

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ

BAKİ DÖVLƏT UNİVERSİTETİ

**Coğrafiya fakültəsi “Xarici ölkələrin
iqtisadi-siyasi coğrafiyası və turizm”
kafedrası**

BAKALAVR PİLLƏSİ ÜÇÜN

P R O Q R A M

(III Kurs)

İXTİSAS – 050810 “TURİZM İŞİNİN TƏŞKİLİ”

FƏNN – “TURİZMDƏ VASİTƏÇİLƏR”

BAKİ – 2022

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ

BAKİ DÖVLƏT UNİVERSİTETİ

**Coğrafiya fakültəsi “Xarici ölkələrin
iqtisadi-siyasi coğrafiyası və turizm”
kafedrası**

BAKALAVR PİLLƏSİ ÜÇÜN

P R O Q R A M

(III Kurs)

İXTİSAS – 050810 “TURİZM İŞİNİN TƏŞKİLİ”

FƏNN – “TURİZMDƏ VASİTƏÇİLƏR”

**Bakı Dövlət Universiteti Coğrafiya fakültəsi
Elmi Şurasının 15 aprel 2022-ci il 6 saylı
iclasının qərarı ilə fənn proqramı kimi
təsdiq edilmişdir.**

BAKİ - 2022

Elmi redaktor:

Soltanova Həbibə Bayraməli q. – BDU, Coğrafiya fakültəsi, Xarici ölkələrin iqtisadi-siyasi coğrafiyası və turizm kafedrasının müdiri, c.e.n., dosent

Tərtib edən:

Dərgahov Vüqar Səttar o. - BDU, Coğrafiya fakültəsi, Xarici ölkələrin iqtisadi-siyasi coğrafiyası və turizm kafedrasının dosenti.

Rəy verənlər:

1.AMEA, Akad. H.Ə.Əliyev adına Coğrafiya İnstitutu, Turizm-rekreasiya şöbəsinin müdiri, c.ü.f.d., dosent **İmrani Zaur Tahir oğlu.**

2. BDU, Coğrafiya fakültəsi, Xarici ölkələrin iqtisadi-siyasi coğrafiyası və turizm kafedrasının müəllimi, c.ü.f.d. **Talıbov Səbuhi Əlibala oğlu.**

TURİZMDƏ VASİTƏÇİLƏR

İzahat vərəqi

“Turizm məhsulunun hazırlanması” fənni “Turizm işinin təşkili” ixtisası üzrə təhsil alan tələbələr üçün II kursun yaz semestrində 60 saat (30 saat mühazirə, 30 saat seminar) həcmində planlaşdırılmışdır.

Fənnin tədrisində əsas məqsəd tələbələrə turizmdə vasitəçilərin növləri, təşkili formaları, onların fəaliyyət istiqamətləri, turməhsulların hazırlanmasında rolu, yerləşmə və iaşə müəssisləri, nəqliyyat şirkətləri, ekskursiya büroları, subagentliklərlə əlaqələri, turpaketin satış kanalları və bazarda rəqabət imkanları öyrədilir. Müasir turizm sənayesi dünya iqtisadiyyatının ən gəlirli və ən dinamik inkişaf edən sahələrindən birinə çevrilmişdir. Azərbaycan iqtisadiyyatı da bu prosesdən kənarda qalmamışdır. Ona görə də turizm sənayesində mühüm rolunu turoperator və turagent firmalarının fəaliyyətinin əsas istiqamətlərinin öyrənilməsinin böyük əhəmiyyəti vardır. Fənnin tədrisində tələbələrə turoperator və turagentlərin iş prinsiplərini, ölkə daxilində və xarici dövlətlərdə partnyorlarla iş birliyini öyrətməkdir. Həmçinin, turmarsrutların hazırlanması, müasir informasiya və rabitə texnologiyalarından turməhsulun satışında istifadə, Azərbaycanda turizm firmalarının inkişaf perspektivləri mövzularında bilgilər aşılanır.

