



İllik Turizm Statistikasi

2020

Annual Tourism Statistics



Azərbaycan Respublikasının  
Dövlət Turizm Agentliyi



azərbaycan  
TURİZM BÜROSU







# Mündəricat

<b>Gəlmə sayı .....</b>	<b>7</b>
<b>Daxili turizm .....</b>	<b>11</b>
<b>Mehmanxanalar və mehmanxana tipli müəssisələr .....</b>	<b>16</b>
<b>İqtisadi təsir .....</b>	<b>24</b>
<b>Hotellərin qiymət analizi .....</b>	<b>30</b>
<b>Daxili turizm sorğusu .....</b>	<b>34</b>
<b>Abreviaturalar .....</b>	<b>46</b>
<b>Təriflər .....</b>	<b>47</b>
<b>Metodoloji izah .....</b>	<b>48</b>

# Contents

<b>Arrivals .....</b>	<b>7</b>
<b>Domestic tourism .....</b>	<b>11</b>
<b>Hotels and similar establishments .....</b>	<b>16</b>
<b>Economic impact .....</b>	<b>24</b>
<b>Price analysis of hotels .....</b>	<b>30</b>
<b>Domestic Tourism Survey .....</b>	<b>34</b>
<b>Abbreviations .....</b>	<b>46</b>
<b>Definitions .....</b>	<b>47</b>
<b>Methodology .....</b>	<b>48</b>





# Gəlmə sayı

Dövlət Sərhəd Xidmətinin məlumatına görə, COVID-19 pandemiyası səbəbindən 2020-ci ildə gələnlərin sayı əvvəlki ilə nisbətən 74,9% azalaraq 796 min nəfərə enib. Cədvəl 1-də göstəriləyi kimi, ən böyük bazar payı olan 10 ölkədən gələnlərin sayının böyük hissəsi Rusiya (225,2 min), Gürcüstan (184,2 min), Türkiyə (160,5 min) və İran üzrə (72,8 min) müşahidə edilib. Sərhəd keçid məntəqələrində tətbiq edilən məhdudiyətlər və "ASAN Viza" sisteminin bağlanması səbəbindən yalnız viza rejimi tətbiq olunmayan qonşu ölkələrdən gəlmə sayında nəzərəçarpan nəticə qeydə alınıb. 2020-ci ildə Azərbaycana gələn əcnəbilərin 65%-i (519,3 min) yanvar-mart ayları ərzində ölkəyə səyahət edib.

# Number of Arrivals

According to the State Border Service, in 2020 the number of arrivals showed a 74.9% decrease compared to the previous year, totalling 796,000 foreign citizens, due to the COVID-19 pandemic. As illustrated in Table 1, among the top 10 inbound tourism source markets, the largest share of arrival statistics was observed for Russia (225,200), Georgia (184,200), Turkey (160,500) and Iran (72,800). Due to restrictions on border passes and suspension of ASAN Visas for international visitors, only visa-free border countries showed a noteworthy number of arrivals. It is also important to note that 65% of total arrivals in 2020 were recorded during the January-March period, before the lockdown.

**Cədvəl 1: Ölkəyə gələn xarici vətəndaşların sayı (2020-2019)**

Table 1: Number of total arrivals (2020-2019) from the top 10 countries

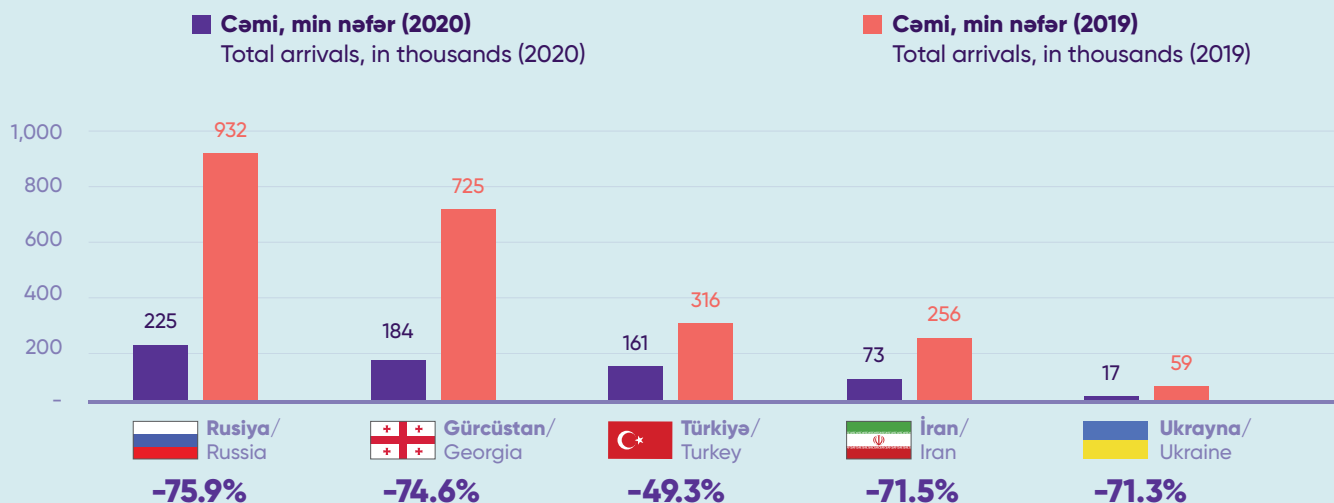
Ölkələr Countries	Cəmi, nəfər Total arrivals 2020	Cəmi, nəfər Total arrivals 2019	Fərq Change	% dəyişməsi % change
<b>Rusiya Federasiyası</b> Russian Federation	<b>225,201</b>	<b>932,984</b>	<b>-707,783</b>	<b>-75.9%</b>
<b>Gürcüstan</b> Georgia	<b>184,228</b>	<b>725,465</b>	<b>-541,237</b>	<b>-74.6%</b>
<b>Türkiyə</b> Turkey	<b>160,504</b>	<b>316,628</b>	<b>-156,124</b>	<b>-49.3%</b>
<b>İran</b> Iran	<b>72,783</b>	<b>255,628</b>	<b>-182,845</b>	<b>-71.5%</b>
<b>Ukrayna</b> Ukraine	<b>16,953</b>	<b>59,116</b>	<b>-42,163</b>	<b>-71.3%</b>
<b>Hindistan</b> India	<b>12,769</b>	<b>65,118</b>	<b>-52,349</b>	<b>-80.4%</b>
<b>Səudiyyə Ərəbistanı</b> Saudi Arabia	<b>11,945</b>	<b>107,230</b>	<b>-95,285</b>	<b>-88.9%</b>
<b>Qazaxıstan</b> Kazakhstan	<b>8,498</b>	<b>47,551</b>	<b>-39,053</b>	<b>-82.1%</b>
<b>Türkmənistan</b> Turkmenistan	<b>8,257</b>	<b>52,127</b>	<b>-43,870</b>	<b>-84.2%</b>
<b>BƏƏ</b> UAE	<b>7,951</b>	<b>68,346</b>	<b>-60,395</b>	<b>-88.4%</b>
<b>Cəmi</b> Total	<b>795,722</b>	<b>3,170,373</b>	<b>-2,374,651</b>	<b>-74.9%</b>

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

Ən çox gəlmə sayına görə ilk 5 ölkə – Türkiyə, Rusiya, Gürcüstan, İran və Ukrayna ümumilikdə gələnlərin 92%-ni təşkil edir. Bütün bu ölkələr üzrə gəlmə sayına görə azalma qeydə alınıb. Rusiya, Gürcüstan, Türkiyə, İran və Ukrayna üzrə – müvafiq olaraq 76%, 75%, 49%, 72% və 71% azalma qeydə alınıb. 2020-ci il ərzində bu ölkələrdən gələnlərin 61%-i yanvar-mart ayları ərzində Azərbaycana səfər etmişdir.

The top 5 countries with the highest number of arrivals in 2020 were Turkey, Russia, Georgia, Iran and Ukraine. Together they made up 92% of total arrivals. All these countries showed a decrease in terms of arrivals. Russia, Georgia, Turkey, Iran and Ukraine showed a decrease of 76%, 75%, 49%, 72%, and 71% respectively. 61% of arrivals from these countries in 2020 were recorded during the January-March period.

**Şəkil 1: Ən çox əcnəbinin gəldiyi 5 ölkə (min nəfər), 2019-2020**  
Figure 1: Arrivals from the top 5 countries (in thousands) 2019-2020



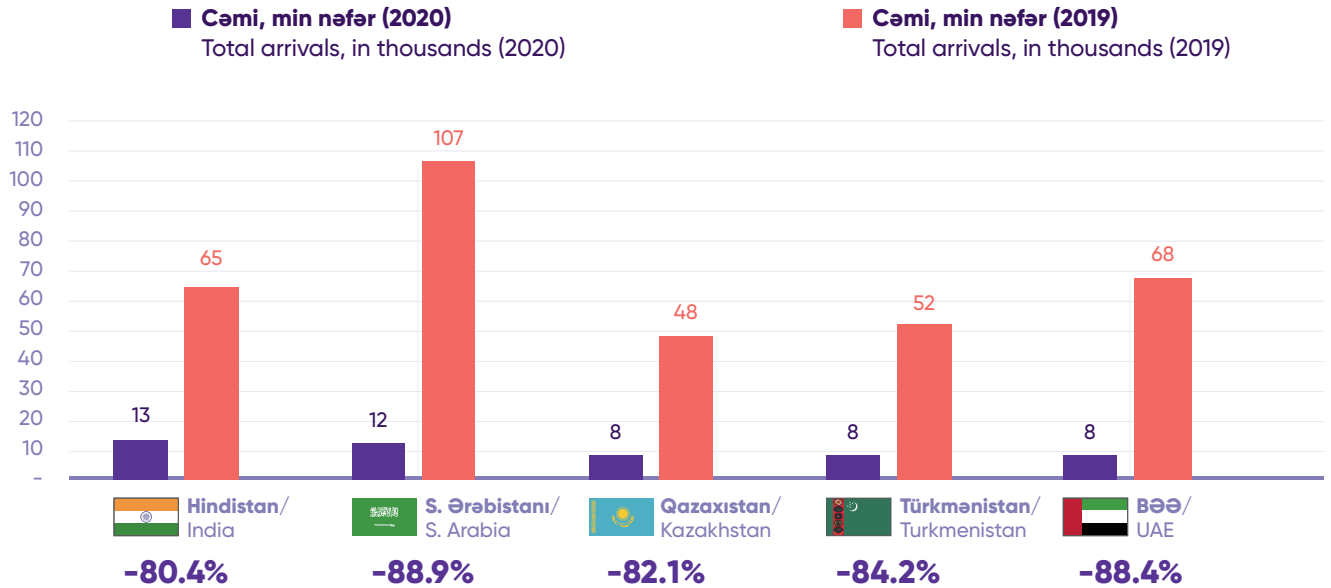
**Mənbə:** Dövlət Sərhəd Xidməti / **Source:** State Border Service

Ən çox əcnəbinin gəldiyi 5 ölkədə müşahidə olunduğu kimi, pandemiya dövründə Hindistan, Səudiyyə Ərəbistanı, Qazaxıstan, Türkmənistan və BƏƏ ölkələrindən gələnlərin sayında da kəskin azalma qeydə alınıb. Belə ki, 2019-cu il ilə müqayisədə, bu ölkələrdən gələnlərin sayı müvafiq olaraq 80%, 89%, 82%, 84% və 88% azalmışdır. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, 2020-ci il ərzində bu ölkələrdən gələnlərin 91%-i yanvar-mart aylarında Azərbaycana səfər etmişdir.

As with arrivals from the top 5 countries, there was a sharp decline in the number of arrivals from India, Saudi Arabia, Kazakhstan, Turkmenistan and the UAE during the pandemic. Thus, compared to 2019, the number of arrivals from these countries decreased by 80%, 89%, 82%, 84% and 88% respectively. In 2020, 91% of people coming from these countries visited our country in January-March.



**Şəkil 2: Ən çox əcnəbinin gəldiyi növbəti 5 ölkə (min nəfər), 2019-2020**  
 Figure 2: Arrivals from the next top 5 countries (in thousands) 2019-2020

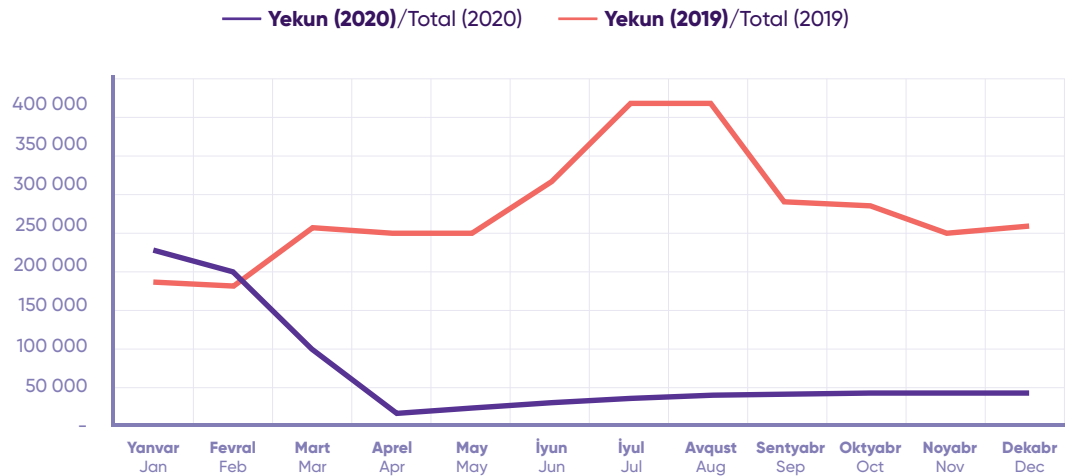


Mənbə: Dövlət Sərhəd Xidməti / Source: State Border Service

Şəkil 3-də təsvir olunduğu kimi, 2020-ci ilin mart ayından etibarən gələnlərin sayında əvvəlki ilə nisbətən azalma qeydə alınıb. Ən yüksək faizdə artım yanvar (18%) və fevral ayında (17%) müşahidə olunub. 2020-ci ildə ən çox gəlmə sayı yanvar və fevral aylarında qeydə alınıb; müvafiq olaraq 226 min və 200 min səyahətçi gəlib. Pandemiya ilə əlaqədar olaraq 2020-ci ildə gəlmə sayında ilk azalma mart ayında qeydə alınıb. 2019-cu il ilə müqayisədə ölkəyə gələn əcnəbilərin sayında 62% azalma qeydə alınıb və 93 minə enib. 2020-ci ildə ən aşağı gəlmə sayı aprel və may aylarında müvafiq olaraq 20 min və 25 min nəfər olmuşdur.

As shown in Figure 3, the number of arrivals since March 2020 decreased compared to the previous year. The highest percent increase was observed in January (18%) and February (17%). In 2020, the highest number of arrivals was recorded in January and February, 226,000 and 200,000 visitors respectively. Due to the pandemic, a decline in the number of arrivals started in March 2020. Compared to 2019, the number of foreign arrivals decreased by 62% to 93,000. The lowest number of arrivals in 2020 was observed in April and May, with 20,000 and 25,000 travellers respectively.

