AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ DÖVLƏT TURİZM AGENTLİYİ

AZƏRBAYCAN TURİZM VƏ MENECMENT UNİVERSİTETİ

"MÜASİR DÖVRDƏ EFFEKTİV İDARƏETMƏNİN PROBLEMLƏRİ"

mövzusunda

VIII Respublika elmi-praktik konfransının

MATERİALLARI

Bakı, 29 Noyabr 2023

TƏŞKİLAT KOMİTƏSİ

Sədr:

1. **İlham İsa oğlu Mədətov** – Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin rektoru;

Sədr müavinləri:

1. **İranə Məmməd qızı Əliyeva**, p.ü.e.d., prof. – ATMU-nun Elm və inkişaf məsələləri üzrə prorektoru;
2. **Zaur Siyavuş oğlu Bağırov**, f.ü.e.d.,prof. – ATMU-nun Tədris işləri üzrə prorektoru;

Üzvlər:

1. **Əli Hamlet oğlu Musayev** – Ümumi məsələlər üzrə rektor müşaviri;
2. **Fərid İlham oğlu Cabbarlı** – Təhsil məsələləri üzrə rektor müşaviri;
3. **Nəsirulla Beytulla oğlu Nəsirli**, f-r.e.n., dos. – Elm və innovasiya şöbəsinin müdiri;
4. **Bahadur Ənvər oğlu Bilalov**, t.ü.f.d., dos. – Turizm və qonaqpərvərlik fakültəsinin dekanı;
5. **Kənan Hüseyn oğlu Allahverdiyev,** f.e.d., dos. – Sosial menecment fakültəsinin dekanı;
6. **Vüqar Mehralı oğlu Nəzərov** i.ü.f.d.,dos. – Biznes idarəçiliyi fakültəsinin dekanı;

Redaksiya heyəti:

1. **Azad Yəhya oğlu Məmmədov**, fil.ü.e.d., prof. – İngilis dili kafedrasının professoru;
2. **Minaxanım Rafiq qızı Əsədova**, t.ü.e.d.,dos. – İctimai fənlər kafedrasının professoru;
3. **Rəna Polad qızı Sultanova**, i.ü.e.d., prof. – iqtisadiyyat kafedrasının professoru;
4. **Məhərrəm Paşa oğlu Zülfüqarlı**, t.ü.e.d.,prof. – İctimai fənlər kafedrasının professoru;
5. **Cənnətxan Əhməd oğlu Eyvazov**, s.ü.f.dok.,dos. – Beynəlxalq münasibətlər kafedrasının müdiri;
6. **Novruz Əmirxan oğlu Quliyev**, p.ü.f.d., dos. – Mehmanxana və restoran biznesi kafedrasının müdiri;
7. **Hafiz Feyruz oğlu Hüseynov**, f.ü.f.d., dos. - Turizm biznesi kafedrasının müdiri;
8. **Günay Nizami qızı Qafarova**, sən.ü.f.dok, dos. – İctimai fənlər kafedrasının müdiri səlahiyyətlərini icra edən;
9. **Camal Cəlil oğlu Hacıyev, i.ü.f.dok.** – Menecment kafedrasının müdiri səlahiyyətlərini icra edən;
10. **Səkinə Abdurəhim qızı Hacıyeva**, i.ü.f.dok.,dos. – İqtisadiyyat kafedrasının müdiri.

"MÜASİR DÖVRDƏ EFFEKTİV İDARƏETMƏNİN PROBLEMLƏRİ" ***mövzusunda***
VIII Respublika elmi-praktik konfransının materialları.
– Bakı: Mütərcim, 2023. – 268 səh.

ISBN: 978-9952-28-697-7

© ATMU, 2023

MÜNDƏRİCAT

Nəsirulla NƏSİRLİ
ALİ TƏHSİL SİSTEMLƏRİNİN İNKİŞAFININ ƏSAS İSTİQAMƏTLƏRİ 7
Məhərrəm ZÜLFÜQARLI
ÜMUMİLLİ LİDER HEYDƏR ƏLİYEVİN ELMİN İNKİŞAFINDA ROLU (1969-2003-cü İLLƏR)..... 12

BÖLMƏ 1
SOSİAL VƏ XİDMƏT SAHƏLƏRİNİN İDARƏ EDİLMƏSİ PROBLEMLƏRİ

Bahadur BİLALOV
AZƏRBAYCANININ NAFTALAN BÖLGƏSİNDƏSAĞLAMLIQ TURİZMİNİN PERSPEKTİVLƏRİ 15
Hafiz HÜSEYNOV
TURİST MƏMNUNİYYƏTİNƏ TƏSİR EDƏN AMİLLƏR..... 19
Fatimə SÜLEYMANOVA
TURİZM SEKTORUNDA İSTEHLAKÇILARIN QƏRAR QƏBUL ETMƏ PROSESİNİN
İDARƏ EDİLMƏSİNİN ONLARIN ALICILIQ QABİLİYYƏTİNƏ TƏSİRİ 24
Adəm ALMASOV
MEHMANXANALARIN İNKİŞAFI İSTİQAMƏTİNDƏ APARILAN TƏDBİRLƏRİN
QİYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ..... 32
Mədinə MƏMMƏDLİ
MEHMANXANA SƏNAYESİNDƏ İNFORMASİYA TEXNOLOGİYALARININ ROLU 37
Mirhəşim SEYİDOV
TURİZM SEKTORUNDA MUSİQİLİ TURİZMİN ROLU..... 42
Şahnaz BAXIŞOVA
AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA TURİZM ÜÇÜN XARAKTERİK SAHƏLƏRİN İNKİŞAFI..... 45
Təzəgül CƏFƏROVA
AKTİV TURİZMDƏ TƏHLÜKƏSİZLİK PROBLEMLƏRİ..... 49
İlqar ƏLİMİRZƏYEV
QARABAĞ VƏ ŞƏRQİ ZƏNGƏZUR BÖLGƏLƏRİNİN ALTERNATİV TURİZM
POTENSİALININ TƏDQİQİ..... 54
Vüsalə MƏMMƏDOVA
QONAQPƏRVƏRLIK SAHƏSINƏ TƏSIR EDƏN AMILLƏR..... 57
İsmayıl İSMAYILOV
AZƏRBAYCANDA QONAQPƏRVƏRLİK SƏNAYESİNİN MÜASİR VƏZİYYƏTİ
VƏ İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ..... 60
Ləman VƏLİZADƏ
ORDUBAD RAYONU – POTENSİAL TURİZM MƏRKƏZİ KİMİ..... 67
Şəhla ƏLİYEVA
QARABAĞIN TURİZM POTENSİALI – TURİZMDƏ SOSİAL
VƏ XİDMƏT SAHƏLƏRİNİN TƏTBİQİ..... 70
Narxanım KAMİLOVA
TURİZMDƏ YENİ YANAŞMA – İCMA ƏSASLI TURİZM 73
Göyərçin QULİYEVA
İŞĞALDAN AZAD OLUNMUŞ ƏRAZİLƏRDƏ PERSPEKTİV TURİZM NÖVLƏRİ 76
Gültəkin CƏFƏROVA
ALTERNATIV TURIZMIN ÖLKƏ İQTİSADİYYATINDA ROLU 80

BÖLMƏ 2
BEYNƏLXALQ MÜNASİBƏTLƏRİN İDARƏ EDİLMƏSİNDƏ MİLLİ DƏYƏRLƏR

Alpay ŞƏRİFLİ
HEYDƏR ƏLİYEV FONDU VƏ UNESCO..... 84

Anar İBRAHİMOV
ŞƏRQ MƏDƏNİYYƏTİNİN FƏLSƏFƏSİ VƏ BEŞBARMAQ DAĞI 88
Leyla MƏMMƏDLİ
ALMANLARIN AZƏRBAYCANDA MƏSKUNLAŞDIĞI ŞƏHƏRLƏRİN İNKİŞAF TARİXİ..... 92
İranə AXUNDOVA
TÜRKİYƏ-AZƏRBAYCAN TURİZM ƏLAQƏLƏRİNDƏ ANİMASİYANIN ROLU 96
Fidan QASIMOVA
ETNOQRAFİK TURİZMİN PROBLEMLƏRİ 100
Nərmin ALIYEVA
DİALOQ: MƏDƏNİYYƏTLƏRARASI KOMMUNİKASİYA KİMİ – AZƏRBAYCAN TƏCRÜBƏSİ..... 104
Nuray RÜSTƏMOVA
MULTİKULTURALİZM VƏ MƏDƏNİYYƏTLƏRARASI DİALOQUN BEYNƏLXALQ TURİZM VƏ MƏDƏNİ DİPLOMATİYADA ROLU..... 108
Leyla FƏTƏLİYEVA
İOSİF PLOŞKONUN YARADICILIĞINDA İSMAİLİYYƏ BİNASININ ROLU 113
Zümrüd İMANOVA
NAXÇIVANIN DİNİ TİKİLİLƏRİNİN BƏDİİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ 119
Səmayə HÜSEYNOVA
XX ƏSRİN 20-30-CU İLLƏRİNDƏ BAKI MEMARLIĞININ İNKİŞAF XÜSUSİYYƏTLƏRİ 124
Xədicəxanım ƏLİYEVA
AZƏRBAYCANDA MƏDƏNİ İRS NÜMUNƏLƏRİNDƏN QONAQPƏRVƏRLİK SƏNAYESİNDƏ İSTİFADƏ PROBLEMLƏRİ..... 131
Əzizə HƏMİDOVA
QOBUSTAN QAYAÜSTÜ SƏNƏTİNİN ÖYRƏNİLMƏ TARİXİ..... 137
Aytən QURBANOVA
MƏDƏNİ TURİZMİN İNKİŞAFINDA MƏDƏNİ-TARİXİ RESURSLARIN ROLU..... 141
Firuzə BAĞIŞLI
AVROPA İTTİFAQI ÖLKƏLƏRİNDƏ TURİZM İMKANLARI..... 145
Pərvanə ƏBİLOVA
ABŞERON QALALARININ TARİX VƏ MEMARLIQ BAXIMINDAN ÖYRƏNİLMƏSİ 150
Türkanə HÜSEYNOVA
ARXEOLOJİ TARİXİ MEMARLIQ ABİDƏLƏRİNİN MÜHAFİZƏSİNİN DÖVLƏTÇİLİYİN GÜCLƏNDİRİLMƏSİNDƏ ROLU..... 158
Ülkər ƏLİYEVA
MÜSTƏQİLLİK DÖVRÜNDƏ AZƏRBAYCANDA KÜR-ARAZ MƏDƏNİYYƏTİ ABİDƏLƏRİNİN ÖYRƏNİLMƏ TARİXİ 165
Nazlı MƏMMƏDOVA
MÜHARİBƏLƏRİN MƏDƏNİ İRSƏ VƏ TARİXİ YERLƏRƏ TƏSİRİNİN ƏTRAFLI TƏHLİLİ 170
Arzu ƏLİYEV
RUSİYA-UKRAYNA MÜNASİBƏTLƏRİNİN KƏSKİNLƏŞMƏSİNDƏ ABŞ-IN ROLU..... 175
Aytac BABAYEVA
TƏHSİL DİPLOMATİYASI: AVROPA İTTİFAQININ QLOBAL MÜNASİBƏTLƏRƏ YUMŞAQ GÜC YANAŞMASI..... 178

BÖLMƏ 3

İDARƏETMƏNİN MÜASİR PROBLEMLƏRİ

Elnurə XUDAVERDİYEVA, Turanə KAMALOVA
SƏMƏRƏLİ İDARƏETMƏNİN PROBLEMLƏRİ VƏ ONLARIN HƏLLİ YOLLARI..... 183
Əzimə MUSTAFAYEVA
AZƏRBAYCANDA MEHMANXANA SƏNAYESİ ÜÇÜN KADR HAZIRLIĞI PROBLEMLƏRİ..... 186

Elvin SADIXOV
KORPORATİV İDARƏETMƏDƏ İNNOVASİYALARIN TƏTBİQİ 190
Murad SULTANOV
TƏLİM VƏ İNKİŞAF PROQRAMININ PROFESSİONAL MEHMANXANA HEYƏTİNİN
FORMALAŞMASINDA ROLU 195
Fərid ƏHMƏDLİ
REGİONAL MEHMANXANA XİDMƏTLƏRİ BAZARININ İDARƏ EDİLMƏSİ PROBLEMLƏRİ 200
Tural MƏMMƏDLİ
MÜASİR DÖVRDƏ TƏHSİL SİSTEMİ: İDARƏÇİLİK, KEYFİYYƏTİN ARTIRILMASI
VƏ İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ 204
Afaq SÜLEYMANLI
MEHMANXANA BİZNESİNDƏ MARKETİNQ ALƏTLƏRİ 209
Həbib MAHMUDOV
SOSİAL PROBLEMLƏRİN STRUKTURLAŞDIRILMIŞ HƏLLİ ÜÇÜN SOSİAL MARKETİNQİN
PLANLAŞDIRILMASINDA KOMMUNIKASİYA YANAŞMALARI 212
Şəbnəm İSMAYILZADƏ
PANDEMİYA SONRASI REGİONAL TURİZM İDARƏLƏRİ 216
Cavid ƏLİYEV
YENİ İQTİSADİ RAYONLARIN TURİZM MƏRKƏZLƏRİ ÜÇÜN İQTİSADİ PROBLEMLƏRİ
VƏ ÇƏTİNLİKLƏRİ 220
Gülşən MƏHƏRRƏMOVA
İSPANYANIN BÖLGƏLƏRİNDƏ TURİZMİN DAVAMLILIĞININ MÜQAYISƏLİ TƏHLİLİ 225
Hikmət HƏSƏNOV
TƏDBİR TURİZMİNƏ TƏSİRİN ARTIRILMASINA STRATEJİ İDARƏETMƏ
VƏ ƏMƏKDAŞLIQ TƏCRÜBƏLƏRİ: AZƏRBAYCAN NÜMUNƏSİ 229
Fatimə HEYDƏROVA
AZƏRBAYCANDA MÜALİCƏ-SAĞLAMLIQ TURİZMİN İNKİŞAFINA DAİR
DÖVLƏT SİYASƏTİ 235
Nicat FƏTƏLİYEV
TURİZM DİVERSİFİKASİYASININ MOTİVLƏRİ VƏ TURİZM SFERASINDA
DİVERSİFİKASİYA İLƏ BAĞLI OLAN RİSKLƏRİN QİYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ 238
Aygül ƏLİYEVA
AZƏRBAYCANDA TURİZM TƏHSİLİNİN ÇƏTİNLİKLƏRİ VƏ HƏLL YOLLARI 242
Səadət İSMAYILOVA
QONAQPƏRVƏRLİK SAHƏSİNDƏ NƏQLİYYAT XİDMƏTİNİN MÜASİR VƏZİYYƏTİ 248
Məhəmməd HƏZƏRXANLI
AZƏRBAYCANDA TURİZM SƏNAYƏSİ VƏ İQTİSADİ İNKİŞAF ZAMANI ÇƏTİNLİKLƏR 250
Kamal DÜNYAMALIYEV
QARABAĞ REGİONUNDA HAVA LİMANLARI, NƏQLİYYAT
VƏ LOGİSTİKA PROBLEMLƏRİ 256
Nərmin SƏTTƏROVA
İNNOVASİYA POTENSİALININ SƏMƏRƏLİ İDARƏ EDİLMƏSİNİN
İNFORMASİYA BAZASININ TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ 263

İlham MƏDƏTOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin rektoru

Hörmətli konfrans iştirakçıları!

Hər birinizi Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetində Ümummilli lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 100 illiyi ilə əlaqədar keçirilən "Müasir dövrdə effektiv idarəetmənin problemləri" mövzusunda VIII Respublika Elmi-Praktik Konfransında səmimi qəlbdən salamlayır və konfransın işinə uğurlar arzulayıram.

İdarəetmə anlayışı kompleks məzmuna malikdir, çünki elə bir sahə yoxdur ki, orada idarəetməyə ehtiyac olmasın. "Müasir dövrdə effektiv idarəetmənin problemləri" mövzusunda qarşıda duran ən mühüm vəzifələrdən biri ali təhsil sahəsində idarəetmənin problemlərini araşdırmaq və onların ən optimal həll yollarını göstərməkdir.

Xüsusilə onu qeyd edim ki, idarəetmənin bir elm kimi formalaşıb inkişaf etməsində idarəetmə məktəblərinin böyük rolu olmuşdur. İdarəetmə məktəbləri bu sahədə nəzəri biliklərin formalaşmasında, elmi məqalələrin və əsərlərin yazılmasında, elmi təklif və tövsiyələrin verilməsində xüsusi rol oynamışdır.