Fənnin mənimsənilməsi nəticəsində tələbələr **bilməlidir**:

- Turizm məhsullarının mahiyyəti və təşkili formaların;
- Turizm təşkili xüsusiyyətləri və əhəmiyyətini;
- Turizm məhsullarının növləri və növ müxtəlifliyinin qruplaşdırılmasını;
- Turizm məhsullarının təşkili texnologiyaların və bazarda rəqabət imkanlarının mahiyyətini;
- Turizm məhsullarının marketinqi və SMM təşkilinin istiqamətlərini;

Bacarmalıdır:

- Turizm məhsullarının əhəmiyyətini izah etməyi;
- Turizm məhsullarına aid anlayışları izah etməyi;

- Turizm məhsullarının formalaşdırılması texnologiyasını;
- Turizm məhsullarının növləri üzrə fəaliyyət istiqamətlərin izah etməyi;
- Turizm məhsulunun həyat dövrünü təhlil etməyi;
- Turizm məhsullarına tələb və təklifi təhlili etməyi;
- Azərbaycanda rəqabətə davamlı turizm məhsullarının təşkilini izah etməyi.

Yiyələnməlidir:

- Turizm məhsullarının təşkili texnologiyalarının istiqamətlərinə;
- Turizm məhsullarının lahiyyələndirilməsi və təşkilinə;
- İnnovasiyalı turizm məhsullarının təşkilinə;
- Paket, inkluziv, işlənmiş və işlənilməmiş turizm məhsullarının təşkilinə;
- Turizm məhsullarının paylanması və satış kanallarının təşkilinə ;
- Beynəlxalq miqyasda turizm məhsulları üzrə trendlərin müəyyən edilməsi və ölkəmizdə tətbiqinə.

Mövzuların saatlara görə bölgüsü

№	Mövzular	Cəmi	O cümlədən	
			Müh.	Məş.
1.	Turizmdə vasitəçilərin əsas anlayışları, mahiyyəti, formalaşması və təşkili xüsusiyyətləri	4	2	2
2.	Turizm vasitəçilərinin yaradılmasının şərtləri və sənədləşmə	4	2	2
3.	Turizm formaları və növləri üzrə turopereyting, outqoinq fəaliyyəti	4	2	2
4.	Turizm vasitəçiləri: gəlmə (inkaminq), daxili (insayd),	4	2	2

	monoprofilili və poliprofilili turoperatorlar			
5.	Onlayn vasitəçilər və onların inkişaf istiqamətləri	4	2	2
6.	Turizmdə vasitəçilərinin bölmələri və şöbələri. Komissiya və bonuslar	4	2	2
7.	Turizmdə vasitəçilərinin yerləşdirmə obyektləri ilə əməkdaşlığı	4	2	2
8.	Turizmdə vasitəçilərinin qidalanma müəssisələri ilə iş birliyi	4	2	2
9.	Turizmdə vasitəçilərinin nəqliyyat müəssisələri ilə əməkdaşlığı	4	2	2
10.	Turizmdə vasitəçilərinin ekskursiya büroları və mərkəzləri ilə əməkdaşlığı	4	2	2
11.	Turizmdə marşrutlarının hazırlanması üzrə turopereytinq	4	2	2
12.	Turizmdə vasitəçiləri arasında münasibətlərin tənzimlənməsi və agentlik müqaviləri.	4	2	2
13.	Turizmdə vasitəçilərinin turistlərlə münasibətinin qurulması	4	2	2
14.	Turizmdə vasitəçilərinin marketing mühiti, rəqabət siyasəti və sərgilərdə iştirakı	4	2	2
15.	Azərbaycanda turizmdə vasitəçilərinin fəaliyyət istiqamətləri	4	2	2
	CƏMİ:	60	30	30

1. Turizmdə vasitəçilərin əsas anlayışları, mahiyyəti, formalaşması və təşkili xüsusiyyətləri

Fənnin öyrəndiyi obyekt. Fənnin məzmunu, məqsəd və vəzifələri. Müasir turizm sənayesində turizm vasitəçilərinin rolu, turizm biznesində onların fəaliyyət istiqamətləri, tələb və təklif arasında tarazlıq yaradan fəaliyyət sahəsi kimi əhəmiyyəti, turizmlə əlaqəli müəssisələrlə iş birliyi, turistlərə göstərilən xidmətin forma və növlərinin təşkili. Turizm bazarında əlaqələndirici bizes sahəsi kimi əhəmiyyəti, üstünlükləri, rəqabət imkanları [3,5,6].

