-ci illə müqayisədə təxminən 25% artmışdır.

Sorğu nəticələri

DTA-nın Tədqiqat və Statistika sektoru tərəfindən 2019-cu ildə 2 sorğu təşkil olunub: ölkəni tərk edən turistlər arasında və DMT sorğuları. Ölkəni tərk edən turistlər arasında keçirilən sorğunun məqsədi Azərbaycanın 12 əsas hədəf bazardan gələn qonaqlar arasında Azərbaycanın turizm məkanı kimi təsəvvürlərini anlamaq idi. Sorğunun nəticələrinə əsasən, əcnəbi turistlər arasında ən məşhur regionlar Qəbələ, Quba, Şəki, Qusar, Şamaxı, Gəncə və Naftalan kimi şəhərlər olub. Ən məşhur görməli yerlər tarixi məkanlar (70%) və məşhur abidələr (55%) hesab olunur. Xarici turistlər əsasən şəxsi təhlükəsizlik və rahatlıq, yerli insanların mehribanlığı və yerli mətbəxin keyfiyyətindən məmnundurlar; yerləşdirmə vasitələri, suvenirlər və aviabiletlərin qiymətlərindən isə nisbətən narazıdırlar.

DMT sorğuları dörd şəhərdə – Quba, Şəki, Lənkəran və Gəncədə həm xarici, həm də yerli turistlərlə üz-üzə müsahibələr əsasında aparılıb. Sorğu nəticələrinə əsasən hər şəhər üçün əsas turizm məkanları və turizm fəaliyyət növləri aşkar edilib. Həmçinin bu şəhərlərdə turistlərə yardım, turizm infrastrukturunu, görməli yerlər, əyləncə və yerləşmə kimi bir sıra amillərlə əlaqədar qəp analizi aparılıb.

and Khachmaz. The majority of domestic visitors spent 1-3 days (38.0%) and 4-7 days (30.6%). Domestic travellers mostly stayed with friends and relatives or at their own houses: 35% and 34% of the total number of people accommodated respectively. Another 30% of domestic travellers stayed overnight in rental houses. Only 1% of domestic visitors chose to stay in hotels. The total domestic tourism expenditure in 2019 increased by 14% compared to the previous year, totaling 3.48 billion AZN. The average domestic tourist spent around 800 AZN for local trips.

Outbound Tourism

The total number of Azerbaijani citizens travelling abroad in 2019 was about 5.57 million people, an increase of 13.4%. The main destination countries for Azerbaijani travellers were Iran, Georgia, Russia, Turkey and Ukraine, together comprising 95% of total departures in 2019. The main purpose of outbound travel from Azerbaijan was leisure in 29% of all outbound trips. Total outbound tourism expenditure was about 2.4 billion AZN, split into transportation (29.6%), accommodation (19.3%), food and beverages (16.6%), shopping (24.2%) and other costs (10.3%).

Hospitality Sector

The State Statistical Committee recorded 642 hotels and similar establishments in 2019, which is a 7.7% increase compared to 2018. Nearly one-third of the total number of hotels were located in Baku, which was followed by Khachmaz, Masallı, Guba and Lankaran. The total number of overnight stays in hotels increased by 10% and reached 1.91 million guests, which was split into foreign (69%) and domestic (31%) tourists. Among those accommodated people, foreign visitors preferred Baku, Gabala, Nakhchivan and Sheki, while domestic tourists mainly chose Gusar, Naftalan, Lankaran, Shabran, Khachmaz, Gakh and Shamakhi. Foreign visitors accommodated in hotels were mostly from Saudi Arabia, the UAE, Russia, Turkey, Israel and India. The total revenue of hotels and similar establishments was about 450 million AZN, a nearly 25% increase in comparison with 2018.

Survey Results

The Research and Statistics Division of State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan organised 2 surveys in 2019: the Tourism Departure Survey (TDS) and the Destination Management Organisation Survey (DMO). The purpose of the TDS was to comprehend the perceptions of Azerbaijan as a tourism destination amongst inbound visitors from 12 major tourism markets for Azerbaijan. Based on the survey results, regional cities such as Gabala, Guba, Sheki, Gusar, Shamakhi, Ganja and Naftalan were the most popular ones among tourists. The most popular type of attractions were historic sites and famous buildings, visited by 70% and 55% of tourists respectively. Foreign tourists were mostly satisfied with personal safety and comfort, the friendliness of the local people and the quality of the local cuisine, while relatively dissatisfied with the prices of accommodation, souvenirs and airline tickets.

The Destination Management Organisation (DMO) Survey included face-to-face interviews with both foreign and domestic tourists in four cities – Guba, Sheki, Lankaran and Ganja. Based on the survey results, the main tourist attractions and tourist activities were found for each city. Moreover, gap analysis was conducted in these cities regarding several factors such as tourist assistance, tourism infrastructure, attractions and destination quality, entertainment, and accommodation.

Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi, Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyi (VXSİDA) ilə əməkdaşlıq çərçivəsində, elektron viza ilə Azərbaycana gələn əcnəbi qonaqlar arasında VXSİDA tərəfindən aparılan sorğu nəticələrini təhlil etmişdir.. Təhlil bir neçə faktorun qiymətləndirilməsi əsasında aparılmışdır: nəqliyyat, mehmanxana, iaşə, muzeylər və tarixi abidələr, naviqasiya infrastrukturunu, yerli vətəndaşların əcnəbilərə münasibəti və elektron viza sisteminin rahatlığı. Bundan əlavə, Azərbaycana səyahət edən elektron viza istifadəçilərinin fikirləri əsasında mətn təhlili aparılmışdır.

İqtisadi təsir

Yerləşdirmə və iaşə sektorunun həcmi 2019-cu ildə təxminən 1,97 milyard AZN (və ya 1,16 milyard ABŞ dolları) olub ki, bu da ÜDM-nin təxminən 2,4%-ni təşkil edib. 2019-cu ildə yerləşdirmə və iaşə sektoruna kapital qoyuluşu təxminən 59,3 milyon AZN olub. Yerləşdirmə və iaşə sektorundakı məşğulluğun sayı 3% artaraq, 80,5 min nəfərə çatıb.

Qoruqlar

Dövlət Turizm Agentliyi nəzdindəki Qoruqların İdarəetmə Mərkəzi Yanardağ, Ateşgah Məbədi, Basqal, Xınalıq, Lahıc, Yuxarı Baş və Kiş qoruqlarının idarəedilməsini həyata keçirir. Siyahıda ilk üç qoruq 2019-cu ildə yarım milyon ziyarətçi cəlb etməklə ən çox ziyarət edilən qoruqlar hesab olunur. Ateşgah məbədi əsasən Hindistan, İsrail, Rusiyadan olmaqla, əcnəbi turistlər tərəfindən ən çox ziyarət olunan qoruqdur.

In cooperation with ASAN (the State Agency for Public Service and Social Innovation under the President of the Republic of Azerbaijan), the State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan analysed a survey conducted by ASAN among foreign visitors travelling to Azerbaijan with an e-visa. The analysis was done based on the evaluation of several factors: transport, hotels, restaurant and food, museums and historical monuments, navigation infrastructure, local attitudes towards foreigners and the user-friendliness of the e-visa system. In addition, text analysis was conducted based on comments provided by e-visa users travelling to Azerbaijan.

Economic Impact

The total value added in the accommodation and food and beverages sectors was about 1.97 billion AZN (or 1.16 billion USD) in 2019, which was nearly 2.4% of the total GDP. Capital investment in the accommodation and food and beverages sectors in 2019 was about 59.3 million AZN. The total number of people employed in the accommodation and food and beverages sectors increased by 3%, totalling 80.5 thousand people.

Reserves

The Reserves Management Centre under the State Tourism Agency is responsible for 7 reserves: the Ateshgah temple, Yanardag, Yukhari Bash, Basgal, Khinalig, Lahij, Yukhari Bash and Kish. The first three of these are the most popular, totaling nearly half a million visitors altogether in 2019. The Ateshgah temple attracted the highest number of international tourists, who were mainly from India, Israel and Russia.



Gəlmə turizmi

Inbound Tourism

2019-cu ildə gələnlərin sayı əvvəlki ilə nisbətən 11,3% artaraq 3,17 milyon nəfərə çatıb. Cədvəl 1-də göstəriləyi kimi, ən böyük bazar payı olan 10 ölkədən gələnlərin sayında ən böyük faiz artımının müşahidə olunduğu ölkələrə Türkmənistan (84,2%), Hindistan (66,8%) və Səudiyyə Ərəbistanı (46,3%) aiddir. Bu ölkələr arasında BƏƏ və İraqdan başqa digər ölkələrdə 2018-ci ilə müqayisədə faiz artımı müşahidə olunur. Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, Azərbaycana gələnlərin 90%-i turizm məqsədi ilə səfər edib. Türkmənistan və Gürcüstan istisna olmaqla, bazar payı yüksək olan ölkələrdən gələnlərin 90%-dən çoxu turizm məqsədilə səfər edib.

In 2019, the number of arrivals showed a 11.3 % increase compared to the previous year, totalling 3.17 million foreign citizens. As illustrated in Table 1, the number of arrivals from the top 10 source markets, the largest percent increase was observed for Turkmenistan (84.2%), India (66.8%) and Saudi Arabia (46.3%). Moreover, other countries also showed a percentage increase in comparison with 2018, besides the UAE and Iraq. According to the State Statistical Committee, 90% of travellers visited Azerbaijan for the purpose of tourism. More than 90% of travellers from each of the main tourism source markets were tourist visitors, except for Turkmenistan and Georgia.

Cədvəl 1: Ölkəyə gələn xarici vətəndaşların sayı (2018-2019) və turizm məqsədli ziyarətçilərin payı
Table 1: The number of total arrivals (2018-2019) and share of visitors / top 10 countries

Ölkələr Countries	Cəmi, nəfər total arrivals 2019	Cəmi, nəfər total arrivals 2018	% dəyişməsi % change	% turizm məqsədilə % tourism purpose 2019
Rusiya Russia	932,984	880,029	6.0%	90%
Gürcüstan Georgia	725,465	610,556	18.8%	83%
Türkiyə Turkey	316,628	291,499	8.6%	92%
İran Iran	255,628	241,124	6.0%	93%
Səudiyyə Ərəbistanı Saudi Arabia	107,230	73,284	46.3%	97%
BƏƏ UAE	68,346	94,031	-27.3%	98%
Hindistan India	65,118	39,051	66.8%	96%
Ukrayna Ukraine	59,116	57,707	2.4%	93%
Türkmənistan Turkmenistan	52,127	28,305	84.2%	86%
İraq Iraq	50,723	67,514	-24.9%	93%
Cəmi Total	3,170,373	2,849,581	11.3%	90%

Mənbə: Dövlət Sərhəd Xidməti; Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Border Service; State Statistical Committee

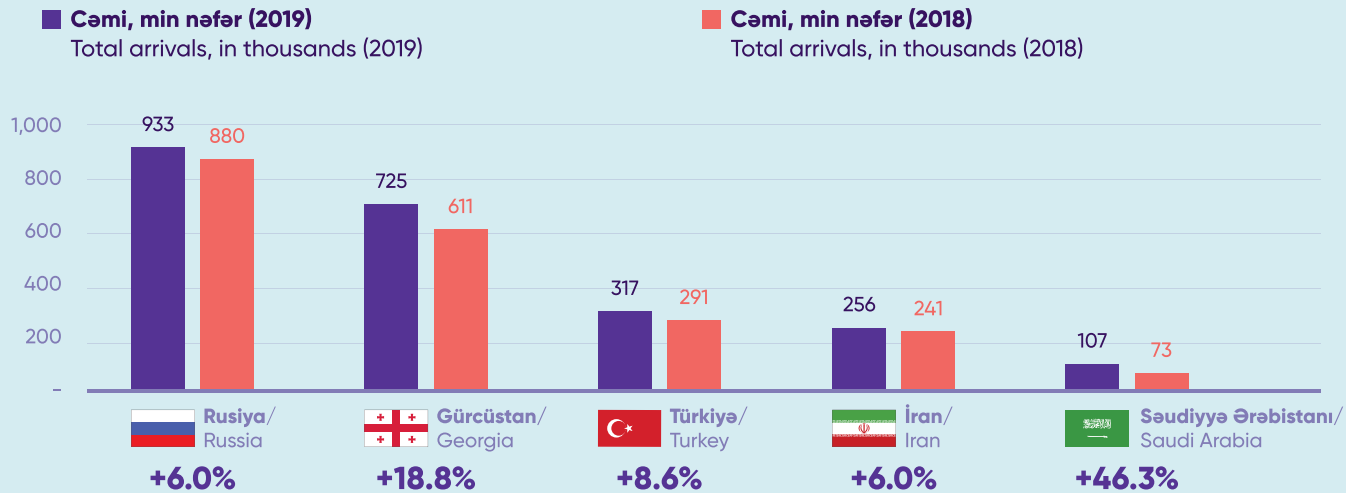
¹ Xarici səyahətçilərin sayı (Səyahətçi müxtəlif coğrafi məkanlar arasında hər hansı bir məqsəd üçün və müddət ərzində hərəkət edən şəxsdir (Turizm Statistika Komitəsi üçün Beynəlxalq Təvsiyələr (IRTS) 2008, 2.4)) Dövlət Sərhəd Xidməti tərəfindən qeydiyyatdan keçən sərhad keçən insanların sayıdır. Bu say turizm məqsədi ilə gələnləri, eyni zamanda IRTS 2008 tərəfindən verilən turizm məqsədi ilə gələnlərin tərifinə uyğun gəlməyən digər şəxsləri: məsələn, sərhəd işçilərini, uzunmüddətli işçilər, tələbələr, xəstələr və s. kimi şəxsləri əhatə edir.

¹ The numbers of foreign travellers (a traveller is someone who moves between different geographic locations for any purpose and for any duration (International Recommendations for Tourism Statistics (IRTS) 2008, 2.4)) are counts of border crossings as registered by the State Border Service. These numbers cover tourist visitors but also other travellers who do not fulfil the definition of being a tourist visitor given by IRTS 2008, such as border workers, long-term workers, students and patients, etc.

Ən çox gəlmə sayına görə ilk 5 ölkə Rusiya, Gürcüstan, Türkiyə, İran və Səudiyyə Ərəbistanıdır; ümumilikdə gələnlərin 74%-i bu ölkələrin payına düşür. Bu ölkələr arasında Səudiyyə Ərəbistanı ən yüksək artma faizini göstərib (46%) və gələnlər arasında beşinci yərə yüksəlib. Qalan dörd ölkə – Rusiya, Gürcüstan, Türkiyə və İran da müvafiq olaraq 6%, 19%, 9% və 6% artım göstərib.

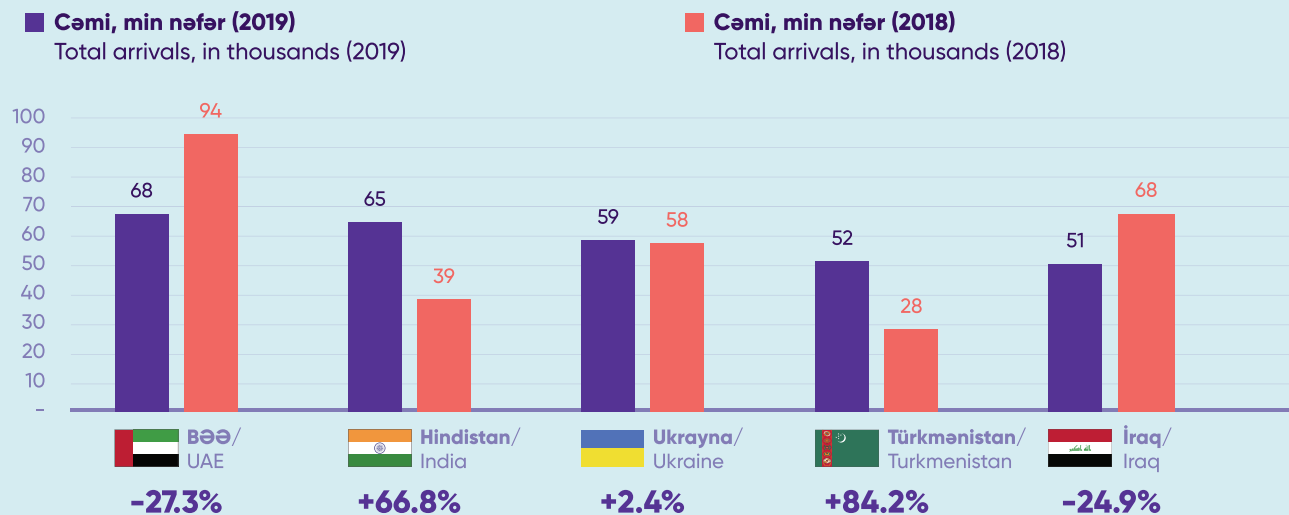
The top 5 countries according to the highest number of arrivals were Russia, Georgia, Turkey, Iran and Saudi Arabia in 2019. Together they comprised 74% of all arrivals. Among these countries, Saudi Arabia showed the highest percent increase (46%) and rose to the fifth place in the list of arrivals. The other four countries – Russia, Georgia, Turkey and Iran – also showed increases of 6%, 19%, 9% and 6% respectively.

Qrafik 1: Ən çox əcnəbinin gəldiyi 5 ölkə (min nəfər), 2018-2019
Figure 1: Arrivals from the top 5 countries (in thousands) 2018-2019



Mənbə: Dövlət Sərhəd Xidməti / Source: State Border Service

Qrafik 2: Ən çox əcnəbinin gəldiyi növbəti 5 ölkə (min nəfər), 2018-2019
Figure 2: Arrivals from the next top 5 countries (in thousands) 2018-2019

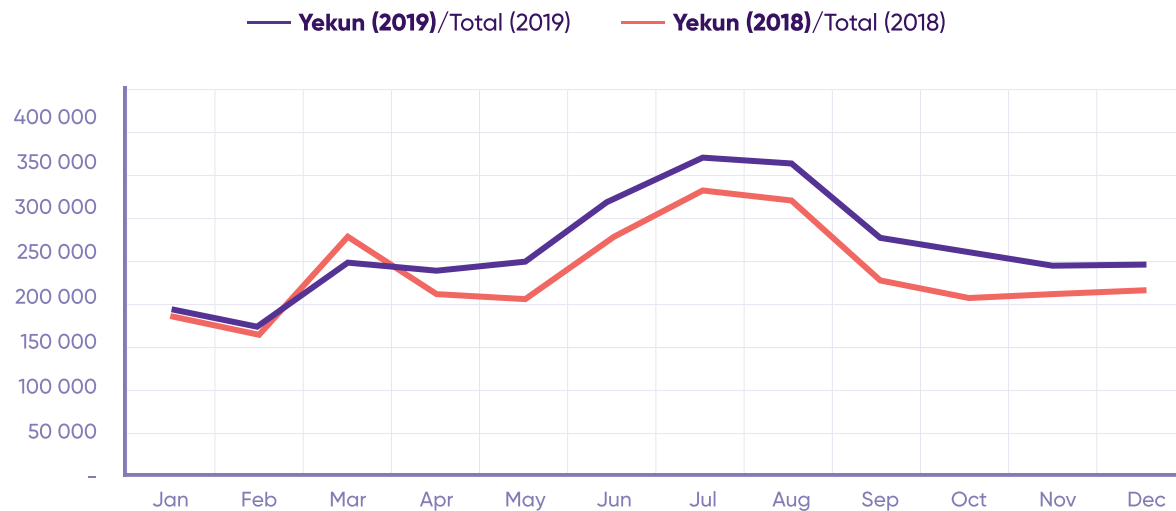


Mənbə: Dövlət Sərhəd Xidməti / Source: State Border Service

Qrafik 3-də göstəriləyi kimi, 2019-cu ilin mart ayı istisna olmaqla, hər ay üçün gələnlərin sayı əvvəlki ilə nisbətən artım göstərib. Ən yüksək faiz artımı may (18,5%), iyun (17,3%), sentyabr (20,7%) və oktyabr (24,7%) aylarında müşahidə edilib. Yay mövsümündə Azərbaycana turist axının çox olduğunu nəzərə alsaq, ən yüksək nəticələr iyun, iyul və avqust aylarında qeydə alınıb, müvafiq olaraq 316 min, 367 min və 361 min səyahətçi gəlmişdir. 2019-cu ildə gələn turistlərin sayının ən az olduğu aylar yanvar və fevral ayları olmuşdur: müvafiq olaraq, 192 min və 173 min səyahətçi təşkil edir.

As described in Figure 3, the number of arrivals for each month of 2019 except March shows a percent increase in comparison with the previous year. The highest percent increases were observed in May (18.5%), June (17.3%), September (20.7%) and October (24.7%). Considering that summer is the high season of tourism in Azerbaijan, the highest number of arrivals was recorded in June, July and August, with 316, 367 and 361 thousand travellers respectively. The lowest numbers of arrivals in 2019 were observed for January and February, totalling 192 and 173 thousand travellers respectively.

Qrafik 3: Aylar üzrə gələn turistlərin sayı
Figure 3: Total arrivals, monthly breakdown



Mənbə: Dövlət Sərhəd Xidməti / **Source:** State Border Service

Cədvəl 2: Qalma müddəti, 2018-2019
Table 2: Length of stay 2018-2019

	Qalma müddəti / Length of Stay					
	24 saatədək up to 24 hours	1-3 gün/days	4-7 gün/days	8-14 gün/days	15-28 gün/days	>29 gün/days
2019	671,849	519,163	714,788	267,710	72,821	924,022
2018	527,330	476,376	644,408	252,345	64,433	881,699

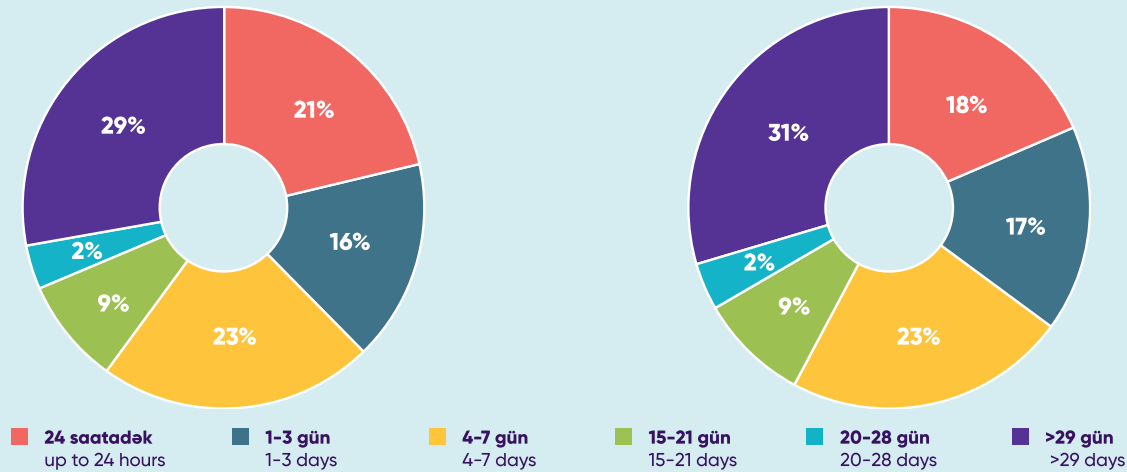
Mənbə: Dövlət Sərhəd Xidməti / **Source:** State Border Service

Birgünlük ziyarətçilər 2019-cu ildə ümumi səyahət edənlərin 21%-ni təşkil edir ki, bu da 2018-ci il ilə müqayisədə 3% çoxdur. Səyahətçilərin ən böyük hissəsi (39%-ə yaxın) Azərbaycanda 1-7 gün qalır. Azərbaycanda 1 aydan çox qalan səyahətçilər ümumi gələnlərin 29%-ni təşkil edirlər. Bununla yanaşı, ümumi səyahət edənlərin 9%-i Azərbaycanda 8-14 gün ərzində, yalnız 2%-i isə 14-28 gün qalıblar.

Same-day visitors comprised 21% of total travellers in 2019, a 3% higher portion than in 2018. The highest portion of travellers (nearly 39%) stayed in Azerbaijan for 1-7 days. Travellers who stayed in Azerbaijan for more than 1 month made up 29% of total arrivals. Moreover, 9% of all travellers stayed around 8-14 days, while only 2% stayed in Azerbaijan for between 14 and 28 weeks.

Qrafik 4: Qalma müddəti (2019)

Figure 4: Length of stay (2019)



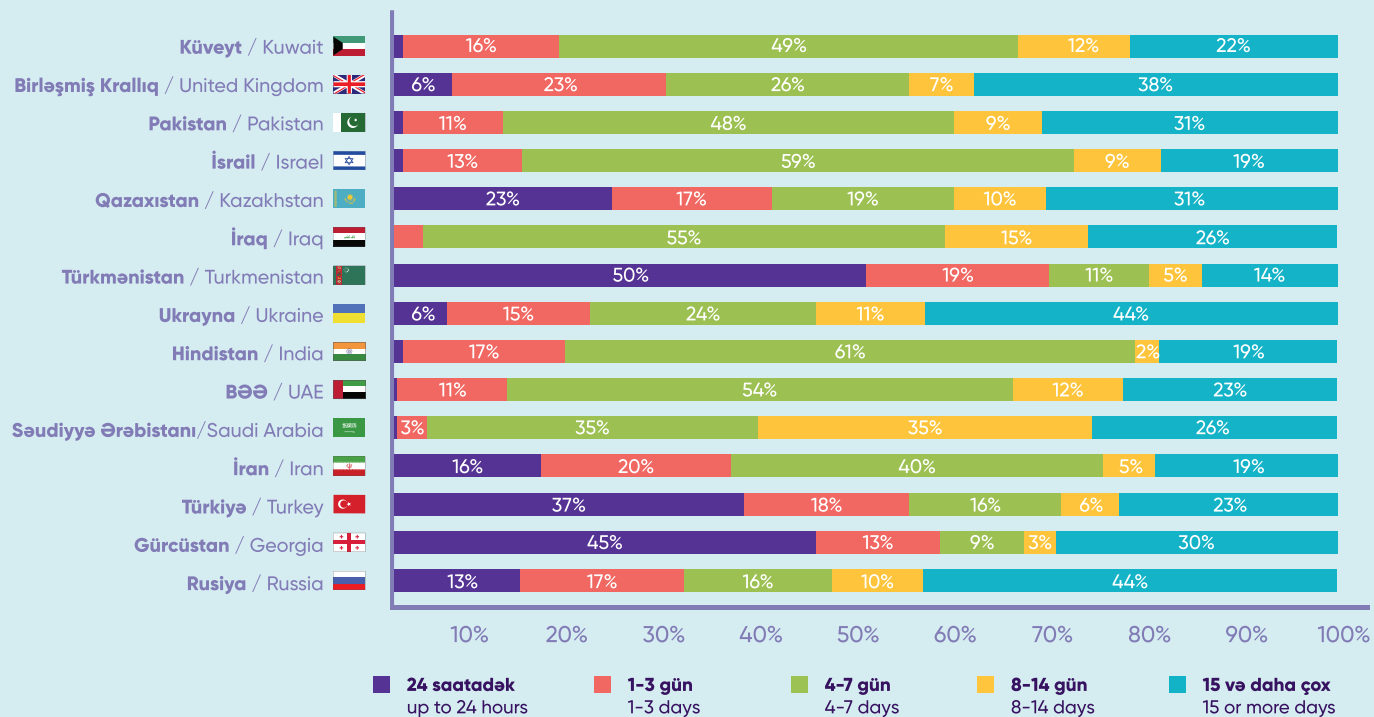
Mənbə: Dövlət Sərhəd Xidməti / Source: State Border Service

Qrafik 6-ya baxdıqda aydın olur ki, qalma müddəti ölkədən-ölkəyə dəyişir. Birgünlük ziyarətçilərin əksəriyyəti sərhəd ölkələrindən – Rusiya, Gürcüstan, İran, Türkiyə, Türkmənistan və Qazaxıstandandır. Dənizdən həmsərhəd olduğumuz ölkələr arasında Türkmənistandan gələnlərin yarısı və Qazaxıstan ziyarətçilərinin isə dördüdə biri 24 saata qədər Azərbaycanda qalıb. Əsasən 4-7 gün qalan səyahətçiləri Hindistan (61%) və Yaxın Şərq ölkələrindən (45%-dən yuxarı) gələnlər təşkil edib. Rusiyadan (44%), Ukraynadan (44%), Gürcüstandan (30%), Böyük Britaniyadan (38%), Qazaxıstandan (31%) və Pakistandan (31%) gələnlərin böyük bir hissəsi Azərbaycanda 15 gündən çox qalıb.