Ali təhsil müəssisəsində effektiv idarəetmənin əsas funksiyalarından biri təşkiletmədir. Bu funksiyanın məqsədi qəbul olunmuş iş planının həyata keçirilməsini təmin etməkdən ibarətdir. Təşkiletmə funksiyası fəaliyyətin həyata keçirilməsi ilə əlaqədar hazırlıq işlərinin yerinə yetirilməsidir. Təşkiletmə funksiyası fəaliyyətin planlaşdırma mərhələsindən fəaliyyətin həyata keçirilməsi mərhələsinə keçid mərhələsidir. Təşkiletmə işə başlamaq üçün lazım olan ünsürləri cəlb edir, yerləşdirir, onların gələcəkdə birgə fəaliyyəti üçün qarşılıqlı əlaqəsini təmin edir, işlək vəziyyətə gətirir. Təşkiletmə funksiyası sistemin bütün elementləri arasında daimi və mütərəqqi əlaqələri müəyyən edir, onların fəaliyyət qaydalarını və şərtlərini müəyyənləşdirir.

Universitetimizdə mütəmadi olaraq hər il bu adda konfransın keçirilməsində əsas məqsəd məruzələrdə idarəetmənin keçmişdən indiki dövrümüzə qədər olan təkamül yolunun araşdırılması, idarəetmənin inkişaf etdiyi və təkmilləşdirildiyi bir şəraitdə müasir idarəetmə nəzəriyyələri və konsepsiyalarının öyrənilməsi və onların müasir idarəetmədə tətbiqi imkanlarının müəyyən olunmasıdır.

22 dekabr 2014-cü ildə Azərbaycan Respublikası Prezidenti İlham Əliyevin Azərbaycan Turizm İnstitutunun bazasında Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin yaradılması barədə imzaladığı sərəncamla Turizm və Menecment Universitetinin yaradılması müasir dövrdə effektiv idarəetmə sahələrində kadr hazırlığı ilə əlaqəli təhsil xidmətləri sıralarına qədəm qoyan ali təhsil ocağının üzərinə böyük vəzifələr qoyulmuşdu. ATMU bu vəzifənin yüksək səviyyədə icra edilməsi üçün bütün potensialını səfərbər etmişdir.

Konfrans "Ümummilli lider Heydər Əliyev və dövlət siyasətində idarəetmənin rolu", "Beynəlxalq münasibətlərin idarə edilməsində milli dəyərlər", "Sosial və xidmət sahələrinin idarə edilməsi problemləri", "Təhsil və mədəniyyətin idarə edilməsi", "Korporativ idarəetmə və biznesin idarə edilməsi", "İdarəetmədə hüquq problemləri" adlı bölmələr üzrə dinləmələr həyata keçirərək, işini davam etdirəcəkdir.

Əminəm ki, bugünkü konfrans "Müasir dövrdə effektiv idarəetmənin problemləri" istiqamətində qarşıya qoyulan bir sıra məsələlərin uğurlu həllinə müsbət təsir göstərəcək.

Diqqətinizə görə təşəkkür edirəm!

Nəsirulla NƏSİRLİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
fizika-riyaziyyat üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
n.nasirli@atmu.edu.az

ALİ TƏHSİL SİSTEMLƏRİNİN İNKİŞAFININ ƏSAS İSTİQAMƏTLƏRİ

MAIN DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF HIGHER EDUCATION SYSTEMS

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СИСТЕМ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Xülasə: Azərbaycan Respublikasında təhsilin müasirləşdirilməsi və beynəlxalq təhsil sisteminə inteqrasiyası ölkənin inkişafının elmi əsaslar üzərində qurulmasını tələb edir. Kadr hazırlığının beynəlxalq əmək bazarında rəqabətqabiliyyətliyinin təmin edilməsi bir sıra amillərdən asılıdır ki, bu amillərin formalaşması təhsil sisteminin müasirləşdirilməsini zərurətə cevirir.Dünyada baş verən sürətli sosial-iqtisadi dəyişikliklər bununla əlaqədar təşkilati sistemə, idarəetmə sisteminə yenidən baxılması, kurikulumların, proqramların və tədris prosesinin uyğunlaşdırılması zərurəti bütövlükdə dövrün tələblərinə uyğundur və ali təhsil sistemlərinə də əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Belə ki,tədris prosesinin özünün, elmi tədqiqatların, universitetlərin maliyyələşdirilməsinə yanaşmalar dəyişir. Müəyyən edilmiş tendensiyalar, bir tərəfdən, ali təhsilin müsbət inkişafına təhlükə kimi, digər tərəfdən, davam edən dəyişikliklərin hərtərəfli diaqnostikasından, proqnozlaşdırılmasından və təhlilindən istifadə etməklə dəyişikliklərə hazırlaşmaq imkanı kimi qiymətləndirilə bilər.

Açar sözlər: *ali təhsil, inkişaf, istiqamətlər, beynəlxalq təhsil*

Abstract: Modernization of education in the Republic of Azerbaijan and integration into the international education system requires the development of the country to be based on scientific foundations. Ensuring the competitiveness of personnel training in the international labor market depends on a number of factors, the formation of which necessitates the modernization of the education system. The rapid socio-economic changes taking place in the world necessitate the revision of the organizational system, the management system, and the need to adapt curricula, programs and the teaching process as a whole. corresponds to the requirements of the time and has a significant impact on higher education systems. Thus, approaches to the financing of the educational process itself, scientific research, and universities are changing. Identified trends can be evaluated, on the one hand, as a threat to the positive development of higher education, and on the other hand, as an opportunity to prepare for changes using comprehensive diagnostics, forecasting and analysis of ongoing changes.

Keywords: *higher education, development, directions, international education*

Абстракт: Модернизация образования в Азербайджанской Республике и интеграция в международную систему образования требуют, чтобы развитие страны основывалось на научных основах. Обеспечение конкурентоспособности подготовки кадров на международном рынке труда зависит от ряда факторов, формирование которых обуславливает необходимость модернизации системы образования.Быстрые социально-экономические изменения, происходящие в мире, вызывают необходимость пересмотра организационной системы управления, а также необходимость адаптации учебных планов, программ и учебного процесса современным требованиям,Таким образом, меняются подходы к финансированию самого образовательного процесса, научных исследований и университетов. Выявленные тенденции можно оценить, с одной стороны, как угрозу позитивному развитию высшего образования, а с другой стороны, как возможность подготовиться к изменениям с помощью комплексной диагностики, прогнозирования и анализа происходящих изменений.

Ключевые слова: *высшее образование, развитие, направления, международное образование*

Razılaşmamaq mümkün olmayan bir çox analitiklərin fikrincə, müasir ali təhsil iki meqa-trenddən təsirlənir: kütləviləşmə və qloballaşma. kütləviləşmə təkcə müxtəlif təbəqələrdən, millətlərdən və

yaşlardan olan insanların ali təhsilə çıxış imkanlarını genişləndirmək deyil, həm də bütün ali təhsil sistemində (universitetin idarə olunması sahəsində, tədris proqramları və planlarında dəyişikliklər, maliyyələşmədə dəyişikliklər, təhsil xidmətlərinin keyfiyyətində və tələbə auditoriyasının tərkibində dəyişikliklər) baş verən dəyişikliklərdir.

Kütləviləşmə dedikdə – təkcə müxtəlif təbəqələrdən, millətlərdən və yaşlardan olan insanların ali təhsilə çıxış imkanlarını genişləndirmək deyil, həm də bütün ali təhsil sistemində baş verən dəyişikliklər nəzərdə tutulur. Özəl universitetlərin sayının artması bir tərəfdən ali təhsilin əlçatanlığının artmasına, digər tərəfdən isə təhsilin keyfiyyətinin aşağı düşməsinə səbəb olub.

Qloballaşma – XXI əsr ali təhsilinin inkişafının digər əsas amilidir. Universitetin idarə olunması sahəsində, tədris proqramları və planlarında dəyişikliklər, maliyyələşmədə dəyişikliklər, təhsil xidmətlərinin keyfiyyətində və tələbə auditoriyasının tərkibində qloballaşma, şübhəsiz ki, universitetlər arasında rəqabətin artmasına səbəb oldu. Hökumətlər universitetlərə getdikcə daha çox müstəqillik verir, elmi və tədris işinin keyfiyyətinə getdikcə daha çox diqqət yetirir, Universitetlərin beynəlxalq əlaqələrinin inkişafına daha ciddi yanaşırlar. Ekspertlərin fikrincə, ölkənin iqtisadi rəqabətqabiliyyətliliyində ali təhsilin rolu ildən-ilə artır (təhsil xidmətlərinin ixracı və bilik tutumlu məhsulların istehsalı baxımından). Ali təhsilin üzləşdiyi çətinliklər həm tarixi, həm də fəlsəfi köklərə malikdir. Elitizm və bərabərləşdirmə siyasəti (eqalitarizm) iki ziddiyyətli, lakin birlikdə mövcud olan anlayışı təmsil edir. Bunlar aydın şəkildə ali təhsilə çıxışın genişləndirilməsi və onun (ali təhsilin) kütləviləşməsi ilə bağlıdır. Elitizm ilk növbədə qurumların reputasiyası ilə bağlıdır. Bu iki hadisə qloballaşmanın ayrılmaz hissəsidir. Elitizm və bərabərlik ali təhsildə bazar amillərinin və mexanizmlərinin (o cümlədən rəqabətin) rolunun artmasına səbəb olur. Ali təhsildə elitizmin tarixi kökləri ənənəvi olaraq əla reputasiyaya malik olan və indi də elit olan universitetlərə dayanır. Bunlar ilk növbədə Oksford, Harvard, Kembric, Prinston və s. universitetləridir. Bu universitetlər cəmiyyətin yuxarı təbəqələrinə ali təhsil verirdilər. Hazırda universitetlərin elitarlığı tələbələrin sosial mənşəyi, tədrisin keyfiyyəti və ya təhsil haqqının miqdarı ilə deyil, hər şeydən əvvəl elmi tədqiqatların keyfiyyəti ilə bağlıdır. Beləliklə, elitizm yüksək keyfiyyətli elmi tədqiqatları, bərabərlik isə əhalinin bütün təbəqələri üçün ali təhsilə çıxışın artırılmasını təmin edir. 21-ci əsrdə iki universitet növü arasında: elit və kütləvi "funksiyaların ayrılması" adlanan – proses baş verdi. Bu bölünmə ideyası ilk dəfə 1959-cu ildə Kaliforniya ştatında universitetlərin yerinə yetirdikləri funksiyalara görə təsnif edildiyi xüsusi planda öz əksini tapmışdır. Beləliklə, yüksək səviyyəli elmi tədqiqatlar üzrə ixtisaslaşan elit universitetlər və və əsasən tələbələrin tədrisi üzrə ixtisaslaşan kütləvi universitetlər və universitet kollecləri aydın şəkildə fərqləndirildi.

Qloballaşma – əvvəlcə sırf iqtisadi hadisə kimi başlayan indi insan fəaliyyətinin bütün digər sahələrini əhatə edən prosesdir. Hazırda təhsil isə siyasətçilər və iqtisadçılar tərəfindən ixrac edilə bilən və ixrac edilməsi zəruri olan mühüm xidmət sahəsi kimi qiymətləndirilir. Üstəlik, ali təhsil elmə əsaslanan iqtisadiyyatın dayaq nöqtəsi olduğundan, burada qazanılan elmi nailiyyətlər iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətini müəyyən edir. Qloballaşma prosesi ali təhsilin bir çox aspektlərinə təsir göstərir, məsələn: təhsil sistemlərinin və təhsil müəssisələrinin idarə edilməsi, akademik proqramlar, maliyyələşdirmə, tələbələrin seçimi və s. Bazarlara isə satıcılar və alıcılar daxildir (biri tələbi, digəri isə təklifi yaradan iki tərəf). Bu iki tərəf bazar qiymət mexanizmləri əsasında mal və xidmətləri mübadilə edir. Bazarların genişlənməsi, məhsul və xidmətlərin həcminin artması istər-istəməz mal və xidmətlərin satıcıları arasında rəqabətin artmasına səbəb olur.

Kütləvi informasiya vasitələri, o cümlədən müxtəlif elmi nəşrlər ali təhsil müəssisələrinin reytinqlərini və ali təhsilin keyfiyyətinə dair məlumatları (bu, istehlakçılar (tələbələr), valideynlər, işəgötürənlər, ölkə hakimiyyətləri üçün vacibdir) dərc etməyə başladı. Eyni zamanda, bu reytinqlərdə bir çox ziddiyyətlər mövcuddur, çünki onların tərtibi müxtəlif meyarlara əsaslanır. Əksər universitetlər məşhur tədqiqatçıları cəlb etməyə çalışırlar ki, bu da onların reytinqlərinə xallar əlavə edir, lakin eyni zamanda bu, heç bir şəkildə tələbə təhsilinin keyfiyyətinin yüksəldilməsinə kömək etmir.

Qlobal cəmiyyətdə sosial-iqtisadi xarakterli transsərhəd regional bloklar yaranmağa başladı (çünki bir neçə ölkəni birləşdirməklə bazar çağırışlarının öhdəsindən birlikdə gəlmək daha asandır). Bu proses birbaşa ali təhsil bazarına aiddir. 2010-cu ilə qədər ümumavropa ali təhsil məkanının qurulmasını və tələbələrin mobilliyini təmin etmək üçün ümumi akademik dərəcə sisteminin yaradılmasını əsas məqsəd kimi qarşıya qoymuş Boloniya prosesinin inkişaf etdirilməsi buna yaxşı nümunədir. Ümumiyyətlə, ali

təhsil müəssisələri üçün qloballaşma prosesi mədəni və ətraf mühitə uyğunlaşma dərəcəsindən asılıdır. Fərqli qurumlar yeni şəraitə müxtəlif yollarla uyğunlaşırlar. Dövlətlər də öz iqtisadiyyatlarının xüsusiyyətlərinə görə qloballaşmaya fərqli reaksiya verirlər. Bəzi tədqiqatçıların fikrincə, sənayeləşmiş ölkələrin əksəriyyəti qloballaşmaya struktur islahatlarının aparılması üçün şərt kimi baxır.

Son zamanlar Azərbaycan respublikanın bütün mütərəqqi ictimaiyyətini məktəb təhsilinin təşkili və onun müasirləşdirilməsi narahat edir, çünki məktəb, sözün geniş mənasında, sosial-iqtisadi münasibətlərin humanistləşdirilməsində, fərdin yeni həyat münasibətlərinin formalaşması üçün ən mühüm amilə çevrilməli, təhsilin inkişafı, təhsilin müasirləşdirilməsində ən mühüm amilə çevrilməlidir. Məktəbdə təhsil prosesi gənc nəslə səriştəli şəxsiyyətin əsasını təşkil edən etibarlı, zəruri və davamlı biliklər əldə etmək imkanı verməlidir. İnkişaf etməkdə olan cəmiyyətin müasir təhsilli, əxlaqlı, təşəbbüskar və səriştəli şəxslərə ehtiyacı var ki, onlar seçim şəraitində müstəqil şəkildə məsuliyyətli qərarlar qəbul etməyi, onların mümkün nəticələrini proqnozlaşdırmağı, əməkdaşlıq yollarını seçməyi bacarırlar. Onlar mobillik, dinamizm, konstruktivlikləri ilə seçilir, ölkənin taleyi üçün yüksək məsuliyyət hissinə malikdirlər. Müasir dünyada təhsilin inkişafının aşağıdakı əsas tendensiyalarını müəyyən etmək olar:

- şəxsiyyətin formalaşması və inkişafının humanist məqsədlərinə köklü dönüş kimi təhsilin humanistləşdirilməsi onun texnokratik məqsədindən (istehsalın kadrlarla təmin edilməsi, kadrların istehsalın tələblərinə uyğunlaşdırılması), onun özünü təqdim etməsinə şərait yaradılması;
- təhsilin təşkilinin sərt mərkəzləşdirilmiş və vahid sistemindən hər bir təhsil müəssisəsinə, hər bir müəllimə, şagirdə və tələbəyə öz imkan və qabiliyyətlərini tam üzə çıxarmaq üçün şərait və imkanların yaradılmasına keçid kimi təhsilin demokratikləşdirilməsi;
- istehsalın, texnika və texnologiyasının inkişaf səviyyəsinə görə şəxsiyyətin ümumi və peşə təhsilinin sürətli inkişafı;
- istehsalın, texnika və texnologiyasının inkişaf səviyyəsinə görə şəxsiyyətin qabaqlayıcı ümumi və peşə təhsilinin sürətli inkişafı;
- kəsilməz təhsil konsepsiyasına uyğun ömür boyu təhsilin həyata keçirilməsi

Amma bu yanaşmalar müasir sivilizasiyanın qloballaşma proseslərinin yaratdığı əsas xüsusiyyətlərindən birini nəzərə almır. Bunun nəticəsidir ki, müasir təhsilin inkişaf tendensiyaları, fikrimizcə, qlobal miqyasda, yəni dünya təhsil prosesinin inkişafı kontekstində nəzərdən keçirilməlidir.