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



Mənbə: Dövlət Sərhəd Xidməti / Source: State Border Service



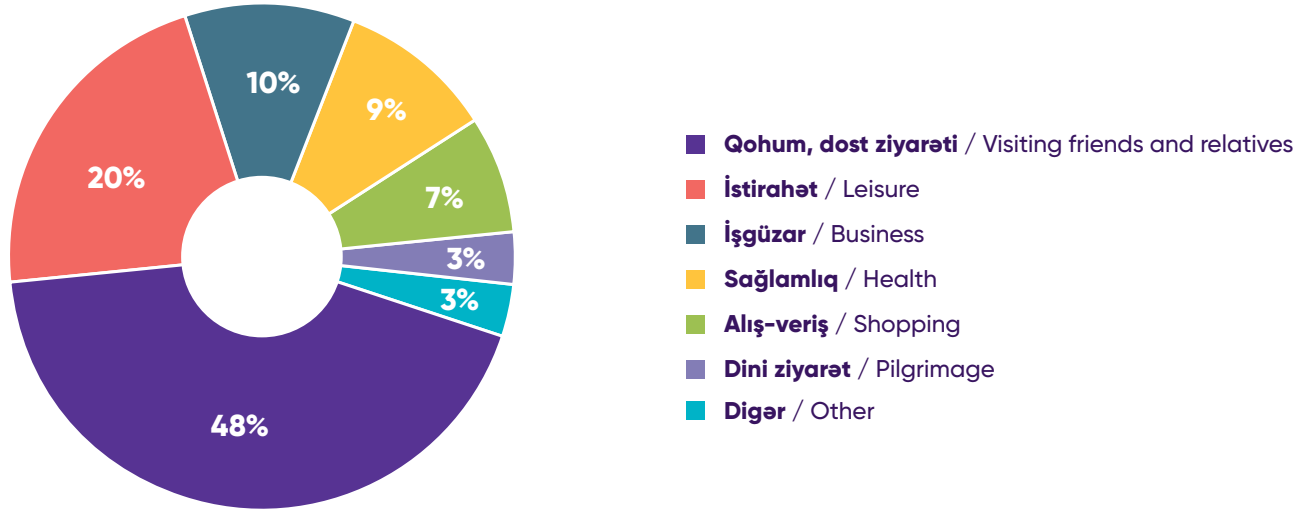
# Daxili turizm

Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, 2020-ci ildə ölkədaxili səfər edən yerli vətəndaşların sayı 1,3 milyon nəfər olub ki, bu da 2019-cu il ilə müqayisədə 3 milyon nəfər və ya 71% azdır. 2020-ci ildə ölkədaxili səfərlərin sayında 2019-cu il ilə müqayisədə 77% azalma qeydə alınıb. Şəkil 4-də göstərilirdiyi kimi, ölkədaxili səfərlərin əksəriyyəti, təxminən yarısı dostları və qohumları ziyarət etmək məqsədilə edilib. Daxili səyahətlərin yalnız beşdə bir hissəsi istirahət məqsədi ilə həyata keçirilmişdir. İşgüzar, sağlamlıq və alış-veriş məqsədilə edilən səfərlər ölkədaxili səfərlərin müvafiq olaraq 10%, 9% və 7%-ni təşkil edir. Ümumi daxili səfərlərin təxminən 58%-i 2020-ci ilin yanvar-mart aylarında həyata keçirilib.

# Domestic Tourism

According to the State Statistics Committee, in 2020 the number of domestic travellers was 1.3 million, which is 3 million or 71% less compared to 2019. In terms of the number of domestic trips made, 2020 shows a 77% decrease compared to 2019. As shown in Figure 4, the majority of domestic trips, nearly half of the total, were made for the purpose of visiting friends and relatives. Only one fifth of domestic trips were made for leisure purposes, followed by business, health and shopping, with shares of 10%, 9% and 7% respectively. Nearly 58% of total domestic trips were made during the January-March 2020 period.

**Şəkil 4: Ziyarətlərin məqsədlərə görə bölgüsü, 2020-ci il**  
Figure 4: Purpose of visit, 2020



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

Bakı bütün daxili səyahətlərin 35,3%-ni təşkil etməklə, ölkədə ən çox səyahət edilən şəhərdir. Sumqayıt, Qəbələ, Şəki, Gəncə, Qusar, Lənkəran, Quba, Masallı və Şamaxı kimi şəhərlər yerli turistlərin ən çox ziyarət etdikləri şəhərlərdir. Sumqayıt, Qəbələ, Şəki və Gəncə şəhərləri daxili səfərlərin təxminən 3,2-3,9%-ni tutur. Qusar, Gəncə, Masallı və Şamaxı şəhərləri isə daxili səfərlərin 3%-dən azını təşkil edir.

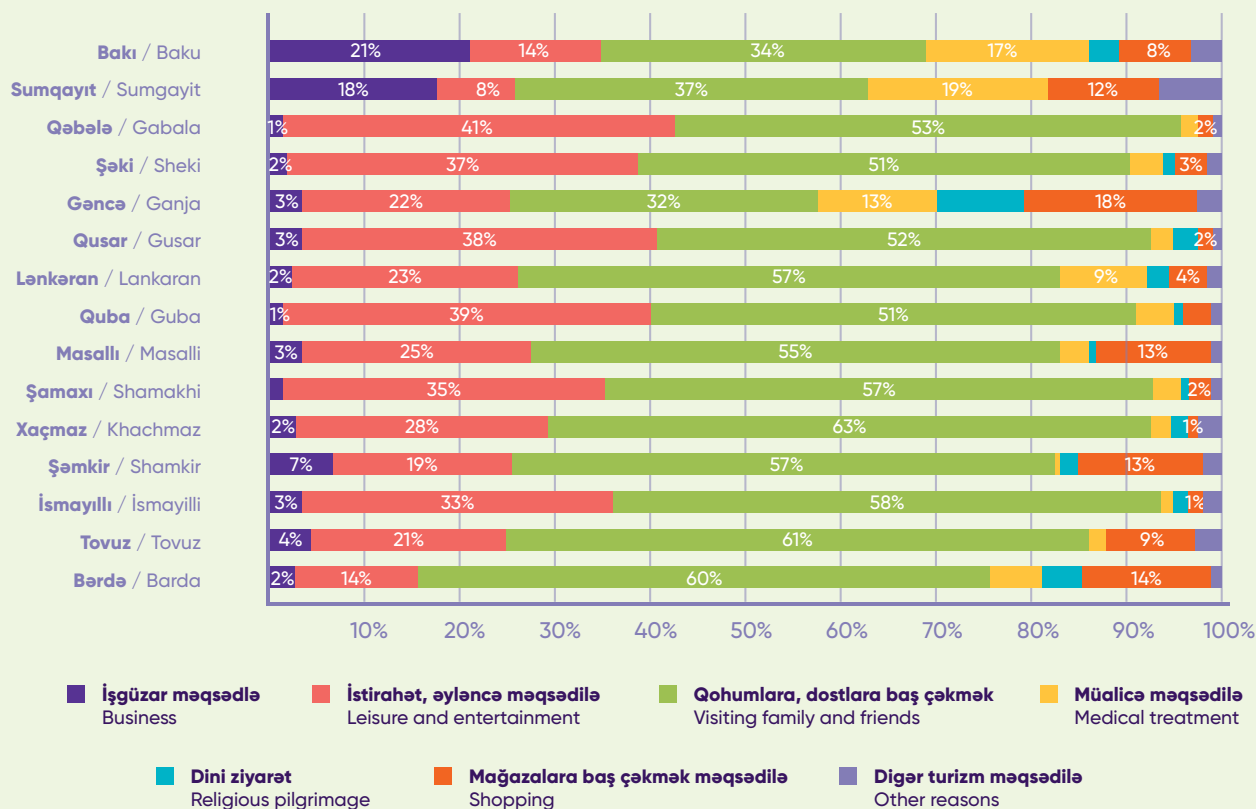
Baku, with 35.3% of total domestic trips, was the leading destination in the country. Cities such as Sumgayit, Gabala, Sheki, Ganja Gusar, Lankaran, Guba, Masalli and Shamakhi were among the most popular destinations for domestic tourism. Among them, Sumgayit, Gabala, Sheki, and Ganja each occupied nearly 3.2%-3.9% of total domestic trips. Each of the other cities – Gusar, Ganja, Masalli and Shamakhi – hosted less than 3% of total domestic trips.



Şəkil 5-də olduğu kimi, ən çox ziyarət edilən yerlər 32-61% arasında dəyişməklə dost və qohumları ziyarət etmək məqsədini daşıyır. Bakı, Sumqayıt və Gəncəyə səfərlərin təxminən üçdə biri və digər şəhərlərə səfərlərin yarıdan çoxu dost və qohumları ziyarət etmək üçün edilən səfərlərdir. İşgüzar səfərə gələn yerli turistlərin əsas istiqaməti Bakı (21%) və Sumqayıt (18%) şəhərləri olub. Bakı və Sumqayıt yerli turistlər arasında istirahət yeri kimi məşhur olmadığından daxili səfərlərin yalnız 14% və 8%-i bu məqsədlə qeydə alınıb. 2020-ci ildə yerli turistlər üçün əsas istirahət məkanları Qəbələ (41%), Quba (39%), Qusar (38%), Şəki (37%) və Şamaxı (35%) olub. Sağlamlıq məqsədilə edilən səfərlər yerli turistlər arasında elə də məşhur olmayıb, bu məqsədlə edilən səfərlərin ən böyük payı Bakı və Sumqayıtda qeydə alınıb, müvafiq olaraq 17% və 19%.

As shown in Figure 5, the top domestic tourism destinations were visited mainly for visiting friends and relatives, ranging between 32% and 61% of total domestic trips. Nearly one third of trips to Baku, Sumgayit and Ganja, and more than half of visits to other cities, were made to visit friends and relatives. Baku and Sumgayit were the main destinations for domestic travellers visiting for business purposes, who were approximately 21% and 18% of the total respectively. Baku and Sumgayit were not popular among domestic travellers as leisure destinations, since only 14% and 8% of domestic trips were recorded for this purpose respectively. The main leisure tourism destinations for domestic tourists were Gabala (41%), Guba (39%), Gusar (38%), Sheki (37%) and Shamakhi (35%) in 2020. Trips for health purposes were not popular among domestic travellers. The only noteworthy shares of domestic tourists for health purposes were recorded in Baku and Sumgayit, with 17% and 19% respectively.

**Şəkil 5: Səfərlərin əsas şəhərlər üzrə bölgüsü, 2020**  
Figure 5: Purpose of visit by main destination cities, 2020



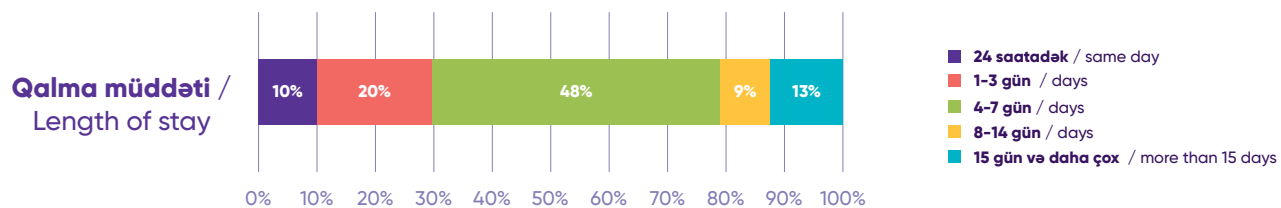
**Mənbə:** Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee

Yerli turistlərin əksəriyyəti 1-3 gün (20%) və 4-7 gün (49%) istirahətə vaxt sərf edirlər. Bir həftədən çox qalan yerli turistlər isə bütün yerli turistlərin 23%-ni təşkil edir. Ümumi səfərlərin 10%-i isə birgünlük ziyarətlərdir.

The majority of domestic visitors spent 1-3 days (20%) and 4-7 days (49%). Domestic visitors who stayed for more than a week during their trip were nearly 23% of total local travellers. 10% of total trips were same-day visits.



**Şəkil 6: Qalma müddəti, 2020**  
Figure 6: Length of stay, 2020

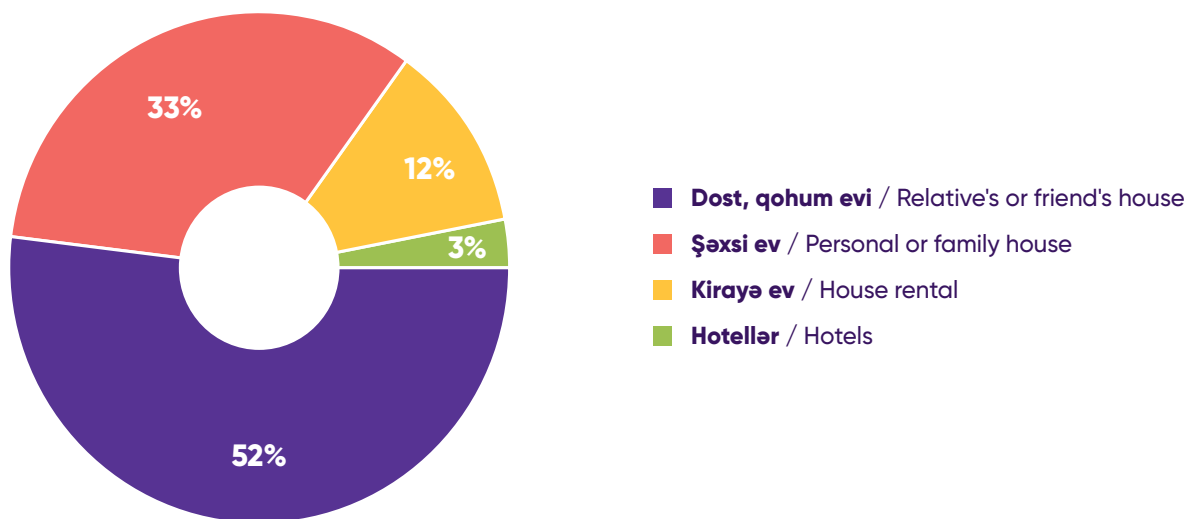


**Mənbə:** Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee

Yerli turistlər bölgələrdə gecələmək üçün əsasən dostlarının evlərini (52%) və ya öz mənzillərini (33%) seçiblər. Ziyarətçilərin təxminən 12%-i kirayə evlərdə qalıb, yalnız 3%-i hotellərdə gecələyib.

Domestic visitors mainly preferred to stay at a friend's house or their own apartments in the regions, nearly 52% and 33% respectively. Nearly 12% of visitors stayed at rented houses. Only 3% of domestic visitors used hotels as accommodation during their visits within the country.

**Şəkil 7: Yerləşmə növünə görə gecələmələr, 2020**  
Figure 7: Overnight stays by accommodation type, 2020

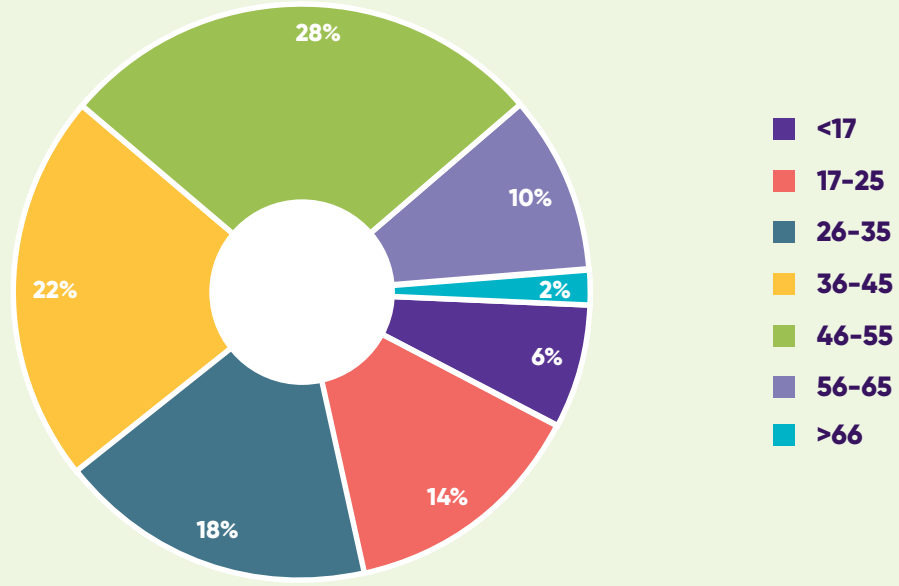


**Mənbə:** Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee

Yerli turistlər arasında orta yaşlı vətəndaşlar digərlərinə nisbətən üstünlük təşkil edib. 36-45 və 46-55 yaş qrupundakı səyahətçilər yerli turistlərin müvafiq olaraq 22% və 28%-ni təşkil edib. 17-25 və 26-35 yaş qruplarında olan gənc səyahətçilər isə müvafiq olaraq bütün daxili turistlərin 14% və 18%-ni təşkil edib. 66 yaşdan yuxarı yaş qrupu isə yalnız 2% olub.