2. Turizmdə vasitəçilərinin yaradılmasının şərtləri və sənədləşmə

Turizm vasitəçilərinin təsis ediləcəyi məkanda turizm ehtiyatlarının, infrastrukturun, turistlərə xidmət imkanlarının öyrənilməsi. Turizm müəssisəsinin yaradılması, ofis yerinin seçimi, interyerin qurulması, təşkilat texnikası, kadr seçimi və yerləşdirilməsi. Təsis sənədləri, ASAN və vergi departamentində “bir pəncərə” sistemi üzrə qeydiyyatdan keçmə və digər sənədlər toplusu.

Turizmdə vasitəçilərin fəaliyyəti üzrə əsas sənədlər toplusu. Mühasibat sənədlərinin (ciddi uçot blankları), turizm yollayış blankları və vauçerlərin tərtib edilməsi və onlardan istifadə qaydaları; fəaliyyət hesabatları və maliyyə hesabatları, hesabat dövrü ilə əvvəlki dövrlər arasında müqayisələrin aparılması, görülməli işlər barədə biznes-planın hazırlanması. [2,5,6,10].

3. Turizm formaları və növləri üzrə turopereytinq, outqoinq fəaliyyəti

Turizmin formaları üzrə turopereytinqin təşkili. Turizmin növləri üzrə turopereytinqin təşkili. Mövsümiyyətinə, məsafəyə, müddətə, yerdəyişmə üsuluna, məqsədinə və s. görə; dairəvi, birtərəfli, xətti; müalicəvi, idman, ov və balıqçılıq, piyada, dəniz-qum, meşə-dağ, dəniz-çay; işgüzar, dini, etnik, maraqlara görə, ekoloji, kənd turizminin təşkili.

Turizmdə vasitəçilərin outqoinq fəaliyyətinin istiqamətləri. Flayter və noflayter agentlikləri. Turizmdə vasitəçilərin turların təşkili üzrə fəaliyyəti: prezentativ və reprezentativ. Xarici şirkətlərlə inkamıq üzrə

əməkdaşlıq. Turlarda birbaşa və meet kompaniyanın təşkili. Turizmde vasitəçilərin getmə turizmin təşkilində yaranan problemlər və onların səciyyəsi [6,7,8,10].

4. Turizmde vasitəçiləri: gəlmə (inkaming), daxili (insayd), monoprofilı və poliprofilı turopetorlar

Turizmde vasitəçilərin bazarda fəaliyyət istiqamətləri. İnkaming fəaliyyətinin təşkili formaları və üstünlükləri. İnkaming turların təşkilində infoturların və famturların əhəmiyyəti. İnkaming fəaliyyətində “özün hazırla” (“do it yourself”) paketlərinin təşkili və üstünlükləri.

Daxili (isayd) turizm fəaliyyətinin istiqamətləri, təşkili formaları, turizm sənayesi nümayəndələri ilə iş birliyi. Daxili turizm fəaliyyətində regional əməkdaşlığın qurulması. Daxili turizm fəaliyyətində məhsul siyasəti, ölkə vətəndaşları üçün turizmin əlçatanlığının təmin olunması. Daxili turizm fəaliyyətində yaranan problemlər.

Turizmde vasitəçilərin iş profilinə görə təsnifatı: monoprofillı və poliprofillı turopetorlar. Onların müsbət və mənfi cəhətləri. Müxtəlif təyinatlı turların təşkilində rolu. Bazarda fəaliyyət istiqamətləri. Turizmde vasitəçilərin fəaliyyətinin nəqliyyata, turun növünə və məqsədinə görə qruplaşdırılması [1,2,5,9,14].

5. Onlayn vasitəçilər və onların inkişaf istiqamətləri

Onlayn vasitəçilər yaradılmasının ilkin şərtlərləri. Onlayn vasitəçilərin üstünlükləri və bazarda rəqabət imkanları. Beynəlxalq turizm bazarında OTA (Onlayn Turizm Agentlikləri) fəaliyyəti və dinamikası. OTA müsbət və mənfi cəhətləri. OTA-ların İATA sistemlərində qeydiyyatı və üstünlükləri. OTA fəaliyyətində ColorWhistle kimi peşəkar şirkətlərin rolu. OTA kiçik və şəhər otellərin inkişafında rolu. OTA otel, qidalanma müəssisləri, trasfer şirkətləri, nəqliyyat, transfer və mədəni-dərketmə şirkətləri ilə əlaqəsində üstünlük verilən amillər. Onlayn vasitəçilərin rezervasiya trendləri və çətinlikləri. OTA sosial şəbəkələrdən istifadə və onun üstünlükləri. Onlayn vasitəçilərdə təhlükəsizlik problemi: data,

smetirik şifrələnmə, Firewall, Paket filtri, Proksi-server, Circuit Gateway.