Ali təhsil cəmiyyətin inkişafı ilə bərabər inkişaf etmiş, bu inkişafın sürətinə və keyfiyyətinə birbaşa təsir göstərmişdir. Bütün tarixi meyarlar üzrə görünməmiş qısa müddət ərzində gedən dəyişikliklər dinamikasının durmadan artdığı, "ideyaların ictimayəti zəbt etdiyi" informasiya cəmiyyətində xüsusi əhəmiyyət kəsb edən əsas sual budur: "Nə öyrətmək lazımdır?". Ali təhsilin ənənəvi aktual məsələlərinə (təhsilin elmin inkişaf səviyyəsinə uyğunluğu, nəzəriyyə ilə praktik fəaliyyət arasında sıx əlaqənin olması, universallaşma ilə ixtisaslaşmanın əlaqəsi və s.), ali təhsilin adekvatlığı, müasir cəmiyyətin informasiya təminatı reallıqları, tədris sisteminin adekvatlığı məsələsinin prioritet kimi əlavə edilməsi zərurətini yaradır.

Açıqlıq. Təhsilin açıqlığı yaşından, fiziki vəziyyətindən, yaşayış yerindən, vətəndaşlığından asılı olmayaraq təhsil almaq istəyən hər kəs üçün əlçatanlıq səviyyəsində, həm də ən əlverişli olan hər hansı təhsil formasını seçmək səviyyəsində özünü göstərir. Açıqlıq təhsilin keyfiyyətinin aşağı düşməsi demək deyil. Açıqlığın eksperimental şəkildə həyata keçirilməsi məzunlarının təhsilində özünü yüksək keyfiyyətə görə sübut etmiş, beynəlxalq miqyasda güclü nüfuza malik, digər ölkələrin universitetləri ilə uzunmüddətli layihələr və müqavilələr əsasında möhkəm əlaqələri olan universitetlər tərəfindən kifayət qədər müvəffəqiyyətlə həyata keçirilir. Bu istiqamətdə kommunikasiya sistemlərinin rolu böyükdür.

İnnovasiya. Təhsil sektoru ən innovativ sahələrdən biridir. İnnovasiya müəyyən tələblər üçün praktik istifadə məqsədilə yeni ideya və biliklərin həyata keçirilməsinin nəticəsidir. Təhsil sahəsində innovasiyalar istehsal və idarəetmə olmaqla iki istiqamətə bölünür. İstehsal olanlara texnoloji yeniliklər (yeni texnologiyalar), təhsil sahəsində isə tədris və təlimin yeni üsul və vasitələri daxildir. İdarəetmə innovasiyalarının strukturuna iqtisadi innovasiyalar (təhsil sahəsində yeni iqtisadi mexanizmlər) və təşkilati innovasiyalar (təhsil sahəsində yeni təşkilati strukturlar və institusional formalar) daxildir. İnnovasiyalaşdırma – yüksək səviyyəli elmi işlərin nəticələrinin tədris planı və proqramlarına daxil edilməsinin mümkünlüyüdür və innovasiyalaşdırma, elmi karyerası ərzində gələcək yeniliklərin tətbiq edilməsini həyata keçirə bilən mütəxəssislər hazırlamağa imkan verir.

İnformasiyalaşdırma. Bu anlayış adətən kompüterləşdirmə və tədris texniki vasitələrinin mənimsənilməsi ilə əlaqələndirilir. Bu, doğrudan da, yeni təhsil sisteminin formalaşmasında çox mühüm mə-

qamdır. Biz sivilizasiyanın dağıldığı bir dövrdə yaşayırıq. Bu boşluqlar ilk növbədə uşaqların və valideynlərin müxtəlif informasiya texnologiyalarından istifadə etməklə fəaliyyət göstərməsi ilə bağlıdır. Kompüter savadlılığı və mədəniyyəti gənclərin həyatının bütün sahələrinə nüfuz etmişdir. Bu gün təhsilin informasiyalaşdırılmasının əsas istiqamətlərindən biri informasiya mədəniyyətinin formalaşdırılmasıdır. Bəzi tədqiqatçılar hesab edirlər ki, bu istiqamət daha əhatəli və kompleks yanaşma tələb edir, çünki təhsilin informasiyalaşdırılması anlayışlarının əksəriyyətində informasiya mədəniyyəti peşəkar şəkildə – müasir mütəxəssisin peşəkar fəaliyyətində informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqi sahəsində peşəkar xüsusiyyəti kimi. başa düşülür. Lakin müasir informasiya cəmiyyətində informasiya mədəniyyəti:

- şəxsiyyətin informasiya cəmiyyətinin, mədəni məkanına üzv olmaq üçün formalaşma dərəcəsi kimi;
- informasiya proseslərinin təşkilinin əldə edilmiş səviyyəsi; insanların informasiya cəmiyyətindən məmnunluq dərəcəsi kimi;
- dünyanın tam mənzərəsini əhatə edən və qəbul edilmiş qərarların nəticələrini qabaqcadan xəbər verən məlumatların işlənməsi, toplanması, saxlanması, emalı, ötürülməsi, təqdim edilməsi və istifadəsində səmərəlilik səviyyəsi kimi qəbul edilir.

Demokratikləşmə. Demokratikləşmə-ali təhsil müəssisəsinin ayrılmaz hissəsi olduğu bütün sosial sistemin inkişafının aparıcı istiqamətlərindən biridir. Bu, universitetlərin təhsil sisteminin idarə edilməsinin getdikcə daha çox mərkəzsizləşdirilməsində ifadə olunur və ali təhsil fəaliyyətində və inkişafında ən mühüm tendensiyadır.

Mərkəzsizləşdirmə. Milli təhsil sistemlərinin mərkəzsizləşdirilməsi prosesi bazar iqtisadiyyatının ideya və dəyərlərinə əsaslanır. Bazar iqtisadiyyatı hakimiyyətin bütün səviyyələrində demokratik quruluş tələb edir, çünki bunsuz ədalətli bazar rəqabəti üçün şərait yaratmaq mümkün deyil. Digər tərəfdən, bazar iqtisadiyyatı qərar qəbuletmə sistemində həddindən artıq mərkəzləşməyə tab gətirmir və iqtisadi və sosial həyatın subyektləri ilə bilavasitə əlaqədə olan yerli orqanlara müəyyən hakimiyyət və maliyyə səlahiyyətlərinin verilməsini tələb edir. Eyni zamanda, təhsilin büdcə və digər maliyyələşdirmə mənbələrindən istifadənin səmərəliliyinin artırılması hədəfləri qarşıya qoyulur, bazar üçün kadr hazırlığı institutu kimi təhsilin əsas əhəmiyyətinə daha utilitar baxış formalaşır. Fərqli siyasi strukturlara, dövlətlərin sosial-iqtisadi xüsusiyyətlərinə, təhsil strukturunda fərqliliklərə görə ayrı-ayrı ölkələrdə əhəmiyyətli fərqlərə baxmayaraq, təhsilin qeyri-mərkəzləşdirilməsi prosesində ümumi olan səlahiyyətlərin, o cümlədən maliyyə və təhsilin idarə edilməsinin səlahiyyətlərinin daha aşağı səviyyələrə ötürülməsidir. Nəzərə almaq lazımdır ki, mərkəzsizləşdirmə prosesi, ilk növbədə, iqtisadi təhlükəsizlik problemlərinin həlli ilə bağlı mərkəzi hökumət orqanlarının rolunun azaldılması demək deyil. Mərkəzi hakimiyyət orqanları milli siyasətlərin işlənib hazırlanmasına cavabdeh olaraq qalır və yerli hakimiyyət orqanlarının fəaliyyətini qanunvericilik və hökumətlərarası köçürmələr sistemi vasitəsilə tənzimləyir.

Azərbaycanın inkişafının indiki mərhələsində təhsilin rolu onun demokratik və hüquqi dövlətə, bazar iqtisadiyyatına keçid vəzifələri və ölkənin iqtisadi və sosial inkişafda qlobal tendensiyalardan geri qalma təhlükəsini aradan qaldırmaq ehtiyacı ilə müəyyən edilir. Müasir dünyada insan kapitalının təsirinin artması ilə yanaşı, cəmiyyətin yeni keyfiyyətinin formalaşmasında ən mühüm amil kimi təhsilin əhəmiyyəti də artır, təhsilin xüsusi rolu, onun insan fəaliyyətinin ən mühüm sahəsinə çevrilməsi gələcək mütəxəssislərin hazırlanması problemini prioritet vəzifələrdən birinə çevirir. Ölkədə baş verən demokratik dəyişikliklər cəmiyyətin həyatının, onun sosial institutlarının, o cümlədən ali təhsil sisteminin müxtəlif aspektlərinin transformasiyasının səmərəli yollarının axtarışına sövq etmişdir. Azərbaycanda ali təhsil öz inkişafını əmək bazarında baş verən dəyişikliklərə cavab verən yüksək keyfiyyətli mütəxəssislərin hazırlanmasına yönəldir. Bu problemləri həll etmək üçün ölkədə təhsil məkanının vəhdətini, tələbələrin akademik mobilliyini və bütün vətəndaşların müxtəlif səviyyələrdə təhsilə bərabər çıxışını təmin edən təhsil proqramlarının bütün müxtəlifliyinin sistemli olmasını təmin etmək lazımdır [1].

Ali təhsilin keyfiyyəti universitetin fəaliyyətinin bütün aspektlərini əhatə edən çoxölçülü anlayışdır: kurikulumlar, tədris və tədqiqat işləri, professor-müəllim heyəti və tələbələr, təhsil imkanları və resurslar. Keyfiyyətin idarə edilməsi üzrə təcrübə yerli və dünya təcrübəsində toplanıb. TQM (Ümumi Keyfiyyət İdarəetməsi) metodologiyası və bu yanaşmanı həyata keçirən ISO 9000 seriyalı standartlar təhsil fəaliyyətinə mövcud tələblər sistemini müəyyən edir [2].

Universitet səviyyəsində təhsil, təhsil xidmətinin göstərilməsi kimi qəbul edilir və xidmətin sifarişçisi bir tərəfdən təhsil alan şəxs, digər tərəfdən ixtisaslı kadrların hazırlandığı istehsalat və, nəhayət,

təhsil prosesinin təminatçısı olan dövlətdir. Əslində, təhsilin keyfiyyəti tələbələrin standartlarla müəyyən edilmiş hazırlıq səviyyəsinə nail olması kimi şərh olunur. Bu səviyyə ixtisaslar və mütəxəssis hazırlığı sahələri üzrə kadr hazırlayan ATM-i tərəfindən hazırlanan dövlət təhsil standartlarında müəyyən edilir. Mütəxəssis hazırlığının keyfiyyətinin göstəriciləri kimi iki əsas ayrılmaz meyar götürülə bilər:

– ali məktəb məzununun öz ixtisasına uyğun iş yerinə uyğunlaşması üçün lazım olan vaxtın miqdarı;
– məzunun onlara yiyələnmək üçün əhəmiyyətli vaxt və səy sərf etmədən işləyə biləcəyi "qohum" (qarışıq) ixtisasların sayı.

Bazar şəraitində hər hansı bir təşkilatın, o cümlədən təhsil müəssisəsinin uğurlu fəaliyyəti yalnız xidmət və məhsulların keyfiyyətinin yüksəldilməsinə yönəlmiş fəaliyyətin təkmilləşdirilməsi üçün daimi tədbirlər işlənib hazırlanaraq həyata keçirildikdə səmərəli olacaqdır. ATM-in rəqabət qabiliyyəti və nüfuzu bundan asılıdır. Keyfiyyətli işin və keyfiyyətin idarə edilməsinin faktiki vəziyyətinin dövri təhlili olmadan təşkilatın fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi mümkün deyil. Keyfiyyətin idarə edilməsi mexanizmi daim təkmilləşir. Universitetlər təkcə məzunların hazırlıq dərəcəsinin təhlilinin nəticələrinə görə deyil, həm də təhsil müəssisəsində tədris prosesinin qiymətləndirilməsi əsasında dəyərləndirilməsi daha effektiv və əsaslı təkliflərin irəli sürülməsinə səbəb olur. Təhsil müəssisəsində proseslərin keyfiyyətinin idarə edilməsi məqsədilə qiymətləndirmə obyektlərini iki qrupa bölmək olar: tələbə və məzunlar ali təhsilin daşıyıcısı kimi bir qrupa, bütövlükdə universitet (və ya ixtisas) isə nəticələrin keyfiyyətinin idarə olunmasını təmin etmək məqsədilə ikinci qrupa aid etmək məqsədəuyğun olar. Təhsil xidmətinin təsviri üç bölmədən ibarət olmalıdır. Birincisi: təhsil xidmətinin spesifikasiyası. Bunlar normativ göstəricilərdir (ixtisas adı, təhsil müddəti, təhsil forması, biliklərin tətbiqi sahələri, bilik və bacarıqların siyahısı, təhsil proqramının məzmunu). İkincisi: resurs tələbləri. Bu, tədris prosesini təmin edən şərtlərin siyahısıdır (kadr təminatı, tələbə kontingentinə tələblər, məzunların sertifikatlaşdırma sistemi, tədris prosesinin tədris-metodiki təminatı, tədris laboratoriya bazasının xüsusiyyətləri, tədris texnologiyaları, informasiya və kitabxana təminatı, təhsil prosesi). Üçüncüsü: tələbələrin bilik və bacarıqlarına qoyulan tələblər. Bunlar göstərilən təhsil xidmətlərinin keyfiyyətini müəyyən edən ölçülə bilən və idarə olunan xüsusiyyətlərdir (tələbə performansı, təlimin dəyəri, giriş səviyyəsinə nisbətən təlimdən sonra fərdin psixofizioloji parametrləri).

Təhsil fəaliyyəti müxtəlif səviyyəli və statuslu təhsil müəssisələri tərəfindən təhsil xidmətlərinin göstərilməsi prosesi hesab edilə bilər. Bu baxımdan istənilən səviyyədə peşəkar məktəb çərçivəsində beynəlxalq standartların tələblərinə adekvat olan keyfiyyət təminatı problemlərinin həlli yollarını tapmaq lazımdır.

– İdarəetmənin bütün mərhələlərində adekvat nəzarət sxemlərini tətbiq etməklə təhsil müəssisəsinin fəaliyyətinin yaxşılaşdırılması. Bu məqsədlə təhsil müəssisəsində peşə təhsili üzrə keyfiyyətin idarə edilməsi sistemi üçün normativ sənədlərin hazırlanması nəzərdə tutulur.
– Keyfiyyətin idarə edilməsinə bütün işçilərin cəlb edilməsi üçün obyektiv ilkin şərtlər yaratmaqla mütəxəssislərin hazırlanmasının keyfiyyətinin təmin edilməsinə yönəlmiş təhsil müəssisəsində bütün proseslərin təkmilləşdirilməsi.

Aydındır ki, qeyd olunan iki yanaşmanın birləşməsinə üstünlük verilməsi daha səmərəli olar. Hər bir təhsil müəssisəsinin özünün təhsil keyfiyyətinin idarə edilməsi sistemi ola bilər (təhsil prosesinin xüsusiyyətlərini və təhsil müəssisəsinin statusunu nəzərə almaq lazımdır). Tədris prosesinin keyfiyyəti bir çox amillərdən asılıdır, lakin əsas məsələ müəllimlərin peşəkarlığı və keyfiyyətin təmin olunmasında maraqlı olması, eləcə də tələbələrin biliklərə yiyələnmək marağı və onların ali məktəbdə oxumağa kifayət qədər hazırlıqlı olmasıdır.

Ədəbiyyat:

1. Ерунов, В.П. Квалиметрическая основа системы качества вуза: монография / В.П. Ерунов; Оренбург. гос. ун-т. Оренбург: ОГУ, 2009. 313 с.
2. Методические рекомендации по применению стандартов серии ГОСТ Р ИСО 9000-2001 в высших учебных заведениях / Д. В. Пузанков, А. В. Олейник, В.С. Соболев, С.А. Степанов.