Among domestic visitors, middle-age citizens travelled within the country more frequently than others. Travellers in the age group of 36-45 and 46-55 were 22% and 28% of total domestic visitors respectively. This was followed by young travellers aged 17-25 and 26-35, making up 14% and 18% of total domestic visitors respectively. Only 2% of domestic visitors were made by people over 66 years of age.

**Şəkil 8: Yaş qrupları üzrə, 2020**  
Figure 8: Age distribution, 2020

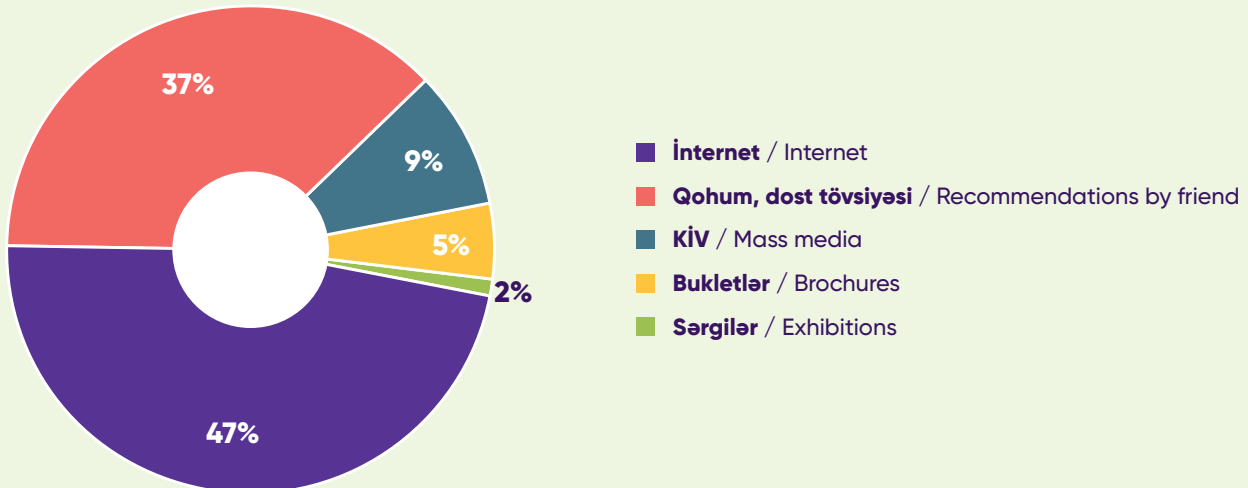


**Mənbə:** Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee

Daxili səfərlər üçün əsas məlumat mənbəyi əsasən internet (47%) və dostların tövsiyəsi (37%) olub. Kütləvi informasiya vasitələri və digər məlumat mənbələri daxili turizmi tövsiyə edəcək vasitə kimi əhəmiyyətli bir rol oynamır.

The main information sources for domestic trips were the internet (47%) and recommendations by friends (37%). Mass media and other types of information sources did not play a substantial role in domestic tourism recommendations.

**Şəkil 9: Əsas informasiya vasitələri**  
Figure 9: Main information sources

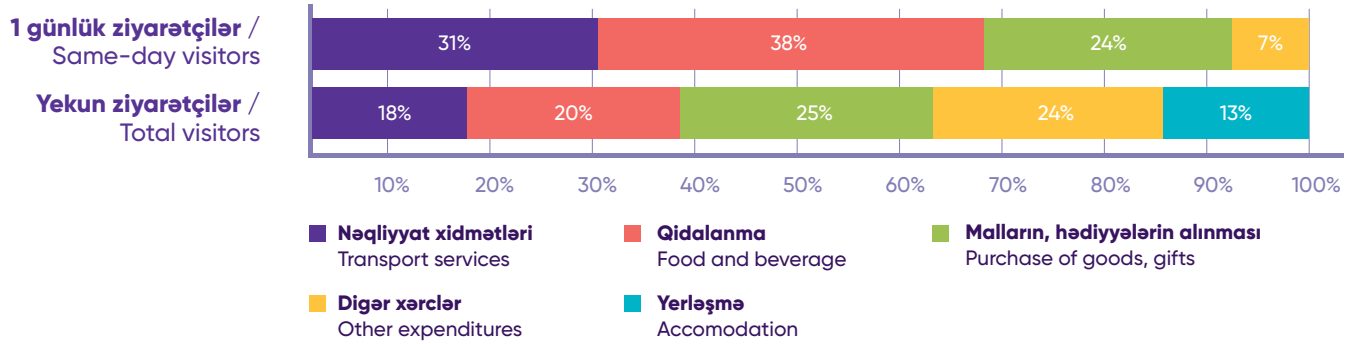


**Mənbə:** Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee

Dövlət Statistika Komitəsinin nəşrlərinə əsasən, 2020-ci ildə daxili turizm xərcləri əvvəlki ilə nisbətən 77% azalaraq 813 milyon AZN-ə enib. Əlavə olaraq, hər bir yerli turist üçün ortalama xərc təxminən 641 AZN təşkil edir. Şəkil 10-dan da göründüyü kimi, qida və içki, hədiyyələr və nəqliyyat daxili turizm xərclərinin əsas elementləridir. Birgünlük ziyarətçilər ümumi xərclərinin təxminən 38% və 31%-ni müvafiq olaraq qidalanma və nəqliyyata sərf ediblər. Ümumilikdə yerli qonaqlar xərclərin yalnız 13%-ni yerləşməyə xərcləyiblər. Qida və içki, nəqliyyat və alış-veriş xərclərinin payı müvafiq olaraq, 20%, 18% və 26% olub.

Based on publications by the State Statistical Committee, total domestic tourism expenditure in 2020 decreased by 77% compared to the previous year, totalling 813 million AZN. Additionally, average expenditure per domestic visitor was about 641 AZN. As can be seen from Figure 10, food and beverage, gifts and transport were the main elements of domestic tourism expenditures. Same-day visitors spent nearly 38% and 31% of their total expenditure on food and beverages and transport respectively. Overall, domestic visitors spent only 13% of their total expenditure on accommodation. Their expenditure shares on food and beverage, transport and shopping were about 20%, 18%, and 26% respectively.

**Şəkil 10: Xərclərin strukturu, 2020**  
Figure 10: Expenditure structure, 2020



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

# Mehmanxanalar və mehmanxana tipli müəssisələr

*Hotels and  
similar establishments*





2020-ci ildə hotel sektorunda nəzərəçarpan artım müşahidə olunmayıb. Belə ki, hotellərin sayı 2019-cu ildə 2%, otaqların və çarpayı yerlərinin ölkə üzrə sayı isə ancaq 1,4% artmışdır. Cədvəl 2-də ən çox hotel, otaq və çarpayının olduğu şəhərlərin siyahısı göstərilmişdir. Azərbaycanda hotellərin sayı 2019-cu il ilə müqayisədə 2% artaraq 655 müəssisə təşkil etmişdir. Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, ümumilikdə hotellərin 213-ü Bakıda yerləşir, bu da 2019-cu il ilə müqayisədə 5% artım deməkdir. Bakıdan sonrakı yerləri müvafiq olaraq 54, 31, 26 və 23 hotel və hotel tipli müəssisə olmaqla, Xaçmaz, Masallı, Quba və Lənkəran tutur. Bundan əlavə, otaq və çarpayı sayı üzrə Bakı ən yüksək paya sahibdir; bu göstəricilər müvafiq olaraq 48% və 42% təşkil edir. Bakı, Quba, İsmayilli və Qax şəhərlərindən başqa digər şəhərlərdə hotellərin, otaqların və çarpayı yerlərinin sayında artım müşahidə edilməyib.

The hotel sector did not experience a noteworthy increase in terms of the number of hotels, rooms and bed places. Compared to 2019, the number of hotels increased only by 2%, while the number of rooms and bed places increased by 1.4%. Table 2 illustrates the list of cities with the highest number of hotels, rooms and bed places. The number of hotels in Azerbaijan increased by 2% compared to 2019, totalling 655 establishments. Baku had 213 establishments and showed a 5% increase compared to 2019, according to the State Statistical Committee. This was followed by Khachmaz (54), Masalli (31), Guba (26) and Lankaran (23). Moreover, Baku obtained the highest share of number of rooms and bed places, with nearly 48% and 42% of the total respectively. Most of the cities did not show any change in terms of number of hotels, rooms or bed places, except Baku, Guba, Ismayilli and Gakh.

### Cədvəl 2: Yerləşdirmə müəssisələri, nömrə və yataq sayı (2020)

Table 2: Number of accommodation establishments, rooms and bed places (2020)

Regionlar Regions	Müəssisələrin sayı Number of establishments 2020	% dəyişməsi % change 2020-2019	Nömrələrin sayı Number of rooms 2020	% dəyişməsi % change 2020-2019	Yataq sayı Number of bed places 2020	% dəyişməsi % change 2020-2019
<b>Bakı</b> Baku	<b>213</b>	<b>4.9%</b>	<b>11,533</b>	<b>1.8%</b>	<b>21,151</b>	<b>2.0%</b>
<b>Xaçmaz</b> Khachmaz	<b>54</b>	<b>0.0%</b>	<b>2,405</b>	<b>0.0%</b>	<b>6,495</b>	<b>0.0%</b>
<b>Masallı</b> Masalli	<b>31</b>	<b>0.0%</b>	<b>453</b>	<b>0.0%</b>	<b>1,148</b>	<b>0.0%</b>
<b>Quba</b> Guba	<b>26</b>	<b>4.0%</b>	<b>750</b>	<b>5.6%</b>	<b>1,778</b>	<b>3.5%</b>
<b>Lənkəran</b> Lankaran	<b>23</b>	<b>0.0%</b>	<b>636</b>	<b>0.0%</b>	<b>1,346</b>	<b>0.0%</b>
<b>Şamaxı</b> Shamakhi	<b>23</b>	<b>0.0%</b>	<b>366</b>	<b>0.0%</b>	<b>841</b>	<b>0.0%</b>
<b>İsmayilli</b> Ismayilli	<b>21</b>	<b>5.0%</b>	<b>373</b>	<b>14.8%</b>	<b>912</b>	<b>11.8%</b>
<b>Naxçıvan</b> Nakhchivan	<b>21</b>	<b>0.0%</b>	<b>657</b>	<b>0.0%</b>	<b>1,517</b>	<b>0.0%</b>
<b>Qəbələ</b> Gabala	<b>18</b>	<b>0.0%</b>	<b>1,127</b>	<b>0.0%</b>	<b>2,632</b>	<b>0.0%</b>
<b>Qusar</b> Gusar	<b>18</b>	<b>0.0%</b>	<b>991</b>	<b>0.0%</b>	<b>2,289</b>	<b>0.0%</b>
<b>Şəki</b> Sheki	<b>17</b>	<b>0.0%</b>	<b>283</b>	<b>0.0%</b>	<b>582</b>	<b>0.0%</b>
<b>Sumqayıt</b> Sumgayit	<b>14</b>	<b>0.0%</b>	<b>256</b>	<b>0.0%</b>	<b>487</b>	<b>0.0%</b>
<b>Zaqatala</b> Zagatala	<b>13</b>	<b>0.0%</b>	<b>178</b>	<b>0.0%</b>	<b>395</b>	<b>0.0%</b>
<b>Gəncə</b> Ganja	<b>12</b>	<b>0.0%</b>	<b>688</b>	<b>0.0%</b>	<b>1,390</b>	<b>0.0%</b>
<b>Qax</b> Gakh	<b>12</b>	<b>9.1%</b>	<b>292</b>	<b>15.0%</b>	<b>746</b>	<b>23.1%</b>
<b>Ölkə üzrə yekun</b> Country total	<b>655</b>	<b>2.0%</b>	<b>24,195</b>	<b>1.4%</b>	<b>50,687</b>	<b>1.4%</b>

2020-ci ildə hotellərdə yerləşdirilmiş şəxslərin ümumi sayı əvvəlki ilə nisbətən 65% azalaraq 669 min nəfərə enib. Azərbaycan vətəndaşları ümumi yerləşdirilənlərin 60%-ni, əcnəbi vətəndaşlar təxminən 40%-ni təşkil edib. 2020-ci ildə hotellərdə gecələyən əcnəbilərin 82%-i Bakıda qeydə alınıb. Bu göstərici üzrə ikinci sırada dayanan Qusar şəhəri hotellərdə gecələyən əcnəbilərin 6%-ni təşkil edir. Azərbaycan vətəndaşları əsasən Bakı (59%) və Qəbələ (12%) kimi şəhərlərdə qalmaq üçün hotellərdən istifadə ediblər.

In 2020, the total number of accommodated people in hotels was around 669,000 people, a 65% decrease compared to the previous year. Azerbaijani citizens were about 60% while foreigners made up 40% of the total number of accommodated people. Bakı hosted 82% of the total number of accommodated foreigners. This was followed by Gusar, with nearly 6% of total foreign accommodated people. Azerbaijani citizens mainly used hotels for accommodation in Bakı (59%) and Gabala (12%).