Looking at Figure 6, the length of stay varied among source markets. The majority of same-day visitors were from border countries: Russia, Georgia, Iran, Turkey, Turkmenistan and Kazakhstan. Among the countries with a shared water border, half of travellers from Turkmenistan and a quarter of travellers from Kazakhstan stayed in Azerbaijan for up to 24 hours. Travellers who stayed for 4-7 days were mostly from India (61%) and Middle Eastern countries (more than 45%). A substantial portion of travellers from Russia (44%), Ukraine (44%), Georgia (30%), the UK (38%), Kazakhstan (31%) and Pakistan (31%) stayed in Azerbaijan for more than 15 days.

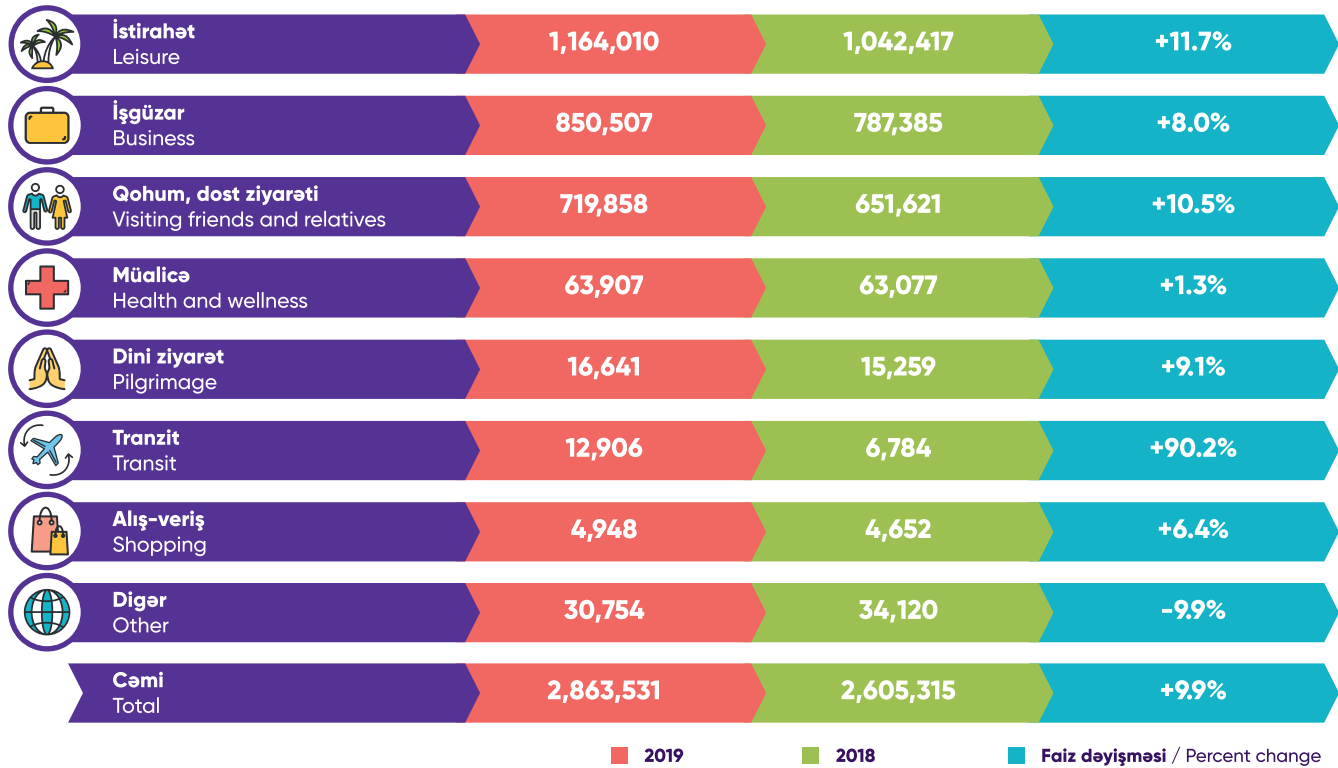
Qrafik 6: Ölkələr üzrə qalma müddəti

Figure 6: Length of stay by country

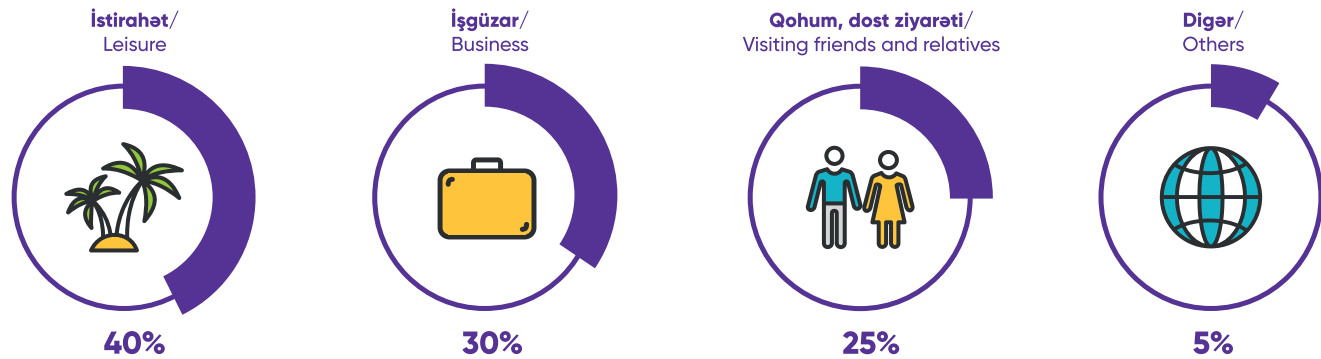


Mənbə: Dövlət Sərhəd Xidməti / Source: State Border Service

Cədvəl 3: Ziyarət məqsədi²
Table 3: Purpose of visit



Qrafik 7: Səfər məqsədi 2019³
Figure 7: Purpose of visit 2019



Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee

3,17 milyon səyahətçidən 2,86 milyonu turizm məqsədi ilə Azərbaycana səfər edib. Dövlət Statistika Komitəsindən verilən məlumata görə, 2018-ci illə müqayisədə ziyarətçilərin sayı 9,9% artıb. Azərbaycana gələn əcnəbi ziyarətçilər əsasən istirahət, işgüzar və dost və qohumları ziyarət etmək məqsədilə səfər ediblər ki, bu da turizm məqsədli ziyarətçilər 95%-ni təşkil edib. Ziyarətçilərin 40%-dən çoxu istirahət məqsədi ilə Azərbaycana səyahət edir. Bundan əlavə, ziyarətçilərin

Out of 3.17 million travellers, 2.86 million visited Azerbaijan for tourism purposes. According to the State Statistical Committee, the number of visitors increased by 9.9% compared to 2018. The main purposes of international visitors travelling to Azerbaijan were leisure, business and visiting friends and relatives (95% of all visitors). The highest share of the total number of visitors travelled to Azerbaijan for leisure purposes (more than 40%). Furthermore, 30% of all visits to Azerbaijan were for business,

² Bu cədvəl ziyarətçi sayını göstərir. IRTS 2008-ə əsasən, ziyarətçi turizm məqsədilə səyahət edən səyahətçidir.

³ Qrafik 7-də qeyd olunan "Digər məqsədlər"ə sağlamlıq, dini ziyarət, tranzit, alış-veriş və sairə daxildir.

² This table shows the number of visitors. Based on IRTS 2008, visitors are travellers travelling for tourism purposes.

³ In Figure 7 "Other" includes health and wellness, pilgrimages, transit, shopping and etc.

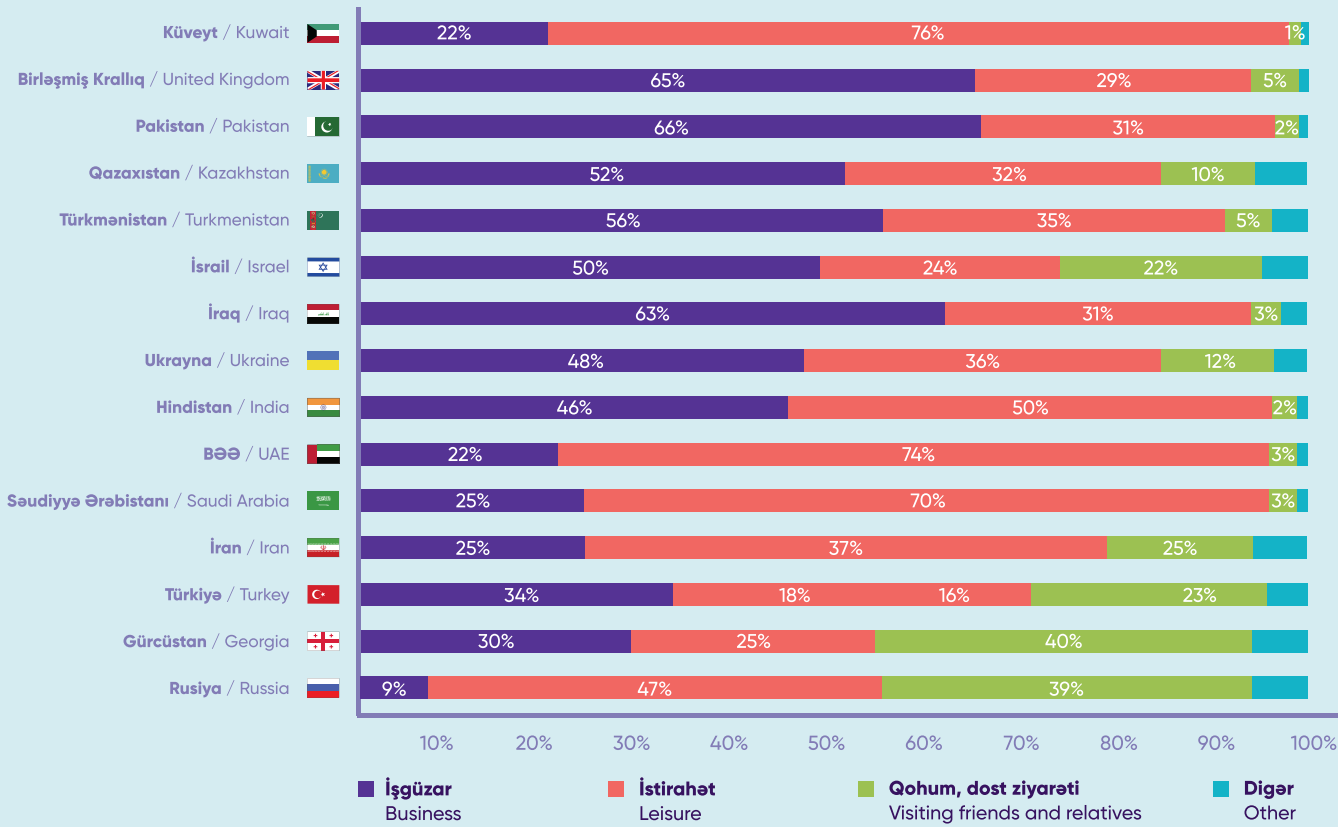
30%-i Azərbaycana işgüzar məqsədlə, 25%-i isə dostları və qohumlarını görmək üçün səyahət edir. Qalan 5%-in səyahət məqsədi sağlamlıq, dini ziyarət, tranzit, ticarət və s. olmuşdur.

Dostlarını və qohumlarını ziyarət edənlər əsasən Rusiya və Gürcüstandan gələnlərdir, müvafiq olaraq ziyarətçilərin təxminən 40% və 39%-ni təşkil edir. Ərəb ziyarətçilərinin böyük bir hissəsi Azərbaycana istirahət məqsədi ilə səyahət edib: Səudiyyə Ərəbistanı (70%), BƏƏ (74%) və Küveyt (76%). Bundan əlavə, Rusiya, İran və Hindistan turistlərinin yarısı istirahət üçün Azərbaycana gəlib. Böyük Britaniya, Pakistan, Qazaxıstan, Türkmənistan, İsrail kimi ölkələrin vətəndaşları əsasən işgüzar məqsədlə Azərbaycana səfər ediblər. Üstəlik, bu ölkələrdən gələn qonaqların təxminən 30%-i istirahət üçün Azərbaycana səyahət edib.

while 25% of visits were to see friends and relatives. The travel purpose of the remaining 5% were health and wellness, religious pilgrimages, transiting, shopping, etc.

Travellers visiting friends and relatives were mainly from Russia and Georgia (nearly 40% and 39% of visitors). A substantial share of Arab visitors travelled to Azerbaijan for leisure purposes: Saudi Arabia (70%), the UAE (74%) and Kuwait (76%). Additionally, around half of Russian, Iranian and Indian tourists visited Azerbaijan for leisure. Citizens of countries such as the UK, Pakistan, Kazakhstan, Turkmenistan, and Israel mostly travelled to Azerbaijan for business purposes. Moreover, nearly 30% of visitors from these countries travelled to Azerbaijan for leisure purposes.

Qrafik 8: Ölkələr üzrə səfər məqsədi
Figure 8: Purpose of visit by country



Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee

ASAN Viza (elektron viza) Azərbaycana gəlmək istəyən əcnəbilər üçün viza vermə proseduru sadələşdirmək məqsədi ilə yaradılıb. Elektron viza istifadəçilərinin təxminən yarısı aşağıdakı beş ölkənin vətəndaşlarıdır: İran (17%), Səudiyyə Ərəbistanı (12%), Hindistan (8%), İngiltərə (7%) və Türkiyə (7%).

Cədvəl 4-də göstəriləyi kimi, 2018-ci illə müqayisədə elektron viza ilə ölkəmizə gələnlərin sayı 36,7% artmışdır. Elektron viza ilə gələnlər arasında ən çox artım Türkmənistan, Çin, Hindistan, Səudiyyə Ərəbistanı, İngiltərə və Qətərdə müşahidə olunur; faiz artımları müvafiq olaraq 92%, 85%, 69%, 59%, 58% və 50% təşkil etmişdir.

ASAN Visa (e-visa) was created to simplify the visa issuance procedure for foreigners and stateless persons seeking to come to Azerbaijan. Nearly half of the e-visa users were citizens of five countries: Iran (17%), Saudi Arabia (12%), India (8%), UK (7%) and Turkey (7%).

As shown in Table 4, arrivals with e-visas increased by 36.7% in comparison with 2018. The most substantial increase in e-visa arrivals was observed for Turkmenistan, China, India, Saudi Arabia, the UK and Qatar with growth rates of 92%, 85%, 69%, 59%, 58% and 50% respectively.

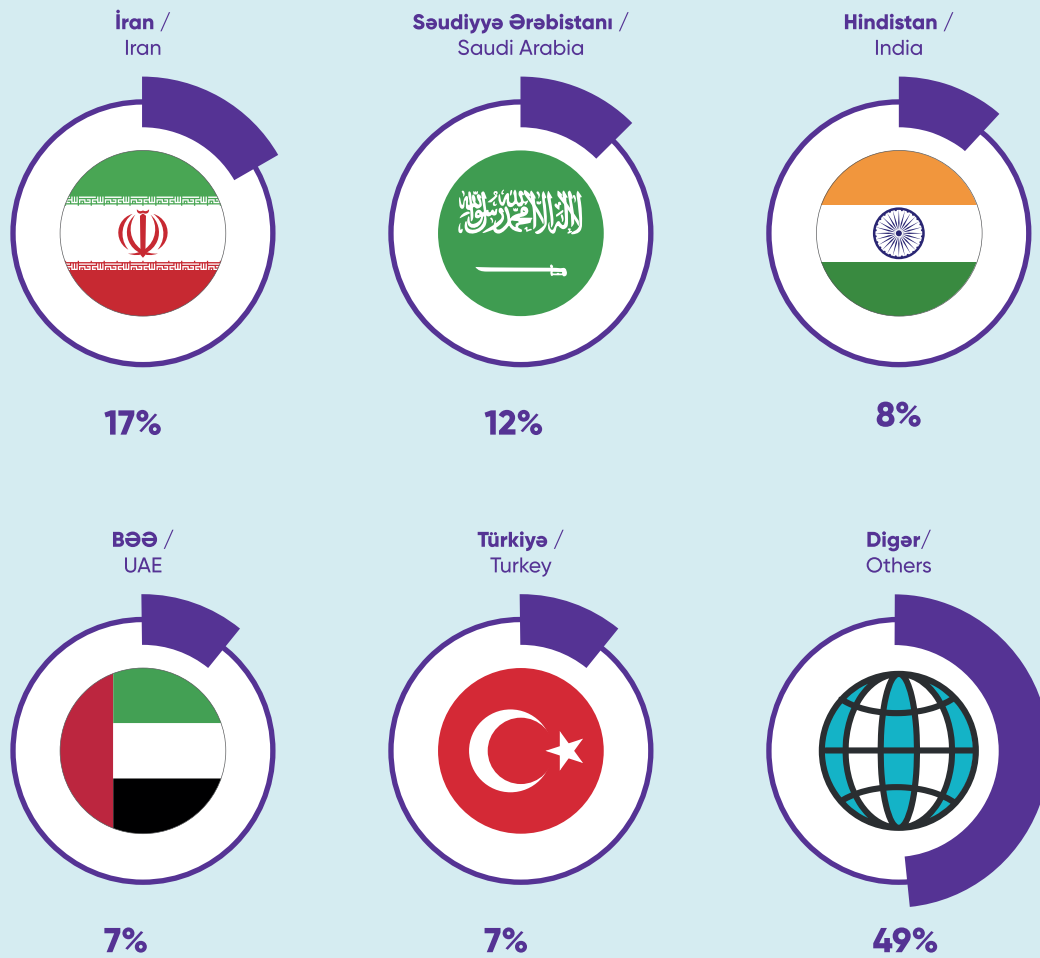
Cədvəl 4: ASAN viza ilə gələnlər
Table 4: ASAN visa arrivals

Ölkə Country	2019	2018	% dəyişməsi % change
İran Iran	161,505	124,816	29.4%
Səudiyyə Ərəbistanı Saudi Arabia	108,500	68,281	58.9%
Hindistan India	70,777	41,938	68.8%
Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri United Arab Emirates	68,237	52,829	29.2%
Türkiyə Turkey	61,973	59,548	4.1%
Pakistan Pakistan	59,109	50,193	17.8%
İsrail Israel	47,886	33,533	42.8%
Türkmənistan Turkmenistan	47,416	24,732	91.7%
Küveyt Kuwait	30,229	20,007	51.1%
Birləşmiş Krallıq United Kingdom	28,607	18,132	57.8%
Çin China	23,703	12,821	84.9%
Oman Oman	18,330	18,376	-0.3%
Almaniya Germany	17,746	13,437	32.1%
ABŞ USA	16,013	13,614	17.6%
Qətər Qatar	10,399	6,917	50.3%
Digər Others	159,462	121,101	31.7%
Cəmi Total	929,892	680,275	36.7%

Elektron viza ilə gələnlərin sayı əvvəlki ilə nisbətən 2019-cu ilin hər bir ayında artım göstərib. Ən yüksək faiz artımı yanvar (+136%), aprel (+120%) və mayda (+80%) müşahidə olunub. Elektron viza ilə gələnlərin sayı iyul və avqust aylarında ən yüksək həddə çatıb və hər biri üçün 125 min ziyarətçi təşkil edib. 2019-cu ildə elektron viza əsasən istirahət məqsədi ilə istifadə olunub, bu da bütün verilən elektron vizaların təxminən 82%-ni təşkil edib. Bunun ardınca, verilmiş vizaların 9% və 5%-ni iş və şəxsi məqsədlərlə gələnlər təşkil edib.

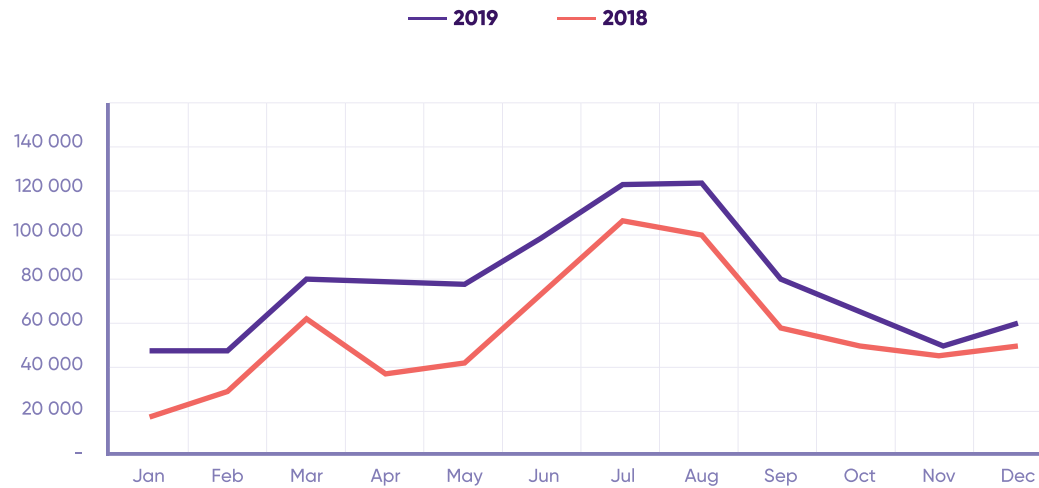
E-visa arrivals showed an increase for each month of 2019 compared to the previous year. The highest percent increase was observed in January (+136%), April (+120%) and May (80%). Similar to the total number of arrivals, e-visa arrivals reached a peak during July and August, totalling 125 thousand visitors for each. In 2019, e-visas were mainly used for leisure purposes (nearly 82% of all issued e-visas). This was followed by business and personal purposes (9% and 5% of all issued visas).

Qrafik 9: ASAN viza gələn ölkələrin payı
Figure 9: ASAN visa arrivals by country



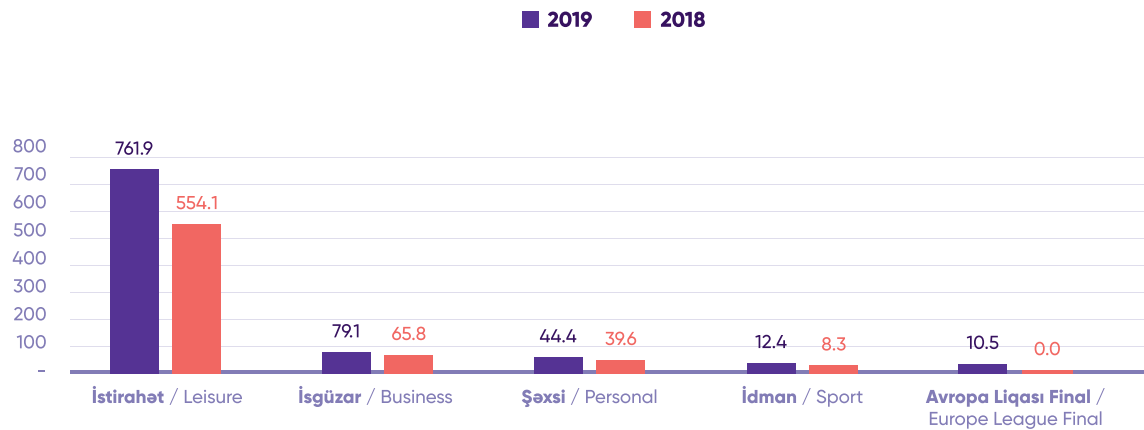
Mənbə: VXSİDA / Source: SAPSSI

Qrafik 10: ASAN viza ilə gələnələr - aylar üzrə, 2019
Figure 10: ASAN visa arrivals - monthly breakdown 2019



Mənbə: VXSİDA / Source: SAPSSI

Qrafik 11: Səfər məqsədi üzrə ASAN viza ilə gələnələr, min nəfər
Figure 11: ASAN visa arrivals purpose of visit, in thousands



Mənbə: VXSİDA / Source: SAPSSI

Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, əcnəbi ziyarətçilərin ümumi xərcləmələri təxminən 2,97 milyard manatdır. Ümumi turizm xərclərinin yarısından çoxu 5 ölkədən – Rusiya, Türkiyə, Səudiyyə Ərəbistanı, İran və Gürcüstandan gələn ziyarətçilərə aiddir. Turizm xərclərinin əsas hissəsi nəqliyyat xərcləri olmuşdur. Cədvəl 5-də göstərilirdiyi kimi, Azərbaycanla quru sərhədi olmayan ölkələrdən gələn ziyarətçilər nəqliyyat üçün böyük miqdarda pul xərcləyiblər. Qonşu ölkələrdən gələn turistlər əsasən qidalanmaya pul xərcləyiblər.

According to the State Statistical Committee, total expenditure by foreign visitors was about 2.97 billion AZN. More than half of the total tourism expenditure was spent by visitors from 5 countries – Russia, Turkey, Saudi Arabia, Iran and Georgia. The majority of the tourism expenditure was spent on transport. As shown in Table 5, countries without a land border with Azerbaijan spent a substantial amount on transport. Tourists from neighbouring countries mainly spent money on food and beverages.