Məhərrəm ZÜLFÜQARLI
Azərbaycan Turizm ve Menecment Universiteti,
tarix üzrə elmlər doktoru, professor
mzulfugarli@mail.ru

ÜMUMİLLİ LİDER HEYDƏR ƏLİYEVİN ELMİN İNKİŞAFINDA ROLU (1969-2003-CÜ İLLƏR)

THE ROLE OF NATIONAL LEADER HEYDAR ALIYEV IN THE DEVELOPMENT OF SCIENCE (1969-2003 YEARS)

РОЛЬ ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНОГО ЛИДЕРА ГЕЙДАРА АЛИЕВА В РАЗВИТИИ НАУКИ (1969-2003 ГОДЫ)

Xülasə: Məqalədə Ümummilli lider H.Əliyevin Azərbaycana rəhbərlik etdiyi illərdə elmin inkişafına göstərdiyi qayğıdan bəhs olunur. H.Əliyevin Azərbaycana rəhbərlik etdiyi illəri iki dövrə bölmək olar. I dövr – 1969-1982-ci illər; II dövr 1993-2003-cü illər. Fikrimizcə H.Əliyev hakimiyyətinin bu iki dövrü müxtəlif tarixi şəraitin mövcudluğuna görə bir-birindən köklü şəkildə fərqlənsə də, burada varislik ənənsi özünü açıq aydın büruzə verir. Yəni hər iki dövrdə H.Əliyev öz idarəçilik prinsipinə sadiq qalaraq ölkənin mövcud problemlərinin həllində əlindən gələni əsirgəməmişdir.

Açar sözlər: *Azərbaycan, elm, akademiya, ensklopediya, axeologiya, sülh*

Abstract: The article talks about the care that National leader H.Aliyev showed to the development of science in the years he led Azerbaijan. The years of H.Aliyev's leadership of Azerbaijan can be divided into two periods. I period – 1969-1982 years; II period 1993-2003. In our opinion, although these two periods of H.Aliyev's rule are fundamentally different from each other due to the presence of various historical conditions, here the tradition of succession manifests itself clearly. In other words, in both periods, H.Aliyev did his best to solve the current problems of the country, adhering to his management principles.

Keywords: *Azerbaijan, science, academy, encyclopedia, archeology, peace*

Абстракт: В статье говорится о заботе, которую общенациональный лидер Г.Алиев проявлял к развитию науки в годы своего руководства Азербайджаном. Годы руководства Г.Алиева Азербайджаном можно разделить на два периода. I период – 1969-1982 годы; II период 1993-2003 гг. На наш взгляд, хотя эти два периода правления Г.Алиева принципиально отличаются друг от друга в силу наличия различных исторических условий, здесь четко проявляется традиция преемственности. Иными словами, в оба периода Г.Алиев делал все возможное для решения текущих проблем страны, придерживаясь своих принципов управления.

Ключевые слова*: Азербайджан, наука, академия, энциклопедия, археология*

Ümummilli lider H.Əliyevin Azərbaycana rəhbərlik etdiyi illəri iki dövrə bölmək olar. I dövr – 1969-1982-ci illər; II dövr 1993-2003-cü illər. Fikrimizcə H. Əliyev hakimiyyətinin bu iki dövrü müxtəlif tarixi şəraitin mövcudluğuna görə bir-birindən köklü şəkildə fərqlənsə də, burada varislik ənənsi özünü açıq aydın büruzə verir. Yəni hər iki dövrdə H. Əliyev öz idarəçilik prinsipinə sadiq qalaraq ölkənin mövcud problemlərinin həllində əlindən gələni əsirgəməmişdir.

Azərbaycan KP MK-nın 1969-cu il iyul plenumunda Respublika rəhbərliyinin dəyişdirilməsi, Heydər Əliyevin I katib seçilməsi ilə əvvəlki illərdən tamamilə fərqli yeni ictimai-siyasi mərhələnin başlanğıcı qoyuldu. Buna görə elmi ədəbiyyatda SSRI-nin 70-80-ci illərin birinci yarısına aid verilmiş xarakteristika və bölgünün mexaniki şəkildə Azərbaycana aid edilməsini düzgün saymaq olmaz. Çünki bu dövrdə Azərbaycan SSR-in ictimai-siyasi və iqtisadi vəziyyəti digər müttəfiq respublikalardan köklü şəkildə fərqlənirdi. Dövrə qiymət verərkən bu amili nəzərə almaq vacibdir. Tanınmış tarixçi alim, t.e.d., professor Seyfəddin Qəndilov öz əzərində bu dövrü coşqun yüksəliş illəri kimi xarakterizə etmişdi.

Azərbaycan tarixinin 1969-1982-ci illərə dövrünün siyasi kursunun müəyyən edilməsində Sov.İKP sənədləri, ən başlıcası isə Azərbaycan KP MK-nın 5 avqust 1969-cu il və 29 oktyabr 1971-ci il plenumları mühüm rol oynamışdır .

Heydər Əliyev respublikamıza rəhbərliyə gəldiyi ilk günlərdən elmin inkişaf etdirilməsi ilə bağlı məsələlərə xüsusi diqqət yetirmiş, ona daim qayğı göstərmiş, elmin sürətli inkişafı üçün mühüm qərarlar vermişdir. O, avqust (1969) plenumunda respublika elminin inkişafında yaranmış vəziyyətdən narahat olaraq demişdir: "Elmi idarələrimizin fəaliyyətində hələ ciddi nöqsanlar vardır. Elmlər Akademiyası, bir sıra sahə elmi idarələri elmi-texniki tərəqqinin sürətləndirilməsi uğrunda, tamamlanmış işlərin istehsalata tətbiqi uğrunda mübarizədə kifayət qədər əzmkarlıq göstərmirlər... Dissertasiyaların heç də hamısı lazımi nəzəri səviyyədə yazılmır. Aspiranturada vəziyyət yaxşı deyildir... Alimlik dərəcəsi alanlar arasında nazirliklərin və digər mərkəzi idarələrin rəhbər işçiləri də az deyildir. Elə etmək lazımdır ki, elmə yalnız onu həqiqətən zənginləşdirməyə, irəlilətməyə qabil olan adamlar gəlsinlər...". [4, 6 avqust 1969]

Azərbaycan KP MK-nın plenumunda (oktyabr 1971-ci il) 1967-ci ildən nəşriyatlarda 400-dən artıq əlyazmanın yığılıb qalması və plandan plana keçirilməsi, 5 nəşriyyatın mətbələrində 1215 kitabın yığılması, lakin çap edilməməsi və bu ildən o biri ilə keçirilməsi, onların hazırlanmasına xeyli vəsaitin sərf olunması, qabaqcadan müəlliflərə qonorar verilməsi və tonlarla metalın istifadəsiz qalması kəskin tənqid olunub. Plenumda bəzi kitabların tənqid edilməsi 1971-ci ilin oktyabrından sonra yazılan əsərlərə istiqamətverici təsir göstərib. Plenumda respublikada ictimai elmlər sahəsində az əsər yazılmadığı qeyd olunsa da, lakin bu əsərlərin bir çoxunun lazımi səviyyədə olmaması, həmin əsərlərdə metodoloji səhvlərin olması, elmi təhlilin dayazlığı, fakt materiallarının nəzəri cəhətdən lazımınca ümumiləşdirilməməsi... tənqid olunub. [4, 2 noyabr 1971]

Plenumda "Gənclik" nəşriyyatının baş redaktoru V.Paşayevin "Özüm, gözüm, sözüm ..." kitabının nəşrinin ciddi ideoloji səhvlərə görə dayandırılması qeyd edilmiş, M.Əsgərovun "Tank vuruşması", R.Zeynalovun və L.Borodetskinin "416-cı Taqanroq diviziyası", F.ŞuĢinskinin "Şuşa" kitablarında təhrif və səhvlərin olması tənqid olunmuş, 20 min nüsxə tirajla çap edilmiş Azərbaycan Sovet Ensklopediyasının yeganə cildi olan birinci cildinin ciddi səhvlər və qüsurlar üzündən yenidən işlənməsi haqqında göstəriş verilmiĢdi. [3, s.296-297; 4, 2 noyabr 1971]

1970-80-ci illərdə ulu öndər Heydər Əliyev respublikada ictimai elmlərin nümayəndələrini Azərbaycan reallıqlarına xüsusi həssaslıqla yanaşmağı töfsiyyə etmişdir. O, ictimai elmlərlə məşğul olan tədqiqatçılardan gerçəkliyin obyektiv təhlilindən tədqiqtlara yanaşmağı tələb etmişdir. Görülmüş tədbirlər nəticəsində elmin inkişafı ilə yanaşı elmi kadrların da sayı artmışdı.

1970–1980-ci illərdə respublikamızda 258 elmlər doktoru, 2677 elmlər namizədi hazırlanmışdı. Respublika Elmlər Akademiyasının 56 həqiqi üzvü və 71 müxbir üzvü var idi. 123 elmi idarə və 17 ali məktəbin kafedralarında 22 min elmi əməkdaş, o cümlədən 900-dən çox elmlər doktoru və 8 mindən çox elmlər namizədi çalışırdı.

Təkcə 1979-cu ildə təbiət və ictimai elmlər sahəsində respublikada aparılan elmi-tədqiqatların 55 nəticəsi sovet elminin ən mühüm nailiyyətləri sırasında qeyd edilmişdi. 70-80-ci illərdə – 10 il ərzində Elmlər Akademiyası alimlərinin tədqiqatlarının istehsalata tətbiqi nəticəsində əldə edilən iqtisadi səmərə 570 milyon manatdan çox olmuş, 1000-dən çox müəlliflik şəhadətnaməsi almışlar. 1970-1985-ci illərdə iqtisadi səmərəyə malik 850-yə yaxın iş xalq təsərrüfatında tətbiq edilmiş, 2280 elmi, elmi-tədqiqat və xalq təsərrüfatı əhəmiyyətli nəticə alınmışdı. [5]

1969-1979-cu illərdə respublikada dövlət muzeylərinin sayı artaraq 37-dən 52-yə çatmışdı.[4, 9 iyul 1979] Təkcə sənaye mərkəzi olan Kirovabadda (indiki Gəncə)1980-ci ildə ictimai əsaslarla 43 muzey fəaliyyət göstərirdi. [3, s.308]

1969 iyulundan 1985-ci ilin aprelinə kimi olan dövrdə əvəlki illərə nisbətən müxtəlif problemlərə aid daha çox kitab çap olunub. Məsələn, Azərbaycan SSR-də 1979-cu ildə 12,9 milyon nüsxə kitab nəşr olunub ki, bunun da 8,1 milyonu Azərbaycan dilində idi. [12, s.298]

Bu illərdə üçcildlik "Müasir Azərbaycan dili" (1978-1981), üçcildlik "Cənubi Azərbaycan ədəbiyyatı antologiyası" (80-ci illər-də), üçcildlik "Rusca-azərbaycanca lüğəti" (1970-80-ci illərdə), dördcildlik "Azərbaycan dilinin izahlı lüğəti" (1964-1987), "Azərbaycan dilinin orfoqrafiya lüğəti"(1975), "Sovet Azərbaycanının heykəltəraşlığı" (1973), "Azərbaycan Dram Teatrı" (1974), ikicildlik "Azərbaycan teatrı salnaməsi"(1975,1983), üçcildlik "Azərbaycan xalçası" (1961, 1983, 1987), "Sovet Azərbaycanı musiqi incəsənətinin oçerkləri" (1974, 1976) və başqa ümumiləşdirici əsərlər çap olunmuşdu.

1976-1988-ci illərdə Azərbaycan xalqının tarixində ilk oncildlik "Azərbaycan Sovet Ensiklopediyası" çapdan çıxdı. Bu, respublikanın ictimai-siyasi və mədəni həyatında əlamətdar bir hadisə idi, çünki sovet dövründə dörd dəfə (1934-cü ildə, 1938-ci ildə, 1959-cu ildə və 1965-ci ildə) Azərbaycan

ensiklopediyası nəşr etmək təşəbbüsü olmuş, əfsuslar olsun ki, heç biri baş tutmamışdı. Beşinci dəfə cəhd Heydər Əliyevin rəhbərliyi sayəsində uğurla nəticələndi.

Heydər Əliyevin təşəbbüsü ilə 1975-ci il oktyabrın 24-də Azərbaycan KP MK-da "Azərbaycan Sovet Ensiklopediyasının (AES) Baş redaksiyasının işində ciddi nöqsanlar haqqında" qərar qəbul olundu. 1976-cı il fevralın 10-da isə Azərbaycan KP MK "ASE-nin Baş redaksiyasının və elmi-redaksiya şurasının yeni tərkibi" haqqında qərar qəbul etdi. Akademik Cəmil Quliyev Baş redaktor təyin olundu. Heydər Əliyevin bilavasitə iştirakı ilə İçəri şəhərdə ASE-nin yeni binası tikilmiş, nəqliyyat (müxtəlif markalı üç maşın ayrılmışdı), təsərrüfat, təchizat, maliyyə məsələləri həll olunmuşdu. ASE-nin tirajı 50 min nəzərdə tutulmuşdu. Lakin bu, Heydər Əliyevin təşəbbüsü ilə 80 minə qaldırıldı. 70-80-ci illərdə klassik Azərbaycan şair və yazıçılarının əsərləri külliyyatları, 20 cildlik "Azərbaycan Ədəbiyyatı Kitabxanası", 50 cildlik "Dünya Uşaq Ədəbiyyatı Kitabxanası", 100 cildlik "Dünya Ədəbiyyatı Kitabxanası", "Molla Nəsrəddin" 12 cildlik toplusunun birinci cildi çap edilmişdi. Bütün bunlar xalqın milli oyanışına əhəmiyyətli təsir göstərirdi. [1,s.176,181]

Ulu Öndərin 2001-ci il 15 may tarixli Sərəncamı ilə Elmlər Akademiyasına Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası adı verilib. Bu, akademiyanın fəaliyyətinin keçmiş sovet ideoloji prinsiplərindən tam uzaqlaşaraq, xilas olaraq ölkənin və bütünlüklə təmsil etdiyi xalqın milli mənafelərinə və dövlətçilik maraqlarına xidmət etməsinin təmin olunmasına geniş imkanlar açıb. Ölkəmizin əsas elmi qurumuna Milli Elmlər Akademiyası adının verilməsi Azərbaycanın fundamental elmin inkişafında əldə etdiyi nailiyyətləri, Azərbaycan xalqının mədəni və mənəvi təşəkküründə oynadığı rolu, respublika ictimaiyyəti arasında olan nüfuzunu və akademik elmin ölkənin inkişafının əsas təminatçısı olduğunu bir daha təsdiqləmişdir". Eyni zamanda, ulu öndər Heydər Əliyevin 2003-cü il 4 yanvar tarixli Fərmanı əsasında Milli Elmlər Akademiyasının statusu və əhatə edəcəyi fəaliyyət sahələri müəyyənləşdirilib, ölkə üzrə bütün elmi müəssisələrin və ali məktəblərin elmi-tədqiqat işlərinin əlaqələndirilmə işi akademiyaya həvalə olunub. Böyük tarixi əhəmiyyətə malik olan həmin Fərmanla Milli Elmlər Akademiyasının çoxillik fəaliyyəti dövründə ilk dəfə olaraq bu quruma geniş səlahiyyətlərin verilməsi təmin edilib.

1974-cü ildə yerli arxeoloq kadrların olması nəzərə alınaraq, respublikada arxeoloji kəşfiyyat işlərinin keyfiyyətini artırmaq məqsədilə Azərbaycan Elmlər Akademiyası Tarix İnstitutunun tərkibində arxeologiya və etnoqrafiya sektoru təşkil edilmişdir. Məhz bu vaxtdan başlayaraq Qarabağın dunya şöhrətli Azıx və Tağlar qədim insan düşərgələrində kompleks şəkildə arxeoloji tədqiqat işlərinə başlanmışdır.

Çoxtəbəqəli Azıx qədim insan düşərgəsində aparılan arxeoloji qazıntılar zamanı daş dövrünün ayrı-ayrı inkişaf mərhələlərinə aid 10 mindən artıq daş məmulatı və bir milyondan çox ovlanmış heyvan və quş sümükləri tapılmışdır. Düşərgənin çöküntülərində müxtəlif arxeoloji mədəniyyətlərə aid 10 təbəqə qeydə alınmışdır. Çoxtəbəqəli Azix qədim insan düşərgəsinin VII-X təbəqələrində aparılan arxeoloji qazıntılar zamanı 300-dən artıq daş məmulatı və fauna qalıqları aşkar edilmişdir.