6. Turizmdə vasitəçilərinin bölmələri və şöbələri. Komissiya və bonuslar.

Turizm vasitəçilərinin əsas bölmələri. Gəlmə, getmə və daxili turizm şöbələri. Avokanpaniya ilə əlaqələrin qurulması. Foks qrupların formalaşdırılması və onların fəaliyyəti. Məhsul və bazarda fəaliyyət istiqamətinə görə sektorlar. Mühasibat bölməsinin fəaliyyəti. İKT şöbəsi və onun funksiyaları, məhsulun reklamı və satışında rolu. İKT şöbəsinin SMM işinin təşkili.

Turizm vasitəçilərində komissiya, dividendlər və bonuslar. Foks qruplara görə komissiya və bonusların müəyyən edilməsi. Fəaliyyət istiqamətləri və gəlirlərə görə komissiya və bonusların verilməsi. Həvəslədirici komissiyalar və onun təşkili formaları.

[1,7,11,14].

7. Turizmdə vasitəçilərinin yerləşdirmə obyektləri ilə əməkdaşlığı

Turizmdə vasitəçilərin otellər, istirahət mərkəzləri, kempinqlər, sağlamlıq-SPA mərkəzləri və digər yerləşmə obyektləri ilə münasibətlərin qurulması. Yerləşmə obyektləri münasibətlərin tənzimlənməsi və müqavilə şərtləri. Maraqların kompromisi, risklərin müəyyən edilməsi, ikili rəqabət. Otellərin icarəsi şərtləri. Otellərdə blok yerlərin alınması şərtləri: komitment, elotment. Müqavilənin sət və yuşaq şərtləri. Kvota sistemi. Komisyon ödəmə və dividendlərin müəyyənləşdirməsi.

8. Turizm vasitəçilərinin qidalanma müəssisələri ilə iş birliyi

Turizm vasitəçilərinin qidalanma müəssisələri ilə əməkdaşlığın formaları. İstirahət mərkəzləri və resort otellərdə qidalanmanın təşkili: olinkluziv və ultra inkluziv, bed and breakfast xidmətlər. Paket turlarda qidalanmanın təşkili və otellərin tiplərinə görə müxtəlifliklər. Müxtəlif təyinatlı otellərdə turistlərə qidalanma xidmətinin təşkili. Turizm

vasitəçilərinin qidalanma müəssisləri ilə münasibətlərin tənzimlənməsi. “Qurman” qostronomik turların təşkilində turizm vasitəçilərinin rolu.

9. Turizm vasitəçilərinin nəqliyyat müəssisələri ilə əməkdaşlığı

Turizm firmalarının nəqliyyat müəssisələri, şirkətləri, nəqliyyat vasitələri sahibləri ilə əməkdaşlığı. Turoperatorun avia bilet satması və ya bronlaşma etməsi üçün onun Beynəlxalq Hava Yolu Nəqliyyatı təşkilatı (İATA) tərəfindən akkreditasiyası şərtləri. Nəqliyyat müəssisələrim ilə müqavilə şərtləri, tərəflərin vəzifələri və öhdəlikləri. Müqavilənin sərt və yumşaq kvota növləri. Nəqliyyat sahibləri və turistlərin hüquqları və vəzifələri. Sifarişlərin verilməsi, qəbulu, yerinə yetirilməsi. Avtoturların, kruizlərin, çarter reyslərinin və s. təşkili üzrə nəqliyyat müəssisələri ilə iş birliyi. Turizm vasitəçilərinin avtomobil, dəmiryolları ilə turist daşımalarının şərtləri. Çarterlə daşınmanın şərtləri. Turizm vasitəçiləri tərəfindən biletlərin yazılması qaydaları.