**Cədvəl 3: Mehmanxanalarda gecələyən şəxslərin sayı (2020)**

**Table 3: Number of people accommodated in hotels 2020**

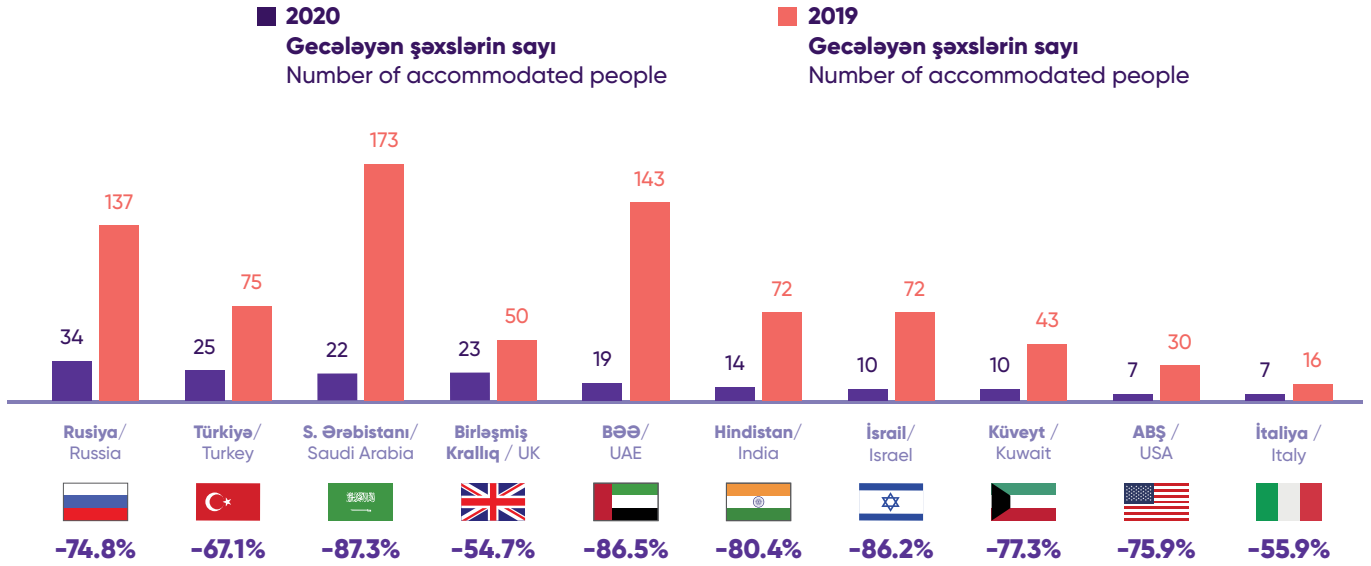
	Yekun Total		Azərbaycan vətəndaşları Azerbaijan citizens		Əcnəbi vətəndaşlar Foreign citizens	
	Cəmi Total	% dəyişməsi %change 2020-2019	Yekun pay Share of total	% dəyişməsi %change 2020-2019	Yekun pay Share of total	% dəyişməsi %change 2020-2019
<b>Bakı</b> Baku	<b>396,927</b>	<b>-66.9%</b>	<b>44.5%</b>	<b>14.9%</b>	<b>55.5%</b>	<b>-78.9%</b>
<b>Qəbələ</b> Gabala	<b>58,116</b>	<b>-68.8%</b>	<b>83.9%</b>	<b>-25.6%</b>	<b>16.1%</b>	<b>-92.3%</b>
<b>Qusar</b> Gusar	<b>35,892</b>	<b>-47.4%</b>	<b>51.7%</b>	<b>-55.4%</b>	<b>48.3%</b>	<b>-34.9%</b>
<b>Lənkəran</b> Lankaran	<b>27,555</b>	<b>-22.7%</b>	<b>99.0%</b>	<b>-19.7%</b>	<b>1.0%</b>	<b>-84.4%</b>
<b>Quba</b> Guba	<b>26,232</b>	<b>-60.8%</b>	<b>84.1%</b>	<b>-32.2%</b>	<b>15.9%</b>	<b>-87.8%</b>
<b>Şabran</b> Shabran	<b>17,640</b>	<b>-41.6%</b>	<b>95.3%</b>	<b>-40.0%</b>	<b>4.7%</b>	<b>-62.0%</b>
<b>Naxçıvan</b> Nakhchivan	<b>16,320</b>	<b>-74.6%</b>	<b>40.8%</b>	<b>-63.4%</b>	<b>59.2%</b>	<b>-79.0%</b>
<b>Naftalan</b> Naftalan	<b>9,121</b>	<b>-74.6%</b>	<b>65.4%</b>	<b>-71.3%</b>	<b>34.6%</b>	<b>-79.0%</b>
<b>Şamaxı</b> Shamakhi	<b>8,364</b>	<b>-61.3%</b>	<b>96.4%</b>	<b>-57.1%</b>	<b>3.6%</b>	<b>-89.3%</b>
<b>Mingəçevir</b> Mingachevir	<b>6,184</b>	<b>-63.7%</b>	<b>96.2%</b>	<b>-63.6%</b>	<b>3.8%</b>	<b>-64.8%</b>
<b>Gəncə</b> Ganja	<b>6,131</b>	<b>-59.6%</b>	<b>91.3%</b>	<b>-45.8%</b>	<b>8.7%</b>	<b>-89.0%</b>
<b>Zaqatala</b> Zagatala	<b>5,593</b>	<b>-30.8%</b>	<b>98.2%</b>	<b>-25.0%</b>	<b>1.8%</b>	<b>-86.7%</b>
<b>Qax</b> Gakh	<b>5,509</b>	<b>-76.2%</b>	<b>98.6%</b>	<b>-74.8%</b>	<b>1.4%</b>	<b>-95.1%</b>
<b>Xaçmaz</b> Khachmaz	<b>4,303</b>	<b>-84.7%</b>	<b>97.6%</b>	<b>-84.8%</b>	<b>2.4%</b>	<b>-82.7%</b>
<b>Masallı</b> Masalli	<b>3,967</b>	<b>-68.9%</b>	<b>99.9%</b>	<b>-68.9%</b>	<b>0.1%</b>	<b>-70.0%</b>
<b>Ölkə üzrə yekun</b> Country total	<b>668,813</b>	<b>-65.2%</b>	<b>60.0%</b>	<b>-33.4%</b>	<b>40.0%</b>	<b>-79.7%</b>

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

Gecələyən əcnəbilərin sayı 2019-cu il ilə müqayisədə 79,7% azalıb. Rusiya, Türkiyə və Səudiyyə Ərəbistanı üzrə 2019-cu il ilə müqayisədə müvafiq olaraq 74,8%, 67,1% və 87,3% azalma qeydə alınıb. Bundan əlavə, Birləşmiş Krallıq (54,7%), BƏƏ (86,5%), Hindistan (80,4%), İsrail (86,2%), Küveyt (77,3%), ABŞ (75,9%) və İtaliyadan (55,9%) gələnlər arasında hotellərdə yerləşdirilənlərin sayı azalıb.

The number of accommodated foreigners decreased by 79.7% compared to 2019. Russia, Turkey and Saudi Arabia showed a percentage decrease compared to 2019 of nearly 74.8%, 67.1% and 87.3% respectively. The number of accommodated travellers also decreased among visitors from the United Kingdom (54.7%), UAE (86.5%), India (80.4%), Israel (86.2%), Kuwait (77.3%), USA (75.9%) and Italy (55.9%).

**Şəkil 11: Mehmanxanalarda gecələyən əcnəbi şəxslərin sayı, min nəfər (2019-2020)**  
Figure 11: Number of accommodated foreigners in hotels, in thousands (2019-2020)



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

Cədvəl 4-də hotellərdə gecələmə sayı ən çox olan 15 şəhər göstərilmişdir. Gecələmələrin 58%-i yerli turistlər üçün qeydə alınıb. Cədvəl 4-dəki şəhərlər arasında Bakı, Qəbələ, Qusar, Quba və Lənkəran 2020-cu ildə turistlərin hotellərdə ən çox gecələdikləri yerlər olub. Belə ki, il üzrə hotellərdə gecələmə sayının 81%-i bu şəhərlərin payına düşür: Bakı (58%), Qəbələ (10%), Qusar (5%), Quba (4%) və Lənkəran (3%). Bakı, Naftalan və Naxçıvandan başqa digər bütün şəhərlərdə yerli turistlər hotellərdə gecələmənin böyük hissəsini təşkil etmişdir.

Table 4 shows the 15 cities with the highest number of overnight stays at hotels. 58% of overnight stays were recorded for local tourists. Among the cities in Table 4, Baku, Gabala, Gusar, Guba and Lankaran were the main destinations for overnight visitors at hotels in 2020. These cities made up 81% of the total number of overnight stays during the year: Baku (58%), Gabala (10%), Gusar (5%), Guba (4%) and Lankaran (3%). In all cities except Baku, Naftalan and Nakhchivan, local tourists formed a higher portion of total overnight stays at hotels.

**Cədvəl 4: Mehmanxanalarda gecələmə sayı, 2020**  
**Table 4: Number of overnight stays in hotels, 2020**

Şəhər City	Cəmi Total		Azərbaycan vətəndaşları Azerbaijan citizens		Əcnəbi vətəndaşlar Foreign citizens	
	Cəmi Total 2020	% dəyişməsi %change 2020-2019	Yekun pay Share of total	% dəyişməsi %change 2020-2019	Yekun pay Share of total	% dəyişməsi %change 2020-2019
<b>Bakı</b> Baku	<b>580,283</b>	<b>-70.0%</b>	<b>44.0%</b>	<b>23.8%</b>	<b>56.0%</b>	<b>-81.2%</b>
<b>Qəbələ</b> Gabala	<b>96,743</b>	<b>-67.9%</b>	<b>79.4%</b>	<b>-20.4%</b>	<b>20.6%</b>	<b>-90.3%</b>
<b>Qusar</b> Gusar	<b>54,651</b>	<b>-42.2%</b>	<b>53.3%</b>	<b>-48.3%</b>	<b>46.7%</b>	<b>-33.1%</b>
<b>Quba</b> Guba	<b>41,463</b>	<b>-84.3%</b>	<b>79.3%</b>	<b>-82.4%</b>	<b>20.7%</b>	<b>-88.8%</b>
<b>Lənkəran</b> Lankaran	<b>31,810</b>	<b>-20.3%</b>	<b>99.2%</b>	<b>-16.6%</b>	<b>0.8%</b>	<b>-86.9%</b>
<b>Naftalan</b> Naftalan	<b>30,780</b>	<b>-75.2%</b>	<b>49.2%</b>	<b>-73.5%</b>	<b>50.8%</b>	<b>-76.6%</b>
<b>Naxçıvan</b> Nakhchivan	<b>23,812</b>	<b>-73.8%</b>	<b>41.2%</b>	<b>-60.2%</b>	<b>58.8%</b>	<b>-78.8%</b>
<b>Şabran</b> Shabran	<b>19,252</b>	<b>-36.2%</b>	<b>95.7%</b>	<b>-34.2%</b>	<b>4.3%</b>	<b>-62.0%</b>
<b>Mingəçevir</b> Mingachevir	<b>12,330</b>	<b>-62.6%</b>	<b>77.2%</b>	<b>-49.5%</b>	<b>22.8%</b>	<b>-80.1%</b>
<b>Xaçmaz</b> Khachmaz	<b>9,448</b>	<b>-93.6%</b>	<b>97.3%</b>	<b>-93.7%</b>	<b>2.7%</b>	<b>-84.0%</b>
<b>Qax</b> Gakh	<b>8,844</b>	<b>-73.9%</b>	<b>97.7%</b>	<b>-72.0%</b>	<b>2.3%</b>	<b>-93.3%</b>
<b>Şamaxı</b> Shamakhi	<b>8,560</b>	<b>-64.4%</b>	<b>96.4%</b>	<b>-60.3%</b>	<b>3.6%</b>	<b>-90.5%</b>
<b>Gəncə</b> Ganja	<b>8,457</b>	<b>-69.7%</b>	<b>82.2%</b>	<b>-48.1%</b>	<b>17.8%</b>	<b>-89.6%</b>
<b>Masallı</b> Masalli	<b>7,199</b>	<b>-68.6%</b>	<b>99.9%</b>	<b>-68.6%</b>	<b>0.1%</b>	<b>-86.2%</b>
<b>Zaqatala</b> Zagatala	<b>6,663</b>	<b>-30.6%</b>	<b>98.5%</b>	<b>-25.1%</b>	<b>1.5%</b>	<b>-87.7%</b>
<b>Ölkə üzrə yekun</b> Country total	<b>999,786</b>	<b>-70.1%</b>	<b>58.3%</b>	<b>-47.2%</b>	<b>41.7%</b>	<b>-81.4%</b>

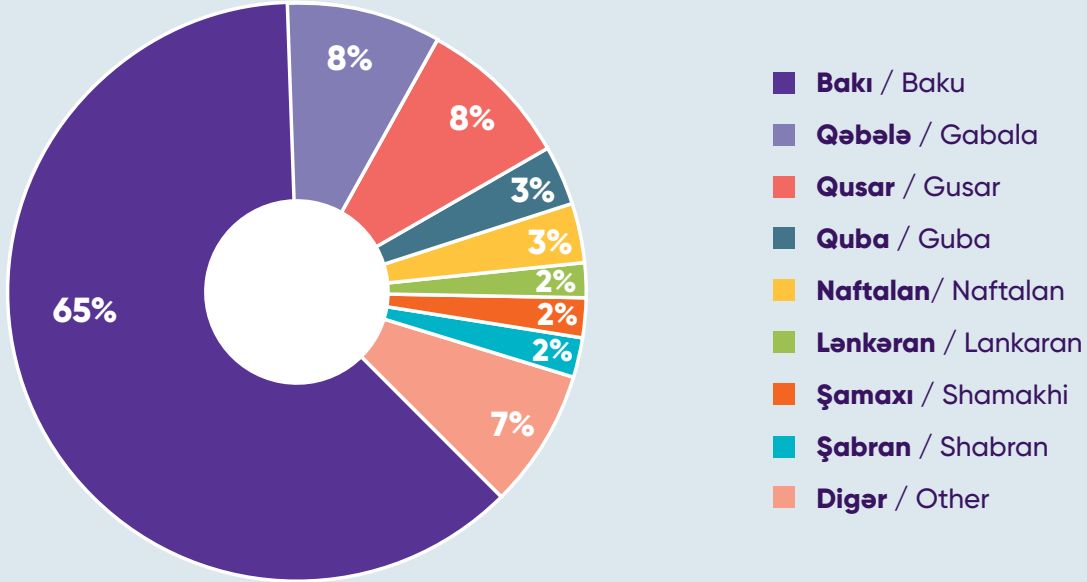
**Mənbə:** Dövlət Statistika Komitəsi / **Source:** State Statistical Committee



**Cədvəl 5: Mehmanxanaların əldə etdiyi gəlir, min AZN**  
 Table 5: Hotel revenues, in thousands of AZN

<b>Şəhər</b> City	<b>2020</b>	<b>% dəyişməsi</b> % change <b>2020–2019</b>
<b>Bakı</b> Baku	<b>75,961.3</b>	<b>-77.4%</b>
<b>Qəbələ</b> Gabala	<b>9,752.4</b>	<b>-68.5%</b>
<b>Qusar</b> Gusar	<b>8,869.7</b>	<b>-38.2%</b>
<b>Quba</b> Guba	<b>3,496.5</b>	<b>-72.5%</b>
<b>Naftalan</b> Naftalan	<b>2,891.7</b>	<b>-76.7%</b>
<b>Lənkəran</b> Lankaran	<b>2,790.4</b>	<b>-34.5%</b>
<b>Şamaxı</b> Shamakhi	<b>2,347.3</b>	<b>-58.5%</b>
<b>Şabran</b> Shabran	<b>1,991.6</b>	<b>-45.5%</b>
<b>Naxçıvan</b> Nakhchivan	<b>1,744.3</b>	<b>-73.6%</b>
<b>Mingəçevir</b> Mingachevir	<b>828.3</b>	<b>-59.3%</b>
<b>Gəncə</b> Ganja	<b>712.5</b>	<b>-70.5%</b>
<b>Şəki</b> Sheki	<b>662.6</b>	<b>-59.1%</b>
<b>Sumqayıt</b> Sumgayit	<b>651.5</b>	<b>-63.5%</b>
<b>Xaçmaz</b> Khachmaz	<b>488.7</b>	<b>-92.5%</b>
<b>Şəmkir</b> Shamkir	<b>414.5</b>	<b>-19.3%</b>
<b>Ölkə üzrə yekun</b> Country total	<b>116,798</b>	<b>-74.1%</b>

**Şəkil 12: Mehmanxana gəlirlərinin şəhərlər üzrə payı, 2020**  
Figure 12: Share of total revenue per city, 2020



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

Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, 2020-ci ildə hotellərin əldə etdiyi gəlir əvvəlki ilə nisbətə 74% azalaraq 117 milyon manat təşkil edib. Pandemiyadan əziyyət çəkən hotellər arasında Xaçmaz (93%), Bakı (77%) və Naftalan (77%) şəhərlərində yerləşən müəssisələr ilk sıralarda dayanır.

Hotellərin gəlirlərinin 65%-i Bakı şəhərinin payına düşür. Növbəti ən böyük pay Qəbələ (8%) və Qusar (8%) şəhərlərinə məxsusdur.