Ümummilli liderin şəxsi təşəbbüsü və köməkliyi ilə 2001-2002-ci illərdə kompleks şəkildə Naxçıvan-Gəmiqaya ekspedisiyası təşkil edilmişdir. Ekspedisiya Kiçik Qafqazın ən yüksək zirvəsində yerləşən Gəmiqaya qayaüstü təsvirlərin elmi tədqiqi ilə məşğul olmuşdur. [2]

Ümummilli lider Heydər Əliyevin Azərbaycan elminin inkişafı sahəsində gördüyü çoxcəhətli işlər bu gün uğurla davam etdirilir

Ədəbiyyat:

1. Azərbaycan tarixi. Yeddi cilddə. VII cild (1941-2002-ci il-lər). Bakı. "Elm". 2008. 608 səh. + 48 səh. illüstrasiya.
2. Cəfərov. Ə "Heydər Əliyev və Azərbaycanda arxeologiya elminin inkişafı". "Xalq qəzeti", 29.04.2013
3. Zülfüqarlı M.P. Tarixşünaslıq (1920-1991-ci illər) Azərbaycan tarixi-DƏSRLİK. Bakı ―MEKAN SERVES NN‖ 2017, 486 s.
4. "Kommunist"qəz., Bakı (Azərb. dilində)
5. https://www.azerbaijans.com/content_605_az.html
6. Народная хозяйства Азербайджанской ССР за 60 лет. Юбилейный стат. сборник. Баку, Азернешр, 1980, 375 с.

BÖLMƏ 1
SOSİAL VƏ XİDMƏT SAHƏLƏRİNİN İDARƏ EDİLMƏSİ PROBLEMLƏRİ

Bahadur BİLALOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
tarix üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
b.bilalov@atmu.edu.az

AZƏRBAYCANININ NAFTALAN BÖLGƏSİNDƏ SAĞLAMLIQ TURİZMİNİN PERSPEKTİVLƏRİ

PROSPECTS OF HEALTH TOURISM IN NAFTALAN REGION OF AZERBAIJAN

Xülasə: Azərbaycan ərazisində mövcud olan nadir Naftalan neftindən müalicə məqsədilə istifadə ölkəmizdə qeyri-neft sektorunun əsas sahələrindən olan turizmin və onun bir növü kimi sağlamlıq turizminin inkişafına başlıca təsir göstərən və Naftalanı Azərbaycanın əsas müalicə turizm obyektlərindən birinə çevirən mühüm amildir. Naftalanın müalicə imkanlarından istifadə burada sadəcə turizm sektorunun inkişafına yol açmır, eyni zamanda şəhərin iqtisadiyyatı, yeni iş yerlərinin açılması, əhalinin güzaranın yaxşılaşması, yerli büdcəyə ödənilən vəsaitin həcminin artması müşahidə edilir. Beynəlxalq ISO 22525:2020 standartının tətbiqi ilə bölgəyə xarici ölkələrdən turist axınına nail olmaq mümkündür.
Açar sözlər: *Naftalan, sağlamlıq turizmi, beynəlxalq, standart*

Abstract: The use of unique Naftalan oil as treatment in Azerbaijan is an essential factor that influences the development of non-oil sector`s major field of tourism and its one type of health tourism, and makes Naftalan city one of the main tourism treatment centers in Azerbaijan. The use of treatment opportunities of Naftalan enables not only the development of the tourism sector, but also the economy of the city, creating new workplaces, improving the welfare of population, and the increase of inflow of funds to the local budget is observed. With application of the international ISO 22525:2020 standard it is possible to achieve tourist flow from foreign countries to the region.
Keywords: *Naftalan, health tourism, international, standard*

Giriş

Bir çox ekspertlər hesab edir ki, XXI əsr haqlı olaraq turizm əsridir, dünyada turist axınının sayı ildən-ilə artır və planetimizin istənilən nöqtəsinə səyahət daha əlçatan olmuşdur. Üstəlik, turizm müasir cəmiyyətin bütün sahələrinə təsir edən və ölkələrin iqtisadiyyatına əhəmiyyətli təsir göstərən inkişaf etmiş qlobal sənayedir. Hər il inkişaf etmiş ölkələrin ümumi daxili məhsuluna turizm sənayesinin töhfəsi 10% və daha artıq olur. Eyni zamanda, 2019-cu ilin sonundan bu günə kimi turizm sosial-iqtisadi sistem kimi ciddi dəyişikliklərə məruz qalır.

Birincisi, turizm bazarı dinamik inkişaf edir, uzun müddət populyar olan turizm məhsulları köhnəlir, turizm xidmətləri istehlakçılarının ehtiyacları daim dəyişir və mürəkkəbləşir. Məsələn, bu gün aktiv turizm ön plana çıxır və passiv istirahət növlərinə tələbat getdikcə azalır. Bununla yanaşı, turistlər fərdi səyahətləri kütləvi turlardan üstün tutur və hətta bir çoxları tətili təkcə yeni təəssüratların deyil, həm də yeni biliklərin (bacarıqların) əldə edilməsi ilə əlaqələndirirlər.

İkincisi, turistlərin təkcə tələb və üstünlükləri deyil, həm də dünyagörüşü dəyişir, cəmiyyətdə dəyərlərin yenidən qiymətləndirilməsi baş verir. Sağlam həyat tərzi, idman və həyat keyfiyyətinin yüksəldilməsi yeni təfəkkür paradiqmasıdır ki, bu da öz növbəsində asudə vaxtın və səyahətlərin təşkili sahəsində özünü göstərir. Sağlamlıq və ekoloji turizm turizmin populyar sahələrinə çevrilir ki, onlar artıq praktiki olaraq müstəqil növlərdir və onların inkişafı və infrastrukturu ayrıca yanaşma tələb edir.

Üçüncüsü, qeyri-sabit geosiyasi vəziyyət, qlobal iqtisadi böhran və son illərdə mövcud epidemioloji vəziyyət həm bütövlükdə qlobal turizm sənayesinə, həm də böyük iqtisadi itkilərə məruz qalmış ayrı-ayrı ölkələrin turizm sənayesinə son dərəcə mənfi təsir göstərmişdir. Nəticədə gəlmə və getmə turizm axını xeyli azalmış, bəzi ölkələrdə hətta tamamilə dayanmışdır ki, onun bərpası prosesi uzun müddət tələb edəcəkdir.

Dördüncüsü, qloballaşma və cəmiyyətin rəqəmsallaşması proseslərinin güclənməsi turizm sənayesinə də öz təsirini göstərdi ki, bu da turizm məhsullarının və xidmətlərinin səviyyəsinə və keyfiyyətinə olan tələblərin artmasında, müxtəlif informasiya platformalarının və onlayn rejimlərin tətbiqi zərurətində öz əksini tapdı.

Nəhayət, beşincisi, turizm sənayesinin dəstəklənməsi və inkişafı dövlət tənzimlənməsinin prioritet sahəsinə çevrilir ki, onun da vaxtında və təsir üsullarının seçilməsi bu sahədə mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Beləliklə, müasir reallıqlar, bir tərəfdən, turizm sənayesinin inkişafına əhəmiyyətli dərəcədə mane olur, digər tərəfdən, daxili milli Turizm bazarlarının inkişafı üçün nadir imkan yaradır.

Əsas hissə

Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi sağlamlıq və ya tibbi turizm getdikcə geniş vüsət alır və son illərdə bu turizm növü üzrə dünya bazarı əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır. Diş müayinələrindən tutmuş plastik cərrahiyyə və insan həyatını qoruyan metodlardan istifadə edən müxtəlif tibbi xidmətlər göstərən təşkilatların və mütəxəssislərin sayı durmadan artır.

Azərbaycan Respublikasındakı mövcud resurslar- Naftalan nefti, Duz mağarası, termal sular (Darıdağ, istisu, Yengicə və s.) müalicə-sağlamlıq turizminin təşkili üçün xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bu baxımdan ölkəmizdə ən qiymətli təbii sərvətlərdən biri olan Naftalan nefti nəinki Gəncə-Daşkəsən iqtisadi rayonunun, ümumilikdə Azərbaycanın əsas təbii-rekreasiya ehtiyatlarından biri hesab edilir.

Naftalan nefti açıq-qəhvəyi rəngli, xüsusi aromatik qoxuya malik xüsusi çəkili mayedir. Bu neftin müalicəvi əhəmiyyətinin olması isə rəvayətlərdən məlumdur. Belə ki, Qərbdən Şərqə gedən karvan yolu Azərbaycan ərazisindən keçərkən xəstə dəvəni bu ərazidə qoymalı olurlar, geri qayıdarkən həmin dəvənin sağaldığını görüb onu izləməyi qərara alırlar və bu zaman məlum olur ki, dəvə gündə bir dəfə oradakı yağlı-mazutlu göllərə girib çıxır və günün qabağına uzanır. Bu zaman karvandakı tacirlər də həmin göllərdən yağlar götürərək yaralarına sürür və onların sağaldığını müşahidə edirlər. Neftə bənzəyən bu sahələrə Naftalan yəni, "neft olan sahə, yer" adını verirlər. Bu neftdən müalicə məqsədilə istifadə olunmasına dair ilk məlumat XII əsrə aiddir.

1892-ci ildə alman mühəndisi, iş adamı Yeger ilk dəfə burada quyular qazdırmış və neftdən naftalan mazı almaq üçün kiçik zavod tikdirmişdir. Həmin zavodda "Naftalan" və "Kojelon" adlı preparatlar hazırlanır və bu dərman preparatları Almaniyanın vasitəçiliyi ilə Yaponiyaya, Amerikaya, İngiltərəyə, Hollandiyaya və başqa ölkələrə aparılırdı. Həmin dövrlərdə Almaniyanın özündə Naftalanla bağlı iki səhmdar cəmiyyəti – "Maqdenburq-Naftalan" və "Drezden-Naftalan" fəaliyyət göstərirdi və orada da aparılan Naftalan neftindən dərman preparatları hazırlanırdı.

Tarixi faktlara əsasən deyə bilərik ki, 1904-1905-ci illərdə Rus-Yapon müharibəsi zamanı əsir düşən Yapon əsgərlərinin təcili yardım çantalarında naftalan mazı olan bankalar tapılmışdır.

Ümumiyyətlə, Naftalanın inkişafını beş əsas mərhələyə bölünür. **I mərhələdə (**XII-XVIII əsrlər) Naftalan nefti "dağ yağı" adı ilə dəvə karvanları vasitəsilə daşınırdı. **II mərhələdə** Naftalan nefti öz adı ilə deyil, "Yeger məlhəmi", yaxud "Alman yağı" adı ilə reklam olunurdu. **III mərhələdə** Azərbaycanda sovet hakimiyyətinin qurulması ilə Naftalan neftinin fundamental öyrənilməsinə başlandı. Azərbaycanda ilk kurort Naftalan kurortu olub. Belə ki, rəsmən 1935-ci ildə Naftalan sanatoriyası 120 çarpayı ilə işə başlayıb. **IV mərhələ** sovetlər birliyinin dağılması, Azərbaycanın 1991-ci ildən etibarən müstəqilliyini bərpa etməsi kimi tarixi bir dövrə düşür. Respublikamızın işğal olunmuş rayonlarından məcburi köçkün düşmüş əhalinin sanatoriyalarda məskunlaşması nəticəsində şəhərə müalicəyə gələn insanların sayı kəskin şəkildə azalmış və kurortun fəaliyyəti iflic olmuşdur. **V mərhələdə** Naftalan kurortunun əsl inkişaf dövrüdür. Belə ki, bu dövrdə Naftalana olan diqqət və qayğı artırılmış, şəhərin bütün infrastrukturu yenilənmişdir. Şəhərdə yeni, müasir səviyyəli sanatoriya-kurort kompleksləri yaradılmışdır.

"Azərbaycan Respublikası regionlarının 2009-2013-cü illərdə sosial-iqtisadi inkişafı üzrə Dövlət Proqramı", "Azərbaycan Respublikası kurortlarının 2009-2018-ci illərdə inkişafı üzrə Dövlət Proq-

ramları"nın yerinə yetirilməsi çərçivəsində həyata keçirilən addımlar nəticəsində Naftalandakı bir sıra istirahət-sağlamlıq mərkəzləri bərpa edilmiş və yeniləri istifadəyə verilmişdir.

Naftalanda buraya gələn istər yerli, istərsə də xarici turistlərin marağına səbəb ola biləcək dünyada yeganə – atılmış qoltuq ağaclardan ibarət bir muzey yerləşir. Belə ki, xəstələr müalicədən sonra sağaldıqları üçün lazım olmayan qoltuq ağaclarını buraya qoyub gedirlər.

Naftalana daha çox turist cəlb etmək üçün son dövrlərdə bir sıra addımlar atılır. Belə ki, naftalan nefti və ondan alınan məhsulların rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılması məqsədilə AZS 886:2020 "Naftalan nefti nativ. Ümumi tələblər" dövlət standartının layihəsi Azərbaycan Standartlaşdırma İnstitutu tərəfindən hazırlanmış və "Naftalan nefti və ondan alınan məhsullar"ın standartlaşdırılması üzrə Texniki Komitədə (AZSTAND/TK 29) müzakirə olunaraq ilk dəfə Naftalan neftinə dövlət standartı alınmışdır. 2020-ci ilin avqust ayında qəbul olunmuş standartın tətbiqi Naftalan kurortunun ölkədə rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılmasına təkan verəcək, yerli və xarici turistlərə göstərilən xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsini və tibbi turizmin inkişafını daha da stimullaşdıracaqdır.

2020-ci ildən etibarən Naftalanda ilk dəfə alternativ enerji mənbələrindən istifadə olunur. Pilot layihə olaraq şəhərin "Qələbə" və "Nəriman Nərimanov" parklarında yerli və xarici istehsalçıların birgə məhsulu olan işıqlandırma sistemi quraşdırılmışdır. Naftalan Bələdiyyəsinin binası önündə quraşdırılmış məlumat və istiqamətverici lövhələr alternativ enerji vasitəsilə işıqlanır. Yeni işıqlandırma sistemi günəş enerjisi ilə qidalanan lampa və solar batareyalarla təchiz olunub. Şəhərin bütün prospekt və parklarında, səkilərdə hərəkət məhdudiyyəti olanların və uşaq arabalarının rahat hərəkətini təmin etmək üçün panduslar quraşdırılıb. 2022-ci ildə Naftalan Şəhər İcra Hakimiyyəti tərəfindən həm şəhər sakinlərinin, həm də yerli və xarici turistlərin məmnunluğunu artırmaq üçün şəhərin bütün parklarında limitsiz və sürətli optik Wi-Fi ötürücülər quraşdırılıb[1].

Həyata keçirilən tədbirlər öz müsbət nəticəsini verməkdədir. Belə ki, 2022-ci ildə Naftalanda 40 minə yaxın turist müalicə alıb, istirahət edib. Bunlardanda yeddi mindən çoxu 42 ölkədən olan xarici turistlərdir. Bu paytaxtdan sonra bölgələrə üz tutan xarici turistlərin coğrafiyasına görə ən yüksək göstəricidir. Hotel və Müalicə Mərkəzlərində ilk sıralarda MDB məkanından olan ölkələrin vətəndaşları həmçinin İsrail, Səudiyyə Ərəbistanı, Türkiyə, Amerika Birləşmiş Ştatları, Küveyt, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri və Almaniyadan gələnlər üstünlük təşkil edib. Naftalanda müalicə alıb istirahət edənlərin sayının artmasına təsir göstərən amillərdən biri də əvvəlki illərdə burada müalicə olunan turistlərin yenidən bu şəfa ocağını seçmələridir [2].