Cədvəl 5: Turizm məqsədli xərcləmələr (milyon AZN)
Table 5: Tourism expenditures (million AZN)

Ölkə Country	Cəmi Total	Nəqliyyat Transport	Yerləşmə Accommodation	Qidalanma Food and Beverage	Digər ⁴ Others
Rusiya Russia	590.2	121.0	137.9	156.4	175.0
Türkiyə Turkey	294.6	90.5	97.8	67.4	38.9
Səudiyyə Ərəbistanı Saudi Arabia	267.9	111.6	68.2	47.9	40.2
İran Iran	228.9	17.1	102.8	72.1	36.9
Gürcüstan Georgia	228.4	24.6	47.5	76.3	80.1
BƏƏ UAE	175.9	71.9	44.7	32.0	27.2
Hindistan India	106.5	57.3	26.1	13.6	9.4
Küveyt Kuwait	80.1	31.4	22.6	14.0	12.1
İsrail Israel	79.5	45.5	16.9	9.6	7.5
Pakistan Pakistan	73.9	41.0	16.9	9.5	6.5
Ukrayna Ukraine	68.4	34.9	12.9	12.0	8.6
Birləşmiş Krallıq United Kingdom	67.0	34.1	16.5	10.8	5.6
İraq Iraq	65.6	32.6	18.2	10.4	4.4
Qazaxıstan Kazakhstan	55.8	26.7	14.8	9.8	3.1
Türkmenistan Turkmenistan	27.4	8.9	9.4	6.1	4.5
Cəmi Total	2971.4	1034.8	787.8	635.8	513.1

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee

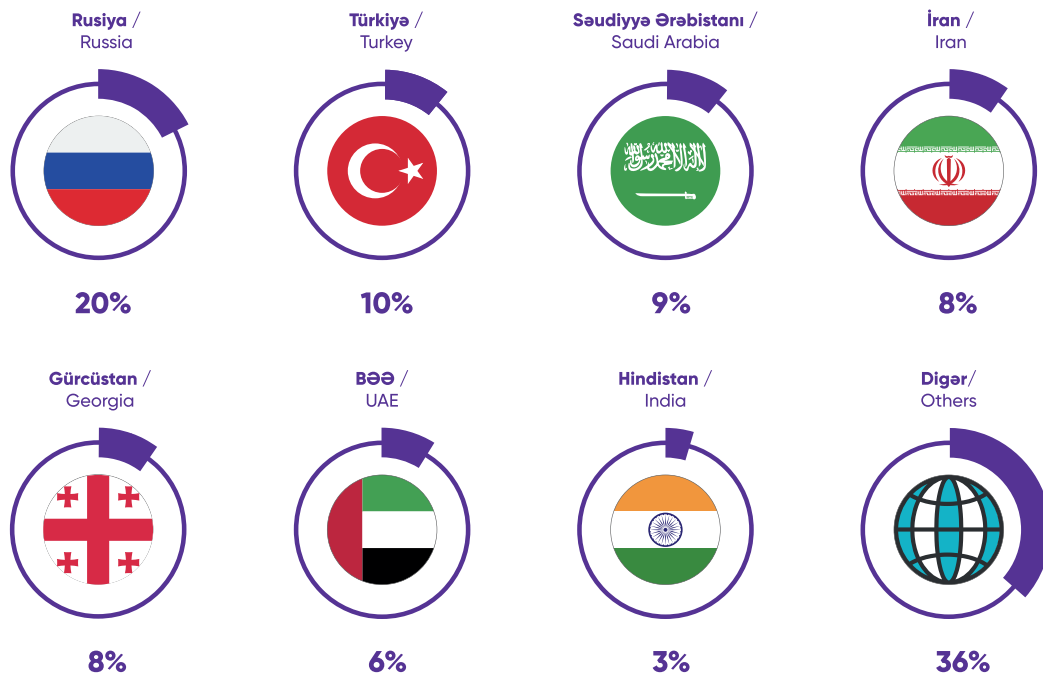
Rusiyalı turistlərin xərcləmələri əcnəbi turistlərin ümumi turizm xərcləmələrinin beşdə birini təşkil edib. Qrafik 13-də göstərilirdiy kimi, ümumi xərcləmələrin böyük hissəsi nəqliyyat xərcləridir. Bu, ümumi turizm daxilolmalarının təqribən 35%-ni təşkil edir. Bunun ardınca, turistlərin ümumi xərclərinin müvafiq olaraq, 27% və 21% təşkil etdiyi yerləşmə və qidalanma xərcləri gəlir.

Russian visitors spent a fifth of the total tourism expenditure by foreign tourists. As described in Figure 13, the highest portion of total expenditure was on the transport costs of visiting Azerbaijan, which accounted for nearly 35% of total tourism expenses. This was followed by accommodation and food and beverage expenses, totalling 27% and 21% of total tourism expenditure respectively.

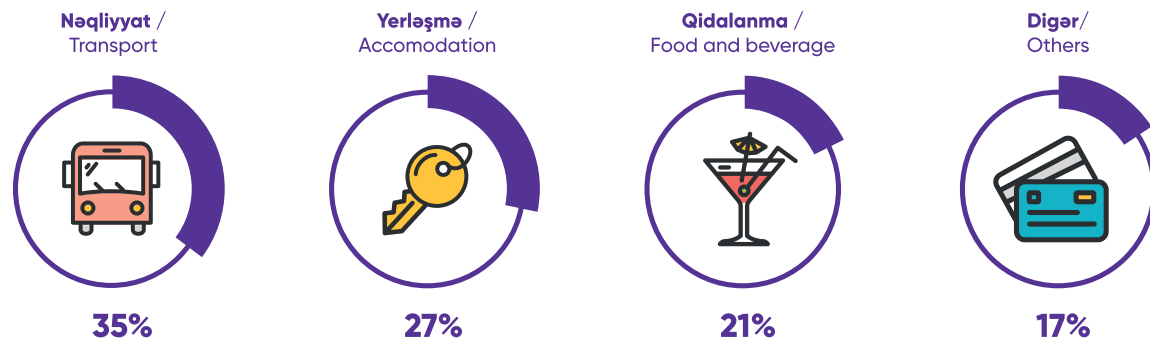
⁴ Digər xərclərə mədəniyyət, turpaketin alınması, nəqliyyat vasitələrinin icarəyə götürülməsi, yanacaq xərcləri (şəxsi nəqliyyat vasitələri ilə səfər edənlər üzrə), idman və əyləncə xidmətləri, malların, hədiyyələrin alınması və sairə daxildir.

⁴ Other expenditures included the amount spent on culture, tour packages, car rental, fuel, sport and entertainment, shopping, etc.

Qrafik 12: Turist xərcləmələrində ölkələrin payı
Figure 12: Country shares according to tourism expenditure



Qrafik 13: Xərclərin strukturu
Figure 13: Expenditures structure

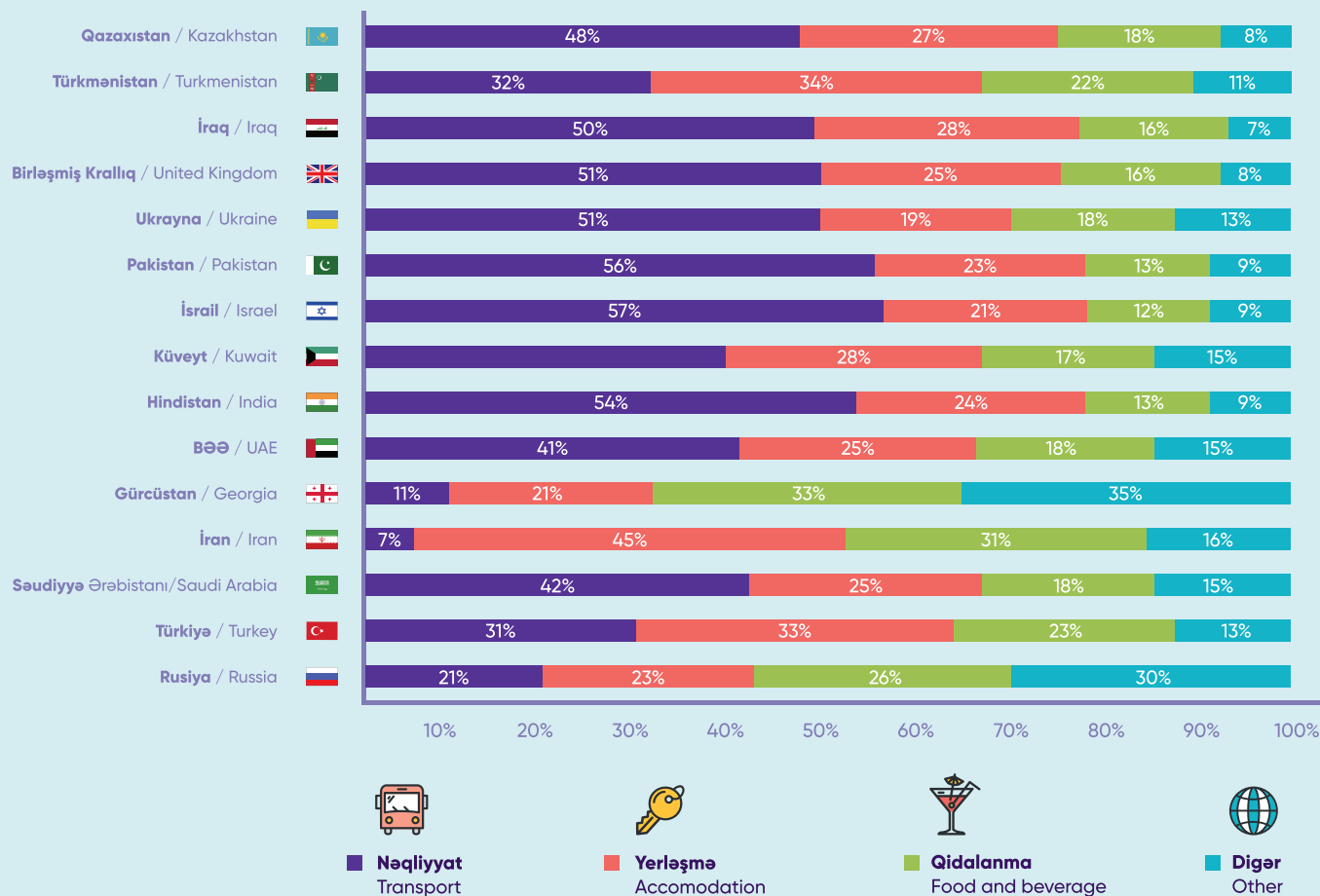


Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee

Qrafik 14-də təsvir olunduğu kimi, Hindistan, Böyük Britaniya, Ukrayna, Pakistan və İsrail kimi ölkələr üçün nəqliyyat xərcləri ümumi xərclərin 50%-dən çoxunu təşkil edib. Bundan əlavə, ərəb ölkələrindən və Qazaxıstandan gələn turistlərin nəqliyyat xərcləri ümumi xərcləmələrin 40-50%-ni təşkil edir. Türkiyə və İrandan gələn qonaqlar ümumi xərcləmələrin təqribən 33% və 45%-ni yerləşməyə xərcləyirlər. Digər ölkələrin yerləşmə xərcləri ümumi turizm xərclərinin 20-30%-ni arasında dəyişir. Ümumi xərcləmələrin çox hissəsini qidalanmaya xərcləyən turistlər əsasən Gürcüstan və İrandan gələnlər olub.

Figure 14 clearly illustrates that transportation costs occupied a substantial portion of the total tourism expenditure for many source countries such as India, the UK, Ukraine, Pakistan and Israel, making up more than 50% of the total expenditure for each. Additionally, tourists from Arab countries and Kazakhstan spent 40%-50% of their total expenditure on transportation as well. Visitors from Turkey and Iran spent more on accommodation, accounting for nearly 33% and 45% of the total expenditures respectively. The amount spent on accommodation by the other countries was similar, ranging between 20%-30% of total tourism expenses. Countries that spent a high portion of their total expenditure on food and beverages were Georgia and Iran.

Qrafik 14: 2019-cu ildə turist xərcləmələrinin bölgüsü
Figure 14: Tourism expenditure purpose breakdown 2019



Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee

Hər ziyarətçiyə düşən xərcləmə baxımından Yaponiya, ABŞ və ərəb ölkələri – Küveyt, BƏƏ, Qətər, Oman, Səudiyyə Ərəbistanı və Bəhreyn – 2019-cu ildə ən yüksək nəticə göstərirlər; hər biri üçün 2 500 manatdan yuxarı məbləğ müəyyən olunub. 6-cı cədvəldə göstəriləyi kimi, Rusiya, Gürcüstan və İran kimi sərhəd ölkələrindən gələn əcnəbilərin adambaşına düşən xərcləri 2019-cu ildə orta hesabla 1 000 AZN-dən az olub. Qərbi Avropa və Asiya ölkələrinə gələn qonaq üçün xərclər 1 500 manatdan 2 000 AZN-ə qədər dəyişib.

Qrafik 15 nəqliyyat xərcləri istisna olmaqla, adambaşı hər bir ziyarətçi başına düşən xərcləmələri göstərir. Nəqliyyat qiymətini nəzərə almadan ölkələrin turizm xərcləmələri üzrə sırası kəskin dəyişir. Azərbaycandan daha uzaq məsafədə yerləşən ölkələr üçün adambaşına düşən xərcləri əhəmiyyətli dərəcədə azalır. Xüsusilə, nəqliyyat xərcləri istisna olmaqla, Yaponiya və ABŞ-dən gələn hər bir qonağın təxminən 1 000 AZN xərclədiyini görünür. Nəqliyyat xərcləri istisna olmaqla, Avropa ölkələri üçün bir ziyarətçinin ortalama xərcləri iki dəfə azalıb. Bu vəziyyətdə ərəb ölkələri turist xərcləmələri üzrə 1 500 – 1 700 AZN nəticə göstərib.

In terms of expenditure per visitor, Japan, the USA and Arab countries – Kuwait, UAE, Qatar, Oman, Saudi Arabia and Bahrain – showed the highest results in 2019, with more than 2,500 AZN for each. As shown in Table 6, per capita expenditure by visitors from border countries such as Russia, Georgia and Iran was on average less than 1,000 AZN in 2019. Expenditure per visitor for Western European and Asian countries ranged from 1,500 AZN to 2,000 AZN.

Considering that distance impacts on transportation cost, Figure 15 shows per capita expenditure excluding transport costs. Without considering transportation costs, the ranking of the countries changes tremendously. For countries that are located farther from Azerbaijan, per visitor expenditure declined substantially. In particular, the average visitor from Japan and the USA appears to have spent nearly 1,000 AZN each, excluding transportation costs. Excluding transportation costs, average per visitor expenditure for European countries declined by half. In this case, Arab countries showed the highest per tourist expenditure, ranging from 1,500 AZN to 1,700 AZN.

Cədvəl 6: Adambaşına düşən turizm məqsədli xərcləmələr (AZN)
Table 6: Tourism expenditure per visitor (AZN)

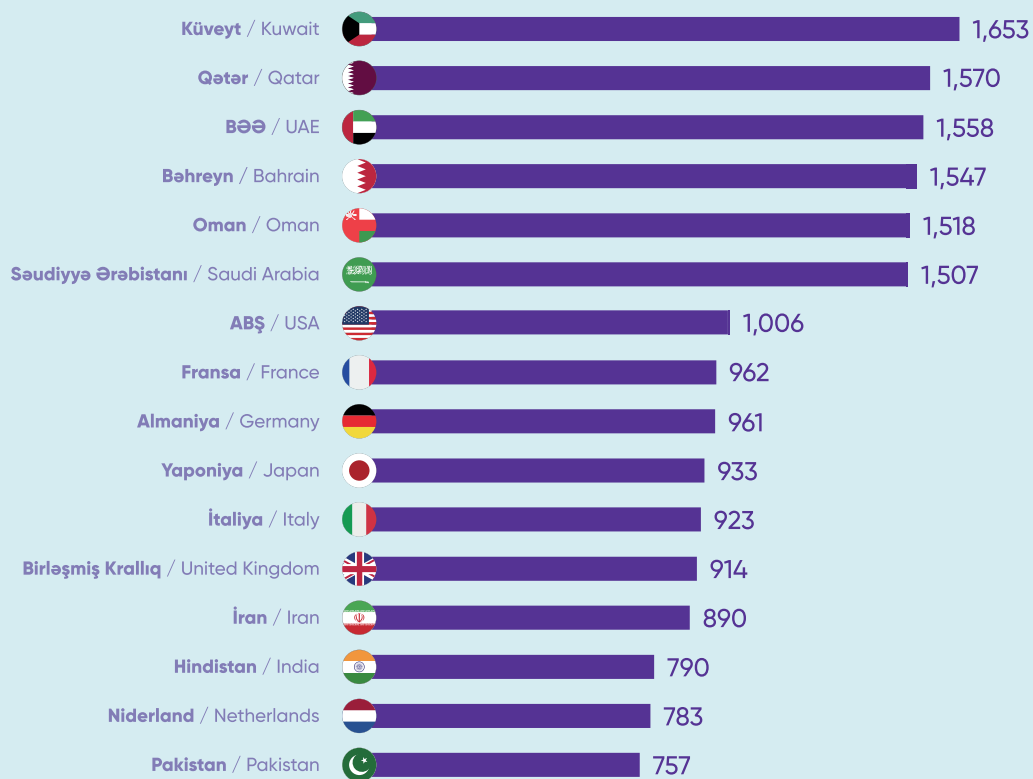
Ölkə Country	Cəmi Total	Nəqliyyat Transport	Yerləşmə Accommodation	Qidalanma Food and Beverage	Digər ⁴ Others
Yaponiya Japan	2,885.2	1,952.0	520.0	226.0	187.2
ABŞ USA	2,841.5	1,835.0	486.0	346.0	174.5
Küveyt Kuwait	2,718.2	1,065.0	768.0	475.2	410.0
BƏƏ UAE	2,636.3	1,078.0	670.0	480.0	408.3
Qətər Qatar	2,598.6	1,029.0	735.0	436.0	398.6
Oman Oman	2,591.7	1,074.0	633.6	475.2	408.9
Səudiyyə Ərəbistanı Saudi Arabia	2,583.3	1,076.0	658.0	462.0	387.3
Bəhreyn Bahrain	2,572.3	1,025.0	671.0	465.0	411.3
İtaliya Italy	1,937.8	1,015.0	464.0	320.9	137.9
Fransa France	1,914.1	952.0	464.0	335.0	163.1
Birləşmiş Krallıq United Kingdom	1,859.6	946.0	457.6	301.0	155.0
Niderland Netherlands	1,812.9	1,030.0	432.0	223.2	127.7
Almaniya Germany	1,765.7	805.0	452.0	316.0	192.7
İsrail Israel	1,756.5	1,005.0	374.0	211.0	166.5
Hindistan India	1,710.6	921.0	419.0	219.0	151.6
Pakistan Pakistan	1,703.0	946.0	389.0	218.0	150.0
Cənubi Koreya South Korea	1,601.4	899.0	346.0	218.7	137.7
Çin China	1,568.5	871.0	346.0	215.0	136.5
İraq Iraq	1,385.5	689.0	384.0	220.0	92.5
Belarus Belarus	1,357.2	665.0	317.0	249.0	126.2
Moldova Moldova	1,341.9	736.0	304.0	205.2	96.7
Qazaxıstan Kazakhstan	1,261.4	603.0	335.0	221.0	102.4

Ölkə Country	Cəmi Total	Nəqliyyat Transport	Yerləşmə Accommodation	Qidalanma Food and Beverage	Digər ⁴ Others
Ukrayna Ukraine	1,245.5	635.0	235.0	219.0	156.5
Türkiyə Turkey	1,009.1	310.0	335.0	231.0	133.1
İran Iran	962.0	72.0	432.0	302.8	155.1
Özbəkistan Uzbekistan	913.3	436.0	220.8	164.3	92.2
Rusiya Federasiyası Russia	702.1	144.0	164.0	186.0	208.1
Türkmənistan Turkmenistan	612.2	198.0	210.0	136.0	68.2
Gürcüstan Georgia	380.3	41.0	79.0	127.0	133.3
Ümumi Overall	1,037.7	361.4	275.1	222.0	179.2

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / Source: State Statistical Committee

Qrafik 15: Nəqliyyat xərcələri olmadan adambaşına düşən xərc

Figure 15: Per visitor expenditure excluding transport costs



Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / Source: State Statistical Committee





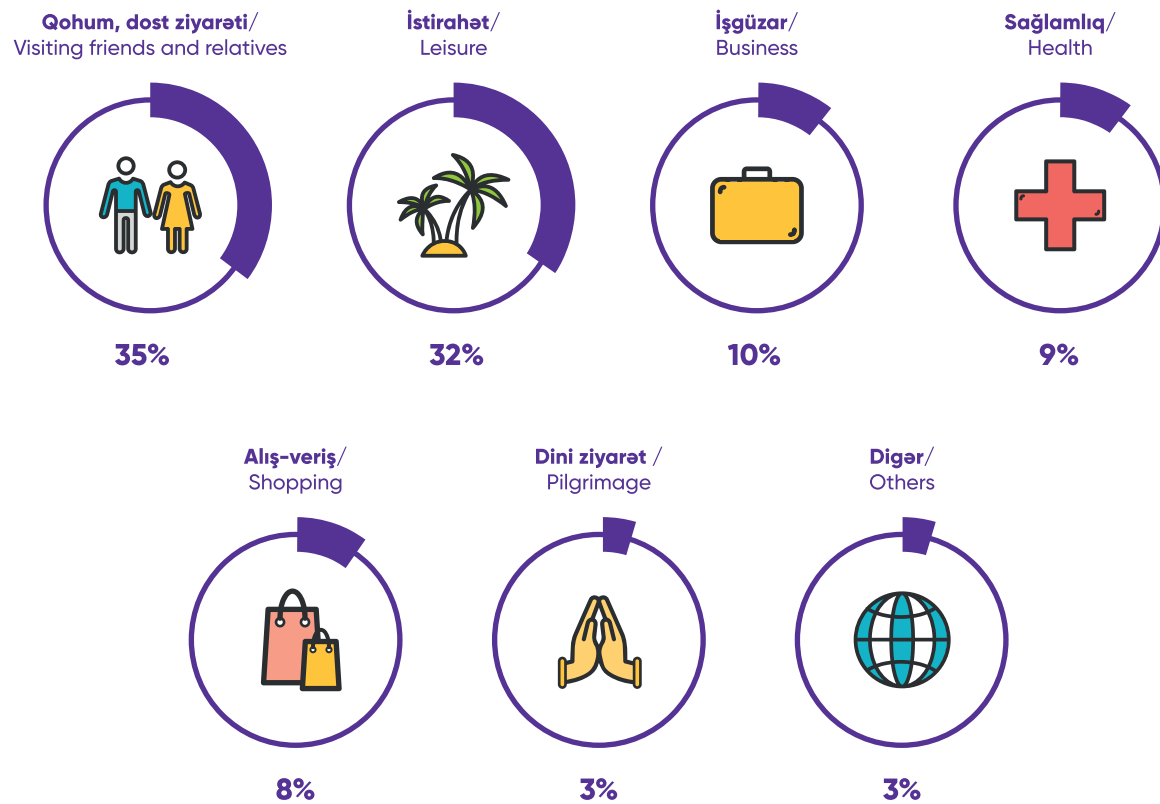
Daxili turizm

Domestic Tourism

Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, 2019-cu ildə yerli səyahətçilərin sayı 4,3 milyon nəfər olub ki, bu da 2018-ci ilə müqayisədə 302 min və ya 7,5% çoxdur. Qrafik 16-da göstəriləyi kimi, daxili səyahətlərin əksəriyyəti dost və qohumları ziyarət (34,7%) və istirahət (32,2%) məqsədilə edilib. Bundan əlavə işgüzar, sağlamlıq və alış-veriş məqsədilə edilən səyahətlər müvafiq olaraq, yekun daxili səfərlərin 9,5%, 9,3% və 8,3%-ni təşkil edib.

According to the State Statistics Committee, in 2019 the number of domestic travellers was 4.3 million, which is 302 thousand or 7.5% more compared to 2018. As shown in Figure 16, the majority of domestic trips were made for visiting friends and relatives (34.7%) and leisure (32.2%) purposes, followed by business, health and shopping, making up 9.5%, 9.3% and 8.3% respectively.

Qrafik 16: Ziyarətçilərin məqsədinə görə bölgüsü, 2019-cu il
Figure 16: Purpose of visit, 2019



Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee

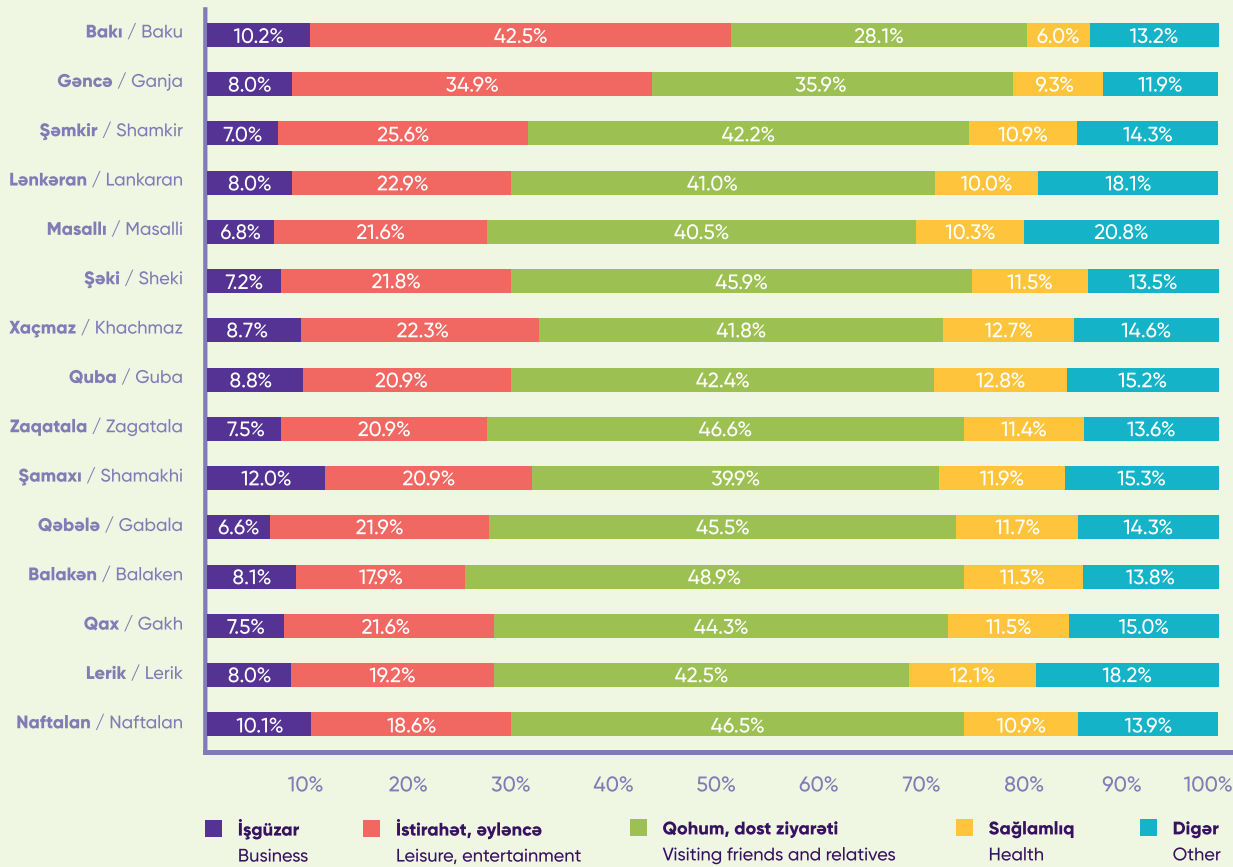
Daxili səfərlərin ümumi həcmnin 39,5%-i Bakı şəhərinə olub və buna görə də Bakı ölkənin ən çox ziyarət olunan şəhərləri arasında birinci yerdədir. Lənkəran, Gəncə, Şəki, Quba, Şəmkir və Xaçmaz kimi şəhərlər daxili turizm üçün ən məşhur şəhərlər sırasındadır. Turizm təyinatlı şəhərlər əsasən dost və qohumlara baş çəkmək və istirahət üçün ziyarət edilir. Qrafik 17-də göstəriləyi kimi, əksər şəhərlər üçün səyahət məqsədinin ən böyük hissəsini dost və ya qohumlarının ziyarəti tutur, hər bir şəhər üçün ümumi səyahət edənlərin 40%-dən çoxunu təşkil edir. Bununla yanaşı, Bakıya gələnlərin əsas səfər məqsədi istirahət olub (42%-ə yaxın).

Baku, accounting for 39.5% of total domestic trips, was the leading destination in the country. Cities such as Lankaran, Ganja, Sheki, Guba, Shamkir and Khachmaz were among the most popular cities for domestic tourism. Tourism destination cities were visited mainly for visiting friends and relatives and leisure by domestic visitors. As shown in Figure 17, for most of the cities, the highest portion in terms of purpose of visit was visiting friends and relatives – more than 40% of total travellers for each. However, the main reason for visiting Baku was leisure, with nearly 42%.