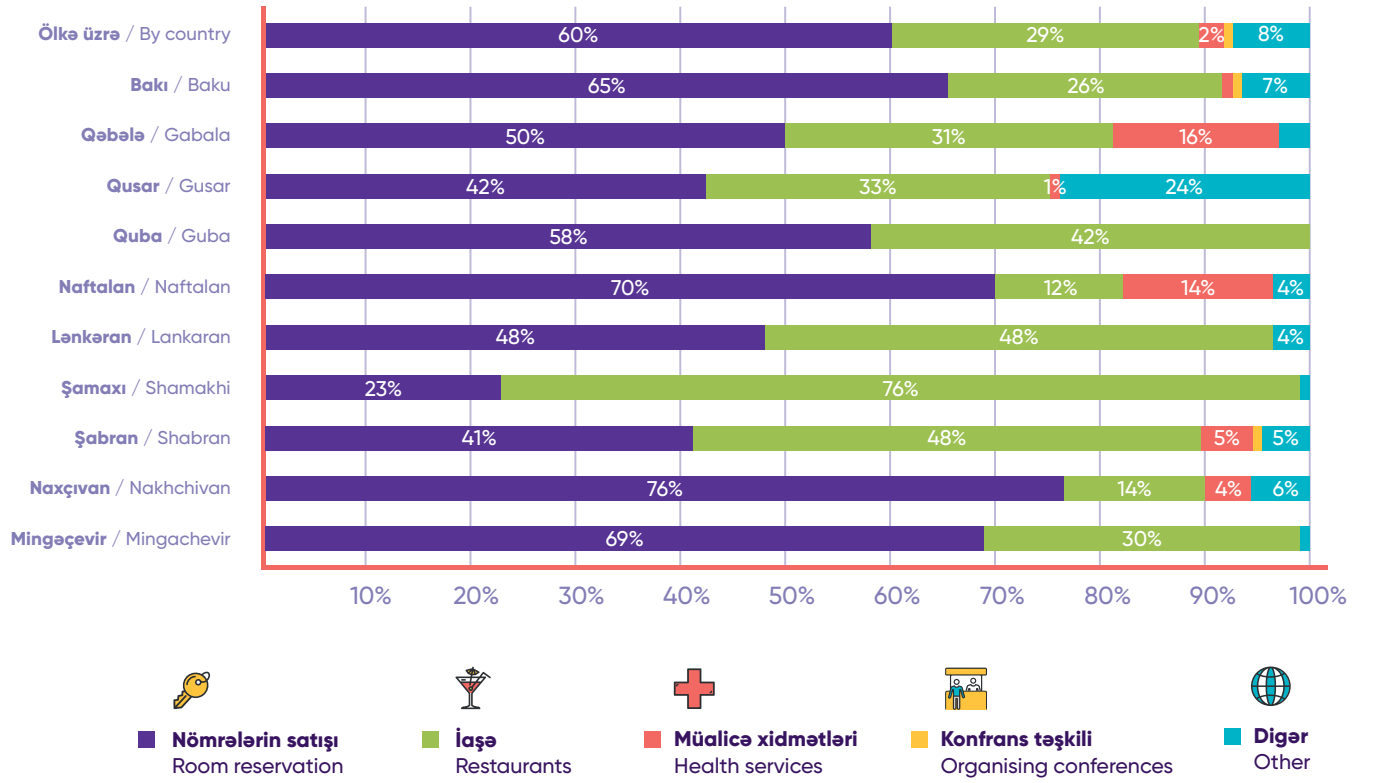
Ölkə üzrə hotellərin gəlirləri ən çox nömrə satışı və iəşə xidmətlərindən əldə olunub – müvafiq olaraq 60% və 29%. Bu bölgü şəhərlər üzrə baxılıqda da oxşar nəticələri əks etdirir. Şamaxı və Şabran şəhərlərində yerləşən hotellər gəlirlərinin əksər hissəsini iəşə xidmətlərindən əldə edib.

According to the State Statistical Committee, the total revenue of hotels in Azerbaijan for 2020 showed a 74% decrease compared to the previous year, totalling 117 million AZN. Hotels located in Khachmaz, Baku and Naftalan suffered a substantial decrease in revenue, of 93%, 77% and 77% respectively.

Baku captured 65% of the total revenue, followed by Gabala and Gusar with 8% each.

The main elements of hotel revenue in the country were room reservations and restaurants, 60% and 29% of total revenue respectively. A similar trend was experienced in other cities, as per the breakdown. Hotels in Shamakhi and Shabran earned most of their revenue from restaurants.

**Şəkil 13: Mehmanxanaların gəlirlərinin strukturu, şəhərlər üzrə**  
 Figure 13: Revenue structure of hotels, city breakdown



Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / Source: State Statistical Committee

**İqtisadi təsir**  
*Economic impact*





## Turizm sektorunun makroiqtisadi göstəriciləri

2020-ci ildə turistlərin yerləşdirilməsi və iaşə sektorunda ümumi daxili məhsul (ÜDM) istehsalı 821,1 milyon manat olmuşdur ki, bu da 2019-cu il ilə müqayisədə 58,9% azdır. Nəticədə sektorun ölkə üzrə cəmi ÜDM istehsalında payı 1,4 faiz bəndi azalaraq 1,2% olmuşdur. Qeyd edək ki, turistlərin yerləşdirilməsi və iaşə sektorunda 2018-ci ildə 7,6%, 2019-cu ildə isə 6,4% iqtisadi böyümə baş vermişdir.

Hesabat ilində turistlərin yerləşdirilməsi və iaşə sahəsində əsas kapitala 62,8 milyon manat investisiya qoyulmuşdur ki, bu da 2019-cu il ilə müqayisədə nominal ifadədə 5,9% artıq, real qiymətlərlə isə 29,4% azdır. Sektor üzrə əsas kapitala investisiya qoyuluşlarının ölkə üzrə cəmi investisiya qoyuluşlarında payı 0,1 faiz bəndi artaraq 0,4%-ə yüksəlmişdir.

## Macroeconomic indicators of the tourism sector

In 2020, the gross domestic product (GDP) in the tourist accommodation and catering sector amounted to 821.1 million AZN, which is 58.9% less than in 2019. As a result, the share of the sector in the country's GDP decreased by 1.4% to 1.2%. It should be noted that the tourist accommodation and catering sector grew by 7.6% in 2018 and 6.4% in 2019.

In the reporting year, 62.8 million AZN was invested in capital assets in the field of tourist accommodation and catering, which is 5.9% more in nominal terms than in 2019 and 29.4% less in real prices. The share of capital assets investments in total investments in the country increased by 0.1 percentage points to 0.4%.

**Cədvəl 6: Turistləri yerləşdirmə və ictimai iaşə (turizm) sektorunun 2016–2020-ci il üçün əsas göstəriciləri**

Table 6: Key indicators of the tourist accommodation and catering sector for 2016–2020

Göstərici adı Indicator	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Ümumi daxili məhsul, cari qiymətlərlə, milyon manat</b> Gross domestic product, at current prices, AZN millions	1424.1	1639.8	1812.5	1976.7	821.1
<b>Turizm sektorunun ölkə üzrə cəmi ÜDM istehsalında xüsusi çəkisi, %</b> Share of the tourism sector in the country's total GDP, %	2.4	2.4	2.2	2.4	1.2
<b>Turizm sektorunda ÜDM istehsalının əvvəlki il ilə müqayisədə artım tempi, %</b> Growth rate of GDP production in the tourism sector compared to the previous year, %	2.1	6.9	7.6	6.4	-58.9
<b>Turizm sektorunda məşğul əhəlinin sayı, min nəfər</b> Number of people employed in the tourism sector, thousands	68.4	73.5	78.2	80.5	M/D
<b>Turizm sektorunun cəmi məşğulluqda xüsusi çəkisi, %</b> Share of the tourism sector in total employment, %	1.4	1.5	1.6	1.6	M/D
<b>Turizm sektorunda muzzla (əmək müqaviləsi ilə) çalışanların sayı, min nəfər</b> Number of employees in the tourism sector (with an employment contract), thousands	22.9	22.8	23.4	27.6	23.9
<b>Turizm sektorunun cəmi muzzla çalışanlarda xüsusi çəkisi, %</b> Share of the tourism sector in total employees, %	1.5	1.5	1.5	1.7	1.4
<b>Əsas kapitalla cəmi investisiya qoyuluşu, milyon manat</b> Total investment in capital assets, AZN millions	86.5	215.5	169.8	59.3	62.8
<b>Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin sayı</b> Number of hotels and similar establishments	548	563	596	642	655
<b>Turizm xidmətləri üzrə saldo, milyon ABŞ dolları</b> Saldo on tourism services, USD millions	219.4	353.4	349.8	331.7	M/D
<b>Vergi öhdəlikləri üzrə ödənişlər, milyon manat</b> Payments on tax liabilities, AZN millions	47.5	47.5	54.5	76.3	M/D
<b>Azərbaycana səfər edən əcnəbi və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin sayı, min nəfər</b> Number of foreigners and stateless persons visiting Azerbaijan, thousands	2248.8	2696.7	2849.6	3170	795.7
<b>o cümlədən turizm məqsədi ilə</b> including for tourism purposes	2044.7	2545	2605.3	2863.5	377.9
<b>Azərbaycana turist məqsədilə səfər edən əcnəbi və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin turizm məqsədli xərcləri, milyon manat</b> Expenditures of foreigners and stateless persons visiting Azerbaijan for tourism purposes, AZN millions	1132.4	1411.3	2285.3	2971.4	372.4

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi / Source: State Statistical Committee

Turizm sənayesinin qismən fəaliyyəti bu sahədə əmək qüvvəsinə tələbin (muzdlu çalışanlar) 13,4% azalmasını şərtləndirmişdir.

2020-ci ildə pandemiyanın təsiri ilə daxili turist sayı əvvəlki ilə nisbətə 70,9% azalaraq 1 milyon 268,7 min nəfər olmuşdur. Daxili turistlərin cəmi xərclərində isə 4,3 dəfə azalma baş vermişdir. Nəticədə 2020-ci ildə daxili və əcnəbi turistlər tərəfindən mal və xidmətlərin istehlakı məqsədilə cəmi 1 milyard 185,5 milyon manat xərclənmişdir ki, bu da 2019-cu il ilə müqayisədə 5,4 dəfə azalma deməkdir.

Turizm məqsədli səfərlərə məhdudiyyətin tətbiqi edilməsi yerləşdirmə xidmətlərinə tələbin əhəmiyyətli səviyyədə azalmasına səbəb olmuşdur. Nəticədə hesabat ilində mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə yerləşdirilən şəxslərin sayı 2,9 dəfə, gecələmə sayı 3,3 dəfə, müəssisələrin gəlirləri isə 3,9 dəfə azalmışdır. Nəticədə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələr 55 milyon manat xalis zərərə üzleşmişdir. Pandemiyanın mənfi təsirlərinə baxmayaraq, 2020-ci ildə turistlərin yerləşdirilməsi və işə sektorunda fərdi sahibkarlar istisna olmaqla, statistik vahidlərin sayı 13,8% artaraq 3 371 ədəd olmuşdur.

Hesabat dövründə sektorda 407 ədəd yeni kommersiya təşkilatı qeydiyyatdan keçmişdir ki, nəticədə müvafiq təşkilatların sayı 2019-cu il ilə müqayisədə 13,8% artaraq 3 357 ədəd olmuşdur. Artım bütün ölçülü müəssisələrin sayında müşahidə edilmişdir. Belə ki, 2020-ci ildə turistlərin yerləşdirilməsi və işə sektorunda fəaliyyət göstərən mikro sahibkarlıq subyektlərinin sayı 2 962 ədəd olmuşdur ki, bu da əvvəlki ilə nisbətən 362 ədəd, yaxud 13,9% çoxdur. İri sahibkarlıq subyektlərinin sayı isə 18,8% artaraq 19 ədəd olmuşdur.

The partial activity of the tourism industry led to a 13.4% decrease in the demand for labour (employees) in this area.

In 2020, due to the pandemic, the number of domestic tourists decreased by 70.9% compared to the previous year and amounted to 1 million 268.7 thousand people. The total expenditure of domestic tourists decreased by 4.3 times. As a result, the consumption of goods and services by domestic and foreign tourists in 2020 amounted to only 1 billion 185.5 million AZN, which is a decrease of 5.4 times compared to 2019.

Restrictions on tourism have significantly reduced the demand for accommodation services. As a result, the number of people staying in hotels and hotel-type establishments decreased by 2.9 times, the number of overnight stays by 3.3 times, and their income by 3.9 times in the reporting year. As a result, hotels and hotel-type establishments suffered a net loss of 55 million AZN. Despite the negative effects of the pandemic, in 2020 the number of statistical units, excluding tourist accommodation and catering, increased by 13.8% to 3371 units.

During the reporting period, 407 new commercial organisations were registered in the sector. As a result, the number of relevant organisations increased by 13.8 percent compared to 2019 and amounted to 3357. An increase was observed in the number of enterprises of all sizes. Thus, in 2020, the number of micro-entrepreneurship entities operating in the tourist accommodation and catering sector was 2,962, which was 362 or 13.9% more than the previous year. The number of large business entities increased by 18.8% and amounted to 19.

### Cədvəl 7: 2020-ci il ərzində turistlərin yerləşdirilməsi və işə sektorunda kommersiya təşkilatlarının sayının dəyişməsi, ədəd

Table 7: Changes in the number of commercial organisations in the tourism catering and accommodation sector in 2020, units

Kommersiya təşkilatları Commercial organisations		2019-cu il üçün sahibkarlıq subyektlərinin sayı Number of business entities on 2019	2020-ci il üçün sahibkarlıq subyektlərinin sayı Number of business entities on 2020	2019-cu il ilə müqayisədə 2020-ci ildə dinamika 2020 dynamics compared to 2019
Cəmi Total		3,357	2,950	-13.8%
Ölçüsünə görə statistik vahidlərin strukturu və dinamikası  Structure and dynamics of statistical units by their size	Mikro Micro	2,962	2,600	-13.9%
	Kiçik Small	290	259	-12%
	Orta Medium	86	75	-14.7%
	İri Large	19	16	-18.8%

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi, 2020 / Source: State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan, 2020

Turistlərin yerləşdirilməsi və iaşə sektoruna aid fəaliyyət sahələrində bütün ölçülü (mikro, kiçik, orta və iri) artım bir daha göstərmişdir ki, pandemiyanın ciddi fəsadlarının olmasına baxmayaraq, turizm sektoru biznes aspektindən cəlbediciliyini tam olaraq itirməmişdir.

Hesabata bir sıra indikatorlar üzrə, o cümlədən turizm məqsədilə səfər edənlərin sayı, turist xərcləri, saldo, məşğulluq, muddatla çalışanların sayı, mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin maliyyə təsərrüfat fəaliyyətinin nəticələri ilə əlaqədar yenilənmiş məlumatların daxil edilməməsinin səbəbi aidiyyatı qurumlar tərəfindən müvafiq hesabatların açıqlanmamasıdır. ARDSK daxil olmaqla, müvafiq dövlət qurumları illik yekun məlumatları iş qrafikinə uyğun olaraq 2021-ci ilin may ayınadək açıqlayacaq.

The growth of all sizes (micro, small, medium and large) in the areas of tourist accommodation and catering has once again shown that, despite the serious consequences of the pandemic, the tourism sector has not totally lost its business appeal.

The reason for not including updated information on a number of indicators, including the number of visitors for tourism, tourist spending, saldo, employment, number of employees, financial performance of hotels and hotel-type enterprises, is the failure of the relevant agencies to disclose the necessary reports. The relevant government agencies, including SSC, will publish the annual final data by May 2021 in accordance with the work schedule.