2023-cü ildə Naftalanda müalicə alan 100 nəfər arasında keçirilən rəy sorğusunun nəticəsindən aydın olub ki, bu gün beynəlxalq turizm mərkəzi olan Naftalan yerli və xarici qonaqlarda xoş təəssürat yaradıb. Turizm obyektlərinin xidmət səviyyəsi ilə bağlı suala "razıyam" deyənlər 94 faiz təşkil edib. "Hansı mövsümdə istirahət etmək uyğundur" sualına isə 59 faiz yay mövsümünün uyğun olduğunu qeyd edib. Həmçinin məlum olub ki, turistlərin 45 faizi dayaq hərəkət, 31 faizi revmatizm, dəri və uroloji xəstəliklərin müalicəsi üçün Naftalana gəlir. Həmçinin "Naftalanda neçə gün qalmağı planlaşdırmısınız" sualına respondentlərin 71 faizi 7-14 gün arası cavabı verib. Hotel və müalicə mərkəzlərindəki qiymətlərdən razı qalanlar isə 86 faiz təşkil edib. Rəy sorğusunda iştirak edən xarici respondentlərin 36 faizini Rusiya, 33 faizini Qazaxıstan, 27 faizini Özbəkistan, 2 faizini Almaniya, digər 2 faizini isə İsraildən gələnlər təşkil edib. Qonaqların 58 faizi Heydər Əliyev Beynəlxalq Aeroportundan və Gəncə Beynəlxalq Hava Limanından istifadə edərək xarici ölkələrdən Naftalana üz tutublar. Respondentlərin 42 faizini isə ölkə daxilindən gələn yerli qonaqlar təşkil edib [3]. Sevindirici haldır ki, belə sorğular tez-tez keçirilir və nəticəsinə uyğun olaraq müalicə və istirahət mərkəzlərinə tövsiyələr verilir [4].

Buraya müalicəyə gələn turistlər arasında say etibarilə yerli turistlər üstünlük təşkil etsə də, xarici turistlərin sayı da ilbəil artmaqdadır. Rusiya Federasiyası, Özbəkistan, Türkmənistan, Qazaxıstan, Qırğızıstan, Ukrayna, Moldaviya, Latviya, Almaniya, Türkiyə, Kanada, İsrail, Polşa, Fransa, İspaniya, İtaliya, Yaponiya, Çin, Dominikan, Birləşmiş Ərəb Əmirliyi və s. kimi ölkələr daxil olmaqla 60-a yaxın ölkədən müxtəlif xəstəlikli turist müalicəyə gəlmişdir.

Bütün bunların fonunda bu sahə üçün xüsusi standartın tətbiq edilməsi fikrimizcə mühüm əhəmiyyətə malikdir. Məlum olduğu kimi dünya üzrə müxtəlif məhsul və xidmətlərə münasibətdə İSO standartları tətbiq edilir. Yeri gəlmişkən Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin Turizm və Qonaqpərvərlik fakultəsi uzun illərdir ki, İSO 9001:2015 sertifikatı, eyni zamanda dünya turizm təşki-

latının TedQual sertifikatı əsasında fəaliyyət göstərir. 04 sentyabr 2023-cü il tarixindən isə Universitetimizin 2 fakultəsi İSO 21001:2018 tədrisin idarə edilməsi üzrə sertifikatla təltif edilmişdir.

Məlumdur ki, sağlamlıq(tibbi) turizm üçün də İSO standartı müəyyən edilmişdir. Belə ki, ISO 22525:2020 standartı tibbi turizm sahəsində koordinatorlar və tibbi xidmət təminatçıları üçün tələb və tövsiyələri müəyyən edir. Bu sənəd turistlərə keyfiyyətli tibbi xidmətin göstərilməsini təmin etmək üçün nəzərdə tutulmuşdur.

Ümumiyyətlə ISO 22525:2020 standartının səhiyyə istehlakçıları üçün faydası nədən ibarətdir? Məsələ bundadır ki, xəstələr yerli mütəxəssislərə müraciət etmədən özəl xəstəxanalar, mütəxəssislər, müalicələr və sağalma mərhələləri üçün internet saytlarını saatlarla araşdıra bilərlər. Eyni zamanda, göstərilən xidmətlərin qiyməti və keyfiyyəti, lazımi əməliyyat üçün gözləmə müddəti, müalicə yerinin və vaxtının seçilməsi ilə bağlı suallar yaranır.

ISO bu proseslə bağlı riskləri qəbul edir və sağlamlıq(tibbi) turistlər üçün ən yaxşı təcrübələri, klinik amillərin idarə edilməsini, təhlükəsizlik və yüksək keyfiyyətli xidmətləri əhatə edəcək beynəlxalq standartları tətbiq etməyə çalışır. Sağlamlıq(Tibbi) turizm sahəsində fəaliyyət göstərən təşkilatlar üçün ISO 22525:2020 standartı aşağıdakı məsələlərin həllinə yönəlmişdir.

Adi "turist" lə "tibbi turist" i fərqləndirən cəhət ondan ibarətdir ki, turist xaricdə qalarkən plandankənar və ya təcili tibbi yardıma ehtiyac duya bilər. Lakin, tibbi turist əvvəlcədən xaricdə müalicə, səyahət, yerləşdirmə, əməliyyat və ya müalicəni planlaya bilir.

Sağlamlıq turizminin inkişafı çoxlu sayda təşkilat və mütəxəssislərin fəaliyyətini şərtləndirir və onların sayı durmadan artır. Bəziləri daha məşhur, bəziləri az tanınandır, lakin onların hamısı dünyanın hər yerindən gələn xəstələrə xidmət göstərir. Sual yaranır ki, onların lazımi infrastrukturu, imic və ya peşəkarlığı varmı və təklif olunan müalicə ilə bağlı məlumatı nəzərdən keçirərkən nəyi gizlədə bilərlər. Bütün səhiyyə təminatçıları ən yaxşı tibbi təcrübələrə riayət etməli və daim təkmilləşmə ilə yanaşı, həm də öz nailiyyətlərini bölüşməklə inam və keyfiyyət təminatı yaratmalıdırlar. Bu, xəstələrin müalicəsində müsbət təcrübə yaratmaq, tibbi turizm sektorunun həm maliyyə, həm də xəstələrin sağlamlığı sahəsində inkişafını təmin etmək, nəticələri yaxşılaşdırmaq üçün yeganə yoldur.

ISO 22525:2020 Standartına bütün tibbi turizm prosesləri zəncirinə dair tələblər daxildir. Bu tələblər dörd əsas istiqaməti əhatə edir ki, burada səyahətdən və müalicədən əvvəl parametrlər, müalicənin özü, əməliyyatdan sonrakı proseslər və reabilitasiya, həmçinin xəstənin evdə olduğu zaman müşahidə və qulluq nəzərə alınmışdır. ISO 22525:2020 sağlamlıq turizm standartının tətbiqi o deməkdir ki, tibbi turizm prosesində iştirak edən hər bir tibb müəssisəsi və tibb işçisi turisti keyfiyyətli və təhlükəsiz xidmətlə təmin edir.

İnsanlar nadir xəstəliklərin müalicə təcrübəsinin olmamasına, xərclərə, tibbi sığortaya və ya uzun gözləmə müddətlərinə görə ölkələrində mövcud olmayan müalicə və əməliyyatlara görə xarici ölkələrə üz tutmaq məcburiyyətində qalırlar. Tibbi turistlərin ən çox istifadə etdiyi üsullar arasında estetik cərrahiyyə, stomatologiya, ürək-damar cərrahiyyəsi, ortopediya (oynaqlar və onurğa sütunu), xərçəng müalicəsi (bəzən eksperimental variantlar), bir sıra reproduktiv müalicələr daxildir. Bir çox insanlar müayinələr, testlər və digər tibbi nəticələr üçün də səyahət edirlər. Maraqlıdır ki, bəzi insanlar üçün pul vacib amil olsa da, əksər hallarda xərclər bir çox xəstələr üçün əsas məsələ deyil. Onların əsas qayğıları effektivlik və təhlükəsizlikdir.

ISO 22525:2020 Standartın prinsiplərinin tətbiqi tibbi turizmin inkişafına öz töhfəsini verir. O, səhiyyə xidməti təşkilatlarına daim böyüyən səhiyyə sektoru bazarında daha yaxşı mövqe tutmağa kömək edir. Xəstələrə hara getməsindən asılı olmayaraq keyfiyyətli tibbi xidmət göstərilir. Xəstələrə sağlamlıqlarını yaxşılaşdırmaq və peşəkar həkimi seçmək üçün imkanlar yaradır və yaxşı həkimlərin, innovativ və qabaqcıl müalicə üsullarının olduğu tibb müəssisələrini nümayiş etdirir.

Nəticə

Hazırda Naftalan müalicəvi neftindən 80-dən çox xəstəliyin müalicəsində istifadə olunur. Xüsusilə, sümük-əzələ sistemi xəstəliklərində (revmatik, artirt, travmatik artrit, miozit, epikondilit), sümük sınıqları fəsadlarının aradan qaldırılmasında, hərəkət-istinad, mədə-bağırsaq sistemi xəstəliklərində (xroniki qəbzlik, həzmin pozulması) nevroloji, damar (qan dövranı pozğunluqları, ateroskleroz, varikoz genişlənmə, flebit), uroloji, ginekoloji, qadın və kişi cinsiyyət orqanı xəstəliklərinin, oynaq və oynaqətrafı yumşaq toxuma xəstəliklərinin, infeksion xəstəliklərin və dəri (dəmirov, allergik dermatitlər,

seboreya, keratodermiya, heyrodermit) xəstəlikləri ilə yanaşı qaraciyər, radukilit, revmatizma kimi dayaq-hərəkət sistemi xəstəliklərinin müalicəsində böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Dünyaca məşhur ISO 22525:2020 standartın məqsədi Tibbi Turizmin İdarəetmə Sistemini təmin etmək üçün bir çərçivə təqdim etməkdir. Sertifikat almış təşkilat standartın tələblərinə riayət etməklə, ən yüksək keyfiyyətli məhsula cavab vermək üçün mükəmməl xidmətlər və proseslər təqdim etməlidir. Sertifikatlaşdırma tibbi xidmətlərdə keyfiyyət idarəetmə sistemlərinə tələbləri əks etdirən standartlar toplusuna əsaslanır. Məqsəd səhiyyə müəssisələrində tibbi xidmətlərin təkmilləşdirilməsi üçün müxtəlif keyfiyyət təminatı sistemlərinin yaradılmasıdır.

Naftalan şəhərindəki müalicə müəssisələri ISO 22525:2020 standartını tətbiq etsələr beynəlxalq sağlamlıq turizmi bazarında layiqli yer tuta və ölkəmizə turist axınına səbəb ola bilərlər.

Ədəbiyyat:

1. https://naftalan-ih.gov.az/az/naftalan-seheri-son-illerde.html
2. https://naftalan-ih.gov.az/az/news/naftalana-xarici-turistlerin-maragi-ilden-ile-artir.html
3. https://azertag.az/xeber/turistler_naftalana_en_chox_hansi_xesteliklerin_mualicesi_uchun_gelirler____sorgu-2723305
4. https://azertag.az/xeber/naftalanda_xarici_turistler_arasinda_kechirilen_sorgunun_neticeleri_achiqlanib-2512619

Hafiz HÜSEYNOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
fəlsəfə üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
h.huseynov@atmu.edu.az

TURİST MƏMNUNİYYƏTİNƏ TƏSİR EDƏN AMİLLƏR

FACTORS INFLUENCING THE SATISFACTION OF TOURISTS

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ТУРИСТОВ

Xülasə: Tədqiqatın əsas məqsədi Azərbaycanda turizmin inkişafının vacib göstəricisi kimi turizm resurları və onların müxtəlif turizm növlərinin inkişafındakı rolu, turist məmnuniyyətinə təsir edən amillər və s. məsələlər tədqiqatın əsas məqsədi olaraq elmi təhlil olunur.

Nəzəri və praktiki əhəmiyyət kəsb edən turistlərin məmnun qalması üçün bir sıra dəyərli tövsiyyələr irəli sürülür.

Açar sözlər: *dövlət, mədəniyyət, turist, turizm, turizm sənayesi*

Абстракт: Основной целью исследования является научный анализ туристических ресурсов как важного показателя развития туризма в Азербайджане и их роли в развитии различных видов туризма, факторов, влияющих на удовлетворенность туристов и других вопросов. В статье представлен ряд ценных рекомендаций, имеющих теоретическое и практическое значение для удовлетворения туристов.

Ключевые слова: *государство, культура, турист, туризм, туриндустрия.*

Abstract: The main purpose of the study is to scientifically analyze tourism resources as an important indicator of the development of tourism in Azerbaijan and their role in the development of various types of tourism, factors affecting tourist satisfaction and other issues.

A number of valuable recommendations which are significant theoretically and practically for the satisfaction of tourists are introduced in the article.

Keywords: *state, culture, tourist, tourism, tourism industry*

Müstəqilliyini bərpa etdikdən sonra yeni ictimai-iqtisadi inkişaf yoluna qədəm qoyan, açıq bazar iqtisadiyyatı sisteminin tələbləri əsasında inkişaf edən Azərbaycan beynəlxalq aləmə inteqrasiya prosesləri çərçivəsində dünya dövlətləri ilə iqtisadi əlaqələrini genişləndirmişdir. Ölkəmizdə bu əlaqələrin bir qolu olan beynəlxalq turizm münasibətlərinin inkişafı istiqmətində də təqdirəlayiq işlər görülmüşdür. [1]

Turizm və səyahət sənayesi bu gün dünyanın ən böyük biznes sahələrindən biridir. Bu baxımdan bir çox ölkələrdə turizm əsas gəlir mənbəyi olub, məşğulluq, özəl sektorun və infrastrukturun inkişafına xidmət edir. Hər hansı bir ölkədə turizmin inkişafında həm də turistlərin təyinat yerindən məmnunluğu rol oynayır. Turizm sahəsində gəlirin 80%-ə qədərinin daimi müştərilərdən əldə edildiyini nəzərə alsaq, bu məsələdə aktiv mövqe tutmaq çox vacibdir. Turizm ekspertləri də hesab edirlər ki, müştərilərin məmnunluq və ya narazılıq dərəcəsinin mütəmadi olaraq ölçülməsi vəziyyəti nəzarətdə saxlamaq üçün vacibdir. Belə ki, turist məmnuniyyəti ilə keyfiyyət arasındakı əlaqə bəlkə də ən çox turizm sənayesində öyrənilir.

Bu yaxınlarda ölkəmizdə keçirilən Turizm Sammitində turistlərin məmnunluğu məsələsinə toxunulması da turizm məhsulunun tərkibi və xidmətlərin göstərilməsi şərtləri, xidmətin keyfiyyəti, təhlükəsizlik, əvvəlki təcrübə və gözləntilər, turist fəaliyyətinin növləri, imic və s. kimi inkişafa təsir edən amilləri önə çəkdi.

Qeyd edək ki, ölkəmizə gələn turistlərin sayının 4 milyona, ümumi hədəfin 6 milyona çatdırılması ilə bağlı çağırışlar səslənir. Təbii ki, hədəfə çatmaq, turist sayını artırmaq və rəqəmləri qorumaqdan ötrü öncə turistlərin məmnunluğu üçün şəraiti formalaşdırmaq lazımdır.

Müxtəlif xarici ölkələrə və ya ölkə daxilində səyahətimiz zamanı bizi razı və narazı salan məqamlarla üzləşirik. Təəssüf ki, qalacağımız hotelin və ya evin təmizliyi, təmiri, təchizatı, personalın xidməti, təqdim olunan mətbəxin çeşidi, yol boyu sanitar qovşaqların vəziyyəti, bələdçinin məlumatlılığı, marşrutun dəqiqliyi, məkanın təmizliyi və s. səbəblər bizim məmnunluğumuzda həmişə müsbət rol oynamır.

İlk növbədə qiymətlə xidmətin tarazlığı qorunmalıdır: "Turistin məmnunluğu üçün onun qidasını, yaşayış yerini, ekskursiyalarını yüksək səviyyədə təşkil etmək lazımdır. Əsil qonaqpərvərlik göstərməklə turisti razı salmaq olar. Turistə evə gələn yaxın adam kimi isti münasibət göstərmək lazımdır. Turist onun gəldiyinə sevindiyinizi hiss etsə, məmnun qalacaq. Keyfiyyətdən başqa, xidmətlərin çeşidi də olmalıdır".

Məsələyə münasibətdə qiymət amilini önə çəkən müştərilər daha çoxdur. Məsələn, ruslar müalicə üçün kurortlara səyahət etmək üçün tez-tez endirimli paketlər aldıqlarından, bunu şərhlərdə səyahət xərclərinə qənaətin turist məmnunluğuna təsiri kimi dəyərləndirirlər.