Transfer (hava limanı – otel və otel - hava limanı), yola salınmanın təşkili. Trasfermenin vəzifələri və öhdəlikləri. Trasfermen şirkətlərinin fəaliyyəti. Nəqliyyat müəssisələri ilə iş birliyinin xüsusiyyətləri.

10. Turizm vasitəçilərinin ekskursiya büroları və mərkəzləri ilə əməkdaşlığı

Turistlərə ekskursiya xidmətinin mahiyyəti və təşkili formaları. Turizm şirkətləri ilə ekskursiya təşkilatları arasında münasibətlərin qurulması. Ekskursiya şirkətlərinin ixtisaslaşması, istehlakçılara və xidmət göstərənlərə münasibəti. Ekskursiya büroları ilə əməkdaşlığın əsas istiqamətləri. Ekskursiya şirkətlərinin təqdim etdiyi xidmət formaları. İstirahət mərkəzləri və resort otellərdə ekskursiya xidmətlərinin təşkili. Ekskursiya xidmətlərinin proqramı və strukturu. Turizm vasitəçilərinin ekskursiya büroları və muzeylərlə müqavilə münasibətləri. Turlarda ekskursiya xidmətlərinin verilməsi üçün tələb olunan sənədlər.

11. Turizm marşrutlarının hazırlanması üzrə turopereytinq

Turizm marşrutların növləri və təşkili istiqamətləri. Turizm marşrutlarının forma xüsusiyyətlərinə, trasın qurluşuna, məqsədlərinə, məzmununa, müddətinə, ritmikliyinə görə təsnifatı. Marşrutların

hazırlanması mərhələləri. Təhlükəsizlik sxemi və marşrutların sınaqdan keçirilməsi. Turun formalaşdırılmasının sənədlər toplusu. Marşrutun pasportu, tur proqram üzrə məlumatlar. Marşrutun kataloqu və qiymətinin hesablanması. Marşrutların təşkilində icabarı və tövsiyyə olunan tətləblər. Piyada turizm marşrutları. Həftə sonu istirahət və pikniklərin təşkilində turizm vasitəçilərinin rolu.

12. Turizmdə vasitəçilər arasında münasibətlərin tənzimlənməsi və agentlik müqavilələri.

Turizm vasitəçiləri arasında əlaqələrin zəruri edən səbəblər. Turoperator və turagent münasibətləri və müqavilə şərtləri. Agentlik müqaviləsinin mahiyyəti, tərkibi və şərtləri. Turizm vasitəçilərinin qarşılıqlı öhdəlik və vəzifələri. Turagentliklərin müxtəlif iş prinsipi ilə fəaliyyət istiqamətləri. Asılıq dərəcəsinə görə vasitəçilərin qruplaşdırılması. Turizm vasitəçilərinin riskisiz və riskli sxem üzrə əməkdaşlığı. Satış şəbəkələri üzrə əməkdaşlıq və onun üstünlükləri. TO agentlikləri saxlamaq üçün çəkdiyi xərclər və komisionlar. Turizmdə vasitəçilərin məhsul satışı üçün strategiyaları: intensiv, selektiv və ekskluziv.

13. Turizmdə vasitəçilərinin turistlərlər münasibətinin qurulması

Turizmdə vasitəçilərlə turistlər arasında münasibətlərin tənzimlənməsinin normativ hüquqi aktları. Vauçer və yollayışların satışı qaydaları və müqavilə münasibətləri. Vasitəçilərin və turistlərin vəzifələri və öhdəlikləri. Yaddaş və informasiya-məlumat vərəqləri. Fosmojor halları. Turistlərə xidmətin təşkili: kompleksləşdirmə, servis və zəmanət. Turist məmnunluğunun təmin olunması və ölçülməsi.

14. Turizmdə vasitəçilərinin marketinq mühiti, rəqabət siyasəti və sərgilərdə iştirakı

Turizm müəssisəsinin özfəaliyyəti zamanı daxilində və xaricində onunla daimi münasibətdə olan, daim dəyişməkdə olan şəraitdə fəaliyyət göstərməsi. Bu münasibətlərin məcmusu marketinq mühitini təşkil etməsi. Müasir turopereyinqə makro marketinq amilləri: xarici makro və xarici mikro

marketing. Turizm vasitəçilərinin mikro marketing mühiti: xarici mikro və daxili mikro mühit. Bazarın marketing tədqiqatı, rəqib firmaların fəaliyyətinin təhlili. Daxili araşdırmalar – satış üzrə, gəlir üzrə; kadr siyasəti, müştəri ilə ünsiyyət və s. Turizmdə vasitəçilərinin rəqabət mühitinin təhlili. Rəqabətə təsir edən amillər. Rəqabətin təmin olunmasında informasiya təminatı və vasitələri. Marketingin təşkilində rəqabətliyin təmin olunması istiqamətləri.