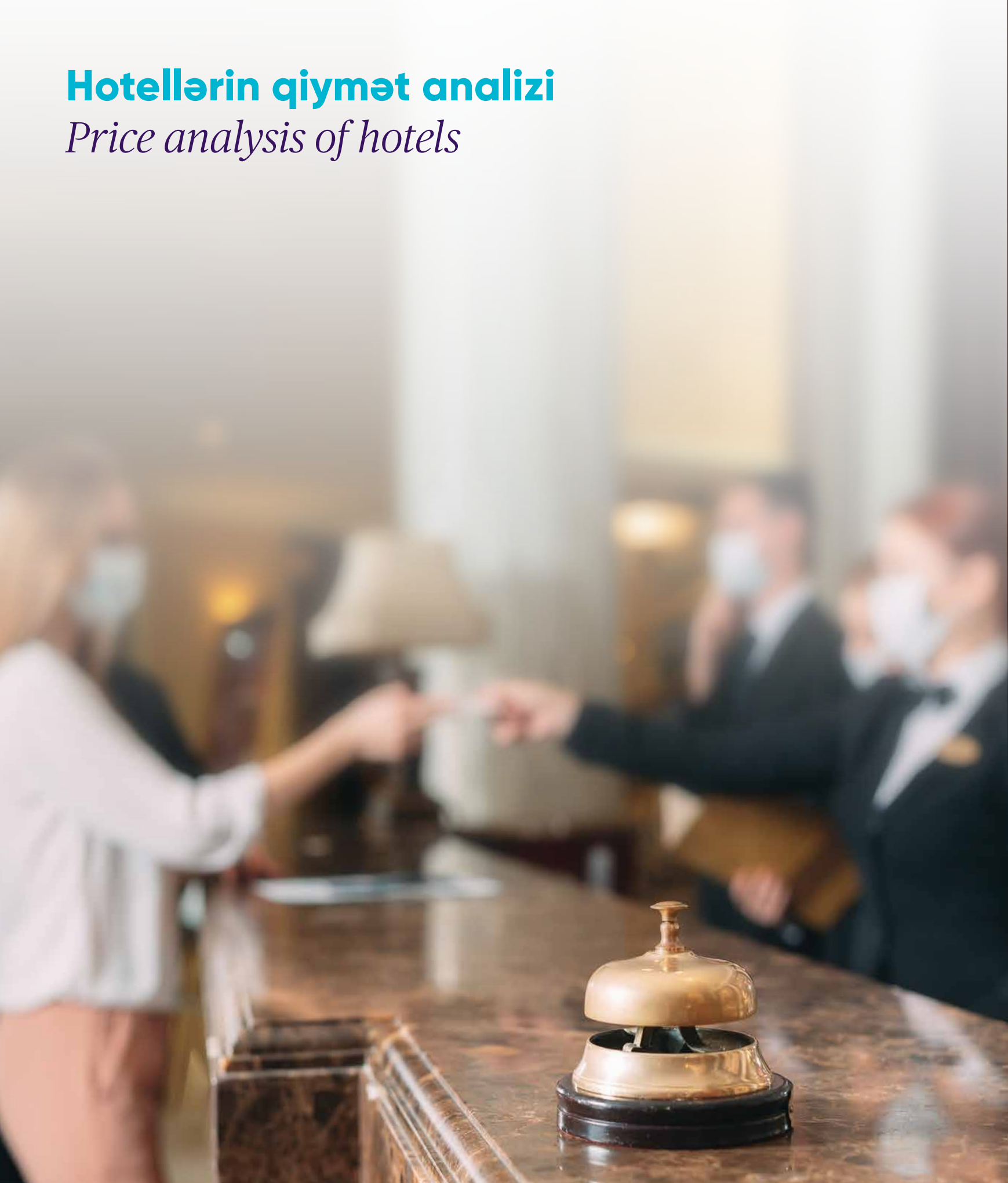






# Hotellərin qiymət analizi

*Price analysis of hotels*



Dövlət Turizm Agentliyi tərəfindən 2019-cu ilin dekabr ayından booking.com platformasındakı Azərbaycan hotellərinin qiymətlərinin (aylıq) avtomatlaşdırılmış qaydada əldə edilməsinə başlanılmışdır. Bu məlumatlar şəhər və veb-saytda qeyd olunan ulduz təsnifatı üzrə qeyd edilmişdir. Bunlardan əlavə hotellərin qonaqlar tərəfindən qiymətləndirməsi və reytingləri də aylıq olaraq əldə edilir.

Məlumatlar əldə edildikdən sonra hotellərin veb-saytda qeyd etdikləri təkliflərə əsaslanaraq aylıq qiymət indeksi hesablanmışdır. Qiymət indeksinin hesablanması 2019-cu ilin dekabr ayı baza ayı kimi götürülmüş və digər ayların indeksi baza ayı ilə müqayisə edilmişdir.

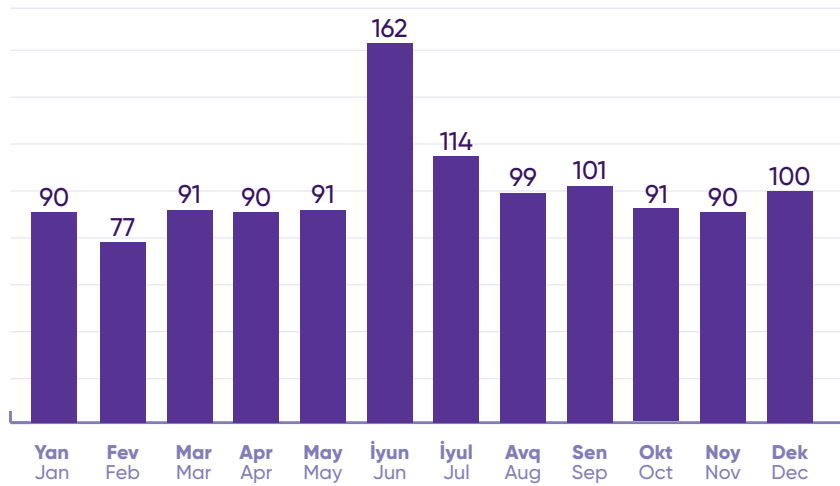
Booking.com platformasında paylaşılan hotellərin aylıq qiymət indeksinin hesablanmasına ümumilikdə 474 müəssisə cəlb edilmişdir. Qiymətlər 2 nəfərlik standard otaqlar üçün nəzərdə tutulmuşdur.

In December 2019, the State Tourism Agency started to obtain prices for hotels located on the Azerbaijani booking.com platform on a monthly basis in an automated manner. This information is recorded according to the city and star classification listed on the website. In addition, guest reviews and ratings of hotels are obtained on a monthly basis.

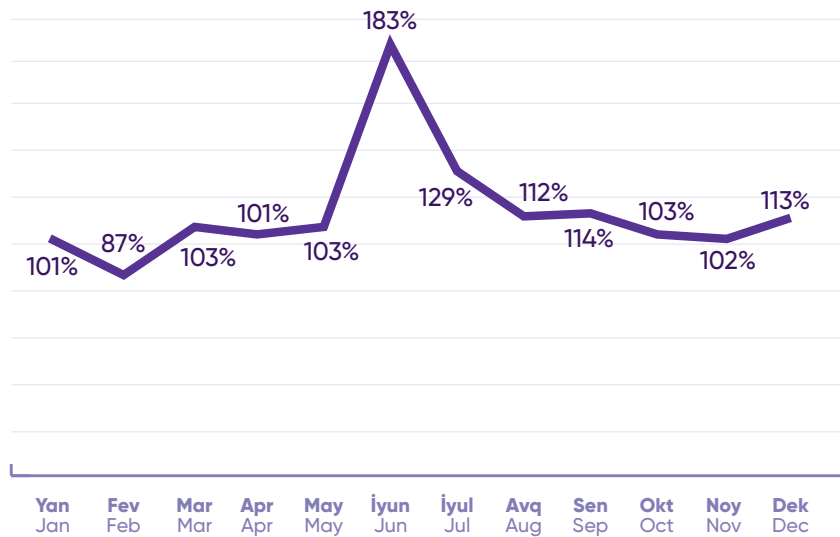
After receiving the information, the monthly price index is calculated based on the offers posted by the hotels on the website. In calculating the price index, December 2019 was taken as the base month, and the index of other months was compared with the base month.

A total of 474 companies were involved in calculating the monthly price index of hotels shared on the booking.com platform. Prices have been considered for 2-persons standard rooms.

**Şəkil 14: Hotellərin orta qiyməti, aylar üzrə (AZN)**  
Figure 14: Average price of hotels, monthly breakdown (AZN)



**Şəkil 15: Hotel qiymət indeksi, baza ayı ilə müqayisə**  
Figure 15: Hotel price index, compared to base month



Şəkil 14-də göstəriləyi kimi, 2020-ci ildə hotellərin orta qiyməti aylar üzrə 77-162 manat arasında dəyişir. Ən aşağı qiymət fevral ayında, ən yüksək qiymət isə iyun ayında qeydə alınıb. Fevral ayından başqa digər aylarda ortalama hotel qiyməti 90 AZN-dən yuxarıdır ki, bu da qiymətlərin yüksək olduğunu göstərir.

Şəkil 15-də 2020-ci ilin aylar üzrə ortalama hotel qiyməti baza ayı ilə müqayisə edilmişdir. Bu müqayisədə baza ayı (2019-cu ilin dekabr ayı) 100% olaraq nəzərdə tutulmuşdur. Şəkildə qeyd olunduğu kimi, fevral ayından başqa digər aylarda hotel qiymətlərində baza ayı ilə müqayisədə artım müşahidə edilir. Ən böyük qiymət indeksi iyun ayında qeydə alınıb – baza ayı ilə müqayisədə 83%.

Hotellərin ulduzlar üzrə orta qiyməti bir gecə üçün 47-144 manat arasında dəyişir.

Cədvəl 8-də göstəriləyi kimi, bütün ulduz növ hotellərdə ən aşağı qiymət fevral ayında, ən yüksək qiymət isə iyun ayında müşahidə olunur.

As shown in Figure 14, in 2020 the average price of hotels changed from 77 AZN to 162 AZN per month. The lowest price was recorded in February and the highest in June. In other months, except February, the average hotel price was above 90 AZN, which indicates high prices.

Figure 15 compares the average hotel price for the months of 2020 with the base month. In this comparison, the base month (December 2019) is projected at 100%. As noted in the chart, except February, hotel prices increased in other months compared to the base month. The largest price index was recorded in June – 83% compared to the base month.

The average price for hotels per night ranged between 47 AZN and 144 AZN.

Looking at Table 8, February shows the lowest price, while June experienced the highest price of the year for each star category of hotel.

### Şəkil 16: Hotellərin orta qiyməti, AZN

Figure 16: Average price of hotels, AZN



### Cədvəl 8: Ulduz təsnifatı üzrə hotellərin orta qiymətləri<sup>1</sup>

Table 8: Average price of hotels per star rating<sup>1</sup>

Ulduz təsnifatı Star rating	Yanvar January 2020	Fevral February 2020	Mart March 2020	Aprel April 2020	May May 2020	İyun June 2020	İyul July 2020	Avqust August 2020	Sentyabr September 2020	Oktyabr October 2020	Noyabr November 2020	Dekabr December 2020
★★	38	37	45	50	46	66	51	46	49	44	44	48
★★★	61	51	64	64	73	124	83	72	76	68	68	73
★★★★	89	76	92	89	93	180	119	102	103	93	92	103
★★★★★	142	121	140	136	130	208	160	143	148	133	133	144

<sup>1</sup>Ulduz təsnifatı müəssisələrin booking.com platformasında qeydiyyatdan keçərkən etdikləri seçim üzrə qeyd edilib.

<sup>1</sup>Star classification is based on the choices made by hotels when registering on the booking.com platform.







# Daxili turizm sorğusu<sup>2</sup>

## *Domestic Tourism Survey<sup>2</sup>*



**2020-ci ilin oktyabr ayında Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi daxili turizmə dair araşdırma təşkil etmişdir.**

Pandemiya səbəbindən Dövlət Turizm Agentliyi daxili turizmi prioritet istiqamət kimi nəzərə almışdır. 2020-ci ildə ölkədaxili nəqliyyatın hərəkətinə qadağalar olduğu üçün sorğular istirahət edən turistlərin məmnuniyyətini ölçmək üçün yox, daxili turizm üzrə tələb bazarını öyrənmək üçün aparılmışdır. Bu məqsədlə 16 şəhər sakinləri ilə onların ölkədaxili səyahət davranışlarını öyrənmək üçün müsahibələr təşkil edilmişdir. Bu layihənin əsas məqsədi 16 şəhər daxili turist profilini öyrənməkdir.

Dövlət Turizm Agentliyi kəmiyyət analizindən istifadə edərək layihə üçün aşağıdakı əsas hədəfləri müəyyən etmişdir:

- Turizm üzrə seçimlər
- Səyahət vaxtı və səfər müddəti
- Daxili turizm səyahət məqsədi
- İnformasiya mənbəyi
- Digər

Layihə üçün 16 şəhər üzrə 3 000 müsahibə aparılmışdır.

**In October 2020 the State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan organised a survey on domestic tourism in 16 cities.**

Due to the global pandemic, the State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan set domestic tourism as a priority. Since inter-city transport was limited in 2020, the survey was conducted on a domestic tourism source market basis rather than tourist satisfaction. For that purpose, residents of 16 cities were interviewed to identify their travel behaviour within the country. This project aims to study the domestic tourist profile in 16 cities of Azerbaijan.

The State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan decided on a number of key objectives to be studied during the project using a quantitative survey:

- Tourism related preferences
- Length of stay and month of travelling
- Purposes of domestic tourism trips
- Sources of information
- Others

Within the framework of the project, 3,000 interviews were conducted with the population of 16 cities of Azerbaijan.

<sup>2</sup>**Sorğuların keçirildiyi şəhərlər:** Bakı, Gəncə Şəki, Lənkəran, Xaçmaz, Masallı, Sumqayıt, Tovuz, Şəmkir, Bərdə, Quba, Mingəçevir, Cəlilabad, Göyçay, Zaqatala, Qəbələ.

<sup>2</sup>**The survey was conducted among residents in the following cities:** Baku, Ganja, Sheki, Lankaran, Khachmaz, Masalli, Sumgayit, Tovuz, Shamkir, Barda, Guba, Mingachevir, Jalilabad, Goychay, Zagatala, Gabala

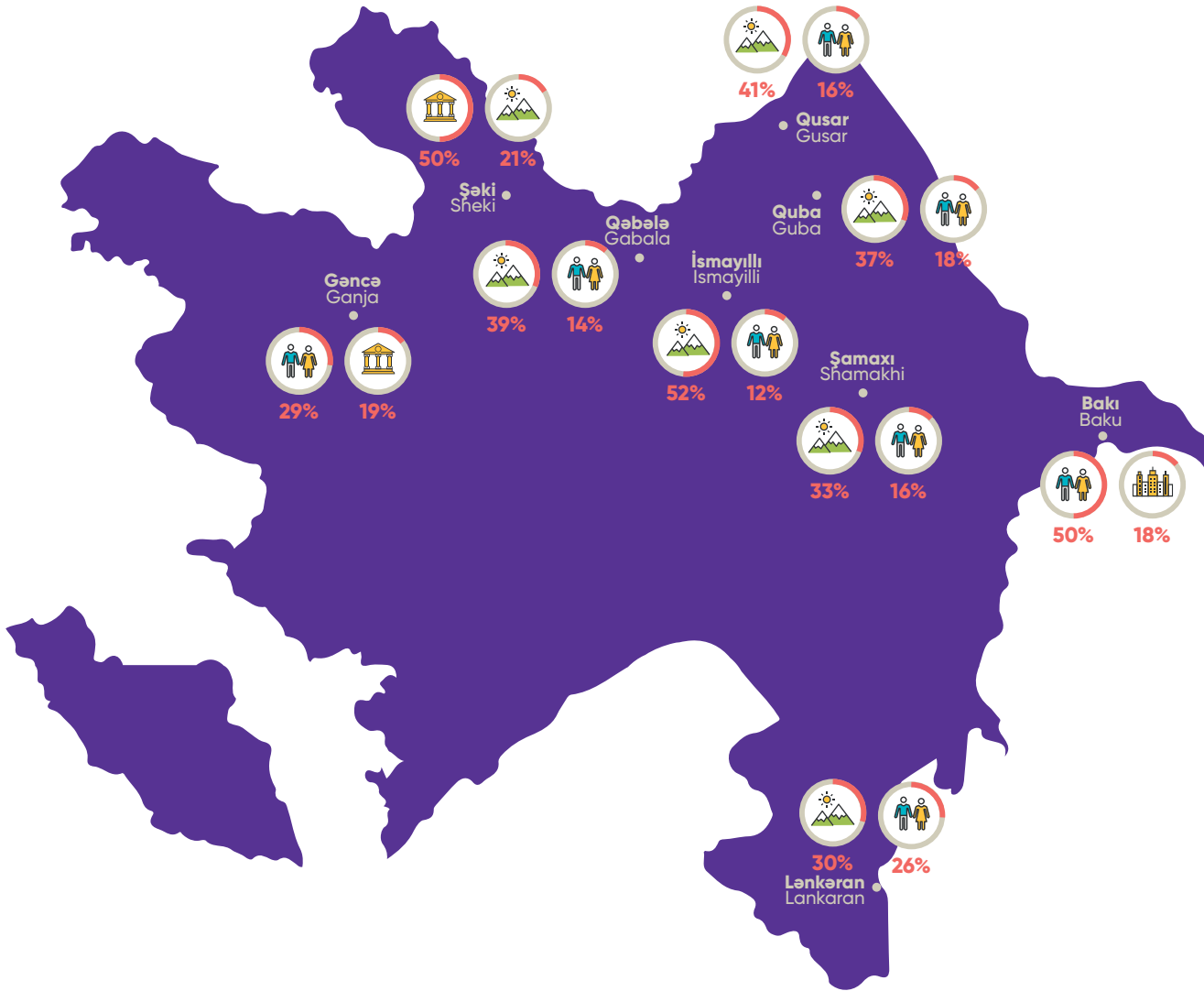
**Cədvəl 9: Daxili turizm sorğusu üzrə xülasə**  
Table 9: Summary information of domestic tourism survey