Turistlərə göstərilən xidmət və hörmət onlara təqdim olunan qiymətdən daha önəmlidir: "İllər öncə "turist ən çox nədən narazı qalır?" sualı ətrafında marketinq araşdırması aparılıb. Çox vaxt cavab kimi qiymət faktorunu qeyd edirlər. Amma araşdırma göstərib ki, qiymət faktoru təxminən 10 faiz təsir edirmiş. 60 faiz və ya ondan çox müştəri ona görə narazı qalırmış ki, onlara göstərilən xidmət yetərli olmur". Turist sayının artımı ilə yanaşı, keyfiyyət məsələsi də diqqətdə saxlanmalıdır. Çünki müştəri məmnuniyyətini məhz keyfiyyət yaradır: "Bu məmnunluğun nəticəsində biz müştərilərin geri dönüşünü saxlaya bilərik. Gələn müştəri o zaman məmnun olur ki, biz onların gözləntilərini aşa bilirik. İndiki dünya turisti səyahət edəcəyi yeri virtual olaraq və ya yaxınlarının təcrübəsi əsasında daha yaxşı tanıyır. Özü də gəlib bu təcrübəni yaşayarsa, gözləntiləri özünü doğruldarsa, daha çox məmnun qalır. Məmnun müştəri həmin yeri gələcəkdə dost-tanışlarına tövsiyə edir". Bunun əksi daha çox təsirə malikdir. Yəni məmnun olmayan turist müxtəlif platformalarda daha çox mənfi rəy yazmağa, fikir bildirməyə, öz narazılığını ifadə etməyə meyillidir: "Ona görə biz də müştəri məmnuniyyətinin qorunmasına çalışmalıyıq. Bu, təkcə turizm müəssisələrində yox, turizm zəncirinin bütün həlqələrində möhkəmlənməlidir ki, bütün həlqələrdə o məmnunluq qorunsun və ümumi olaraq ölkədən gedən turist bir daha bura dönmək və ya dost-tanışlarına tövsiyə etmək haqqında düşünsün" [2].

Ümummilli lider Heydər Əliyev ölkəmizdə turizmin inkişafına xüsusi önəm verirdi. 1999-cu ildə ulu öndərin müvafiq Fərmanı əsasında qəbul edilmiş "Turizm haqqında qanun" və 2002-ci ildə həyata vəsiqə almış "2002-2005-ci illərdə Azərbaycanda turizmin inkişafı proqramı" sonrakı dövrlərdə Azərbaycanda turizm sektorunun inkişafına təkan vermişdir.

Azərbaycan çox nadir təbii, mədəni, milli, etnoqrafik obyektlər kompleksinə malikdir. Əlverişli coğrafi mövqeyi, doqquz iqlim qurşağı, flora və faunasının müxtəlifliyi və zənginliyi, dəniz sahilində yerləşməsi, mədəni-tarixi irsi, ləziz mətbəxi, yüksək qonaqpərvərlik ənənələri ölkəmizdə turizmin inkişafı üçün böyük perspektivlər açır, turistləri məmnun edir.

Azərbaycanda turizm sahəsində mövcud olan geniş imkanlar ölkəmizin bir sıra beynəlxalq təşkilatlarla turizmin inkişafı istiqamətində əməkdaşlıq etməsinə şərait yaradır. Bu beynəlxalq qurumlar arasında Dünya Turizm Təşkilatının, İslam Konfransı Təşkilatının, GUAM-ın, Müstəqil Dövlətlər Birliyinin və digər təşkilatların adlarını çəkmək olar.

Eyni zamanda, Azərbaycan turizm sahəsində zəngin təcrübəsi olan Türkiyə, Polşa, İtaliya, Gürcüstan, Ukrayna, Rumıniya, Belarus, Yunanıstan, Moldova, Qətər və digər ölkələrlə hökumətlərarası sazişlər imzalamışdır. Hazırda digər dövlətlərlə də belə sazişlərin bağlanması ilə bağlı müzakirələr aparılır.

2002-ci ildən etibarən hər il Bakıda Beynəlxalq Turizm Sərgisinin (AİTF) keçirilməsinin ənənə halını alması dövlətimizin turizm inkişafna necə böyük məhəmiyyət verməsini sübut edir. Bundan əlavə, indiyədək Azərbaycanın turizm ehtiyatlarının zənginliyindən, bu sahənin imkanlarının genişliyindən bəhs edən materiallar dünyanın İstanbul, Berlin, Moskva, London, Əl-Küveyt, Kiyev, Tbilisi, Daşkənd və digər böyük şəhərlərində keçirilmiş sərgilərdə nümayiş etdirilmişdir.

Qeyd etmək lazımdır ki, ölkəmizdə turizmin müxtəlif növlərinin inkişafına, turizm sahəsində çalışan kadrların maarifləndirilməsinə yeni təkan verəcək "Azərbaycan Respublikasında 2007-2016-cı illər üçün turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı" qəbul edilmişdir.

Dövlət Proqramının əsas məqsədi "Turizm haqqında" Qanunda, habelə digər müvafiq normativhüquqi aktlarda nəzərdə tutulmuş müddəalara uyğun olaraq turizm sahəsində dövlət siyasətinin həyata keçirilməsini, ölkənin sosial-iqtisadi inkişafını təmin edən vasitələrdən biri kimi turizm sərvətlərindən səmərəli istifadə olunmasını, turizmin ölkə iqtisadiyyatının öncül istiqaməti kimi tanınması və bu sahənin səmərəliliyinin artırılmasını təmin etməkdir.

Dövlət tərəfindən turizmin inkişafına göstərilən davamlı dəstək tədbirləri müsbət nəticələr verir və ölkəmizə gələn turistlərin sayı ilbəil artır [3].

Ölkəmizdə qeyri-neft sektorunun inkişafı istiqamətində görülən işlər turizm sahəsində də özünü göstərir. Prezident İlham Əliyevin diqqət və qayğısı nəticəsində turizm ölkə iqtisadiyyatının aparıcı sahəsinə çevrilir. Belə ki, son illər turizm infrastrukturunun genişləndirilməsi istiqamətində həyata keçirilən tədbirlər Azərbaycanda turizmin inkişafına təkan verir. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 20 aprel 2018-ci il tarixli "Mədəniyyət və turizm sahəsində dövlət idarəçiliyinin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı bəzi tədbirlər haqqında" Sərəncamına əsasən Dövlət Turizm Agentliyinin (DTA) yaradılması bu tədbirlərin xüsusi istiqamətdə daha intensiv şəkildə aparılmasına və genişləndirilməsinə təkan verib.

Azərbaycanın turizm potensialını dəyərləndirərkən qeyd etmək gərəkdir ki, Azərbaycan turizm sənayesinin inkişafı üçün zəngin ehtiyatlara, əlverişli iqtisadi-coğrafi mövqeyə malikdir. Belə ki, Avropanı Qafqaz və Mərkəzi Asiya ölkələri ilə birləşdirən hava və dəniz daşımaları, magistral avtomobil və nəqliyyat yolları ölkəmizdən keçir. Eyni zamanda, Azərbaycan nadir təbii-iqlim xüsusiyyətlərinə malik bir ölkədir, onun fauna və florası Qafqazın başqa respublikalarına nisbətən xeyli zəngindir. Azərbaycan florasının rəngarəngliyi ölkəmizə ilk dəfə gələn turistləri heyran edir.

Azərbaycanda 1200-dən çox irili-xırdalı çay axır. Böyük Qafqazın cənub ətəklərindən axan çaylar, çoxsaylı şəlalələr, şəffaf Göygöl, Maralgöl, Qobustanın sərt və eyni zamanda, mənzərəli palçıq vulkanları, Lənkəranın nadir qoruqları, Abşeron və Nabran bölgəsinin müalicəvi əhəmiyyətli narın qumlu çimərlikləri Azərbaycanın zəngin turizm potensialının əhəmiyyətli tərkib hissəsidir. Həmçinin ölkəmizdə müxtəlif kimyəvi tərkibli mineral su ehtiyatları da var. İşğaldan azad olan Kəlbəcər rayonundakı İstisu, Naxçıvandakı Badamlı, Sirab, Vayxır mineral suları respublikadan çox-çox uzaqlarda məşhurdur. Abşeron yarımadasındakı Suraxanı və Şıx, Dəvəçi rayonundakı Qalaaltı, Culfa rayonundakı Turşsu müalicə əhəmiyyətinə görə fərqlənən mineral sulardır. Talış dağlarında, Böyük Qafqazın cənub və şimal-şərq yamaclarında isə termal bulaqlar çoxluq təşkil edir.

İl ərzində günəşli günlərin sayına görə Azərbaycan İtaliya, İspaniya və Yunanıstanla müqayisə edilir. Xəzər sahillərinin bütünlüklə istirahət zonasına çevrilməsi üçün hər cür ilkin şərait mövcuddur.

Onu da vurğulamaq yerinə düşər ki, Azərbaycan zəngin tarixə və qədim mədəniyyətə malik ölkədir. Ölkəmizdə 6 mindən artıq tarixi memarlıq abidələri mövcuddur. Onların əksəriyyəti Azərbaycan ərazisindən keçən Böyük İpək Yolu boyunca qədim karvan yollarının üstündə yerləşir və indinin özündə də heyrət doğurur. Bu abidələrə misal olaraq, ibtidai insanların Qobustan mağaralarındakı qayaüstü rəsmlərini, atəşpərəstlik məbədlərini, qüllələrini, dağların zirvəsindəki alban kilsələrini və ibadətgahlarını, möhtəşəm qala divarlarını və qəsrləri, habelə geniş karvansaraları, İslam mədəniyyəti dövrünün əzəmətli saraylarını, məscidləri, türbələri və digər tikililəri göstərmək olar. Turizm potensialına malik dövlət qoruqları və milli parklar ölkəmizin tanıdılmasında mühüm rol oynayır

Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi turizm sahəsində, habelə tabeliyindəki dövlət qoruqlarının ərazilərində yerləşən tarix və mədəniyyət abidələrinin qorunması sahəsində dövlət

siyasətini həyata keçirir. DTA-nın tərkibinə daxil olan təhsil müəssisələrində - Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, Bakı Turizm Peşə Məktəbi və Mingəçevir Turizm Kollecində gələcəyin çoxsaylı mütəxəssisləri hazırlanır [4].

Azərbaycanda turizmin inkişafı sahəsində qarşıya qoyulan əsas məqsədlər sırasında turizm ehtiyatlarının öyrənilməsi və onların genişləndirilməsi, turistlərin istirahəti, onların tələbatının ödənilməsi üçün zəruri olan xidmətlərin, ekskursiya və digər mədəni tədbirlərin çeşidinin genişləndirilməsi və müasir standartlara uyğunlaşdırılması, sanatoriya-kurort sərvətlərinin öyrənilməsi və davamlı istismarı, mehmanxanaların və digər turizm obyektlərinin tikintisinin genişləndirilməsi, turizm marşrutlarının artırılması, turizm növlərinin inkişaf etdirilməsi, prioritet turizm növü kimi mədəni turizm, ekoloji turizm və kənd yaşıl turizmi, rekreasiya turizmi sahəsində dövlət tənzimlənməsinin gücləndirilməsi, milli adət-ənənələrimizi, Azərbaycan xalqının tarixi-mədəni irsini, ayrı-ayrı regionların və şəhərlərin tarixini əks etdirən materialların nəşr etdirilməsi və yayılması, milli sənətkarlıq və suvenir məhsullarının istehsalının, həmçinin, satışının genişləndirilməsi kimi istiqamətləri qeyd etmək olar.

Eyni zamanda, Azərbaycanı turizmin inkişafı üçün əlverişli şəraiti olan ölkə kimi dünyada tanıtmaq məqsədi ilə yeni Azərbaycan turizm əmtəə nişanının (loqosunun) və turizm sahəsində olan Azərbaycan brendlərinin reklam-təbliğat və məlumat-sorğu fəaliyyətinin canlandırılması, beynəlxalq proqramlar çərçivəsində regional mədəni turizm marşrutlarının yaradılması və inkişaf etdirilməsi, beynəlxalq əməkdaşlığın genişləndirilməsi prioritet istiqamətlərdəndir.

Yeri gəlməşkən, qeyd etmək lazımdır ki, Ulu öndər Heydər Əliyevin siyasi kursunun layiqli davamçısı, Prezident İlham Əliyev ölkəmizdə turizmin inkişafını vacib istiqamətlərdən biri kimi daim diqqətdə saxlayır.

Prezident İlham Əliyevin yanvarın 14-də Nazirlər Kabinetinin 2010-cu ilin sosial-iqtisadi inkişafının yekunlarına və 2011-ci ildə qarşıda duran vəzifələrə həsr olunmuş iclasda yekun nitqində bu ilin respublikamızda "Turizm ili" elan olunduğunu bəyan edib: "2011-ci ildə Bakıda 5 beşulduzlu mehmanxana açılacaq, hesab edirəm, yəqin ki, bu, dünyada analoqu olmayan bir hadisədir. Bir ildə bir şəhərdə 5 beşulduzlu mehmanxana açılacaq, mən Bakını nəzərdə tuturam. Ancaq Bakıda dördulduzlu, üçulduzlu hotellər də tikilməkdədir. Bölgələrdə hotelçilik ilə bağlı çox böyük işlər görülür, artıq Azərbaycanda turizmin inkişafı reallıqdır. Bu infrastrukturu yaratmaq üçün, əlbəttə ki, dövlət tərəfindən böyük vəsait tələb olunur. Ancaq bu, infrastruktur məsələlərinə yönəldilir. Hotellər isə özəl sektor tərəfindən tikilir. Deməli, Azərbaycanın inkişafına inam o qədər böyükdür ki, buraya, bu hotellərə milyonlarla, yüz milyonlarla vəsait qoyulur. İnvestorlarda inam var ki, bu vəsait onlara dividendlər gətirəcəkdir. Şəhərimizə isə bu, yenilik gətirir, müasirlik gətirir. Şəhərə gələn qonaqlar üçün gözəl şəraitin yaradılması, əlbəttə ki, vacib məsələdir".

Dövlət başçısı Qusar rayonunda inşa edilən "Şahdağ" qış-yay xizək kurortu, xizək infrastrukturunu da yüksək qiymətləndirib. "Bu da sırf dövlət tərəfindən yaradılan layihədir. Mən o bölgələrdə dəfələrlə olmuşam. Mən oraya birinci dəfə gedəndə heç nə yox idi. Dağlar idi, heç yaşayış məntəqələri də yox idi. Yaşayış məntəqələrindən bir neçə kilometr uzaqlıqda yerləşən dağlar idi. Amma indi orada yollar, elektrik xətləri, qaz xətləri, su xətləri çəkilir, birinci mehmanxana dövlət tərəfindən tikilir. Əminəm ki, bundan sonra özəl sektor da bu təşəbbüsə qoşulacaq, çünki orada çoxlu mehmanxana tikilməlidir. Xizək bazası, qaldırıcılar, tibb məntəqələri, restoranlar, əyləncə yerləri olacaqdır. Bir sözlə, "Şahdağ" kurort mərkəzi dünya səviyyəli mərkəzə çevriləcəkdir. Dünyada hazırda mövcud olan ən qabaqcıl, ən populyar kurort yerlərindən geri qalmamalıdır və qalmayacaqdır. Beləliklə, bu, ölkəmizə həm yeni investisiyalar gətirəcək, həm də şimal zonasında yaşayan əhali üçün əlavə şərait yaradacaq, minlərlə, bəlkə də, on minlərlə yeni iş yerləri açılacaqdır. Azərbaycana gələn turistlərin sayı daha da çox olacaq və Azərbaycan turizm üçün çox cəlbedici ölkəyə çevriləcəkdir".

Bu ilin ilk 9 ayında Azərbaycana gələn turistlərin sayı əvvəlki ilin uyğun dövrü ilə müqayisədə 32,1 faiz artaraq 1,535 milyon nəfərə çatıb.

Gələnlərin sayı Çindən – 8,2 dəfə, Cənubi Koreyadan – 3,4 dəfə, Türkmənistandan – 2,9 dəfə, Hindistandan – 2,1 dəfə, Polşadan – 2,0 dəfə, Qazaxıstandan – 1,9 dəfə, Tacikistandan – 1,9 dəfə, Misirdən – 1,8 dəfə, Filippin, Qırğızıstan, Bəhreyn, Belarus, Moldova, Özbəkistan, İspaniya və İtaliyadan – 1,6 dəfə, Rusiya Federasiyasından – 1,5 dəfə, ABŞ-dan – 41,4 faiz, Kanadadan – 41,1 faiz, İsraildən – 34,6 faiz, Gürcüstandan – 31,7 faiz, Niderlanddan – 30,2 faiz, Böyük Britaniyadan –

26,3 faiz, Küveytdən – 24,0 faiz, Fransadan – 23,2 faiz, Almaniyadan – 20,6 faiz, Türkiyədən – 20,0 faiz, Birləşmiş Ərəb Əmirlikərindən – 11,6 faiz, Ukraynadan – 8,6 faiz artıb [5].