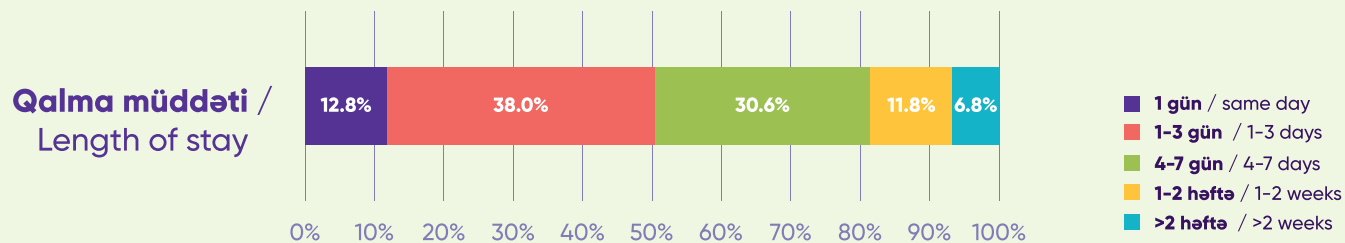
Şəhərlər üzrə sağlamlıq məqsədi ilə səyahət edən yerli turistlər daxili turizmin 6-12%-ni təşkil edir. Sağlamlıq məqsədi üzrə payı ən yüksək olan şəhərlər Naftalan, Lerik, Quba, Xaçmaz olub (hər bir şəhər üçün, səfər sayının 12%-i). Yerli turistlər dini ziyarət məqsədi üçün adətən Masallı, Lənkəran, Şamaxı şəhərlərinə səfər ediblər.

The share of domestic tourists with the purpose of health and wellness ranged between 6% and 12% of visitors for each city. The cities with the highest portion of visitors for health purposes were Naftalan, Lerik, Guba and Khachmaz with nearly 12% of total domestic visitors for each. Some of the cities, such as Masallı, Lankaran and Shamakhi were also popular for other visit purposes, such as pilgrimages.

Qrafik 17: Səfər məqsədlərinin əsas şəhərlər üzrə bölgüsü, 2019
Figure 17: Purpose of visits by main destination cities, 2019



Qrafik 18: Qalma müddəti, 2019
Figure 18: Length of stay, 2019

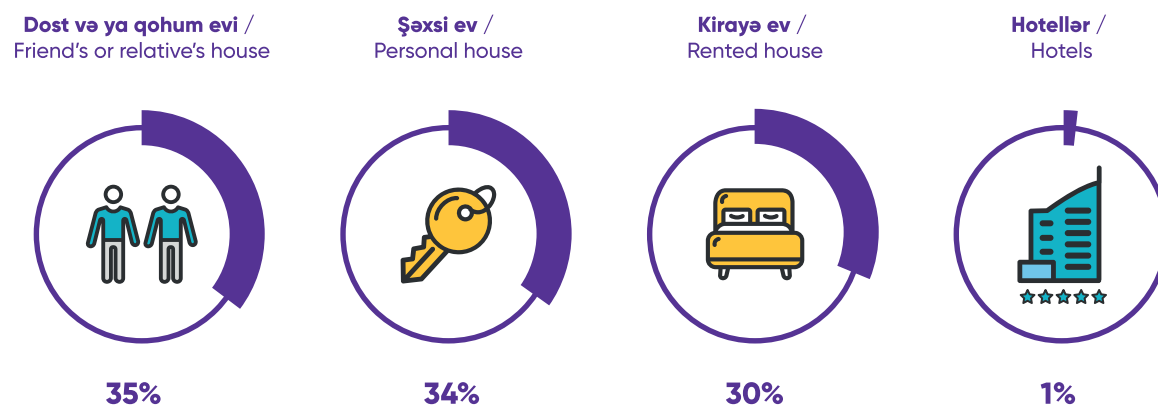


Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / Source: State Statistical Committee

Yerli ziyarətçilərin əksəriyyətinin ölkədaxili səfərləri adətən 1-3 gün (38%) və 4-7 gün (30,6%) təşkil edir. Səyahət zamanı bir həftədən çox qalmış yerli ziyarətçilər ümumi yerli səyahətçilərin təxminən 19%-ni təşkil edir. Ümumi səfərlərin təxminən 13%-i birgünlük ziyarətlərdir (gecələməyənlər).

The majority of domestic visitors stayed for 1-3 days (38%) and 4-7 days (30.6%). Domestic visitors who stayed for more than a week during their trip comprised nearly 19% of all local travellers. Nearly 13% of all trips were same-day visits.

Qrafik 19: Yerləşmə növünə görə gecələmələr, 2019
Figure 19: Overnight stays by accommodation type, 2019

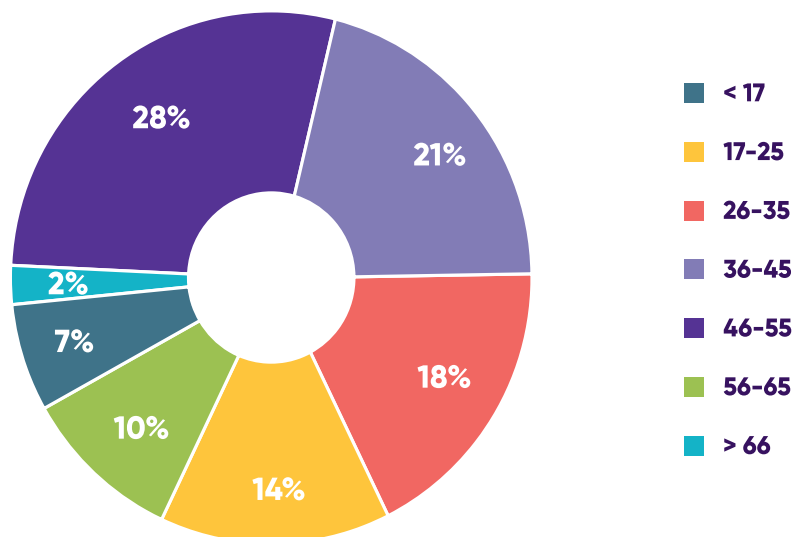


Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee

Yerli ziyarətçilər bölgələrdə əsasən dost və ya qohum evində (36%), yaxud öz evlərində (34%) qalmağa üstünlük verirlər. Ziyarətçilərin təxminən 30%-i kirayə evlərdə qalırlar. Yerli ziyarətçilərin yalnız 1%-i ölkə daxilində səfərdə olduqları müddətdə hotellərdən istifadə ediblər.

Domestic visitors mainly preferred to stay at the house of a friend or relative or at their own houses – nearly 36% and 34% respectively. Nearly 30% of visitors stayed at rent ed houses. Only 1% of domestic visitors used hotels as accommodation during their trips within the country.

Qrafik 20: Yaş qrupları üzrə, 2019
Figure 21: Age distribution, 2019

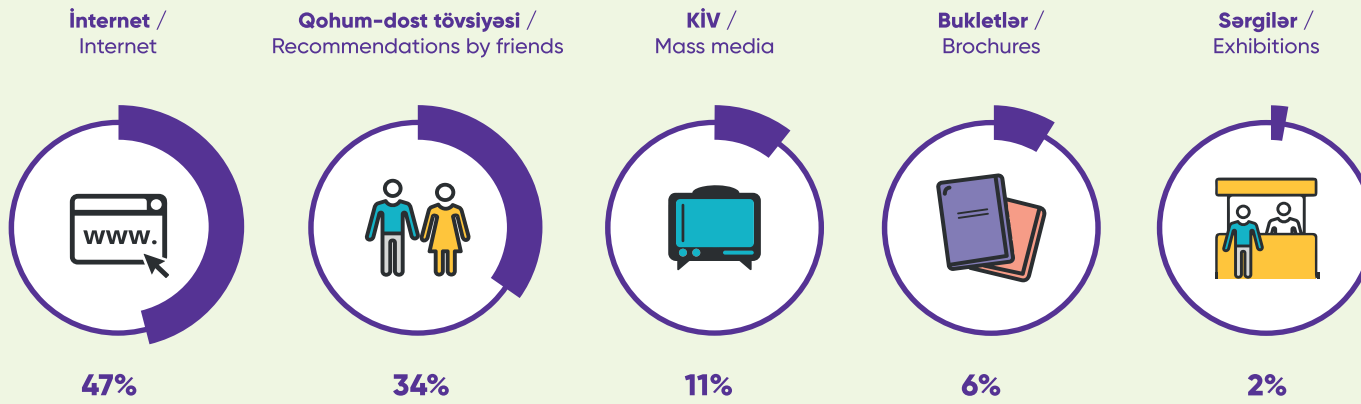


Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee

Yerli ziyarətçilər arasında ortayaxılı vətəndaşlar ölkə daxilində digərlərindən daha çox səyahət edirlər. 36-45 və 46-55 yaş qruplarında səyahət edənlər ümumi yerli ziyarətçilərin 21% və 28%-ni tuturlar. Bunun ardınca yaşı 17-25 (14%) və 26-35 (18%) arasında olan gənc yerli səyahətçilər yer alır.

Among domestic visitors, middle-aged people travelled within the country more frequently than others. Travellers in the age groups of 36-45 and 46-55 comprised 21% and 28% of total domestic visitors respectively. This was followed by young travellers aged 17-25 and 26-35, who made up 14% and 18% of total domestic visitors respectively.

Qrafik 21: Əsas informasiya mənbələri
Figure 21: Main information sources

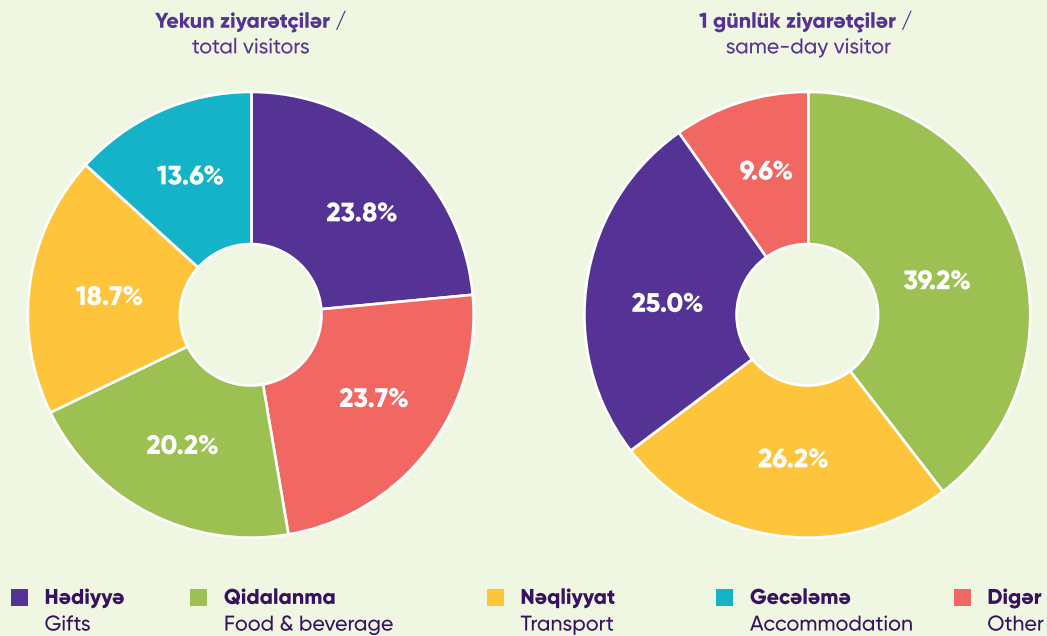


Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee

Dövlət Statistika Komitəsinə əsasən, 2019-cu ildə ümumi daxili turizm xərcləmələri əvvəlki ilə nisbətən 14% artaraq 3,48 milyard AZN təşkil etmişdir. Bundan əlavə, yerli səyahətçilər üçün ortalama xərcləmə təxminən 800 AZN təşkil edir. Qrafik 22-dən görüldüyü kimi, qidalanma, hədiyyələr və nəqliyyat daxili turizm xərclərinin əsas elementləridir. Birgünlük ziyarətçilərin qidalanma xərcləmələri ümumi xərcləmələrinin təxminən 40%-ni təşkil edir. Yerləşmə xərcləri isə yerli qonaqların xərclərinin yalnız 13,6%-ni təşkil edir. Qidalanma, nəqliyyat, hədiyyə və digər xərclərin payı 20–24% arasında dəyişir.

Based on publications by the State Statistical Committee, total domestic tourism expenditure in 2019 increased by 14% compared to the previous year, totalling 3.48 billion AZN. Additionally, average expenditure per domestic visitor was about 800 AZN. As can be seen from Figure 22, food and beverages, gifts and transport were the main elements of domestic tourism expenditures. Same-day visitors spent nearly 40% of their expenditure on food and beverages. Total domestic visitors spent only 13.6% of their expenditure on accommodation. The share of expenditure on food and beverages, transport, gifts and other things ranged between 20% and 24%.

Qrafik 22: Xərcləmələrin strukturu, 2019
Figure 22: Expenditures structure, 2019



Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee





Getmə turizmi

Cədvəl 7-dən görüldüyü kimi 5,26 milyon səfər sayı ilə Azərbaycan vətəndaşları daha çox Gürcüstan, Rusiya və Türkiyə kimi sərhədyanı ölkələrə səyahət edirlər. Bütün səfərlərin 94,5% bu ölkələrin payına düşür. Ümumi səfərlərin 36,6%-i İrənin, 29% Gürcüstanın, 18% Rusiyanın, 11% isə Türkiyənin payına düşür. DSK-yə əsasən ümumi səfərlərin 78%-i turizm məqsədli səfərlərdir. Ümumi səfərlərin tərkibində turizm məqsədli səfərlərin payı digər ölkələrə nisbətən həmsərhəd olduğumuz ölkələrdə daha azdır. Məsələn, 2019-cu ildə İrana turizm məqsədilə səyahət edən Azərbaycan vətəndaşları, bütün xarici səyahətlərin 66%-ni təşkil edir. Bu göstərici Gürcüstan, Rusiya, Türkiyə və Ukrayna üçün təxminən 85% olmuşdur. Digər ölkələri ziyarət edən Azərbaycan vətəndaşlarının 90%-dən çoxu turizm məqsədilə səyahət edir.

Outbound Tourism

As shown in Table 7, the main destinations of Azerbaijani citizens were countries with a shared land border – Iran, Georgia, Russia and Turkey, totalling 5.26 million departures. These countries had 94.5% of total departures in 2019. Among these countries, Iran alone occupied 36.6% of total Azerbaijani citizens travelling abroad, while Georgia, Russia and Turkey welcomed 29%, 18% and 11% of total departures from Azerbaijan respectively. According to the State Statistical Committee, 78% of the total number of departures went abroad for tourism purposes. Azerbaijani citizens who travelled to Iran for tourism purposes in 2019 were about 66% of all travellers. This indicator was nearly 85% for Georgia, Russia, Turkey and Ukraine. On the other hand, more than 90% of Azerbaijani travellers visited other countries for tourism purposes.

Cədvəl 7: Xaricə səfər edən Azərbaycan vətəndaşlarının sayı (2018-2019) – Ən çox payı olan 10 ölkə
Table 7: The number of total departures (2018-2019) for the top 10 countries

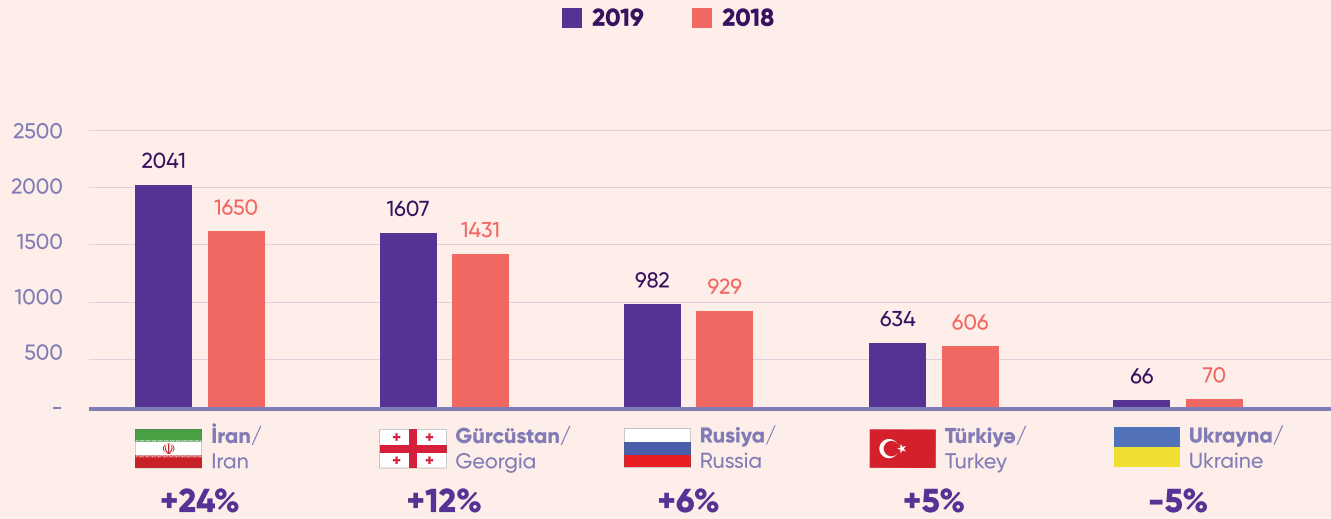
Ölkələr Countries	Cəmi, nəfər total arrivals 2019	Cəmi, nəfər total arrivals 2018	% turizm məqsədilə % tourism purpose 2019	% turizm məqsədilə % tourism purpose 2018
İran Iran	2,041,133	1,649,915	66%	81%
Gürcüstan Georgia	1,606,886	1,431,406	84%	83%
Rusiya Russia	982,449	929,275	85%	82%
Türkiyə Turkey	633,618	605,765	84%	87%
Ukrayna Ukraine	66,322	70,133	86%	90%
BƏƏ UAE	44,153	46,257	94%	98%
Qazaxıstan Kazakhstan	35,234	34,209	91%	95%
Türkmənistan Turkmenistan	22,904	22,239	88%	89%
Almaniya Germany	19,122	17,992	92%	93%
Birləşmiş Krallıq United Kingdom	11,317	11,409	93%	96%
Cəmi Total	5,567,685	4,908,078	78%	83%

Mənbə: Dövlət Sərhəd Xidməti; Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Border Service; State Statistical Committee

2019-cu ildə xaricə səyahətlərin cəmi sayı 13% artaraq 5,57 milyona çatmışdır. Ən çox səyahət edilən 10 ölkə arasında maksimum artım İrana (24%) və Gürcüstana (12%) olan səfərlərin sayında müşahidə olunmuşdur. Birləşmiş Krallıq, BƏƏ və Ukraynada bu göstərici uyğun olaraq 1%, 5% və 5% olmuşdur.

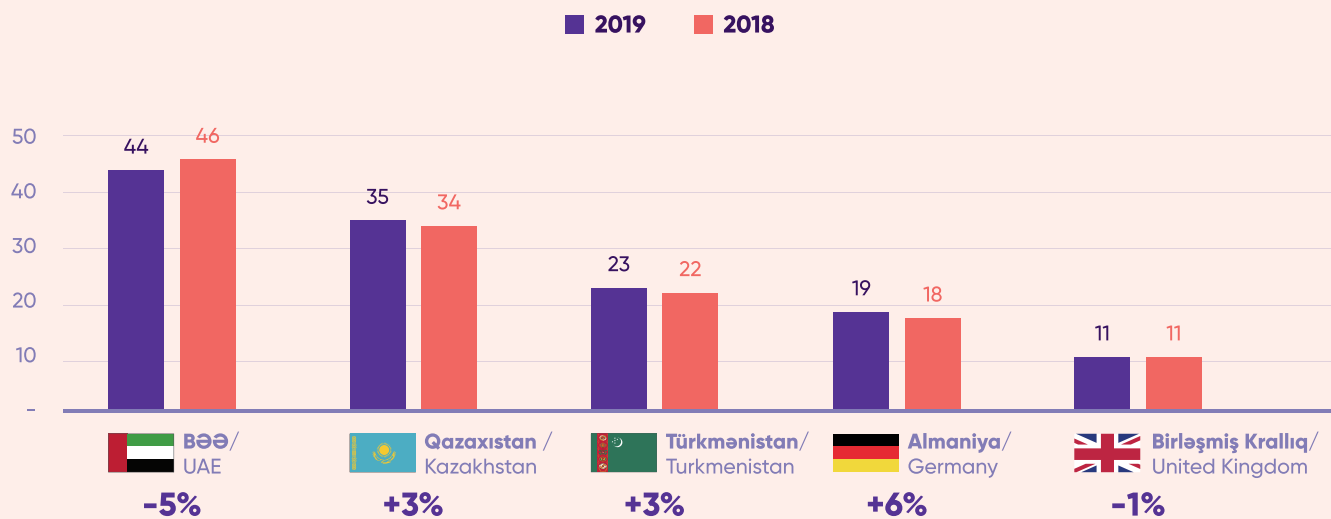
In 2019, the number of departures increased by 13% compared to the previous year, reaching 5.57 million people in total. Among the top 10 destination countries, the highest increase in the number of departures was observed for Iran and Georgia: 24% and 12% respectively. The number of Azerbaijani citizens visiting the UK, the UAE and Ukraine decreased by 1%, 5% and 5% respectively.

Qrafik 23: Ən çox ziyarət olunan 5 ölkə (min nəfər), 2018-2019
Figure 23: Departures from top 5 countries, in thousands 2018-2019



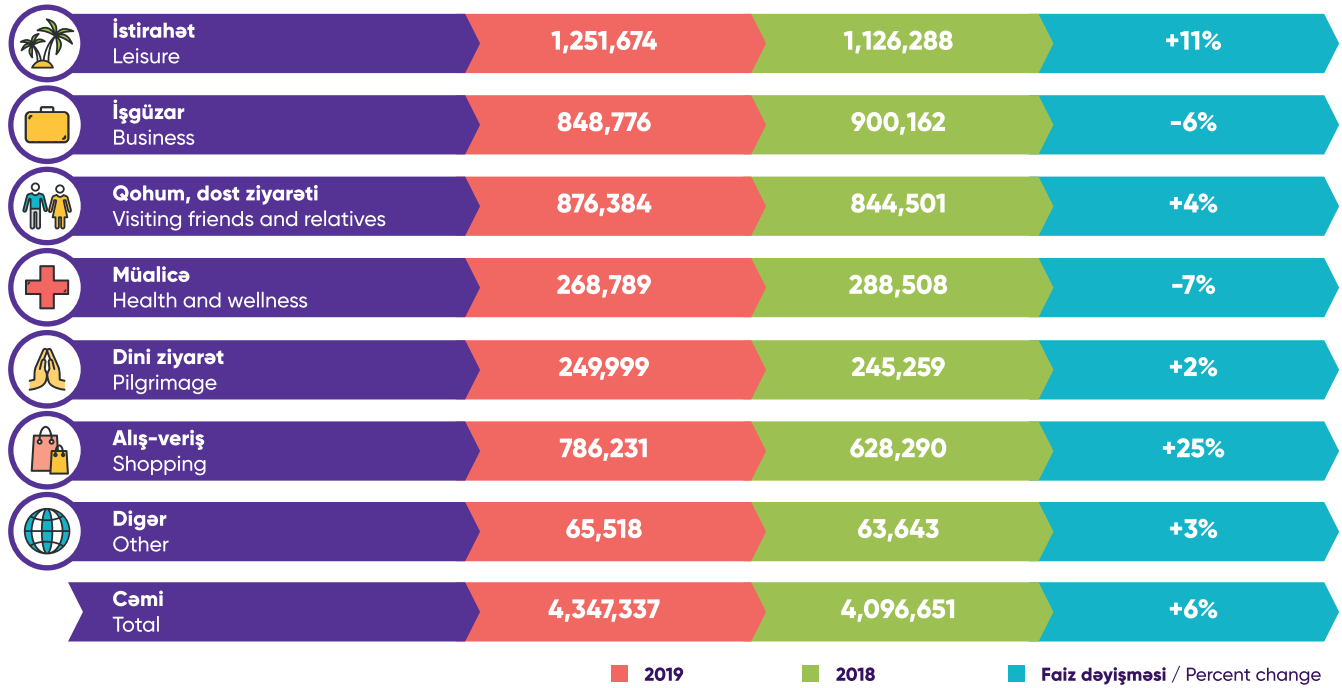
Mənbə: Dövlət Sərhəd Xidməti; / Source: State Border Service

Qrafik 24: Ən çox ziyarət olunan növbəti beş ölkə (min nəfər), 2018-2019
Figure 24: Departures from next 5 countries (in thousands), 2018-2019



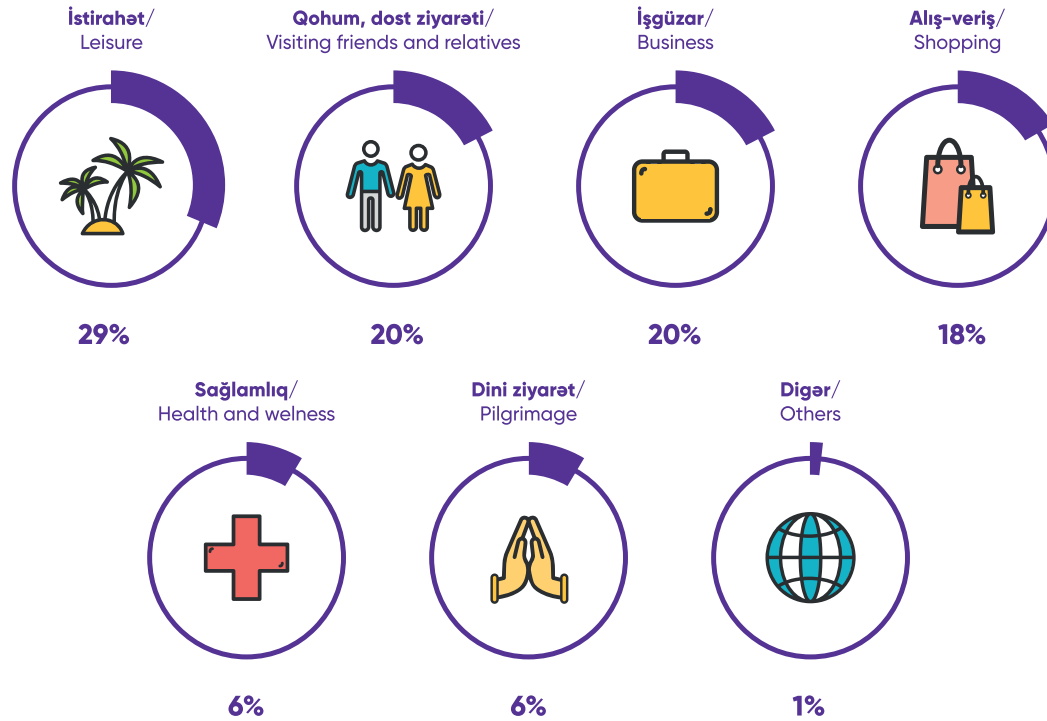
Mənbə: Dövlət Sərhəd Xidməti; / Source: State Border Service

Cədvəl 8: Turizm məqsədilə xaricə gedənlərin səfər məqsədləri üzrə bölgüsü
Table 8: Total departures with tourism as the purpose of visit



Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / Source: State Statistical Committee

Qrafik 25: Xaricə gedənlərin səfər məqsədi
Figure 25: Departures by purpose of visit



Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / Source: State Statistical Committee

Azərbaycandan xaricə turizm məqsədilə səyahət edənlərin sayı 6% artaraq 4,35 milyona çatmışdır. Məqsədlər üzrə ən çox artım alış-veriş və istirahət məqsədli səyahətlərdə olmuşdur: hər birində uyğun olaraq 25% və 11%. İşgüzar və sağlamlıq məqsədli səyahətlərin sayı uyğun olaraq 6% və 7% azalmışdır.