Turizmdə vasitəçilərinin sərəgilərdə iştirakının istiqamətləri. Sərgiyə hazırlıq və kataloqların tərtibi. Kataloqların funksiyaları. Sərgidə turizmdə vasitəçilərinin fəaliyyətinin təqdim olunması. İnfotur və famturların təşkili [2,3,5,6].

15. Azərbaycanda turizmdə vasitəçilərinin fəaliyyət istiqamətləri

Azərbaycanda turizmdə vasitəçilərinin təşkili formallıqları və fəaliyyət istiqamətləri. Turizmdə vasitəçilərinin bazarda fəaliyyət və rəqabət imkanları. Ölkədə turizmdə vasitəçilərin gələmə, getmə və daxili turizminin inkişafında rolu. Getmə və gələmə turizmdə əhəmiyyətli rolu olan vasitəçilərin səciyyəsi. Turizmdə vasitəçilərinin əsas iqtisadi-statistik göstəriciləri. Turizmdə vasitəçilərə dövlət dəstəyi və əsas problemləri [4,6,8,11].

Ədəbiyyat

Əsas

1. Tourism Product Development in Ontario's Highlands A Workbook, Economic Planning Group, 2012, 53 pp
2. Handbook on Tourism Product Development, 2011, 156 pp
3. Mark A.C. The Planning and Development of the Tourism Product. Malta, 261 pp.
4. Masip J.D, Tourism product development: a method to form value, Barcelona 2006, 163 pp.
5. Бунич, Г.А., Старцев, В.А Туристический продукт: теория, практика, инновационные аспекты [Текст] / . – М.:2012 – 236 с.

6. Ушаков Д.С. У93 Прикладной туроперейтинг. - Москва: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2004 — 416 с.
 7. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности Учебник. — М.: Финансы и статистика, 2005. — 256 с.
 8. Жохова В.В., Римская Т.Г. Туроперейтинг: Учебное Пособие / В.В. Жохова, Т.Г. Римская – Находка: филиал ФГБОУ ВПО «ВГУЭС» в г. Находке, 2014. – 128 с.
 9. Макринова Е.И., Лысенко В.В. Виды и тенденции развития туризма: Задания для практических занятий и самостоятельной работы. – Белгород: Издательство БУКЭП, 2018. – 56 с.
 10. Alp Timur Turistik ürün politikası. Ankara “Detay Yayıncılık” 2014, 212 s.
 11. TÜRSAB Akademi / Turizm Ürün ve Hizmetleri / Ankara, 2020, 43 s.
- Əlavə**
12. İsmayılov V.V. “Strateji menecment”. Dərs vəsaiti. Bakı, «Təhsil», 2018, 296 s.
 13. Дунец А. Н. Проектирование и продвижение регионального туристского продукта : учебное пособие / А. Н. Дунец; Алт. гос. техн. ун-т им. И. И. Ползунова. – Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2014. – 163 с.
 14. Дурович, А.П. Маркетинг в туризме : учебное пособие / А.П. Дурович. – М.: НИЦ ИНФРА– М, 2012. – 316 с.
 15. Яковчук А.А. Оценка эффективности региональной политики в сфере туризма, Journal of International Economic Affairs\\2019, 4, 3009-3021
 16. Olena Hrechyshkina Технология создания и внедрения нового продукта на рынок туристических услуг// Полесский государственный университет, 2017, с:23-37
 17. https://mida.gov.az/documents/Turizm_s%C9%99nayesinin_inki%C5%9Faf%C4%B1na_dair_strateji_yol_xeritesi.pdf

18. <http://www.e-qanun.az/framework/4759>
19. https://tourism.gov.az/uploads/documents/sa%C4%9Flaml%C4%B1q_turizmi_haqq%C4%B1nda__hesabat_dta.pdf