Üstünlüklər Preferences	Səyahət Travel	Digər cəhətlər Other parameters
<p><b>Kənd turizmi "son 2 il ərzində sınaq edilmiş" və "sınaq edilməsi istənilən turizm növü" baxımından birmənalı liderdir.</b> Rural tourism is the clear leader in terms of "tried during the past 2 years" and "type of tourism respondents would like to have".</p>	<p><b>İl ərzində ortalama səyahət sayı: 2,6</b> Average number of trips per year: 2.6</p>	<p><b>Yanacaqqoldurma məntəqələrinin, supermarketlərin, şəxsi təhlükəsizliyin mövcudluğu vacib amildir.</b> Availability of fuel/gas stations, supermarkets and personal safety and security.</p>
<p><b>Başlıca ərazilərin əksəriyyəti "gözəl təbiət" və "dostlar və qohumlar" baxımından ziyarət edilir.</b> Most of the key areas are visited due to good nature and friends/relatives.</p>	<p><b>Respondentlərin 60%-i üçün yay səyahətlər üçün əsas dövrdür.</b> Summer is the main period of travel for 60% of respondents.</p>	<p><b>Səyahətçilətin 32%-i kirayə evlərdə, 24%-i mehmanxanalarda, 22%-i dostların, qohumların evində qalmağa üstünlük verir.</b> 32% of travellers prefer renting houses, 24% prefer hotels and 22% stay with their friends/relatives.</p>
<p><b>Bakı ən çox "dostlar və qohumlarla" yanaşı, "daha inkişaf etmiş infrastrukturuna" görə də səyahət olunur.</b> Baku is mostly visited due to friends and relatives as well as its more developed infrastructure.</p>	<p><b>Daxili səyahət zamanı orta gecələmə sayı: 4,7</b> Average number of nights during domestic travel: 4.7</p>	<p><b>Mehmanxanalara üstünlük verənlərin 67%-i bölgələrdə göstərilən xidmətlər ilə müqayisədə yaşayış qiymətlərinin məqbul və ya olduqca məqbul olduğunu düşünür.</b> 67% of those who prefer hotels think that accommodation prices are reasonable or highly reasonable compared to services provided in the regions.</p>
	<p><b>Orta hesabla səyahət 3-4 nəfərlə edilir. 54% ailə, 18% dostlarla, 15% fərdi, 9% cütlüklə səyahətə çıxır.</b> On average respondents travel with 3-4 people. 54% travel with family, 18% with friends, 15% take individual trips, 9% are couples.</p>	<p><b>Səyahət başına ortalama xərc: 667 AZN</b> Average expenditure per trip: 667 AZN</p>
	<p><b>Respondentlərin 62%-i şəxsi avtomobilindən istifadə edərək səyahətə çıxır.</b> 62% of respondents travel using their own car.</p>	
	<p><b>86%, ümumiyyətlə, tur paketlər əvəzinə, daha çox fərdi planlamaya üstünlük verir.</b> 86% of respondents usually do individual planning rather than tour packages.</p>	
	<p><b>53% interneti daxili turizm imkanları haqqında əsas məlumat mənbəyi hesab edir, 39% isə dost və qohumlarından tövsiyə alır.</b> 53% said the internet is the main source of information of domestic tourism opportunities, whereas 39% mentioned friends and relatives.</p>	



**Şəkil 17: Üstünlük verilən şəhərlər və səbəbləri**  
Figure 17: Preferred cities and preference reasons

**Daxili turizm üçün üstünlük verilən şəhərlər və üstünlük verilmə səbəbləri**  
Preferred cities for domestic tourism and key preference reasons



 **Dostlar və qohumlar**  
Visiting friends and relatives

 **Gözəl təbiət**  
Good nature

 **Mədəni / Tarixi irs**  
Cultural / Historical heritage

 **Daha inkişaf etmiş infrastruktur**  
More developed infrastructure

**Şəkil 18. Səyahətin təşkili**  
Figure 18. Organisation of travel

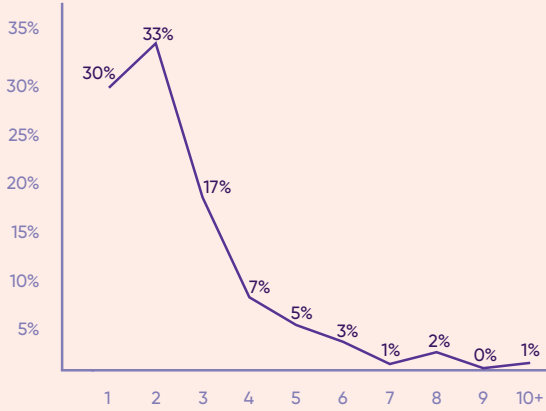
**A)**

**S: Orta hesabla ildə neçə dəfə səyahət edirsiniz?**

Q: How many times do you travel annually on average?

**İl ərzində ortalama səyahət sayı: 2,6**

Average number of trips per year: 2.6



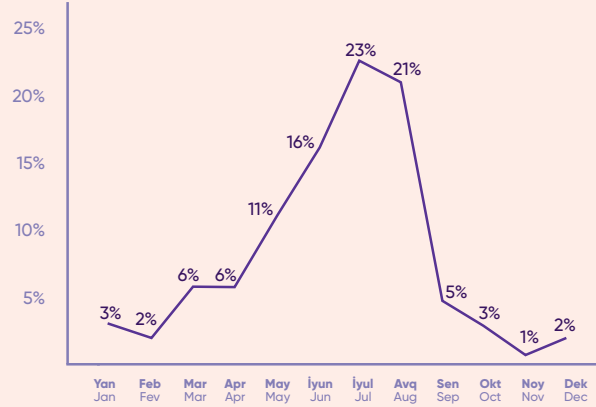
**B)**

**S: Adətən hansı ayda səyahət edirsiniz?**

Q: Which month do you usually travel in?

**Respondentlərin 60%-i üçün yay səyahətlərin əsas dövrüdür**

Summer is the main period of travel for 60% of respondents



N = 3 000

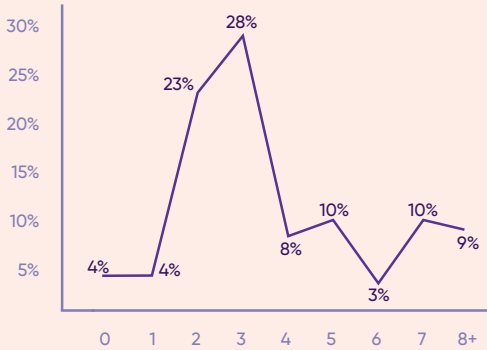
**C)**

**S: Ölkə daxili səyahət zamanı orta hesabla neçə gecə qalırsınız? (günlər)**

Q: How many nights on average do you stay during domestic travel? (days)

**Daxili səyahət zamanı orta gecələmə sayı: 4,7**

Average number of nights during domestic travel: 4.7



**D)**

**S: Adətən neçə nəfərlə səyahət edirsiniz?**

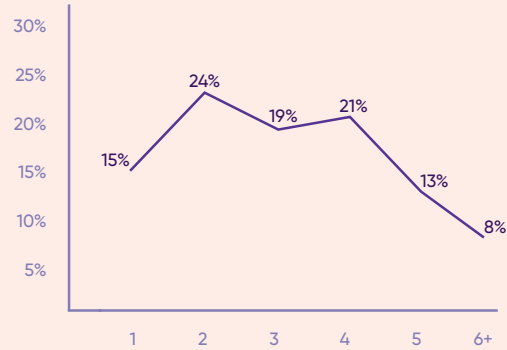
Q: How many people do you usually travel with?

**Orta hesabla səyahət 3-4 nəfərlə edilir.**

**54% ailə ilə, 1% dostlarla, 15% fərdi, 9% cütlüklə səyahətə çıxır.**

On average respondents travel with 3-4 people.

54% travel with family, 1% with friends, 15% travel individually, 9% as couples.



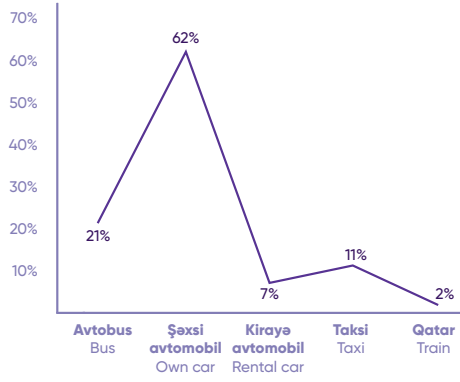
N = 3 000

## E)

**S: Səyahət zamanı hansı nəqliyyat vasitələrindən istifadə edirsiniz?**

Q: Which means of transport do you use?

**Respondentlərin 62%-i şəxsi avtomobilindən istifadə edərək səfərə çıxır.**  
62% of respondents travel using their own car.



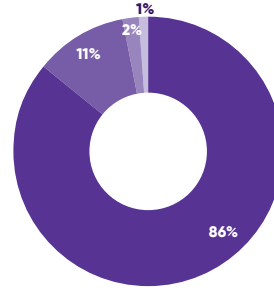
## F)

**S: Daxili səyahətinizi adətən necə planlayırsınız?**

Q: How do you usually plan your domestic trip?

**86%, ümumiyyətlə, tur paketlərindənə, daha çox fərdi planlamaya üstünlük verir.**

86% of respondents usually plan individually rather than purchasing tour packages.



- Şəxsən planlayıram  
Individual planning
- Tur paketini alıraq  
Tour package
- Ailə ilə birlikdə planlayırıq  
Plan with family
- Dostlarla birlikdə planlayırıq  
Plan with friends

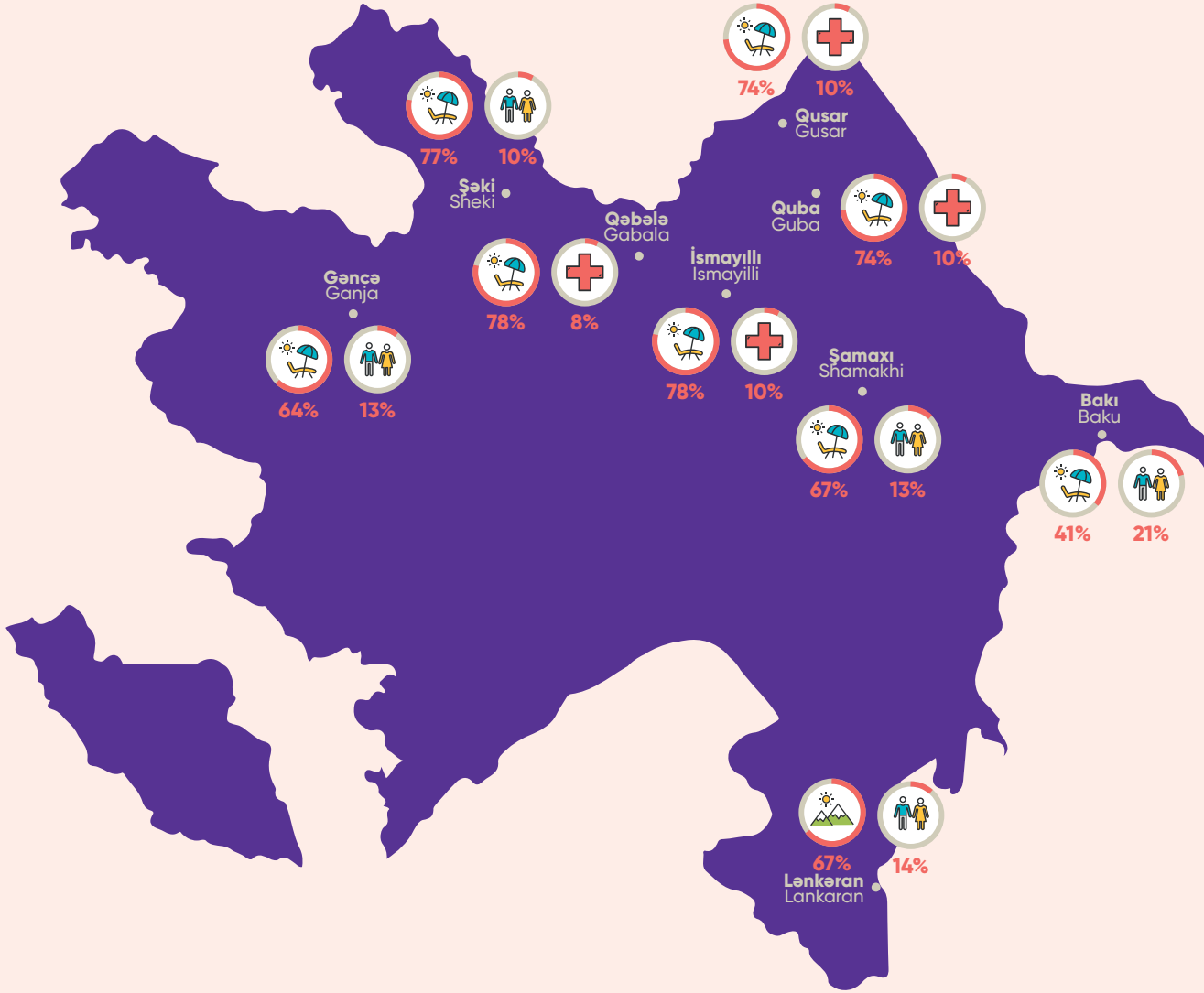
N = 3 000


## Şəkil 19. Ziyarətlərin başlıca məqsədi

Figure 19. Key visit purposes


S: Səyahət etdiyiniz hər ölkədaxili şəhər üçün ziyarətinizin əsas məqsədi nədir?

Q: What was your main purpose of visit for each domestic tourism city you travelled to?



 Dostlar və qohumların ziyarəti  
Visiting friends and relatives

 İstirahət  
Leisure

 Sağlamlıq  
Health & wellness



## Cədvəl 10. İnfrastruktur və xidmətlər

Table 10. Infrastructure and services

S: Zəhmət olmasa, səyahət yerindəki ... amilinin əhəmiyyətini qiymətləndirin.

1 - heç vacib deyil; 5 - çox vacibdir

Q: Rate the importance of the ... component in the travel destination.