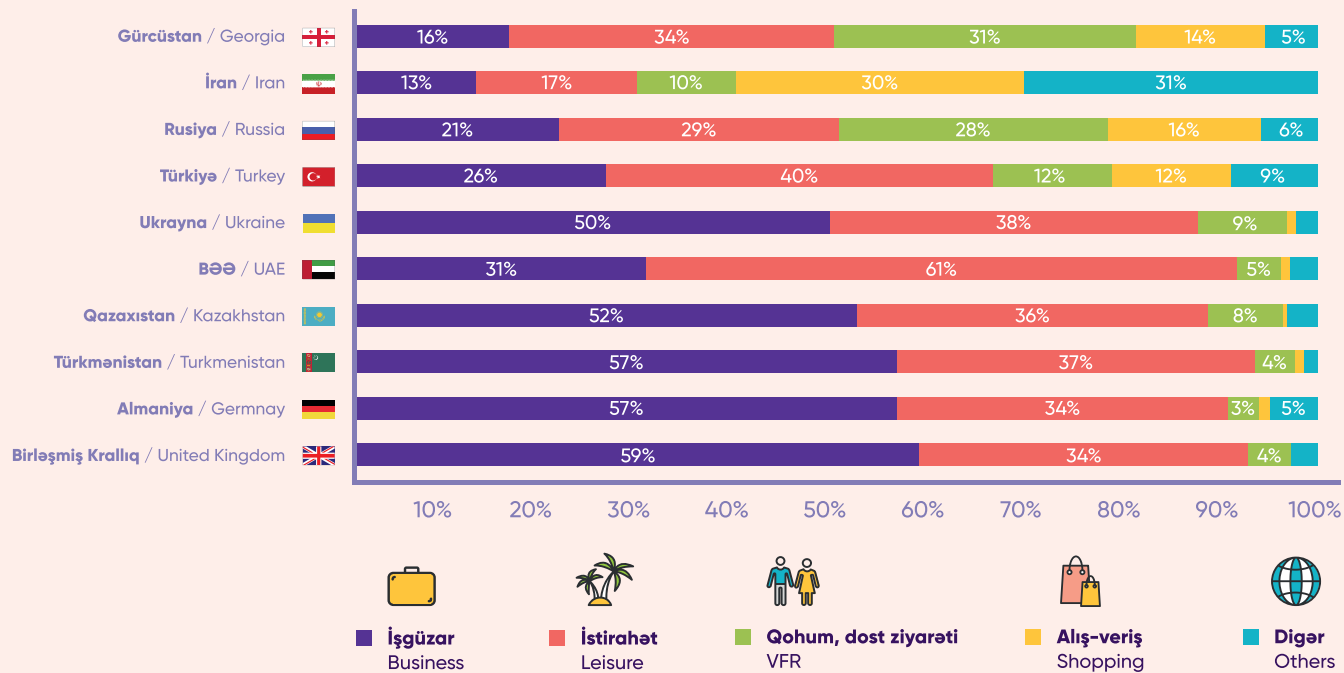
Qrafik 26-da göstəriləndiyi kimi Azərbaycan vətəndaşlarının Birləşmiş Krallıq, Almaniya, Türkmənistan, Ukrayna və Qazaxıstana etdikləri səfərləri əsasən işgüzar məqsədli olmuşdur, hər bir ölkə üçün cəmi səyahətlərin 50%-i bu məqsədlə həyata keçirilib. Bu ölkələr Azərbaycan vətəndaşları üçün həm də istirahət məqsədilə səyahət edilən ölkələrdir: səfərlərin təxminən 30%-i istirahət məqsədilə olmuşdur. BƏƏ (61%), Türkiyə (40%) və Gürcüstan (34%) azərbaycanlıların əsasən istirahət məqsədilə səfər etdikləri ölkələrdir. Rusiya və Gürcüstan qohum və dostları ziyarət məqsədli səyahətlər, İran isə alış-veriş məqsədli səyahətlər üçün ən çox seçilən istiqamətlərdir. Bundan başqa, azərbaycanlı turistlərin 30%-i İrana sağlamlıq və dini ziyarət məqsədilə səyahət edir.

The number of visitors from Azerbaijan who travelled abroad for tourism purposes increased by 6%, totalling 4.35 million people. The highest percentage increase of tourists was observed for shopping and leisure purposes, 25% and 11% respectively. The number of Azerbaijani tourists going abroad for business and health purposes decreased by 6% and 7% respectively.

As illustrated in Figure 26, Azerbaijani citizens mainly visited the UK, Germany, Turkmenistan, Ukraine and Kazakhstan for business purposes, which made up more than 50% of total departures for each. These countries were also popular leisure tourism destinations for Azerbaijani citizens – nearly 30% of visitors for each. The UAE (61%), Turkey (40%) and Georgia (34%) were leisure tourism destinations for Azerbaijani travellers. Russia and Georgia were the main destinations for visiting friends and relatives (VFR), while Iran was popular for shopping. Moreover, Iran was visited by Azerbaijani tourists for other purposes, such as health and pilgrimages (nearly 30% of visitors).

Qrafik 26: 2019-cu ildə xaricə gedənlərin səfər məqsədi üzrə bölgüsü

Figure 26: Purpose of visit 2019



Mənbə: Dövlət Sərhəd Xidməti / **Source:** State Border Service

Xaricdəki xərcləmələrin 29,6%-i nəqliyyat, 19,3%-i yerləşmə, 16,6%-i qidalanma, 24,2%-i isə alış-veriş məqsədli xərcləmələr olmuşdur. Azərbaycan vətəndaşlarının xarici turizm xərcləmələrinin təxminən 89%-i 5 ölkənin – Rusiya (24%), İran (22%), Türkiyə (20%), Gürcüstan (20%) və BƏƏ-nin (3%) payına düşür.

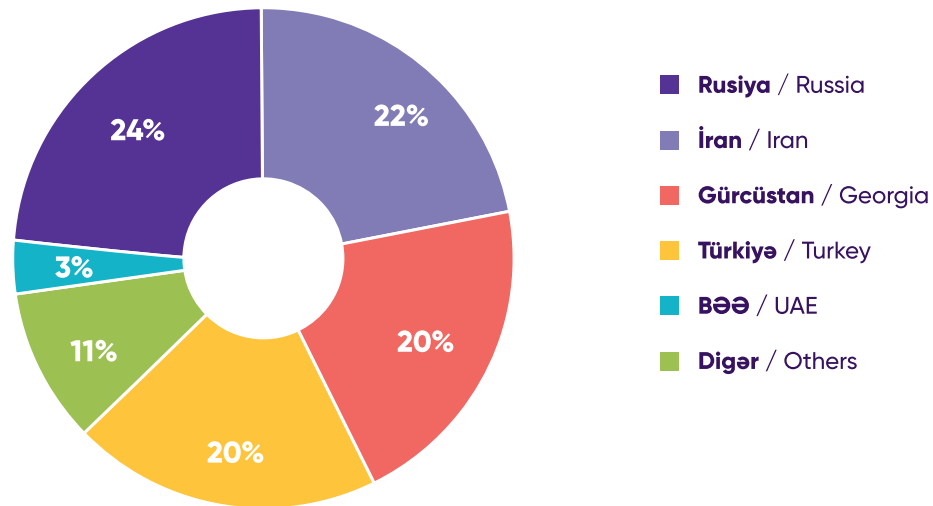
The highest portion of outbound expenditure was spent on transportation (29.6%), accommodation (19.3%), food and beverages (16.6%) and shopping (24.2%). Nearly 89% of total tourism expenditure by Azerbaijani citizens was spent in 5 countries – Russia (24%), Iran (22%), Turkey (20%), Georgia (20%) and the UAE (3%).

Cədvəl 9: Turizm məqsədli xərcləmələr (min AZN)
Table 9: Tourism expenditures (in thousand AZN)

Ölkə Country	Cəmi Total	Nəqliyyat Transport	Yerləşmə Accommodation	Qidalanma Food and Beverage	Alış-veriş Shopping	Digər ⁴ Others
Rusiya Russia	584,283	184,619	89,977	94,309	150,461	64,918
İran Iran	524,348	85,662	128,967	122,606	138,440	48,674
Gürcüstan Georgia	487,150	87,101	71,523	85,611	175,557	67,358
Türkiyə Turkey	473,239	173,503	102,312	60,321	95,917	41,185
BƏƏ UAE	64,803	31,099	17,853	7,191	2,641	6,020
Ukrayna Ukraine	55,253	31,616	8,720	6,205	6,813	1,898
Qazaxıstan Kazakhstan	26,359	13,513	6,589	4,242	1,456	560
Almaniya Germany	23,426	12,426	6,129	3,100	1,138	634
Səudiyyə Ərəbistanı Saudi Arabia	19,265	6,354	2,040	857	474	9,541
Qətər Qatar	18,203	9,444	3,903	1,322	713	2,822
Cəmi Total	2,407,573	711,963	465,148	399,821	582,747	247,894

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / Source: State Statistical Committee

Qrafik 27: Ölkələr üzrə xərcləmə payı
Figure 27: Country shares of overall tourism expenditure

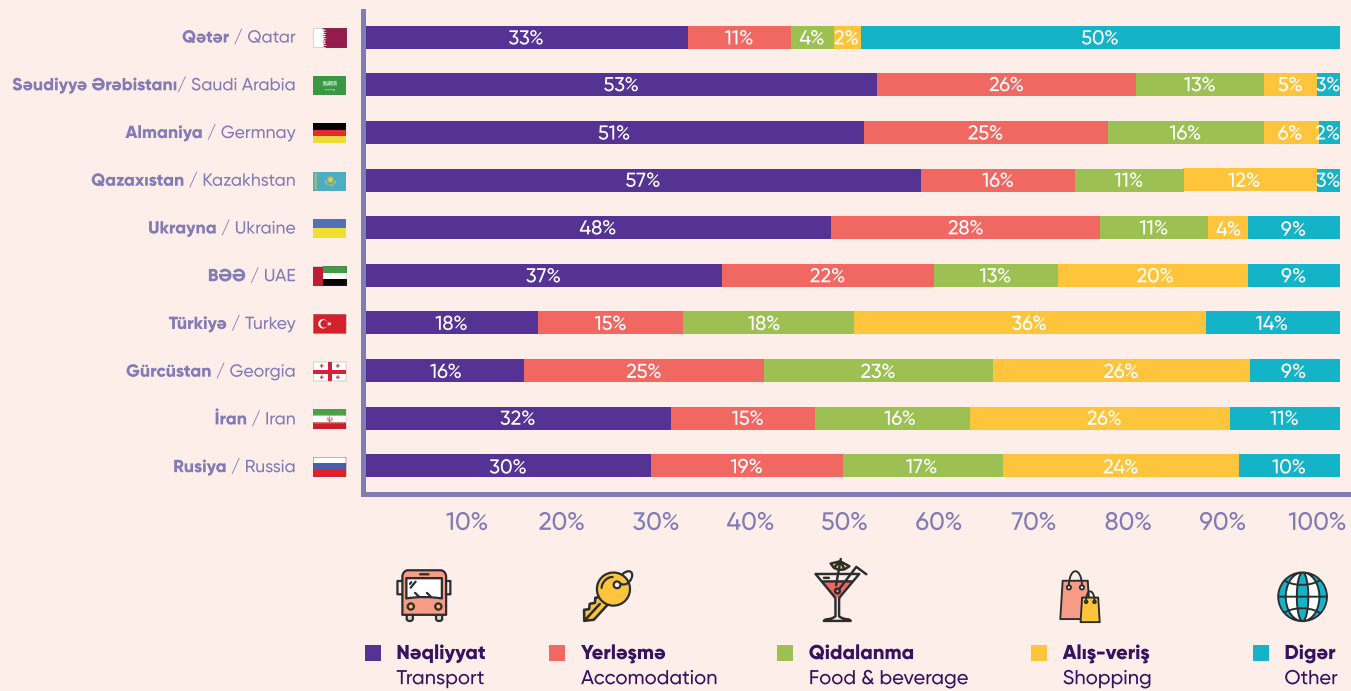


Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / Source: State Statistical Committee

Azərbaycan vətəndaşlarının xaricə səfər zamanı turizm xərcləmələri arasında nəqliyyat xərclərinin payının ən çox olduğu ölkələr Ukrayna (57%), Almaniya (53%), Qətər (52%), Qazaxıstan (51%) və BƏƏ (48%) olmuşdur. Ölkələrin çoxunda yerləşmə xərclərinin payı 15–26% arasında dəyişir. Azərbaycan vətəndaşlarının qidalanma xərcləri İran (23%), Gürcüstan (18%), Rusiya (16%) və Qazaxıstanda (16%) daha çox olmuşdur. Alış-veriş xərcləri Gürcüstan (36%), İran (26%), Rusiya (26%) və Türkiyədə (20%) daha çox yer tutmuşdur.

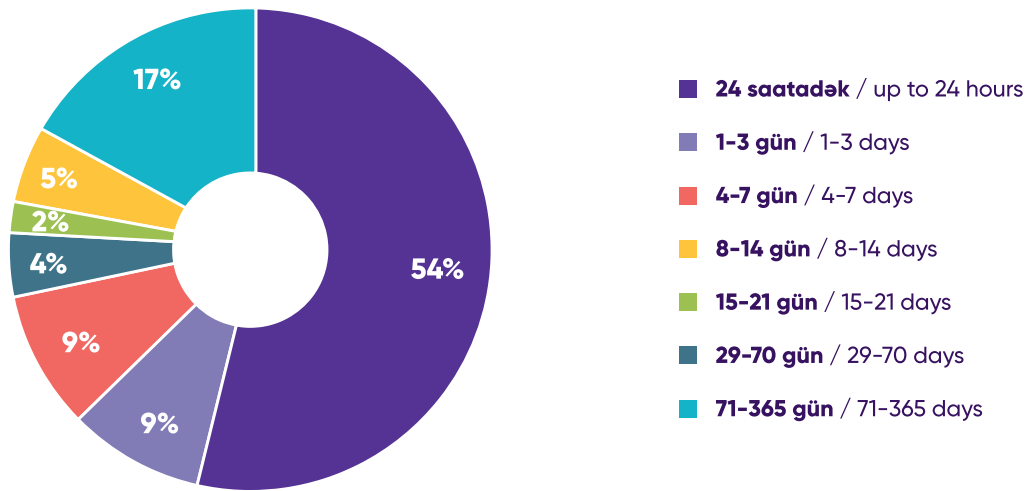
Transport costs formed the highest portion of tourism expenditure by Azerbaijani citizens in Ukraine (57%), Germany (53%), Qatar (52%), Kazakhstan (51%), and the UAE (48%). The share of accommodation expenditure ranged between 15% and 26% for most of the destination countries. Azerbaijani citizens spent a greater share of their expenditure on food and beverages in Iran (23%), Georgia (18%), Russia (16%) and Kazakhstan (16%). Shopping expenditures occupied a higher share in Georgia (36%), Iran (26%), Russia (26%) and Turkey (20%).

Qrafik 28: Ölkələr üzrə getmə turizmi xərcləmələrinin strukturu, 2019
Figure 28: Outbound expenditure structure country breakdown 2019



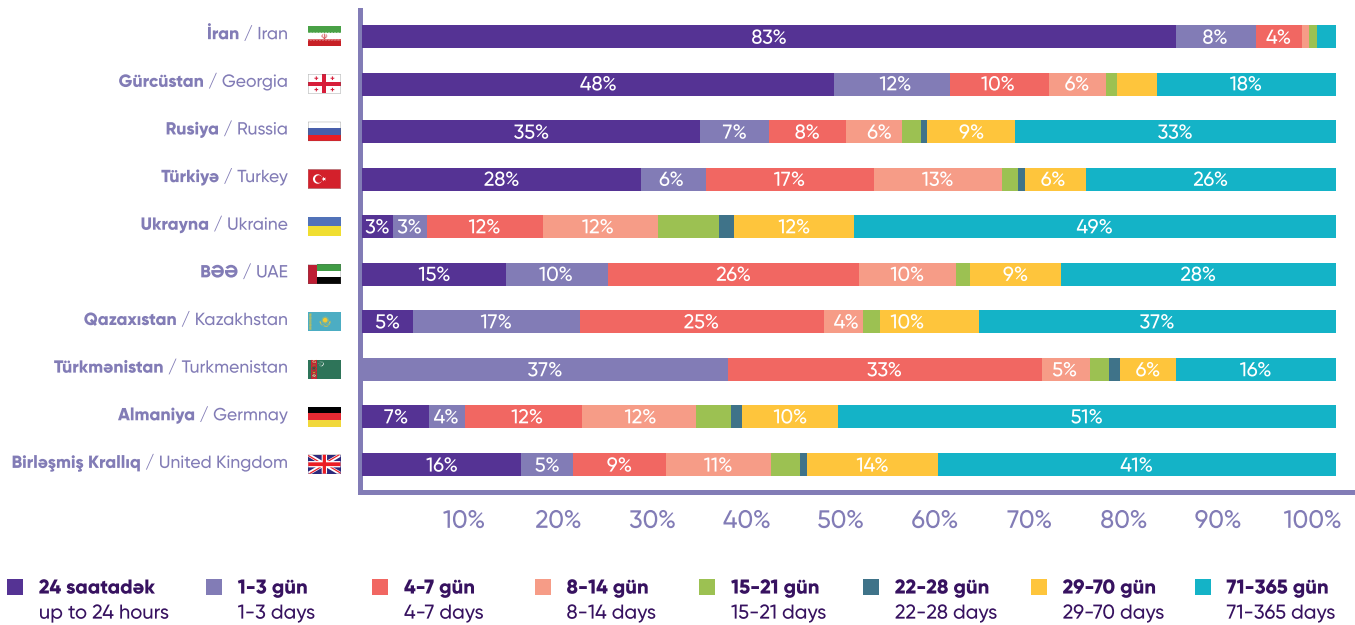
Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee

Qrafik 29: Qalma müddəti üzrə bölgü, 2019
Figure 29: Length of stay 2019



Mənbə: Dövlət Sərhəd Xidməti / Source: State Border Service

Qrafik 30: Ölkələr üzrə qalma müddəti, 2019
Figure 30: Length of stay by country 2019



Mənbə: Dövlət Sərhəd Xidməti / Source: State Border Service

Dövlət Sərhəd Xidmətinin məlumatlarına əsasən, 2019-cu ildə Azərbaycan vətəndaşlarının yarısından çoxu xaricdə 24 saata qədər, 17%-i 71-365 gün müddətində qalmışdır. Azərbaycan səyahətçilərinin 18%-i üçün bu müddət 7 günə qədər olmuşdur. İrana gedən ziyarətçilərin 83%-i orada 24 saata qədər qalmışdır. Gürcüstan, Rusiya və Türkiyə birgünlük ziyarətçilərin çoxluq təşkil etdiyi ölkələr arasındadır.

According to the State Border Service, more than half of Azerbaijani citizens stayed abroad for up to 24 hours, while 17% stayed abroad for 71-365 days in 2019. Nearly 18% of Azerbaijani travellers stayed abroad for up to 7 days. 83% of Azerbaijani visitors travelling to Iran stayed there for less than 24 hours. Georgia, Russia and Turkey were among the destinations with a high proportion of same-day visitors from Azerbaijan.

Hotel sektoru
Hospitality Sector



Cədvəl 10 ən çox hotel, otaq və yataq yerləri olan şəhərlərin siyahısını göstərir. Azərbaycanda hotellərin sayı 2019-cu ilə müqayisədə 7,7% artaraq, 642 müəssisə təşkil etmişdir. Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, ümumilikdə hotellərin sayının 31,6%-i (203 müəssisə) Bakıda yerləşir. Bunun ardınca Xaçmaz, Masallı, Quba və Lənkəran birlikdə bütün ölkənin hotellərinin və oxsar müəssisələrinin 20,7%-inə sahibdir. Bakıda hotellərin sayı 18,7% artaraq, 203 müəssisəyə çatıb. Bundan əlavə, otaq və yataq yerlərinin sayının ən yüksək payı Bakıdadır; müvafiq olaraq 47,5% və 41,5%. Otaqların ümumi sayının təxminən 69,4%-i Bakı, Xaçmaz, Qəbələ, Qusar və Quba şəhərlərindədir.

Table 10 illustrates the list of cities with the highest number of hotels, rooms and beds. The number of hotels in Azerbaijan increased by 7.7% compared to 2019, totalling 642 establishments. Baku had 31.6% of the total number of hotels, totalling 203 establishments according to the State Statistical Committee. This was followed by Khachmaz, Masalli, Guba and Lankaran, together possessing 20.7% of the hotels and similar establishments in the whole country. Baku showed a 18.7% increase in the number of hotels, reaching 203 establishments. Moreover, Baku obtained the highest portion for the number of rooms and beds, with nearly 47.5% and 41.5% of the total respectively. Nearly 69.4% of the total number of rooms were located in 5 cities – Baku, Khachmaz, Gabala, Gusar and Guba.

Cədvəl 10: Mehmanxana, otaq və yataq sayı (2019)

Table 10: Number of hotels, rooms and beds (2019)

Regionlar Regions	Müəssisələrin sayı Number of establishments	% dəyişməsi % change 2018-2019	Nömrələrin sayı Number of rooms 2019	% dəyişməsi % change 2018-2019	Yataq sayı Number of beds 2019	% dəyişməsi % change 2018-2019
Ölkə Country	642	7.7%	23,865	7.5%	49,980	7.0%
Bakı Baku	203	18.7%	11,329	10.7%	20,740	11.3%
Xaçmaz Khachmaz	54	0.0%	2,405	0.0%	6,495	0.0%
Masallı Masalli	31	0.0%	453	0.0%	1,148	0.0%
Quba Guba	25	4.2%	710	5.2%	1,718	5.6%
Lənkəran Lankaran	23	9.5%	636	47.9%	1,346	43.6%
Şamaxı Shamakhi	23	0.0%	366	0.0%	841	0.0%
Naxçıvan Nakhchivan	21	0.0%	657	0.0%	1,517	0.0%
İsmayıllı Ismayilli	20	0.0%	325	0.0%	816	0.0%
Qəbələ Gabala	18	5.9%	1,127	2.7%	2,632	3.7%
Qusar Gusar	18	5.9%	991	1.0%	2,289	1.6%
Şəki Sheki	17	6.3%	283	8.0%	582	6.6%
Sumqayıt Sumgayit	14	7.7%	256	15.8%	487	7.7%
Zaqatala Zagatala	13	0.0%	178	0.0%	395	0.0%
Gəncə Ganja	12	20.0%	688	4.4%	1,390	4.6%
Qax Gakh	11	0.0%	254	0.0%	606	0.0%

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee

2019-cu ildə hotellərdə yerləşdirilmiş şəxslərin ümumi sayı əvvəlki ilə nisbətən 10% artaraq 1,9 milyon nəfərə çatıb. Əcnəbi vətəndaşlar təxminən 69%, Azərbaycan vətəndaşları isə ümumi yerləşdirilənlərin yalnız 31%-ni təşkil edib. Bakı, Qəbələ, Naxçıvan və Şəki kimi şəhərlər ən çox əcnəbilərin məskunlaşdığı şəhərlərdir – ümumi gecələmələrin müvafiq olaraq, 87%, 65%, 72% və 54%-i. Qusar (61%), Naftalan (58%), Lənkəran (95%), Şabran (93%), Xaçmaz (98%), Qax (93%), Şamaxı (87%) və Gəncə (68%) kimi şəhərlərdə yerləşən hotellərdə yerli turistlər daha çox qalıb. Qeyd edək ki, hotellərdəki ümumi yerləşmələrin 83%-i Bakı (62%), Qəbələ (10%), Qusar (4%), Quba (3%) və Naxçıvan (3%) şəhərlərinin payına düşür.

In 2019, the total number of accommodated people in hotels was around 1.9 million people, which is a 10% increase compared to the previous year. Foreigners were about 69%, while Azerbaijani citizens were only 31% of the total number of accommodated people. Cities such as Baku, Gabala, Nakhchivan and Sheki had the highest proportion of foreign accommodated people with 87%, 65%, 72% and 54% respectively. Azerbaijani citizens mainly used hotels for accommodation in cities such as Gusar (61%), Naftalan (58%), Lankaran (95%), Shabran (93%), Khachmaz (98%), Gakh (93%), Shamakhi (87%) and Ganja (68%). It is also worth noting that 83% of total stays in hotels were recorded in Baku (62%), Gabala (10%), Gusar (4%), Guba (3%) and Nakhchivan (3%).

Cədvəl 11: Hotellərdə gecələyən şəxslərin sayı (2019)
Table 11: Number of people accommodated in hotels 2019

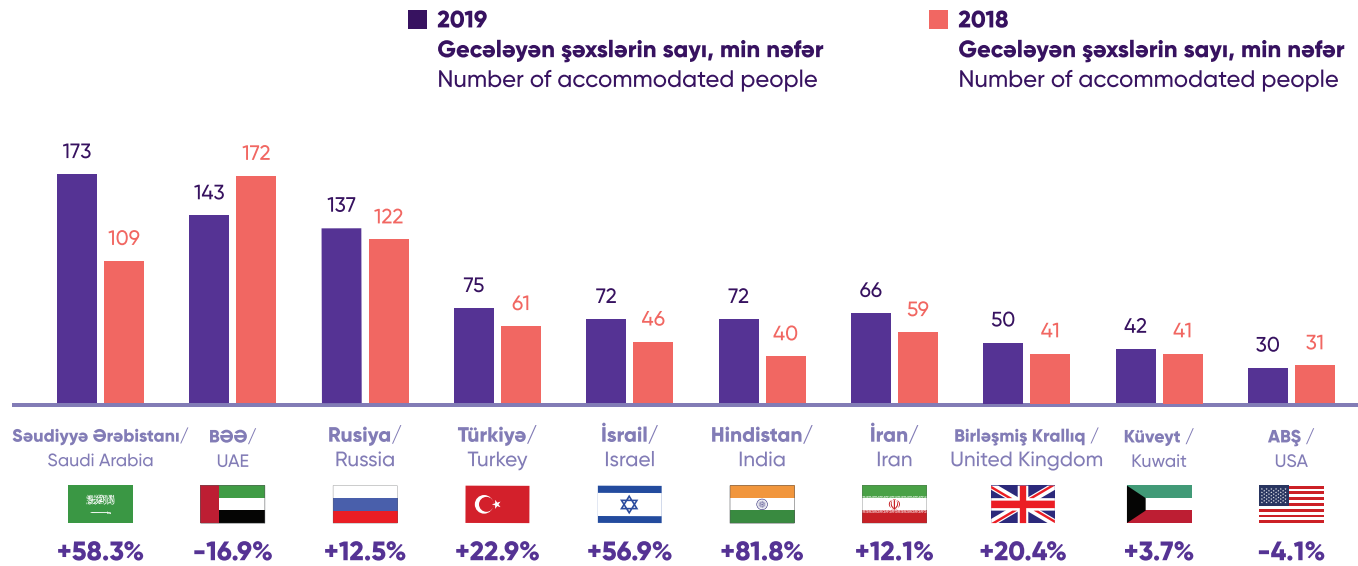
	Yekun Total		Azərbaycan vətəndaşları Azerbaijan citizens		Əcnəbi vətəndaşlar Foreign citizens	
	Cəmi Total	% dəyişməsi %change 2018-2019	Yekun pay Share of total	% dəyişməsi %change 2018-2019	Yekun pay Share of total	% dəyişməsi %change 2018-2019
Ölkə üzrə yekun Country Total	1,919,765	10%	31%	17%	69%	7%
Bakı Baku	1,199,151	5%	13%	-18%	87%	9%
Qəbələ Gabala	186,431	-3%	35%	19%	65%	-12%
Qusar Gusar	68,228	15%	61%	67%	39%	-23%
Quba Guba	66,870	2%	49%	-7%	51%	12%
Naxçıvan Nakhchivan	64,282	5%	28%	4%	72%	6%
Naftalan Naftalan	35,878	127%	58%	213%	42%	64%
Lənkəran Lankaran	35,661	88%	95%	91%	5%	42%
Şabran Shabran	30,191	5607%	93%	5193%	7%	
Xaçmaz Khachmaz	28,165	1%	98%	0%	2%	75%
Qax Gakh	23,099	64%	93%	60%	7%	160%
Şamaxı Shamakhi	21,620	24%	87%	30%	13%	-8%
Mingəçevir Mingachevir	17,025	104%	96%	107%	4%	58%
Abşeron Absheron	15,608	3%	88%	12%	12%	-36%
Şəki Sheki	15,598	27%	46%	3%	54%	57%
Gəncə Ganja	15,186	11%	68%	17%	32%	1%

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee

Qrafik 31-də hotellərdə ən çox gecələmiş turistlərin gəldikləri ölkələrin siyahısı verilib. Bu siyahıda olan ilk 10 ölkənin vətəndaşlarının 65,4%-i Azərbaycanın hotellərində qalıb. Bu sırada Hindistan, Səudiyyə Ərəbistanı və İsrail 2018-ci ilə müqayisədə əhəmiyyətli dərəcədə artım göstərib; müvafiq olaraq 81,8%, 58,3% və 56,9%. Bundan başqa, Türkiyə (22,9% artım), İngiltərə (20,4% artım) və Rusiyadan (12,5% artım) gələnlər arasında hotellərdə yerləşdirilənlərin sayı artıb. Digər tərəfdən, hotellərdə qalan BƏƏ və ABŞ-dan gələn turistlərin sayı 2018-ci ilə müqayisədə müvafiq olaraq 16,9% və 4,1% azalıb.