1 - not important at all; 5 - very important

Şəhər City	Ortalama əhəmiyyət dərəcəsi (maksimum = 5.0) Mean importance (max = 5.0)	2 ən yüksək qiymət %-i (yəni "vacib" + "çox vacib") Top 2% (i.e. important + very important)
<b>Yollar</b> Roads	<b>4.3</b>	<b>78%</b>
<b>Yol nişanları/yol kənarındakı məlumat lövhələri</b> Roadside signs	<b>4.2</b>	<b>76%</b>
<b>Telekommunikasiya/İnternetin əhatə dairəsi</b> Telecommunication / Internet coverage	<b>4.3</b>	<b>79%</b>
<b>Küçə işıqları</b> Street lights	<b>4.3</b>	<b>79%</b>
<b>Yanacaq/doldurma məntəqələrinin mövcudluğu</b> Availability of fuel/gas stations	<b>4.3</b>	<b>80%</b>
<b>Bankomatların mövcudluğu</b> Availability of ATMs	<b>4.2</b>	<b>77%</b>
<b>Turizm Məlumat Mərkəzi</b> Tourism Information Centre	<b>3.6</b>	<b>60%</b>
<b>İctimai nəqliyyat növləri</b> Public transport options	<b>3.9</b>	<b>69%</b>
<b>Avtomobil təmiri xidmətləri</b> Auto repair services	<b>4.1</b>	<b>75%</b>
<b>Supermarketlər</b> Supermarkets	<b>4.5</b>	<b>87%</b>
<b>Şəxsi təhlükəsizlik</b> Personal safety and security	<b>4.5</b>	<b>87%</b>

N = 3 000

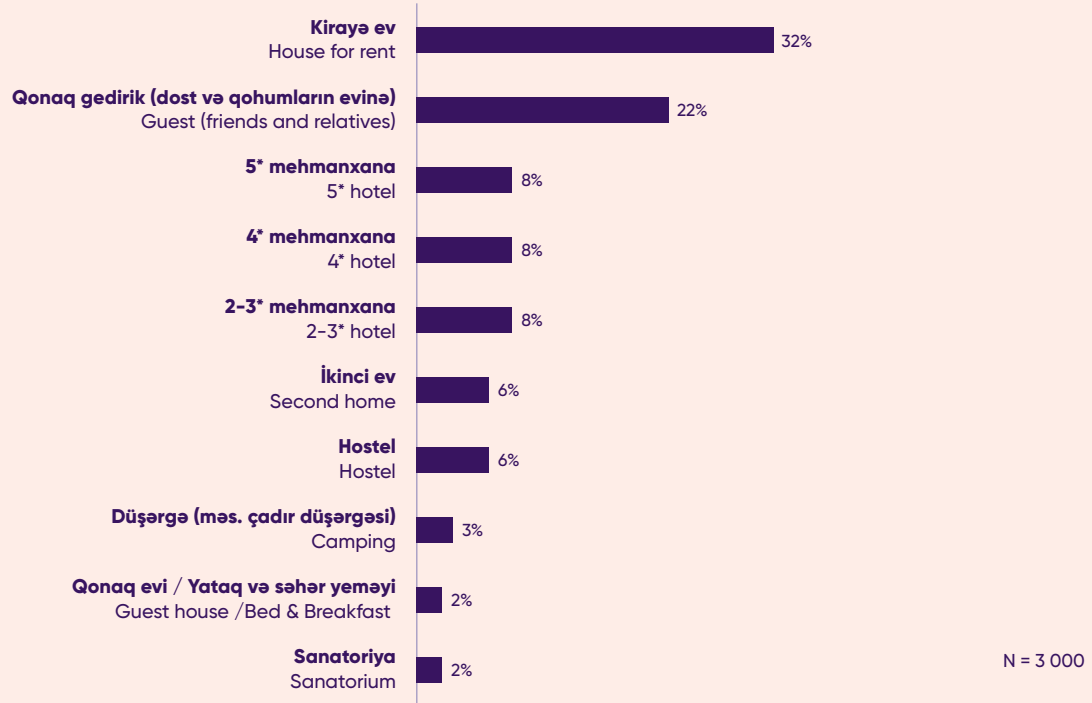
**Şəkil 20 / Cədvəl 11. Yaşayış növləri üzrə üstünlüklər**  
Figure 20 / Table 11. Accommodation preferences

**S: Daxili turizm üçün, adətən, hansı yaşayış növündən istifadə edirsiniz?**

**S: Bölgələrdə göstərilən xidmətlər baxımından yaşayış qiymətləri nə dərəcədə uyğun gəlir? (yalnız mehmanxanalarda qalanlar üçün)**

Q: Which type of accommodation do you prefer to stay in for domestic tourism?

Q: To what degree are accommodation prices reasonable comparing to services provided in the regions? (for hotels accommodation only)

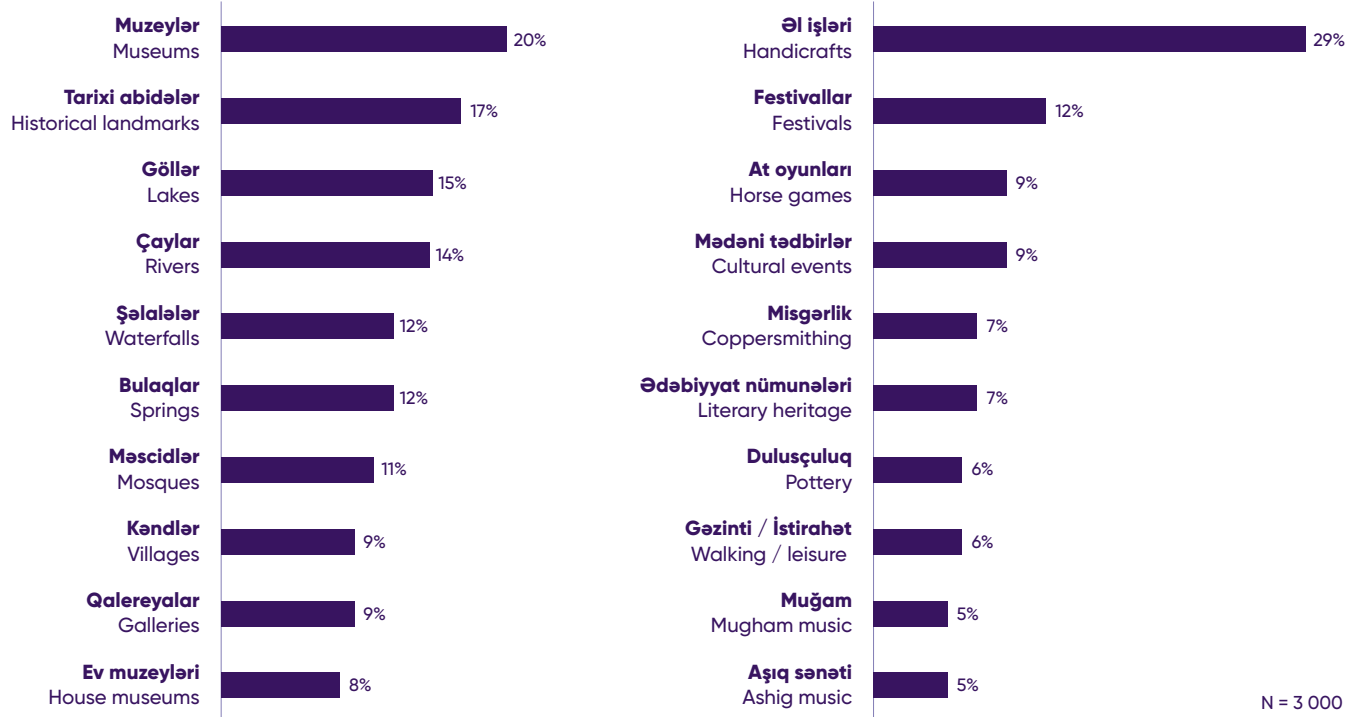


	Ortalama əhəmiyyət dərəcəsi (maksimum = 5.0) Mean importance (max = 5.0)	2 ən yüksək qiymət %-i (yəni "vacib" + "çox vacib") Top 2% (i.e. important + very important)
<b>Otağın keyfiyyəti</b> Room quality	<b>4.5</b>	<b>86%</b>
<b>Gigiyena/Sanitariya və dezinfeksiya qaydaları</b> Hygiene / sanitary and disinfection rules	<b>4.6</b>	<b>90%</b>
<b>Qida və içki keyfiyyəti</b> Food & beverage quality	<b>4.6</b>	<b>90%</b>
<b>Obyektlərin keyfiyyəti (restoran, spa, hovuz və s.)</b> Availability of facilities (restaurant, spa, swimming pool, etc.)	<b>4.5</b>	<b>87%</b>
<b>İşçi heyətinin gülərüzlüyü</b> Staff friendliness	<b>4.5</b>	<b>89%</b>
<b>İşçi heyətinin professionallığı</b> Staff professionalism	<b>4.6</b>	<b>90%</b>
<b>Ödəniş və rezervasiyalar</b> Payment & reservations	<b>4.4</b>	<b>84%</b>
<b>Təhlükəsizlik</b> Safety	<b>4.6</b>	<b>88%</b>

N = 3 000

**Şəkil 21 / Cədvəl 12. Əyləncə**  
Figure 21 / Table 12. Entertainment

**S: Daxili səyahət zamanı, adətən, hansı turistik yerləri ziyarət edirsiniz? (Top 10)**  
**S: Daxili səyahət zamanı, adətən, hansı turistik fəaliyyətləri həyata keçirirsiniz? (Top 10)**  
**S: Aşağıda qeyd olunan amillər sizin üçün nə dərəcədə vacibdir? 1 - heç vacib deyil; 5 - çox vacibdir**  
 Q: Which types of touristic attractions do you usually visit during your domestic travel?  
 Q: Which types of touristic activities do you usually undertake during your domestic travel?  
 Q: Rate the degree of importance of the below items.



	Ortalama əhəmiyyət dərəcəsi (maksimum = 5.0) Mean importance (max = 5.0)	2 ən yüksək qiymət %-i (yəni "vacib" + "çox vacib") Top 2% (i.e. important + very important)
<b>Alış-veriş (suvənirlər və yerli məhsullar)</b> Shopping (souvenirs and local products)	<b>4.1</b>	<b>73%</b>
<b>Bayram və tədbirlərin mövcudluğu</b> Availability of events/holidays	<b>4.0</b>	<b>70%</b>
<b>Restoranlar</b> Restaurants	<b>4.3</b>	<b>81%</b>
<b>Turistik fəaliyyətlərin mövcudluğu</b> Availability of touristic activities	<b>4.0</b>	<b>72%</b>
<b>İdman fəaliyyətlərinin mövcudluğu</b> Availability of sport activities	<b>3.7</b>	<b>63%</b>
<b>Görməli yerlərin zənginliyi</b> Richness of attractions	<b>4.7</b>	<b>92%</b>

N = 3 000

**Cədvəl 13. Xərclər**  
Table 13. Expenditure

**S: Ölkədaxili səyahətiniz zamanı orta hesabla xərclədiyiniz təxmini məbləği qeyd edin (AZN ilə)**

**S: Yerləşməyə xərclədiyiniz təxmini məbləği qeyd edin (AZN ilə)**

**S: Alış-verişə xərclədiyiniz təxmini məbləği qeyd edin (AZN ilə)**

**S: Qida və içkiyə xərclədiyiniz təxmini məbləği qeyd edin (AZN ilə)**

**S: Nəqliyyata xərclədiyiniz təxmini məbləği qeyd edin (AZN ilə)**

**S: Özünüz də daxil olmaqla neçə nəfərin xərclərini ödəyirsiniz? (nəfər)**

Q: Please indicate the approximate amount that you spend during your entire trip (in AZN)

Q: Approximately how much do you spend on accommodation? (in AZN)

Q: Approximately how much do you spend on shopping? (in AZN)

Q: Approximately how much do you spend on food & beverages? (in AZN)

Q: Approximately how much do you spend on transport? (in AZN)

Q: How many other people do you cover the expenditure of including yourself? (in AZN)

	<b>Ortalama xərc</b> Average expenditure
<b>Cəmi xərclər</b> Total expenditure	<b>667 AZN</b>
<b>Yerləşmə xərcləri</b> Expenditure on accommodation	<b>191 AZN</b>
<b>Alış-veriş xərcləri</b> Expenditure on shopping	<b>190 AZN</b>
<b>Qida və içki xərcləri</b> Expenditure on food & beverage	<b>175 AZN</b>
<b>Nəqliyyat xərcləri</b> Expenditure on transport	<b>107 AZN</b>
<b>Respondentin özü də daxil olmaqla xərcləri çəkilən səyahətçi sayı</b> Number of people covered including respondent	<b>2.3</b>

N = 3 000





## Abreviaturalar

<b>AZN</b>	Azərbaycan manatı
<b>BƏƏ</b>	Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri
<b>DMT</b>	Destinasiya Menecmenti Təşkilatı
<b>DSK</b>	Dövlət Statistika Komitəsi
<b>DSX</b>	Dövlət Sərhəd Xidməti
<b>DTA</b>	Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi
<b>ÜDM</b>	Ümumi daxili məhsul

## Abbreviations

<b>AZN</b>	Azerbaijan manat
<b>DMO</b>	Destination Management Organisation
<b>GDP</b>	Gross domestic product
<b>SBS</b>	State Border Service
<b>SSC</b>	State Statistical Committee
<b>STA</b>	State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan
<b>TDS</b>	Tourism Departure Survey
<b>UAE</b>	United Arab Emirates
<b>UK</b>	United Kingdom
<b>USD</b>	United States dollar
<b>VFR</b>	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 hüduqları daxilində səyahətidir.

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

**Daxili turizm səfəri** – Ölkə sakininin ölkə daxilində yerləşən başlıca səfər obyektinə ziyarətidir (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 fərqə tapmaqla ölçməyə imkan verir.

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

**Gətmə 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 mühitdən 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 daxilirsə) 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).

# Metodoloji izah

2020-ci il üzrə turizm statistikasına hesabatı Dövlət Statistika Komitəsi (DSK), Dövlət Sərhəd Xidməti (DSX), Dövlət Turizm Agentliyi (DTA) kimi qurumların müxtəlif kəmiyyət və keyfiyyət metodları ilə əldə olunan məlumatları 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 şəkildə təsvir olunmuşdur. Ötən ilki nəşr ilə müqayisədə bu sənəd daha çox daxili turizm və pandemiyanın turizmə təsirlərini əks etdirir.

Bu sənəd, Dövlət Statistika Komitəsinin daxili turizm üzrə təqdim etdiyi göstəricilərlə yanaşı, Dövlət Turizm Agentliyinin keçirdiyi sorğuların nəticələrini də əks etdirir. Bu sorğu, daxili turizm üzrə destinasiyalar perspektivindən daha çox əsas bazarların araşdırılmasını hədəfləmişdir. Belə ki, Azərbaycanın 16 şəhərində sakinlər arasında sorğu aparılmış, onların ölkədaxili səfərlərdə səyahət davranışları öyrənilmişdir.

Hesabat, hotel sektoru üzrə 3 bölmədə müxtəlif məlumatları əks etdirir:

- I) hotel və hotel tipli müəssisələr haqqında statistik məlumatlar
- II) hotellərdə aparılan monitorinqlər üzrə məlumatlar
- III) hotellərin qiymət indeksinin təhlili.

Statistik məlumatlar hissəsində 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. Monitorinqlər bölməsi, hotellərdə keçirilən monitorinqlərin sayı, tətbiq edilən cərimə sayı kimi məlumatları göstərir. Qiymət indeksinin təhlili booking.com platformasında yerləşən hotellərin məlumatları əsasında formalaşdırılmışdır.

İqtisadi təsir bölməsində 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 edilmiş və pandemiyanın təsirləri qeyd olunmuşdur.

# Methodology

The annual report on tourism statistics for 2020 includes information from different sources such as the State Statistics Committee (SSC), State Border Service (SBS) and State Tourism Agency (STA), obtained via various quantitative and qualitative methods. 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. Compared to the previous publication, Annual Tourism Statistics for 2020 mainly focuses on domestic tourism and the impact of the pandemic on the tourism sector.

This document, in addition to the indicators provided by the State Statistics Committee on domestic tourism, also reflects the results of surveys conducted by the State Tourism Agency on domestic tourism. This survey mainly aims to explore key markets for domestic tourism rather than destinations for domestic tourism. Thus, a survey was conducted among residents of 16 cities in Azerbaijan and their travel behaviour during domestic trips was studied.

Information about the hospitality sector provides:

- I) statistics about hotels and similar establishments
- II) results of monitorings in hotels in Azerbaijan
- III) price index analysis of hotels

Statistical data covers hotel sector indicators such as the number of hotels and similar establishments, number of rooms and bed places, number of accommodated people, number of overnight stays, income of hotels with a city breakdown mainly based on data from the SSC. Monitoring results show the number of hotels monitored, the number of total monitorings, the number of fines imposed and the individual city shares of the total amount of fines. Price index analysis has been conducted based on data obtained from the booking.com online platform.

The economic impact 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 GDP, employment, investment, balance of tourism services and tax payments. Moreover, the impact of the pandemic on the tourism sector has been illustrated.









**Azərbaycan Respublikasının  
Dövlət Turizm Agentliyi**



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

*Əlaqədar şəxs:*

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

Nicat Abbaslı  
*Sektor müdiri*

*elektron poçt:* [nijat.abbasli@tourism.gov.az](mailto: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](mailto:nijat.abbasli@tourism.gov.az)







tourismboard.az

info@tourismboard.az

 tourismboard.az



# azərbaycan

TURİZM BÜROSU

**Broşürü yükləmək üçün QR kodu skan edin**  
Scan the 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