Figure 31 shows the top 10 countries which used hotels as accommodation; nearly 65.4% of all foreign visitors stayed at hotels in Azerbaijan. Among them India, Saudi Arabia and Israel showed a substantial percent increase compared to 2018, with nearly 81.8%, 58.3% and 56.9% growth respectively. Moreover, the number of hotel stays increased among visitors from Turkey (22.9% growth), the United Kingdom (20.4% growth) and Russia (12.5%). On the other hand, tourists from the UAE and the USA who stayed at hotels declined by 16.9% and 4.1% respectively, compared to 2018.

Qrafik 31: Gecələyən əcnəbi şəxslərin sayı, min nəfər (2018-2019)
Figure 31: Number of accommodated foreigners, in thousands 2018-2019



Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee

Cədvəl 12-də hotellərdə gecələmə sayı ən çox olan 15 şəhər göstərilib. Gecələmələrin 67%-i əcnəbi turistlər üçün qeydə alınıb. Cədvəl 12-dəki şəhərlər arasında Bakı, Qəbələ və Naxçıvan 2019-cu ildə əcnəbilərin ən çox gecələdikləri şəhərlər olub. Masallı, Lənkəran, Quba, Xaçmaz, Lənkəran və Şabranda hotellərdə gecələyənlər əsasən yerli turistlər olublar.

Bakıda gecələmə sayı, ölkədə ümumi gecələmə sayının təqribən 57%-ni təşkil edir. Bunun ardınca, Azərbaycandakı ümumi gecələmələr Qəbələ (9%), Quba (7,9%), Xaçmaz (4,4%) və Naftalan (3,7%) şəhərlərində ən yüksək göstəricilərə malikdir.

Table 12 shows the top 15 cities with the highest number of overnight stays at hotels. Similar to the data regarding the number of accommodated people, 67% of overnight stays were recorded for foreign tourists. Among the cities in Table 12, Baku, Gabala and Nakhchivan were the main destinations for international overnight visitors in 2019. Hotels in Masalli, Lankaran, Guba, Khachmaz, Lankaran, and Shabran mainly hosted domestic tourists.

Baku had the highest number of overnight stays, with nearly 57% of total overnight stays in the country. This was followed by Gabala, Guba, Khachmaz and Naftalan – 9%, 7.9% 4.4% and 3.7% of total overnight stays in Azerbaijan respectively.

Cədvəl 12: Gecələmə sayı, 2019
Table 12: Number of overnight stays 2019

Şəhər City	Cəmi Total		Azərbaycan vətəndaşları Azerbaijan citizens		Əcnəbi vətəndaşlar Foreign citizens	
	Cəmi Total 2019	% dəyişməsi %change 2018-2019	Yekun pay Share of total	% dəyişməsi %change 2018-2019	Yekun pay Share of total	% dəyişməsi %change 2018-2019
Ölkə üzrə yekun Country Total	3,345,285	11.4%	33%	15.9%	67.0%	9.3%
Bakı Baku	1,931,624	8.8%	11%	-18.9%	89.3%	13.4%
Qəbələ Gabala	301,511	-3.2%	32%	-9.4%	68.0%	0.0%
Quba Guba	264,203	132.0%	71%	260.9%	29.1%	24.0%
Xaçmaz Khachmaz	148,147	-8.8%	99%	-9.0%	1.1%	16.6%
Naftalan Naftalan	123,964	0.4%	46%	20.4%	53.9%	-12.0%
Qusar Gusar	94,547	-12.0%	60%	37.0%	40.3%	-42.5%
Naxçıvan Nakhchivan	90,719	3.5%	27%	1.1%	72.9%	4.5%
Lənkəran Lankaran	39,890	72.5%	95%	74.6%	5.2%	41.5%
Qax Gakh	33,909	19.4%	91%	13.6%	9.0%	145.0%
Mingəçevir Mingachevir	32,966	73.6%	57%	70.5%	42.8%	78.0%
Şabran Shabran	30,191	4467.5%	93%	4135.9%	7.3%	
Gəncə Ganja	27,900	-1.5%	48%	-9.7%	52.0%	7.3%
Şamaxı Shamakhi	24,035	22.5%	86%	31.8%	13.5%	-15.5%
Masallı Masalli	22,927	13.7%	100%	13.6%	0.1%	52.6%
Lerik Lerik	21,910	111.4%	99%	110.5%	0.9%	300.0%

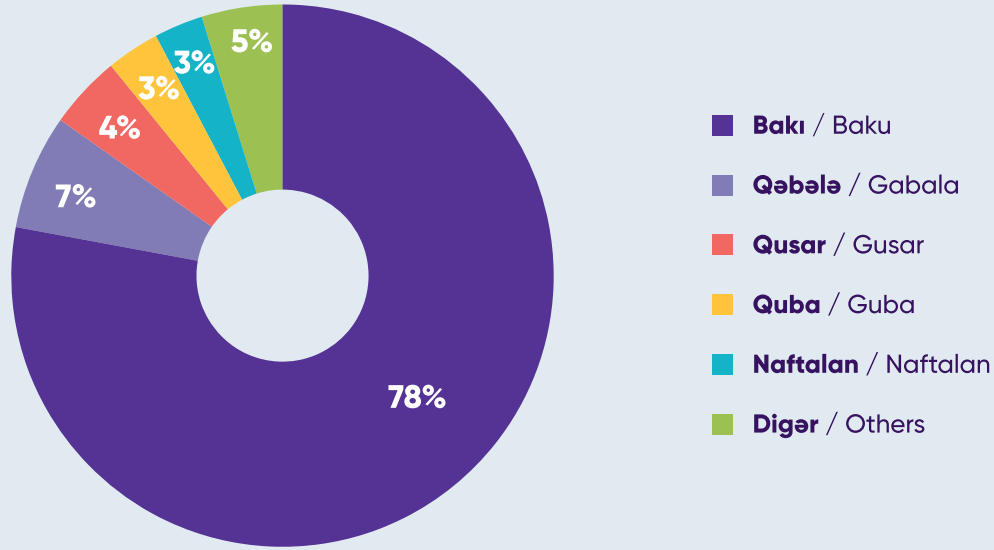
Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee

Cədvəl 13: Mehmanxanaların əldə etdiyi gəlir, min AZN
Table 13: Hotel revenues, in thousands of AZN

Şəhər City	2019	% dəyişməsi % change 2018-2019
Ölkə üzrə yekun Country Total	450,188.5	25.2%
Bakı Baku	335,760.9	31.3%
Qəbələ Gabala	30,919.1	-4.1%
Qusar Gusar	14,342.3	1.8%
Quba Guba	12,715.9	2.8%
Naftalan Naftalan	12,423.8	1.0%
Naxçıvan Nakhchivan	6,613.6	16.7%
Xaçmaz Khachmaz	6,487.0	11.8%
Şamaxı Shamakhi	5,654.5	63.6%
Lənkəran Lankaran	4,263.2	140.0%
Şabran Shabran	3,652.0	4227.0%
Gəncə Ganja	2,416.8	-2.9%
Mingəçevir Mingachevir	2,036.2	69.2%
Sumqayıt Sumgayit	1,783.4	11.5%
Şəki Sheki	1,621.2	25.7%
Qax Gakh	1,261.6	34.4%

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee

Grafik 32: Mehmanxana gəlirlərinin şəhərlər üzrə payı, 2019
Figure 32: Share of total revenue per city, 2019



Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee

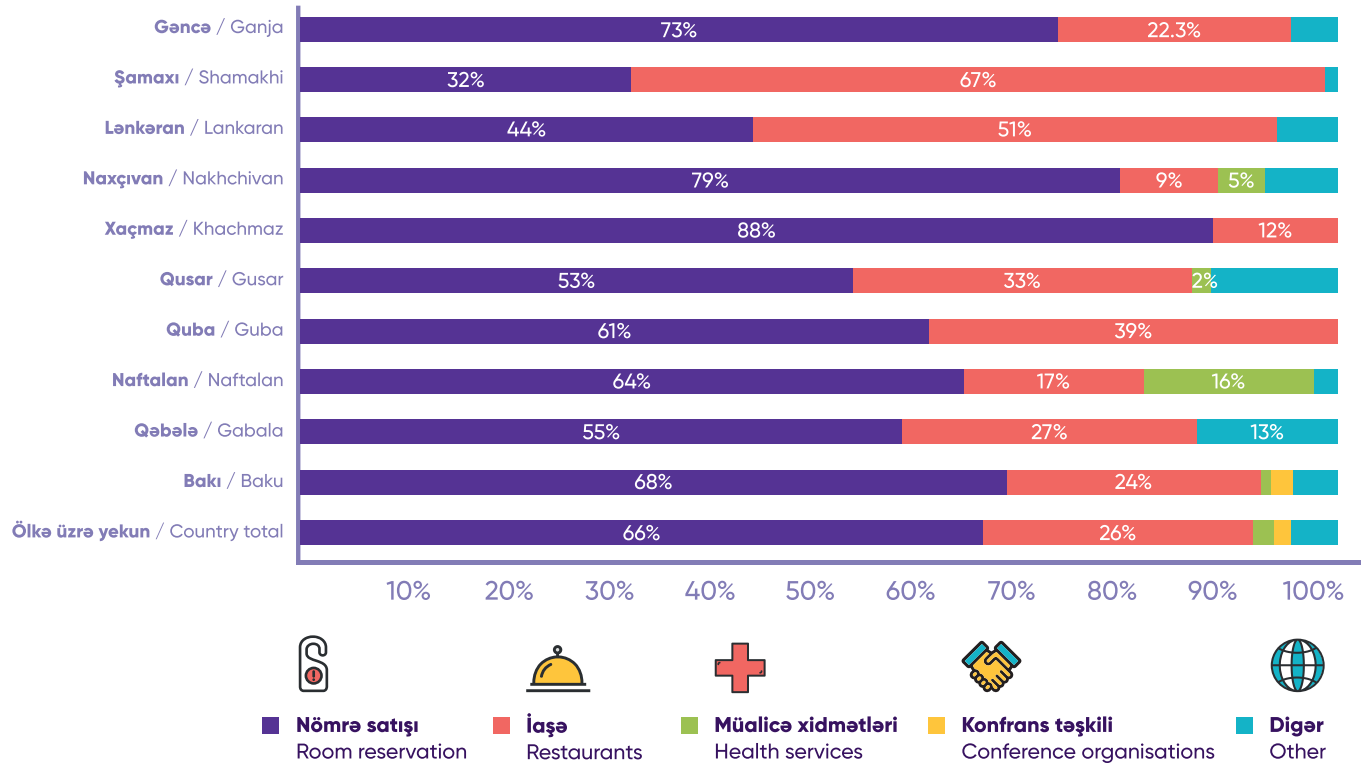
Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, 2019-cu ildə hotellərin əldə etdiyi gəlir əvvəlki ilə nisbətə 25% artaraq, 450 milyon manat təşkil edib. Hotellərin gəlirlərinin 78%-i Bakı şəhərinin payına düşür. Növbəti ən böyük pay Qəbələ (7%) və Qusar (4%) şəhərlərinə məxsusdur. Quba və Naftalan şəhərlərinin hər biri yekun hotel gəlirlərinin 3%-ni təşkil edib.

Hotellərin gəlirləri ən çox nömrə satışı və iaşə xidmətlərindən əldə olunub – müvafiq olaraq, 66% və 26%. Şamaxı və Lənkəran şəhərlərindən başqa digər şəhərlərdə yerləşən hotellərin otaq satışından əldə etdiyi gəlir, yekun gəlirin 53-88%-i arasında dəyişir. Qeyd olunan şəhərlər arasında yalnız Naftalan və Qəbələ müalicə xidmətlərindən nəzərəçarpan gəlir əldə edib ki, bu da müvafiq olaraq, yekun gəlirin 16% və 13%-ni təşkil edib.

According to the State Statistical Committee, the total revenue of hotels in Azerbaijan for 2019 showed a 25% increase compared to the previous year, totalling 450 million AZN. Baku accounted for 78% of the total revenue, followed by Gabala and Gusar – 7% and 4% of the total respectively. Hotels in Guba and Naftalan took 3% of total revenue each.

The main elements of hotels' revenue were room reservations and restaurants – 66% and 26% of total revenue respectively. Except Shamakhi and Lankaran, earnings obtained from room reservations ranged between 53% and 88% of total revenue. Only Naftalan and Gabala showed a noteworthy proportion of health services in hotels' revenue, with 16% and 13% respectively.

Qrafik 33: Şəhərlər üzrə hotellərin gəlirlərinin strukturu
 Figure 33: Revenue structure of hotels by city



Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee

Sorğu nəticələri

Survey Results



Ölkəni tərk edən turistlər arasında sorğu

Ölkəni tərk edən turistlər arasında sorğu Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi tərəfindən aparılmış və ölkəmizə səfər edən əcnəbi turistlər arasında potensial istirahət və işgüzar turizm məkanı kimi Azərbaycan haqqında fikirlərini öyrənməyə yönəldilmişdir.

Bu sorğunun keçirilməsinin məqsədi Azərbaycanın 12 əsas turizm bazarından gələn ziyarətçilər arasında Azərbaycanın turizm məkanı kimi təsəvvürlərini anlamaq idi. 2019-cu ildə gələn 3,2 milyon ziyarətçinin təxminən 2 milyonu və ya 63%-i bu 12 ölkədən gəlib: Rusiya, İran, Türkiyə, Səudiyyə Ərəbistanı, BƏƏ, Hindistan, Ukrayna, Qazaxıstan, Almaniya, Birləşmiş Krallıq, Çin və İsrail.

Heydər Əliyev Beynəlxalq Hava Limanında, dəmir yolu stansiyalarında və iki sərhəd keçid məntəqəsində 1601 müsahibə aparılıb. Respondentlərin seçilməsində sistemətik üsul istifadə edilərək üz-üzə (F2F) sorğu metodu tətbiq olunub.

Respondentlərin təxminən 46%-i Bakıdan kənar yerlərə səyahət edib; bu respondentlərin 32%-i regionlarda gecələyib, 14%-i isə birgünlük ziyarətçi olub. Ziyarət olunan bölgələr əsasən Qəbələ (61%) və Quba (37%) olmuşdur; digər ən çox ziyarət olunan regionlar isə Şəki, Qusar, Şamaxı, Gəncə və Naftalan şəhərləri olmuşdur. Tarixi məkanlar (70%), məşhur və qədimi tikililər (55%), ticarət mərkəzləri və restoranlar (45%) ən çox ziyarət edilən tarixi yerlərdir.

Respondentlərdən məhsul və xidmətlərin qiyməti və keyfiyyəti, xidmətin uyğunluğu, imkan və vəsaitlər, təhlükəsizlik, xoş münasibət və s. kimi bir sıra səyahət aspektləri ilə bağlı fikirləri soruşulub. Qiymətləndirmədə 5 ballıq Likert şkalasından istifadə olunub (1 – çox pis, 5 – çox yaxşı). Ən çox müsbət qiymətləndirilən səyahət aspektləri: "Şəxsi təhlükəsizlik və rahatlıq" (4,64), "Yerli camaatın xoş münasibəti" (4,53), "Ümumi yerli mətbəxdə keyfiyyət" (4,39) və "zəngin mədəniyyət / tarixi məkanlar" (4,35) olmuşdur. Reytingdə ən aşağı bal verilən faktorlar restoranların, yaşayış yerlərinin, suvenirlərin və hava yollarının xidmətlərinin qiymətləri olmuşdur.

Tourism Departure Survey (TDS)

The Tourism Departure Survey (TDS) was conducted by the State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan and focused on the tourism perceptions about Azerbaijan as a potential leisure and business tourism destination amongst individuals who have visited Azerbaijan.

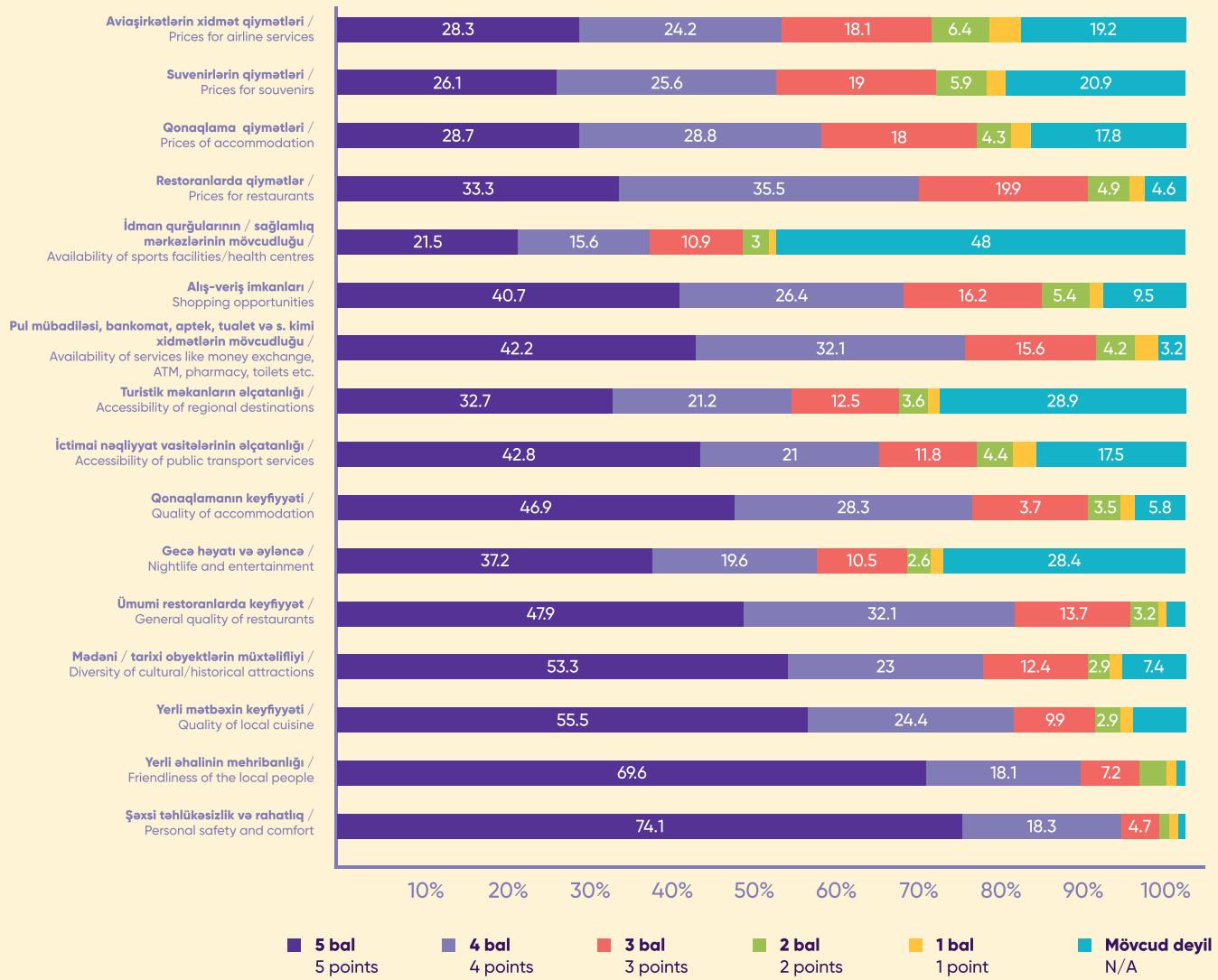
The purpose of the TDS was to understand the perceptions of Azerbaijan as a tourism destination amongst inbound visitors from 12 major tourism markets for Azerbaijan. About 2 million or 63% of the 3.2 million inbound visitors in 2019 came from these 12 countries: Russia, Iran, Turkey, Saudi Arabia, the United Arab Emirates, India, Ukraine, Kazakhstan, Germany, the United Kingdom, China, and Israel.

1 601 interviews were conducted at the Heydar Aliyev International Airport, railway stations and two border crossing points. Convenience sampling was used for selecting the respondents. The face-to-face (F2F) survey method was applied with respondents.

Nearly 46% of respondents travelled to places outside of Baku; 32% of respondents stayed overnight, whereas 14% were same-day visitors. The regions visited were mainly Gabala (61%) and Guba (37%); other regions of interest were Sheki, Gusar, Shamakhi, Ganja and Naftalan. Attractions of interest were historic sites, visited by 70%, famous and old buildings, visited by 55%, and shopping centres and restaurants, each visited by about 45%.

The respondents were asked in detail about their opinion on a number of travel aspects such as prices and quality of products and services, availability of services, facilities and opportunities, as well as safety, friendliness and others. A rating on a scale from 1 (least) to 5 (best) was to be given. The travel aspects which were most positively assessed were "personal safety and comfort" with a mean rating of 4.64, "friendliness of the local people" (4.53), "quality in general local cuisine" (4.39) and "diversity of cultural/historical attractions" (4.35). The lowest mean ratings were given to prices of restaurants, accommodation, souvenirs and airline services.

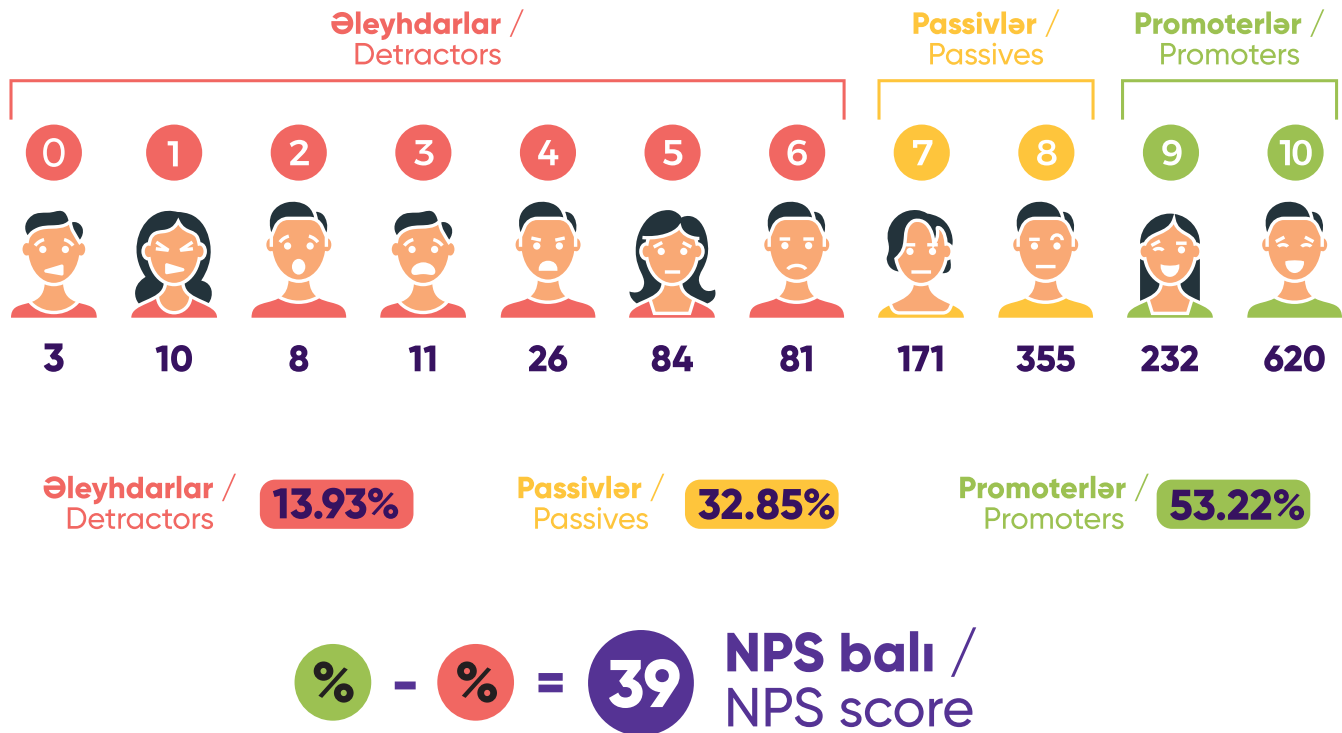
Qrafik 34: 5 ballıq şkala üzrə qiymətləndirmə
Figure 34: 5-point scale evaluation



NPS-i (Net Promoter Score) qiymətləndirmək üçün respondentlərdən dostlarını və həmkarlarını Azərbaycanı turistik bir məkan kimi tövsiyə edib-etməmələri istəndi. NPS balları üç növ respondentə – müsbət (9-10 bal), neytral (bal 7-8) və mənfi (hesab 1-6) rəy bildirənləri – əhatə edən 10 ballıq qiymətləndirmə metodudur. Bu indeks müştərilərin loyallığını müsbət və mənfi rəy bildirənlər arasındakı fərqi tapmaqla ölçməyə imkan verir. Respondentlər arasında 53,2% müsbət, 13,9% mənfi rəy verdiyini nəzərə alaraq NPS balı 39,3% təşkil edib. Neytral rəyi olan ziyarətçilər ümumi respondentlərin 32,9%-ni təşkil edib ki, bu da NPS balı hesablanarkən nəzərə alınmır. Bu göstərici ölkələr üzrə bir-birindən kifayət qədər fərqlənir; ən yüksək bal Qazaxıstan üçün (53,3%), ən aşağı bal isə iranlılar tərəfindən verilmişdir (20%).

In order to estimate the NPS (Net Promoter Score), respondents were asked whether they would recommend Azerbaijan as a tourist destination to their friends and colleagues. The NPS score is a 10-point evaluation, which includes three types of respondents: attractors (score of 9-10), neutral (score of 7-8) and detractors (score of 1-6). This index allows us to measure customer loyalty by finding the difference between attractors and detractors. Among the respondents, 53.2% were attractors while 13.9% were detractors. Visitors with a neutral opinion were 32.9% of total respondents. As a result, the recorded NPS turns out to be 39.3% for the whole sample population. The results for countries show quite substantial differences among indices for the various countries of residence; the highest score went to Kazakhstan (53.3%), while the lowest score was given by Iranians (20.0%).

Qrafik 35: NPS balı
Figure 35: NPS score



Destinasiya Menecmenti Təşkilatlarının (DMT) sorğusu

Destinasiya Menecmenti Təşkilatlarının (DMT) təsis olunduğu regionlara aparılan sorğu bu bölgələri ziyarət edən turist profilini öyrənmək və dörd ən yaxşı turizm bölgəsi ilə bağlı turistlərin məmnunluğunu ölçmək məqsədi daşıyır. Sorğu Quba, Lənkəran, Şəki və Gəncədəki DMT-lər ilə birlikdə aparılmış və alınan nəticələr həmin regionlarda turizm məhsulları və xidmətlərinin yaxşılaşdırılmasına dair strategiya formalaşdırılmasına kömək etmişdir.

Sorğu həm yerli (51%), həm də əcnəbi ziyarətçiləri (49%) əhatə edir; gələn ziyarətçilərin 30%-i Səudiyyə Ərəbistanından, 9%-i Rusiyadan, qalanları isə digər ölkələrin vətəndaşı olub.

Destination Management Organisations (DMO) Survey

The Destination Management Organisations (DMO) Survey aimed to provide information about tourism flows in the regions and to exhibit tourist perceptions of the top four tourism regions. The survey was conducted in cooperation with the DMOs in Guba, Lankaran, Sheki and Ganja and results allowed us to develop a strategy to improve the tourism products in these regions.

The survey covers both domestic (51%) and inbound visitors (49%); 30% of inbound visitors interviewed were resident in Saudi Arabia, 9% in Russia, and the rest in many other countries.

Cədvəl 14: Mühüm turizm məkanları və məşğuliyyətləri
Table 14: Main tourist attractions and activities

Regionlar Regions	Ən çox ziyarət olunan yerlər Main tourist attractions	Turistlərin əsas məşğuliyyətləri Main touristic activities
Quba Guba	Qəçrəş meşəsi / Gachrash forest Təngəaltı kəndi / Tanga Altı village Afurca şalaləsi / Afurja waterfall Çənlibel gölü / Chenlibel lake Xınalıq kəndi / Khinalig village	Kafe, restoran / Cafés, restaurants Piknik / Picnicking Yerli mətbəx / Enjoying local cuisine Gəzinti / Hiking, walking
Lənkəran Lankaran	Lənkəran çimərliyi / Lankaran beach Xanbulançay gölü / Khanbulanchay lake Həzi Aslanov muzeyi / Hazi Aslanov museum Hirkan Milli Parkı / Hirkan National Park İbadi termal bulaqlar / Ibadi thermal springs	Üzgüçülük / Swimming Gəzinti / Hiking, walking Alış-veriş / Shopping Yerli mətbəx / Enjoying local cuisine
Şəki Sheki	Şəki Xan Sarayı / Sheki Khans' Palace Karvansaray / Caravansarai Kiş Alban məbədi / Kish Albanian church ABAD keramika mərkəzi / ABAD ceramic art centre	Mədəni turlar / Cultural tours Yerli mətbəx / Enjoying local cuisine Gəzinti / Hiking, walking Kafe, restoran / Cafés, restaurants
Gəncə Ganja	Göygöl / Goygol lake Maralgöl / Maralgol lake Xan Bağı / Khan Baghi park Gəncə Mall / Ganja Mall	Gəzinti / Hiking, walking Kafe, restoran / Cafés, restaurants Yerli mətbəx / Enjoying local cuisine Piknik / Picnicking

Cədvəl 14-də DMT regionlarındakı əsas turizm məkanları və fəaliyyət növləri göstərilir. Qubadakı aparıcı turizm məkanları və fəaliyyət növlərinə əsasən yerli qonaqlar tərəfindən üstünlük verilir. Lənkəranda dənizkənarı əraziyə həm xarici, həm də yerli turistlər üstünlük verir, digər yerlər isə əsasən yerli qonaqlar tərəfindən ziyarət olunur. YUNESKO-nun Ümumdünya İrsi siyahısına salınmış Şəki Xan Sarayı həm yerli, həm də xarici qonaqların ziyarət etdiyi ən məşhur turizm məkandır. Üstəlik, Şəkiddə ən çox ziyarət edilən yerlərə karvansaray və Kiş məbədi daxildir. Gəncədə Göygöl əsasən yerli qonaqlar tərəfindən ziyarət olunur, "Gəncə Mall" ticarət mərkəzi xarici turistlər arasında daha məşhurdur.

Table 14 shows the main tourist attractions and activities in the DMO regions. The main tourist attractions and activities in Guba are mostly preferred by domestic visitors. In Lankaran, the seaside area is preferred by both foreign and domestic tourists, while the others are mostly visited by local visitors. The Sheki Khans' Palace, which is on the list of UNESCO World Heritage, is the most famous tourist attraction both for domestic and foreign visitors. Moreover, the Caravanserai and Kish Albanian church are among the most popular places to visit in Sheki. In Ganja, Goygol lake is mostly visited by domestic visitors, while Ganja Mall is more popular among foreign tourists.



Faktorların vaciblik dərəcəsi və hazırkı vəziyyətinin qiymətləndirilməsi – qəp analiz

Müsahibə zamanı turistlərdən müxtəlif faktorların qiymətləndirilməsi xahiş olunub.

- A. Turistə yardım
- B. Turizm infrastrukturunu
- C. Destinasiyanın və turistik məkanların keyfiyyəti
- D. Əyləncə
- E. Yerləşdirmə

Hər bir faktor 2 fərqli istiqamətdə 5 ballıq Likert şkalası metodundan istifadə edilərək qiymətləndirilmişdir:

- 1. Vaciblik
- 2. Hazırkı vəziyyət

Hazırkı vəziyyət ilə vaciblik arasındakı fərq qəp analizinin nəticəsini göstərir. Vacibliyin hazırkı vəziyyətdən daha çox olması həmin faktorun təkmilləşdirməyə daha çox ehtiyac duyulduğunu göstərir.

Evaluation of importance and experienced performance – gap analysis

During the interviews, respondents were asked to assess various factors relating to:

- A. tourist assistance
- B. tourism infrastructure
- C. attractions and destination quality
- D. entertainment
- E. accommodation

For each one, the respondent was asked to state, on a five-point scale:

- 1. their assessment of the importance
- 2. how it was experienced during the trip

The discrepancy between the rating of the experienced performance and the attributed importance can be seen as a measure of how much expectations were not fulfilled, and to what extent improvement is needed.

Cədvəl 15: Turistə yardım faktorları üzrə qəp analiz
Table 15: Gap analysis of tourism assistance factors

	Faktorlar Factors	Lənkəran Lankaran	Guba Guba	Gəncə Ganja	Şəki Sheki
Vaciblik Importance	Turizm İnformasiya Mərkəzi Tourism Information Centre	4.26	4.20	4.16	4.00
Məmnunluq Satisfaction		3.94	4.07	3.71	4.02
Qəp Gap		-0.32	-0.13	-0.45	0.02
Vaciblik Importance	Yol nişanları Roadside signs	4.37	4.48	4.57	4.14
Məmnunluq Satisfaction		3.86	4.04	3.97	3.82
Qəp Gap		-0.51	-0.44	-0.60	-0.32
Vaciblik Importance	İctimai nəqliyyatın təşkili Organisation of public transportation	4.29	4.31	4.39	4.22
Məmnunluq Satisfaction		3.68	3.96	3.59	3.78
Qəp Gap		-0.61	-0.35	-0.80	-0.45

Cədvəl 16: Destinasiya faktorları üzrə qəp analiz
Table 16: Gap analysis of attraction / destination factors

	Faktorlar Factors	Lənkəran Lankaran	Quba Guba	Gəncə Ganja	Şəki Sheki
Vaciblik Importance	Mədəni və tarixi məkanlar Cultural & historical attractions	4.51	4.37	4.64	4.61
Məmnunluq Satisfaction		4.11	4.16	4.33	4.57
Qəp Gap		-0.41	-0.21	-0.31	-0.03
Vaciblik Importance	Kənd həyatı Village life experience	3.94	4.13	4.25	4.18
Məmnunluq Satisfaction		4.09	4.22	4.04	4.23
Qəp Gap		0.14	0.09	-0.21	0.04
Vaciblik Importance	Regionun təmizliyi Overall cleanliness of the destination	4.62	4.67	4.66	4.36
Məmnunluq Satisfaction		3.96	4.08	4.15	4.23
Qəp Gap		-0.67	-0.59	-0.51	-0.12
Vaciblik Importance	Yeməklərin keyfiyyəti və təmizliyi Quality and hygiene of eateries	4.78	4.64	4.66	4.52
Məmnunluq Satisfaction		4.43	4.12	4.26	4.35
Qəp Gap		-0.34	-0.52	-0.40	-0.18
Vaciblik Importance	Yerləşdirmə vasitələrinin mövcudluğu Availability of accommodation	4.54	4.57	4.54	4.51
Məmnunluq Satisfaction		4.19	4.20	3.97	4.35
Qəp Gap		-0.35	-0.37	-0.58	-0.16
Vaciblik Importance	İstirahət imkanları Opportunities for rest & relaxation	4.74	4.64	4.60	4.37
Məmnunluq Satisfaction		4.24	4.25	4.09	4.28
Qəp Gap		-0.50	-0.39	-0.51	-0.09
Vaciblik Importance	Yerli mətbəx Local cuisine	4.75	4.49	4.66	4.56
Məmnunluq Satisfaction		4.70	4.20	4.42	4.41
Qəp Gap		-0.05	-0.30	-0.24	-0.15
Vaciblik Importance	Alış-veriş imkanları Possibilities for shopping	4.40	4.17	4.14	3.72
Məmnunluq Satisfaction		3.77	3.40	3.73	3.66
Qəp Gap		-0.63	-0.77	-0.41	-0.06

Cədvəl 17: İnfrastruktur faktorları üzrə qəp analiz
Table 17: Gap analysis of infrastructure factors

	Faktorlar Factors	Lənkəran Lankaran	Quba Guba	Gəncə Ganja	Şəki Sheki
Vaciblik Importance	Təhlükəsizlik və mühafizə Personal safety and security	4.72	4.72	4.70	4.72
Məmnunluq Satisfaction		4.43	4.52	4.37	4.67
Qəp Gap		-0.28	-0.20	-0.33	-0.05
Vaciblik Importance	Telekommunikasiya Telecommunications coverage	4.63	4.54	4.57	4.31
Məmnunluq Satisfaction		3.83	3.89	3.78	3.94
Qəp Gap		-0.80	-0.65	-0.78	-0.37
Vaciblik Importance	Bankomatlar ATMs	4.40	4.39	4.55	4.27
Məmnunluq Satisfaction		3.96	3.84	3.99	3.99
Qəp Gap		-0.44	-0.56	-0.56	-0.29

15-19 nömrəli cədvəllər DMT regionlarında müxtəlif faktorlar üzrə qəp analiz nəticələrini göstərir. Cədvəllərə əsasən Lənkərandə ən böyük qəp gecə həyatı və əyləncə, mobil şəbəkə əhatə dairəsi, gigiyena, alış-veriş imkanları və ictimai nəqliyyat kimi faktorlarda qeydə alınıb. Qubada təkmilləşdirilməsi daha vacib olan faktorlara alış-veriş imkanları, yerləşdirmə vasitələrinin yüksək qiymətləri, mobil şəbəkə əhatə dairəsi, müştəri xidmətləri və təmizlik səviyyəsi daxildir. Gəncədə ən böyük qəpin müşahidə olunduğu faktorlar gecə həyatı və əyləncə, ictimai nəqliyyatın təşkili, sağlamlıq xidmətləri, mobil şəbəkə əhatə dairəsi və yerləşdirmə vasitələrinin yüksək qiymətləridir. Şəkiddə isə ictimai nəqliyyatın təşkili, gecə həyatı və əyləncə, mobil şəbəkə əhatə dairəsi, gigiyena və yol işarələri kimi faktorların təkmilləşdirilməsinə ehtiyac duyulur. Yekun olaraq, Şəki və Lənkərandə təhlil olunan faktorlar üzrə daha az qəp qeydə alınıb.

Tables 15-19 show the gap analysis results of several factors for the DMO regions. Based on the tables, the largest gap for Lankaran is observed for nightlife and entertainment, telecommunications coverage, hygiene and overall cleanliness, the possibilities for shopping, and the organisation of public transport. Priority factors that need to be improved in Guba are possibilities for shopping, the high prices of accommodation, telecommunications coverage, customer services, and overall cleanliness of the destination. Ganja needs improvements on factors such as nightlife and entertainment, the organisation of public transport, wellness and spa services, telecommunications coverage and the high prices of accommodation. In Sheki, it is necessary to improve the organisation of public transport, nightlife and entertainment, telecommunications coverage, hygiene and roadside signs. Overall, Sheki and Lankaran experience a much smaller gap compared to Guba and Ganja.

Cədvəl 18: Yerləşdirmə faktorları üzrə qəp analiz
Table 18: Gap analysis of accommodation factors

	Faktorlar Factors	Lənkəran Lankaran	Quba Guba	Gəncə Ganja	Şəki Sheki
Vaciblik Importance	Gigiyena Hygiene	4.71	4.63	4.72	4.44
Məmnunluq Satisfaction		3.99	4.16	4.14	4.13
Qəp Gap		-0.72	-0.47	-0.58	-0.31
Vaciblik Importance	Müştəri xidməti Customer service	4.66	4.64	4.63	4.29
Məmnunluq Satisfaction		4.12	4.09	3.99	4.17
Qəp Gap		-0.54	-0.56	-0.64	-0.12
Vaciblik Importance	Turistlər üçün gündəlik məşğuliyyətlərin olması Daily activities	4.46	4.43	4.53	4.33
Məmnunluq Satisfaction		3.93	4.05	3.91	4.05
Qəp Gap		-0.53	-0.37	-0.62	-0.29
Vaciblik Importance	Qida Meals	4.67	4.40	4.67	4.41
Məmnunluq Satisfaction		4.58	4.14	4.38	4.31
Qəp Gap		-0.08	-0.26	-0.29	-0.11
Vaciblik Importance	Münasib qiymətlər Affordable price	4.60	4.54	4.51	4.34
Məmnunluq Satisfaction		4.07	3.89	3.81	4.10
Qəp Gap		-0.52	-0.65	-0.70	-0.24

Cədvəl 19: Əyləncə faktorları üzrə qəp analiz
Table 19: Gap analysis of entertainment factors

	Faktorlar Factors	Lənkəran Lankaran	Quba Guba	Gəncə Ganja	Şəki Sheki
Vaciblik Importance	Gecə həyatı və əyləncə Nightlife and entertainment	3.64	3.73	3.72	3.46
Məmnunluq Satisfaction		2.70	3.64	2.73	3.04
Qəp Gap		-0.94	-0.09	-0.99	-0.42
Vaciblik Importance	Sağlamlıq Wellness and spas	4.23	4.15	4.26	3.55
Məmnunluq Satisfaction		3.72	3.90	3.53	3.53
Qəp Gap		-0.51	-0.25	-0.73	-0.02

ASAN sorgu nəticələri

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyi (VXSİDA) Azərbaycana səfər edən xarici ziyarətçilər arasında onlayn sorgu keçirir. VXSİDA ilə əməkdaşlıq çərçivəsində elektron viza ilə Azərbaycana gələn əcnəbi qonaqlar arasında aparılan sorgu nəticələri Dövlət Turizm Agentliyi tərəfindən təhlil edilib. Təhlil bir neçə faktorun qiymətləndirilməsi əsasında aparılmışdır:

- A. nəqliyyat infrastrukturu
- B. mehmanxana infrastrukturu
- C. restoran və qida infrastrukturu
- D. muzey və tarixi abidələr infrastrukturu
- E. naviqasiya infrastrukturu
- F. yerli vətəndaşların əcnəbilərə münasibəti
- G. elektron viza sisteminin istifadəsi.

Anket sorğularında elektron viza istifadəçilərinin 97%-i olmaqla, təxminən 24,6 min nəfər iştirak edib. Sorğuda fəal iştirak edən turistlər əsasən Avropa və Amerika ölkələri (12-15%), Hindistan (16,7%) və Pakistandan (20%) gələnlərdən ibarət olub. Yaxın Şərq ölkələrindən gələn qonaqların anketlərdə iştirakı yalnız 5% təşkil edir; eynilə Çin, Yaponiya, Türkiyənin də sorğuda iştirak səviyyəsi aşağıdır.

Qrafik 36 elektron viza istifadəçiləri tərəfindən verilən 5 ballıq qiymətləndirmə nəticələrini (1 – ən aşağı, 5 – ən yüksək) göstərir. Respondentlərin əksəriyyəti elektron viza sisteminin istifadəçi üçün uyğunluğu və yerli vətəndaşların xarici vətəndaşlara münasibətini müvafiq olaraq 79% və 69% olmaqla ən yüksək qiymətləndiriblər. Mehmanxanalar, qidalanma və muzeylərdəki qiymətləndirmə nəticələri də oxşardır: respondentlərin 50%-dən çoxu 5 balla qiymətləndirib. Digər tərəfdən nəqliyyat və naviqasiya infrastrukturu digər amillərlə müqayisədə daha aşağı bal alıb; müvafiq olaraq, respondentlərin yalnız 45% və 39%-i 5 balla qiymətləndirib.

ASAN Survey Results

The State Agency for Public Service and Social Innovation under the President of the Republic of Azerbaijan (SAPSSI) conducted an online survey among foreign travellers using e-visas for visiting Azerbaijan. In cooperation with SAPSSI, the State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan analysed the survey results to evaluate various tourism-related factors in Azerbaijan:

- A. transport/transfer infrastructure
- B. hotel/hospitality infrastructure
- C. restaurant/food infrastructure
- D. museum/historical monuments infrastructure
- E. navigation infrastructure
- F. local attitudes towards foreigners
- G. user-friendliness of the e-visa system

The response rate on questionnaires was about 97%, totalling 24.6 thousand responses, which varied considerably among countries. Among visitors of European and American countries, between 12% and 15% responded; high response rates were observed for India and Pakistan with 16,7% and 20% respectively. The response rates of visitors from the Middle East countries was about 5% only; similarly low were the rates for China, Japan, and Turkey.

Figure 36 shows the results of the 5-point evaluation (1 being the lowest, 5 the highest) provided by e-visa users. A substantial portion of the respondents rated highly the friendliness of locals and their attitude towards foreigners – 79% and 69% respectively. The evaluation's results on hotels, food and beverages and museums were similar, with 5 points given by more than 50% of respondents. On the other hand, transport and navigation infrastructure received relatively lower scores compared to other factors: only 45% and 39% gave 5 points respectively.

Qrafik 36: ASAN Sorğu nəticələri
Figure 36: ASAN Survey results



Mənbə: ASAN (2019) / **Source:** ASAN (2019)

Elektron viza istifadəçilərinin şərhləri əsasında Dövlət Turizm Agentliyinin Statistika və Tədqiqat sektoru mətn təhlili apararaq söz buludu (word cloud) hazırlayıb. Qrafik 37-də söz buludu Azərbaycan haqqında turistlərin ümumi fikrini formalaşdırır. Buradakı açar sözlərin ölçüsü həmin şərhlərin tezliyi ilə mütənasibdir. Qrafik 37-də təsvir olunduğu kimi, Azərbaycan turistlər arasında zəngin turistik məkanları olan və əcnəbilərə yaxşı münasibət bəslənilən yer kimi çox məşhurdur. Üstəlik, əcnəbi qonaqlar Azərbaycanı təhlükəsiz ölkə hesab edirlər. Digər tərəfdən, turistlərin bir hissəsi bahalı uçuşlar, birbaşa uçuşların mümkün olmaması, nəqliyyat infrastrukturunun zəif olması və xarici dil maneələrinin olmasından şikayətlənirlər.

Based on the comments provided by e-visa users, the State Tourism Agency produced a word cloud by conducting text analysis. The word cloud in Figure 37 provides the general perception of tourists about Azerbaijan, where the size of keywords correlates to the frequency of comments. As described in Figure 37, Azerbaijan is mostly popular among tourists as a nice place with rich attractions and a good attitude towards foreigners. Moreover, foreign visitors also consider Azerbaijan a safe country. On the other hand, a portion of tourists complained about expensive flights, the unavailability of direct flights, poor transport infrastructure and language barriers.

Qrafik 37: ASAN Sorğu nəticələri
Figure 37: ASAN Survey results – word cloud



Mənbə: ASAN (2019) / **Sənə:** ASAN (2019)



Turizm sektorunun iqtisadi təsiri

Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai işə sahəsində yaradılan əlavə dəyərin dinamikasında davamlı artım müşahidə olunmuş və bu göstərici 2019-cu ildə 6,4% təşkil etmişdir. 2019-cu ildə turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai işə sahəsində əlavə dəyər istehsalı 1,97 milyard manat (və ya 1,16 milyard ABŞ dolları) təşkil etmişdir. Turizm sektorunun bir hissəsi olan bu sahənin iqtisadiyyatda xüsusi çəkisi 2,4% təşkil etmişdir. 2019-cu ildə turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai işə sahəsində əsas kapitalla, ümumilikdə 59,3 milyon manat investisiya qoyulmuş, ölkə üzrə əsas kapitalla yönəldilən ümumi vəsaitin 0,3%-i bu sahənin payına düşmüşdür. Bu sahədə investisiya qoyuluşu bütövlükdə daxili mənbələr hesabına formalaşmışdır. 2015-2018-ci illər ərzində turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai işə sahəsində əsas kapitalla, ümumilikdə 914,7 mln. manat investisiya yatırılmışdır. Qoyulan investisiyanın 65,8%-i və ya 602,2 mln. manatı yerləşdirmə obyektlərində xidmətlərin göstərilməsi, 34,2%-i və ya 312,5 mln. manatı isə ictimai işə xidmətlərinin göstərilməsi sahələrinə yönəldilmişdir.

Ötən illə müqayisədə, 2019-cu ildə turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai işə sahəsində məşğul olan əhəlinin sayı 3% artaraq, 80,5 min nəfərə çatıb. Bu göstərici ölkədəki cəmi məşğulluğun 1,6%-ni təşkil edir. Onlardan 27,6 min nəfər əmək müqaviləsi ilə çalışanlardır ki, bu da cəmi mizdla çalışanların 1,7%-ni təşkil edir. Azərbaycanda turizm xidmətləri üzrə saldo 331,7 milyon ABŞ dollarına bərabər olmuşdur.

Economic Impact of Tourism

A growth of 6.4% was observed in the value added of the accommodation and food and beverages sectors in 2019. The total of value added in the accommodation and food and beverages sectors reached 1.97 billion AZN (or 1.16 billion USD) in 2019, or nearly 2.4% of total GDP. Capital investment in the accommodation and food and beverages sectors in 2019 was about 59.3 million AZN, or nearly 0.3% of total capital investment in Azerbaijan. During 2015-2018, the total amount of capital investment in the accommodation and food and beverages sectors was 914.7 million AZN, with shares of 65.8% (602.2 mln AZN) and 34.2% (312.5 mln AZN) of total investment respectively.

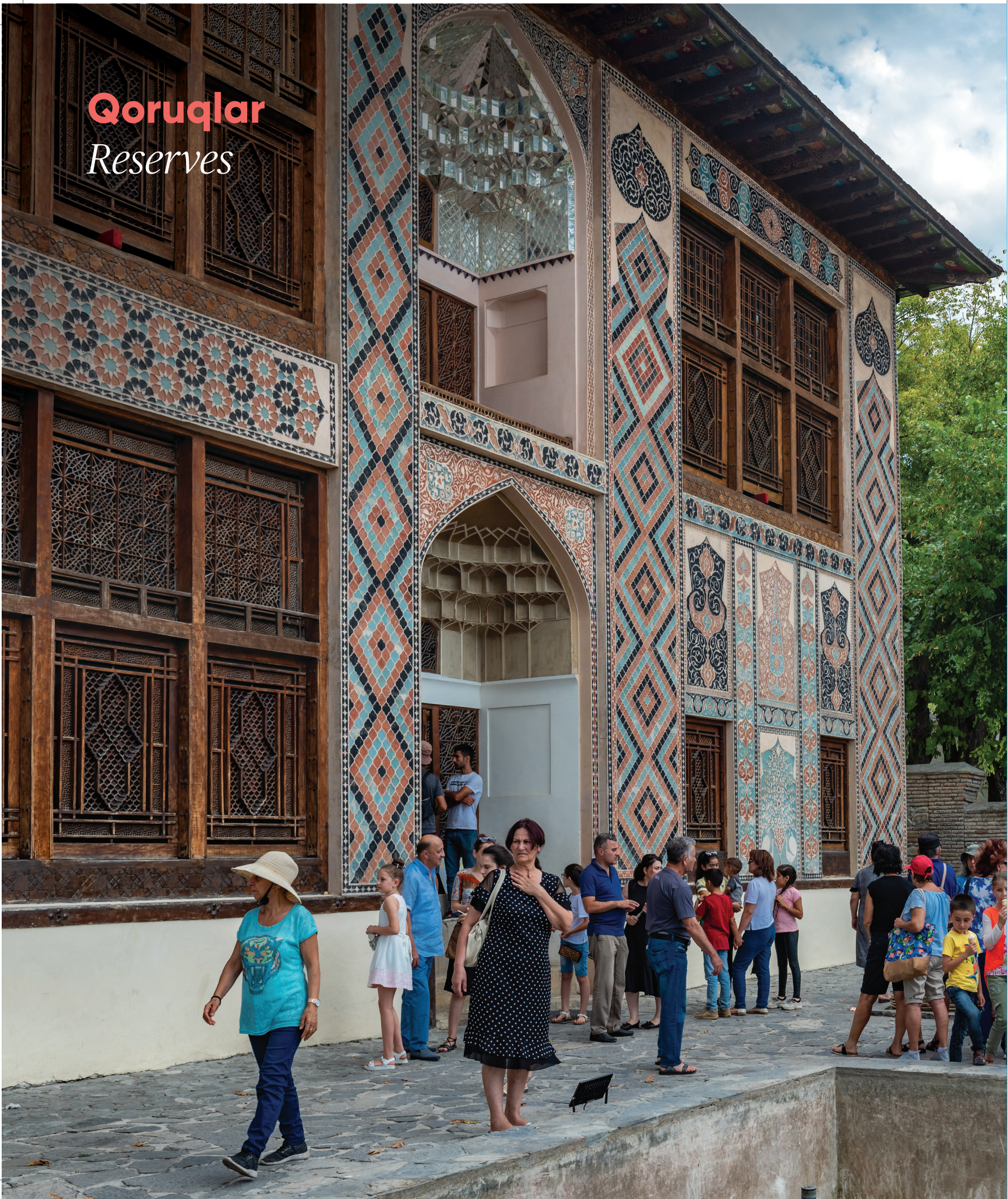
Compared to the previous year, in 2019 the total number of employed people increased by 3%, totalling 80.5 thousand. This indicator was about 1.6% of total employment in Azerbaijan. Among them 27.6 thousand people worked according to labour contracts, which comprised 1.7% of total labour contract employment in the country. Azerbaijan had a net balance of \$331.7 mln USD in relation to tourism services.

Cədvəl 20: Turizmin iqtisadiyata təsiri
Table 20: Economic impact of tourism

Göstərici adı Indicator	2015	2016	2017	2018	2019
Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə sahəsində yaradılmış əlavə dəyər, cari qiymətlərlə, mln. manat Amount of value added of accommodation and food & beverages (mln AZN)	1312.8	1424.1	1664.8	1834.2	1976.7
Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə sahəsində yaradılmış əlavə dəyərin ÜDM-də xüsusi çəkisi, faizlə Value added of accommodation and food & beverages, share of GDP (%)	2.4	2.4	2.4	2.3	2.4
Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə sahəsində yaradılmış əlavə dəyərin əvvəlki illə müqayisədə artım tempi, faizlə Growth rate of value added from accommodation and food & beverages (%)	14.0	2.1	6.9	7.6	6.4
Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə sahəsində məşğul əhəlinin sayı, min nəfər Total employment in accommodation and food & beverages sectors (thousands of people)	61.5	68.4	73.5	78.2	80.5
Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə sahəsində məşğulluğun cəmi məşğulluqda xüsusi çəkisi, faizlə Share of employment in accommodation and food & beverages sector in total employment (percent)	1.3	1.4	1.5	1.6	1.6
Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə sahəsində muzdlə (əmək müqaviləsilə) çalışanların sayı, min nəfər Employment (with labour contract) in accommodation and food & beverages sector (thousands of people)	21.8	22.9	22.8	23.4	27.6
Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə sahəsində muzdlə çalışanların cəmi muzdlə çalışanlarda xüsusi çəkisi, faiz Share of contractual employment in accommodation and food & beverages sector in total contractual employment (%)	1.5	1.5	1.5	1.5	1.7
Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə sahəsində əsas kapitalla investisiya qoyuluşu, mln. manat Capital investment in accommodation and food & beverages sector (mln AZN)	442.9	86.5	215.5	169.8	59.3
Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin sayı, vahid Number of hotels and similar establishments	536	548	563	596	642
Turizm xidmətləri üzrə saldo, mln. ABŞ dolları Balance of tourism services (mln USD)	-293.6	219.4	353.4	349.8	331.7
Vergi öhdəlikləri üzrə ödənişlər, mln. manat Tax payments (mln AZN)	25.9	47.5	47.5	54.5	76.3

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / Source: State Statistical Committee

Qoruqlar
Reserves



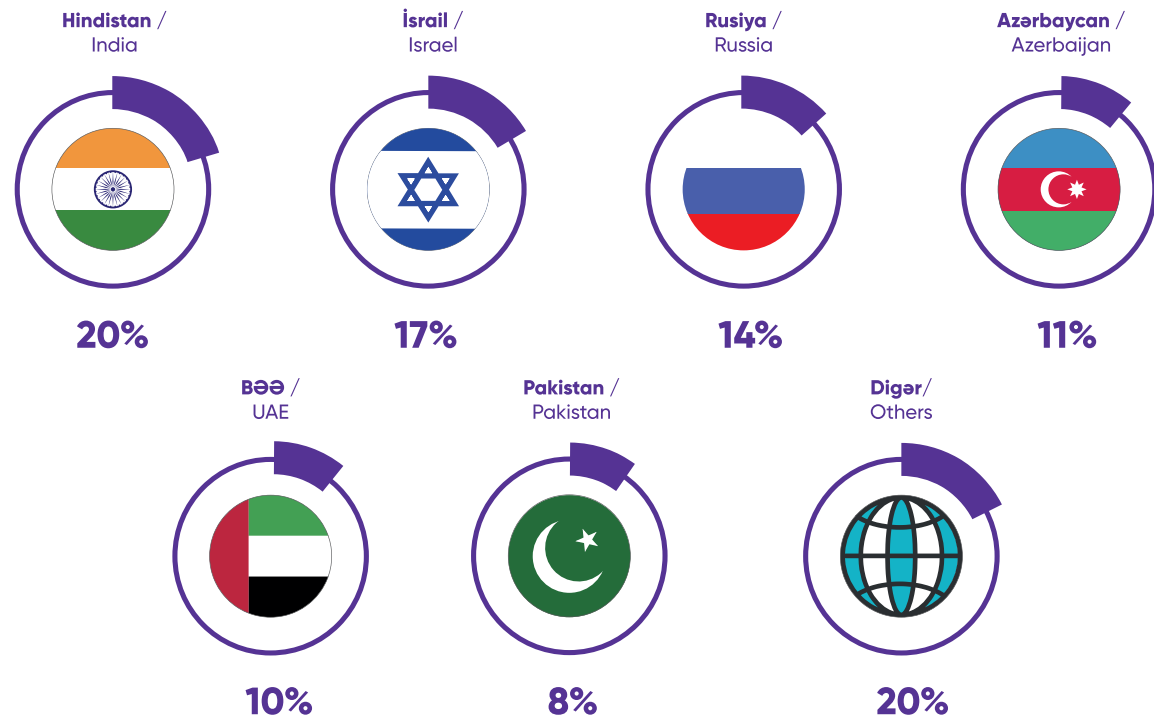
Qoruqların İdarəedilməsi Mərkəzi Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 20 dekabr 2018-ci il tarixli 417 nömrəli sərəncamı ilə Dövlət Turizm Agentliyinin nəzdində yaradılan publik-hüquqi şəxsdir. Qoruqların İdarəedilməsi Mərkəzinə Yanardağ (mədəni və təbiət), Atəşgah Məbədi (memarlıq), Basqal (mədəni), Xinalıq (arxitektura və etnoqrafiya), Lahıc (tarixi və mədəni), Yuxarı Baş (tarixi və memarlıq) və Kiş (tarixi və memarlıq) qoruqları daxildir. Atəşgah məbədi ən məşhur qoruqlardan biridir. 2019-cu ildə təxminən 186 min nəfər bu məbədi ziyarət edib. Bunun ardınca, 2019-cu ildə müvafiq olaraq 174 min və 121 min ziyarətçisi olan Yanardağ və Yuxarı Baş qoruqları yer alır. İyun ayında Atəşgah və Yuxarı Başa gələn ziyarətçilərin sayı ən yüksək həddə – müvafiq olaraq, 23 min və 24 min nəfərə çatıb. Yanardağ üçün yüksək mövsüm iyul ayında – 25 min nəfər ziyarətçi olmaqla qeydə alınıb.

The Reserves Management Centre is a public legal entity established under the State Tourism Agency by decree number 417 of the President of the Republic of Azerbaijan on December 20th, 2018. The Reserves Management Centre is responsible for 7 reserves such as Yanardag (cultural and nature), the Ateshgah temple (architectural), Basgal (cultural), Khinalig (architectural and ethnographic), Lahij (historical and cultural), Yukhari Bash (historical and architectural) and Kish (historical and architectural). Among them the Ateshgah temple is the most popular one, with nearly 186 thousand visitors in 2019. This was followed by Yanardag and Yukhari Bash, with nearly 174 thousand and 121 thousand visitors in 2019 respectively. The number of visitors to Ateshgah and Yukhari Bash reached a peak in June, totalling 23 thousand and 24 thousand people respectively. The high season for Yanardag was observed in July, with 25 thousand visitors in total.





Qrafik 38: Atəşgah məbədinin ziyarətçiləri (2019)
Figure 38: Visitors to Ateshgah temple 2019



Mənbə: Qoruqların İdarəedilməsi Mərkəzi / **Source:** Reserve Management Centre

Atəşgah tək yerli ziyarətçilər arasında deyil, həm də əcnəbi turistlər arasında ən məşhur qoruqdur. Qoruğu ziyarət edənlər arasında Hindistan, İsrail və Rusiyadan gələn turistlər üstünlük təşkil edirlər. Bu ölkələrdən gələnlərin sayı ümumi ziyarətçilərin 51%-ni təşkil edir. Bunlardan əlavə BƏƏ (10%) və Pakistandan (8%) gələn turistlər məbədi ziyarət edənlər arasında kifayət qədərdir. Yerli ziyarətçilərin sayı isə bütün ziyarətçilərin yalnız 11%-ni təşkil edib.

Ateshgah was the most popular reserve not only among domestic visitors, but also international tourists. The temple was mostly visited by tourists from India, Israel and Russia who together comprised 51% of total visitors. This was followed by visitors from the UAE and Pakistan, comprising nearly 10% and 8% of the total respectively. Domestic visitors appeared to comprise only 11% of total visits.



Abbreviaturalar

AZN	Azərbaycan manatı
BƏƏ	Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri
DMT	Destinasiya Menecmenti Təşkilatı
DSK	Dövlət Statistika Komitəsi
DSX	Dövlət Sərhəd Xidməti
DTA	Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi
ÜDM	Ümumi daxili məhsul
YUNESKO	Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Elm, Təhsil və Mədəniyyət Təşkilatı
VXSİDA (ASAN)	Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyi

Abbreviations

AZN	Azerbaijan manat
DMO	Destination Management Organisation
GDP	Gross domestic product
SAPSSI (ASAN)	The State Agency for Public Service and Social Innovation under the President of the Republic of Azerbaijan
SBS	State Border Service
SSC	State Statistical Committee
STA	State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan
TDS	Tourism Departure Survey
UAE	United Arab Emirates
UK	United Kingdom
UNESCO	The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation
USD	United States dollar
VFR	Visiting friends and relatives

Təriflər

Fəaliyyət – Turizm statistikasında fəaliyyət termini, istehlakçı qismində səyahətə hazırlaşma və səyahət zamanı insanların hərəkət və davranışlarına aiddir (IRTS 2008, para. 1.2).

Birləşdirilmiş məlumatlar – Vahid səviyyəli məlumatların əhalinin bir qrup xüsusiyyətlərinə görə kəmiyyət ölçmələrinə çevrilməsinin nəticəsidir.

Destinasiya (səyahətin əsas məkanı) – Destinasiya səfərin qəbul edilməsi üçün əsas olan ziyarət yeri olaraq müəyyənləşdirilir (IRTS 2008, paraqraf 2.31).

Daxili turizm – Azərbaycan Respublikasında yaşayan vətəndaşların və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin Azərbaycan Respublikasının hüdudları daxilində səyahətidir.

Daxili turizm xərcləri – Ölkə daxilində bir rezidentin turizm xərcləri (IRTS 2008, paraqraf 4.15 (a)).

Daxili turizm səfəri – Turistin başlıca səfər obyektinə ölkə daxilində yerləşir (IRTS 2008, paraqraf 2.32).

Yerli qonaq – Yaşadığı ölkəni gəzir və onun fəaliyyəti daxili turizmin bir hissəsidir.

Gəlmə turizmi – Azərbaycan Respublikasında yaşamayan vətəndaşlar və vətəndaşlığı olmayan şəxslər tərəfindən Azərbaycan Respublikasına edilən səyahətlərdir.

Gəlmə turizmi üzrə xərcləmələr – Qeyri-rezidentlərin istinad olunan ölkənin iqtisadiyyatı daxilindəki turizm xərcləridir (IRTS 2008, paraqraf 4.15 (b)).

NPS balı – Müsbət (9-10 bal), neytral (7-8 bal) və mənfi rəy verənlər (1-6 bal) olmaqla 10 ballıq qiymətləndirmə sistemidir. Bu indeks ziyarətçilərin loyallıq dərəcəsini müsbət və mənfi rəy verənlər arasında fərqi tapmaq üçün ölçməyə imkan verir.

Getmə turizmi – Azərbaycan Respublikasında yaşayan vətəndaşların və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin başqa ölkəyə səyahətləridir.

Getmə turizmi üzrə xərcləmələr – Azərbaycan Respublikasında yaşayan vətəndaşların və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin başqa ölkədə turizm xərcləmələridir.

Birgünlük ziyarətçi (və ya ekskursiyaçı) – Səfəri zamanı gecələməyən ziyarətçidir (24 saatadək).

Nümunə – Müəyyən seçmə ehtimalı olan bir proses əsasında elementlərin seçildiyi bir çərçivənin alt hissəsidir.

Nümunə anketi – Nümunə metodundan istifadə etməklə aparılan sorğudur.

Turizm xərcləri – Turizm xərcləri dedikdə, turizm səfərləri üçün və səfər müddətində şəxsi istifadə və ya digərlərinə vermək üçün istehlak mallarının və xidmətlərinin, habelə qiymətli əşyaların alınması üçün ödənilən məbləğ başa düşülür. Burada ziyarətçilərin özlərinin çəkdiyi xərcləri, eləcə də digərləri tərəfindən ödənilən və ya geri qaytarılan xərclər əhatə edilir (IRTS 2008, paraqraf 4.2).

Turist (və ya gecələyən ziyarətçi) – Səfəri zamanı gecələyən ziyarətçidir.

Səyahətçi – Müxtəlif coğrafi məkanlar arasında hər hansı bir məqsəd və istənilən müddət üçün hərəkət edən şəxsdir (IRTS 2008, paraqraf 2.4).

Səfər – Səfər dedikdə, bir insanın adi yaşayış yerindən yola düşdüyü və qayıdana qədər etdiyi səyahət nəzərdə tutulur.

Ziyarətçi – Adət etdiyi mühtidən kənarda bir ildən az müddətdə ziyarət edilən ölkə və regionun yerli müəssisəsi tərəfindən işlə təminatdan başqa hər hansı digər başlıca məqsəd ilə (işgüzar, istirahət və ya digər şəxsi məqsədlər) əsas destinasiyaya səyahət edən səyahətçidir (IRTS 2008, paraqraf 2.9). Ziyarətçi (daxili, gələn və ya xaricə gedən), gecələyən (səfərə gecələmək daxildirsə) və ya birgünlük ziyarətçi və ya ekskursionist (səfərə gecələmək daxil deyilsə) olmaqla iki hissəyə bölünür (IRTS 2008, paraqraf 2.13).

Definitions

Activity/activities – In tourism statistics, the term 'activities' refers to the actions and behaviours of people in preparation for and during a trip in their capacity as consumers (IRTS 2008, para. 1.2).

Aggregated data – The result of transforming unit-level data into quantitative measures for a set of characteristics of a population.

Destination (main destination of a trip) – The main destination of a tourist trip is defined as a place visited which is central to the decision to take the trip (IRTS 2008, para. 2.31).

Domestic tourism – Domestic tourism comprises the activities of a visitor resident within the country of reference, either as part of a domestic tourism trip or as part of an outbound tourism trip (IRTS 2008, para. 2.39).

Domestic tourism expenditure – The tourism expenditure of a resident visitor within the economy of reference (IRTS 2008, para. 4.15 (a)).

Domestic tourism trip – A domestic tourism trip is one with a main destination within the country of residence of the visitor (IRTS 2008, para. 2.32).

Domestic visitor – As a visitor travels within his or her country of residence, he or she is a domestic visitor and his or her activities are part of domestic tourism.

Inbound tourism – Inbound tourism comprises the activities of a non-resident visitor within the country of reference on an inbound tourism trip (IRTS 2008, para. 2.39).

Inbound tourism expenditure – Inbound tourism expenditure is the tourism expenditure of a non-resident visitor within the economy of reference (IRTS 2008, para. 4.15 (b)).

NPS score – A 10-point evaluation which includes three types of respondents: attractors (score of 9-10), neutral (score of 7-8) and detractors (score of 1-6). This index allows customer loyalty to be measured by finding the difference between attractors and detractors.

Outbound tourism – Outbound tourism comprises the activities of a resident visitor outside the country of reference, either as part of an outbound tourism trip or as part of a domestic tourism trip (IRTS 2008, para. 2.39 (c)).

Outbound tourism expenditure – The tourism expenditure of a resident visitor outside the economy of reference (IRTS 2008, para. 4.15 (c)).

Same-day visitor (or excursionist) – A visitor (domestic, inbound or outbound) is classified as a tourist (or overnight visitor), if his/her trip includes an overnight stay, or as a same-day visitor (or excursionist) otherwise (IRTS 2008, para. 2.13).

Sample – A subset of a frame where elements are selected based on a process with a known probability of selection.

Sample survey – A survey that is carried out using a sampling method.

Tourism expenditure – Tourism expenditure refers to the amount paid for the acquisition of consumption goods and services, as well as valuables, for own use or to give away, for and during tourism trips. It includes expenditures by visitors themselves, as well as expenses that are paid for or reimbursed by others (IRTS 2008, para. 4.2).

Tourist (or overnight visitor) – A visitor (domestic, inbound or outbound) is classified as a tourist (or overnight visitor), if his/her trip includes an overnight stay, or as a same-day visitor (or excursionist) otherwise (IRTS 2008, para. 2.13).

Traveller – A traveller is someone who moves between different geographical locations for any purpose and any duration (IRTS 2008, para. 2.4).

Trip – A trip refers to the travel undertaken by a person from the time of departure from his or her usual residence until he or she returns; it thus refers to a round trip. Trips taken by visitors are tourist trips.

Visitor – A visitor is a traveller taking a trip to a main destination outside his or her usual environment, for less than a year, for any main purpose (business, leisure or other personal purpose) other than to be employed by a resident entity in the country or place visited (IRTS 2008, para. 2.9). A visitor (domestic, inbound or outbound) is classified as a tourist (or overnight visitor), if his/her trip includes an overnight stay, or as a same-day visitor (or excursionist) otherwise (IRTS 2008, para. 2.13).

Metodologiya

2019-cu il üçün turizm statistikasına üzrə illik hesabat Dövlət Statistika Komitəsi (DSK), Dövlət Sərhəd Xidməti (DSX), Dövlət Turizm Agentliyi (DTA), Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyi (VXSİDA) kimi qurumların 2018–2019-cu illəri əhatə edən müxtəlif kəmiyyət və keyfiyyət metodlarına əsasən əldə olunan məlumatlar əsasında hazırlanmışdır. Hesabatda turizm statistikasında önə çıxan mühüm göstəricilərə yer verilmiş, əvvəlki illərlə müqayisələr aparılmış, cədvəllər və müxtəlif qrafiklərlə məlumatların çatdırılması və başa düşülməsi asanlaşdırılmış, əlavə olaraq əsas və diqqətəlayiq göstəricilər və onların dinamikası izahlı Qrafikdə təsvir olunmuşdur.

Sənəd beş əsas bölmədən və onların alt-bölmələrindən ibarətdir:

- A) Turist axını və xərcləmələri
- B) Hotel sektoru
- C) Sorğu nəticələri
- D) Turizmin iqtisadi təsiri
- E) Qoruqlar

A) Turist axını və xərcləmələri bölməsində, DSK və DSX-nin statistik məlumatları əsasında ölkə və şəhər (rayon) üzrə gəlmə və getmələrin sayı, ölkə daxilində və xaricində yerli və xarici turistlərin xərcləmələri, onların qalma müddətləri, səfərlərin sayı üzrə statistik məlumatlar şərh və izahları ilə birgə cədvəl və qrafiklərlə təqdim olunmuşdur.

B) DSK-nin məlumatlarına əsasən, hotel sektoru üzrə rayon və şəhərlərin bölgüsündə mehmanxana və mehmanxana tipli obyektlərin sayı, otaqların və çarpayıların sayı, yerləşdirilmiş şəxslərin sayı, gecələmələrin sayı, mehmanxanaların gəlirləri kimi göstəricilər cədvəl və qrafiklərlə əks olunmuşdur.

C) Üçüncü bölmədə sıra ilə Dövlət Turizm Agentliyi və VXSİDA tərəfindən turistlər arasında keçirilmiş üç genişmiqyaslı sorğu nəticələri təqdim olunmuşdur. DTA tərəfindən 2019-cu ildə 12 xarici ölkə üzrə cəmi 1 601 turist arasında Heydər Əliyev Beynəlxalq Hava Limanında, dəmir yolu stansiyalarında və iki sərhəd keçid məntəqəsində keçirilmiş anket sorğusunun nəticələri əks olunmuşdur.

Methodology

The annual report on tourism statistics for 2019 includes information from different sources such as the State Statistics Committee (SSC), State Border Service (SBS), State Tourism Agency (STA), State Agency for Public Service and Social Innovations under the President of the Republic of Azerbaijan (SAPSSI) obtained via various quantitative and qualitative methods covering the years 2018–2019. The report includes important indicators in tourism statistics, comparisons with the previous year and reader-friendly tables/graphs which provide visualised information about tourism in Azerbaijan.

The document consists of five main sections and subsections:

- A) Tourist Flow and Expenditure
- B) Hotel Sector
- C) Survey Results
- D) Economic Impact of Tourism
- E) Reserves

A) The tourist flow and expenditure section includes information such as the number of arrivals and departures by country and city (region), expenditures of local and foreign tourists inside and outside the country, length of stay and trips presented in the form of tables and graphs together with comments and explanations based on statistical data provided by SSC and SBS.

B) The second section covers hotel sector indicators such as the number of hotels and similar establishments, number of rooms and beds, number of people accommodated, number of overnight stays, hotels' income with a city breakdown, mainly based on data from the SSC.

C) The third section presents the results of three large-scale tourist surveys conducted by the STA and SAPSSI. The Tourism Departure Survey (TDS) was conducted among 1601 tourists traveling from 12 foreign countries. Responses were collected from tourists using a face-to-face interview method at exit points such as the Heydar Aliyev International Airport, railway stations and two

Sorğunun məqsədi, xarici turistlərin bir turizm ölkəsi olaraq Azərbaycan haqqında təsəvvürlərini anlamaq olmuşdur. Turistlərin məmnunluq dərəcəsinə ölçmək üçün seçilmiş 16 müxtəlif parametrlər üzrə tərtib olunmuş beş ballıq Likert şkalası metodu istifadə olunmuşdur. Bununla yanaşı, turistlərin loyallıq dərəcəsinə ölçmək üçün isə "Net Promoter Score" (NPS) qiymətləndirmə metodu tətbiq olunmuşdur.

Destinasiya Menecmenti Təşkilatlarının (DMT) təsis edildiyi regionlarda keçirilən sorğunun məqsədi müxtəlif faktorlar üzrə Quba, Lənkəran, Şəki və Gəncə bölgələri haqqında yerli və əcnəbi turistlərin təsəvvürlərini və davranışlarını öyrənmək və məmnuniyyət dərəcələrini ölçmək olmuşdur. Bu məqsədlə, turistlərdən bölgələr üzrə ən çox ziyarət etdikləri turizm məkanları və ən çox üstünlük verdikləri turizm fəaliyyət növləri soruşulmuşdur. İkinci olaraq, 5 faktor qrupu və 21 alt-qrup olmaqla müxtəlif turizm faktorları üzrə aparılmış qəp analizinin nəticələri əks olunmuşdur. Yuxarıda adları qeyd olunmuş şəhərlərdə təxminən 2 000 nəfər turist arasında mühüm turizm mərkəzlərində sorğu keçirilmişdir.

VXSİDA tərəfindən aparılan sorğuların əsas məqsədi ölkəmizə elektron viza vasitəsilə səyahət edən turistlərin əsasən turizm infrastrukturuna olmaqla müxtəlif faktorlar üzrə qiymətləndirmələrini ölçmək və ölkəmiz haqqında fikirlərini əldə etmək olmuşdur. Bu məqsədlə, sorğuda iştirak edən turistlərin 7 faktor üzrə qiymətləndirmələrini öyrənmək üçün 5 ballıq Likert şkalası metodundan istifadə olunmuşdur. VXSİDA ilə əməkdaşlıq çərçivəsində DTA 25 min turist iştirak etdiyi sorğunun nəticələrini 7 faktor üzrə təhlil etmişdir. Bununla yanaşı, turistlər tərəfindən qeyd olunan şərhlər üzərində mətn analizi aparılmış və əldə edilən açar sözlər üzrə "söz buludu" təqdim olunmuşdur.

- D) Dördüncü bölmədə turizm sənayesində son beş il üzrə statistik göstəricilərə görə yaradılmış əlavə dəyər, sənayenin ÜDM-də çəkisi, məşğulluqda çəkisi, investisiya qoyuluşu, turizm xidmətləri üzrə saldo, vergi ödənişləri kimi əsas iqtisadi göstəricilər şərh edilərək turizmin ölkə iqtisadiyyatındakı yeri və inkişafı göstərilmişdir.
- E) Beşinci bölmədə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 417 sayılı sərəncamı ilə təsis olunmuş və DTA-nın nəzdində fəaliyyət göstərən Qoruqların İdarə Edilməsi Mərkəzinin tabeliyində olan 7 qoruğun ziyarətçi sayı üzrə statistik məlumatlar təqdim olunur.

border checkpoints. The main purpose of the survey was to understand the perceptions of foreign visitors about Azerbaijan as a tourist destination. To measure the level of tourist satisfaction, a five-point Likert scale method based on 16 different selected parameters was used. In addition, the Net Promoter Score (NPS) assessment method was used to measure the level of loyalty of tourists.

The purpose of the survey conducted in the regions where Destination Management Organisations (DMOs) have been established was to study the perceptions and behaviours of local and foreign tourists in the Guba, Lankaran, Sheki and Ganja regions on various factors and to measure their satisfaction levels. For this purpose, tourists were asked about the most visited tourist destinations in these regions and their preferred types of tourist activities. Secondly, the results of gap analysis of various tourist factors, composed of 5 factor groups and 21 subgroups, are presented. Nearly 2000 tourists have been interviewed at the main tourist attractions of the aforementioned cities.

The main purpose of the surveys conducted by SAPSSI was to assess tourists' opinions of travelling to Azerbaijan on an e-visa regarding various factors such as navigation infrastructure, hotel infrastructure, food and beverage infrastructure, museum and historical monument infrastructure, transportation infrastructure, the attitude of local people towards foreigners and the friendliness of the e-visa system, and to obtain opinions about our country. For this purpose, the 5-point Likert scale method was implemented to study the assessments of tourists in relation to the aforementioned factors. In addition, a text analysis was conducted of comments made by tourists and was presented as a word cloud composed of keywords obtained from the text analysis results.

- D) The fourth section explains the main economic indicators of the tourism industry for the last five years, such as the value added by this sector, the share of the industry in the GDP, employment, investment, the balance of tourism services, tax payments, and demonstrates the place and development of tourism in the country's economy.
- E) The fifth section provides statistical information about the number of visitors to the 7 reserves under the Reserve Management Centre established under the State Tourism Agency by decree number 417 of the President of the Republic of Azerbaijan on December 20th, 2018.

Qeyd: İllik hesabatda minlikləri göstərmək üçün vergüldən, onluq kəsləri göstərmək üçün isə nöqtədən istifadə olunmuşdur.

Note: in this annual report commas are used to show thousands while dots indicate a decimal point.



**Azərbaycan Respublikasının
Dövlət Turizm Agentliyi**



**State Tourism Agency of
the Republic of Azerbaijan**

Əlaqədar şəxs:

**Turizm Siyasəti
və Strategiyası Şöbəsinin
Tədqiqat və Statistika sektoru**

Nicət Abbaslı
Sektor müdiri

elektron poçt: nijat.abbasli@tourism.gov.az

Contact person:

**Research and Statistics Division
of the Tourism Policy and Strategy
Department**

Nijat Abbasli
Head of Division

e-mail: nijat.abbasli@tourism.gov.az



tourismboard.az

info@tourismboard.az

 tourismboard.az



azərbaycan
TURİZM BÜROSU

broşürü yükləmək üçün qr kodu skan edin
scan qr code to download the brochure

Ünvan:
Azərbaycan Turizm Bürosu
Nizami küç., 96E, Landmark 1
Bakı AZ1010

Address:
Azerbaijan Tourism Board
96E Nizami Street, Landmark 1
Baku, AZ1010, Azerbaijan