Azərbaycana gələn turistlərin coğrafi mənşə strukturunda əvvəlki illər ilə müqayisədə dəyişiklik qeydə alınır: "Avropalıların sayı artır, ərəb tursitlərinin səfərləri azalır. Körfəz ölkələrindən gələnlərin sayı 9,3 faiz azalsa da Avropa İttifaqından gələnlərin sayı 39,5 faiz artıb".

Qeyd etmək yerinə düşər ki, turizm enerji sektorundan sonra ölkəyə ən çox valyuta gətirən ikinci sektordur. "Pandemiyadan əvvəlki il- 2019-cu ildə ölkəyə 3 milyondan çox turist gəlmişdi və əcnəbilər həmin il Azərbaycanda 2,6 milyard dollara yaxın vəsait xərcləmişdilər. Bu baxımdan gələn turistlərin ölkə mənşəyinin yeniləşməsi, xüsusən də Avropa və Cənubi-Şərqi Asiyada yerləşən dövlətlər ilə bu sahədə əməkdaşlığın gücləndirilməsi vacibdir. Bu, turizm gəlirlərində dayanıqlığı artıra bilər".

Azərbaycanda turizm imkanlarının genişləndirilməsi, regionlarda turizm fəaliyyətinin stimullaşdırılması üçün Dövlət Turizm Agentliyinə dövlət büdcəsindən cəm olaraq 54,4 milyon manat, o cümlədən "Şahdağ Turizm Mərkəzi" Qapalı Səhmdar Cəmiyyətinin xərclərinin bir hissəsinin örtülməsi üçün 12,1 milyon manat vəsait nəzərdə tutulub [6].

Yuxarıda qeyd olunan məsələlər, Maliyyə Nazirliyinin 2024-cü ilin dövlət və icmal büdcələri üzrə layihələrin təqdimatında əksini tapıb.

Azərbaycan Prezidentinin 2022-ci il 22 iyul tarixli 3378 nömrəli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş "Azərbaycan Respublikasının 2022-2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyası"nın tədbirlər planında turizm sahəsi üçün müəyyən edilmiş turizm sektorunun davamlı inkişafını təmin etmək üçün strateji, institusional və maliyyələşmə mexanizmlərinin gücləndirilməsi fəaliyyət istiqaməti üzrə davam edən 2 tədbirin 2024-cü ildə həyata keçirilməsi ilə bağlı xərclər üçün 25,6 milyon manat proqnozlaşdırılıb.

Müştəri məmnunluğu internetdəki rəylər, ümumi fikirlər və ya xüsusi ekspert qrupları ilə aparılan işlər nəticəsində ölçülür: "Nəticə o zaman önəmlidir ki, turist məmnunluğu ölçülməklə boşluqlar ortaya çıxsın və problemlərin aradan qaldırılması üçün planlar qurulsun". Turisti cəlb etmək üçün emosional toxunuşlar önəmlidir. Məsələn, bu, turistlərin gözləmədiyi halda onlara xoş sürprizlər ola bilər: "Hava limanında qarşılamada bir çox dövlətlərdə tətbiq olunduğu kimi xüsusi iltifat və ya kiçik hədiyyələr, musiqili qarşılanma və s. nəzərdə tutula bilər. Mövsümü olaraq şəhərdə turistlər üçün açıq tədbirlərin, festivalların keçirilməsi onları motivasiya edə bilər". Turist xərclədiyi pulun qarşılığını görə bilmirsə, təbii ki, narazı qalır: "Bu kimi amillər diqqətə alınmalı və turistlərin məmnuniyyəti üçün ödədikləri pulun qarşılığında daha yaxşı xidmət göstərilməlidir ki, geri dönüşləri olsun və gəldikləri yer haqqında müsbət fikirləri digər insanlara paylaşmaqdan çəkinməsinlər" [7].

Ədəbiyyat:

1. https://sesqazeti.az/news/social/656182.html
2. John Swarbrooke and Susan Horner "Consumer Behaviour in Tourism Second edition" 2007
3. Səlim Loğmanoğlu ""Turizm ili" çərçivəsində həyata keçiriləcək tədbirlər ölkəmizi dünyanın turizm mərkəzlərindən birinə çevirəcək", Yeni Azərbaycan.- 2011.- 24 fevral.- S.3.
4. https://www.yeniazerbaycan.com/Turizm_e50028_az.html
5. https://publika.az/news/gundem/480673.html
6. https://report.az/turizm/gelen-il-dovlet-turizm-agentliyi-budceden-54-4-milyon-manat-alacaq/
7. Müzəffər Kazımov "Ekskursiya və Ekskursiya – bələdçisi"

Fatimə SÜLEYMANOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, müəllim
fatima.suleymanova@atmu.edu.az

TURİZM SEKTORUNDA İSTEHLAKÇILARIN QƏRAR QƏBUL ETMƏ PROSESİNİN İDARƏ EDİLMƏSİNİN ONLARIN ALICILIQ QABİLİYYƏTİNƏ TƏSİRİ

THE EFFECT OF CONSUMER DECISION-MAKING PROCESS MANAGEMENT ON PURCHASING BEHAVIOR IN THE TOURISM SECTOR

ПОКУПОЧНАЯ СПОСОБНОСТЬ ВЛИЯНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ В СЕКТОРЕ ТУРИЗМА НА ИХ ПОКУПОЧНУЮ СПОСОБНОСТЬ

Xülasə: Turizm sektorunun böyük əhəmiyyətə malik olduğu dövrdə, turizmdən daha çox pay əldə etmək və bu sahəni inkişaf etdirmək vacib amillərdən biridir. Bunun üçün turizm sahəsində fəaliyyət göstərən müəssisələr müxtəlif marketinq strategiyaları tətbiq etməli və satışların miqdarını artırmaq məqsədi ilə müəyyən tədbirlər həyata keçirməlidirlər. Endirim kampaniyaları, promo xidmətlərin tətbiqi və s. bu sahə görülən əsas tədbirlərdən hesab olunur. Reklam strategiyalarının tətbiqi zamanı ən əlverişli üsul KİV-lərdən istifadə hesab olunur. Reklamlarla yanaşı müəssisələrin həyata keçirdiyi ictimaiyyətlə əlaqələr fəaliyyətləri də turizm müəssisələrinin təqdim etdiyi xidmət növlərinin tanıdılması üçün yararlanılan üsullardan biridir. Turizm müəssisələri tərəfindən həyata keçirilən sponsorluq və sosial məsuliyyət fəaliyyətləri ictimaiyyətlə əlaqələr fəaliyyətinə daxildir. Bütün bu fəaliyyətlər müştəri məmnuniyyəti baxımından əhəmiyyətlidir və onların alıcılıq qabiliyyətlərinin artırılmasına əksər hallarda müsbət təsir göstərir.

Tədqiqatın nəzəri hissəsində reklam, reklam strategiyaları, istehlakçıların qərar qəbul etmə prosesi və bu prosesin idarəolunmasının onların alıcılıq qabiliyyətinə təsiri haqqında əsaslı məlumatlar verilmiş, tətbiqi hissəsində isə reklam strategiyalarının istehlakçıların alıcılıq qabiliyyətinə təsirini ölçmək məqsədilə Bakı şəhərində turizm agentliklərindən istifadə edən şəxslər üzərində sorğu aparılmışdır. Sorğu anket üsulu ilə keçirilmiş və əldə olunan məlumatlar təhlil edilərək sonda nəticə və təkliflər qeyd olunmuşdur.

Açar sözlər: *turizm, istehlakçı, alıcılıq qabiliyyəti, idarəetmə, səyahət agentliyi*

Abstract: Nowadays, when tourism is so important, getting a larger share from tourism and developing tourism is an important phenomenon, and touristic businesses are engaged in some promotional activities and intense sales development efforts. Early booking discounts, discounts on holidays and special occasions are the main ones among these efforts. The most important promotional tool is the internet. Businesses advertise via the internet. Printed media such as newspapers, magazines, brochures and catalogs are also among the advertising tools used by businesses. All these activities are important in terms of customer satisfaction and have a positive impact on purchasing decision behavior.

In this study, it is suggested that the promotional activities implemented by travel agencies affect the consumer purchasing decision process. In the literature part of the study, general information about the consumer purchasing process was given and its conceptual dimension was examined. In the method section of the study, a survey research was conducted on consumers using travel agencies in Baku city in order to measure the effect of promotional activities on consumer purchasing behavior.

Keywords: *tourism, consumer, purchasing behavior, management, travel agency*

Абстракт:Туризм в настоящее время является одним из важних направлений в нашей жизни. Он неразрывно связан с экономикой страни и развитием регионов. Привлечение в эту сферу новых инвестиций окажет положительное влияние на его динамику развития. Особую роль в этом процессе будет играть рекламная индустрия и сфера продаж, которые будут способствовать продвижению продукта. Рекламная индустрия должна взять под свой контроль крупные интернет-порталы, печатные издания также будут находиться в поле зрении, так как помимо печатных единиц, электронные ресурсы различных изданий так же пользуются широкой популярностью и могут способствовать решению поставлен задачи. В данном процессе не последнюю роль играют туристические агенство, деятельность которых была исследовано методом анкетирования.Результаты нашли свое отрожение в данной статье. Все выше сказанное нашло свое отражение в полном тексте статьи.

Ключевые слова: *туризм, потребитель, покупочная способность, менеджмент, туристическое агентство*

1. Introduction-consumer decision-making process

Decision-making is a part of our daily life. We all have to make a lot of decisions every day. The most important point in decision-making is that when we make a decision, we are not sure of the consequences of the decision.

Many proposals and models have been developed in the field of consumer decision processes. Four of them have been accepted and examined. These models [6, s.101];

a) Problem Solving Model,
b) AIDA Model,
c) Hierarchy of Effects Model,
d) Innovation Acceptance Model.

Comparing the four important approaches, it can be seen that all the stages are related to the process of persuasion and that all models have cognitive, emotional, and behavioral dimensions.

In general, the consumer decision-making process is considered to consist of five stages. Although it is found that this process has four or six stages, it is noticeable that there is no big difference between them. The consumer tries to solve his problem under the influence of both internal and external factors. This problem-solving process has a cognitive structure and goes through certain stages. The basic premise of such an approach is the assumption that consumer behavior is problem-solving behavior and that consumers are problem-solvers, that is decision-makers. Although the consumer decision-making or problem-solving model is a useful approach, in many cases the consumer can shorten this process and skip one or more of the stages. The actual process will depend heavily on behavioral influences, decision-making approaches, and interest levels. In real life, it is very difficult to determine each stage with clear lines, and in most cases, it cannot be clearly defined [11, s.118].

Situational Effects

People's purchasing decisions are affected by the situation they are in. Situational influences are all factors that have a visible and systematic impact on current behavior that can be observed over a specific period and place. Therefore, it can be said that they are temporary pressures associated with the purchasing environment. It is possible to describe many effects as situational effects. However, an objective and meaningful analysis can be made by grouping situational effects into five groups [12, s. 92].

Physical Effects

Elements that appeal to our senses are meant. For example, light, smell, air, and sounds. Light and sound effects are used as important factors in creating excitement, especially in hotel casinos. The physical effects that affect consumers' decisions cannot always be easily controlled by marketing managers. The effect of heat or cold in summer and winter naturally creates changes in consumers' consumption. For example, soft drink marketers begin to choose different approaches and actions in such a situation [12, s. 93].

Social environment

It is about the presence of other people who influence the behavior of consumers. There may be changes in our behavior due to the influence of those around us. Social influence can affect the expectations of a person trying to conform to group expectations. Most people see shopping and visiting stores as social activities and behave accordingly. For example, meeting at a designated store, getting help choosing products, and getting information about their tastes and preferences can be part of the socialization process. The movements, numbers and formation of other people at the purchasing place can affect the purchasing decision. As the number of people increases, it becomes difficult to choose a product. However, crowded environments can be an indicator of quality or popularity. On the other hand, many people do not have positive and frugal attitudes towards supermarkets, which are very crowded and queues form in front of the cash register [11, s. 118].

Time

The time a consumer has can strongly influence purchasing. A consumer who will make a purchase under time pressure will have limited opportunities to search for information and evaluate options. There are also temporal conditions such as day, week, month that affect purchasing actions. For example, there is a revival in 3S tourism during the summer season [5, s.104].

Aim

The purpose and reason for a particular purchasing action can influence purchasing behavior. Two important elements should be taken into consideration in this regard. The first of these is whether the purchase is made for personal use or as a gift. Giving gifts or personal use purposes may lead to different selection criteria being determined for the same product category. The second important element is the environment in which the consumption will take place.

Emotional State

It reveals itself as powerful during the purchase. A person's emotional structure affects the acquisition and monitoring of information, the shopping process and consumption behavior. Being bored, hungry or sleep deprived can change the purchasing process.

Facilitating Elements

The economic and financial situation of the individual and the economy are also among the factors that affect the purchasing decision. Economic effects (such as raises, high-interest rates, and price increases) can affect the type and intensity of shopping positively or negatively. For some, having a credit card is synonymous with having "extra income" and increasing their purchasing power [10, s. 218]. Indeed, in today's electronic payment environments, such behavior as not postponing shopping is rarely seen. Although it has recently been claimed that credit card ownership and other payment facilities encourage consumers to borrow large amounts and make purchases, it is also a fact that credit cards make our lives easier and support new and developing purchasing methods [1, s. 45].

As consumers, we have experiences where we change our purchasing decisions under the influence of many situational factors. Although the fact that situational variables have many and very different effects creates difficulties for marketers, it is necessary to determine which situational effects are dominant and how these effects work in a purchasing situation. Situational effects are less decision-changing if the consumer has brand loyalty and involvement is high [17, s. 56].

2. Consumer Decision-Making Levels

If every consumer decision required intense effort and time, we would have nothing left to do except consume. The consumer's decision-making process does not always manifest itself at the same intensity and level in every situation. On the other hand, by assuming that every decision process is made in a very simple and habitual way, we would ignore the exciting and pleasurable dimension of consumption. Then, we are faced with different levels of consumer decision-making. The examination and characteristics of each level may vary[3, s. 87-88]

Considering the quickness of the decision to be made and the amount of information needed, it can be said that consumers make decisions using one of the intensive, limited, and routine decision-making alternatives. When the decision types are examined, taking into account the amount of information needed and the quickness of the decision [15, s.106-107];

a) Routine or automatic behavior-can be determined with little information required and quick decision-making. Consumers are loyal to the brand and the consumer buys the same brand. There is no need for information and evaluation criteria because these have been sufficient as a result of experience. It applies to the purchase of low-priced and frequently purchased products.

b) In limited problem solving- selection criteria have been formed and the consumer needs less time. This occurs when a new brand emerges in a known product group. Although there is general knowledge about the product class, there is not enough information about the brands, yet the level of motivation for research is low. Advertising has little effect, comparison is made at the point of purchase. Satisfaction leads to repurchase behavior. In case of dissatisfaction, there is a brand change.

c) Intensive problem solving- it occurs when the product is new, information is limited and the consumer establishes evaluation criteria. Consumers require extensive information and time. First of all, he wants to understand the new product group and then tries to determine criteria for brand selection. Beliefs and attitudes are effective in evaluating options. This process is followed in more expensive products.

The consumer passes from the intensive problem-solving stage to the routine behavior stage over a certain period. However, to achieve this situation, the product must be aligned very effectively with consumer needs and experiences.

High Involvement/Low Involvement

For the consumer, the interest, value, and importance given to each product is not the same. The consumer is exposed to many stimuli from very different products throughout the day, but the consumer's reactions to these stimuli are different from each other. For example, the value a consumer attaches to a soap is not the same as the value he attaches to a mobile phone or a car. The level of personal importance and interest that the consumer feels for a stimulus (product, brand, service, advertisement, etc.) in a certain situation is called involvement.

There are two types of involvement: high and low [2, s.159].

High Involvement

If the consumer is highly interested in the product, he/she experiences all stages of the purchasing decision process sequentially and over a long period. He tries to benefit from external sources as much as possible, especially in his search for information. Before making the purchasing decision, he does good research. Therefore, long periods are spent in high involvement, actively searching for information, and often making planned purchases. Information is evaluated in a detailed, clear, and distinctive manner. The level of involvement and brand loyalty are very likely to develop. Because the consumer has done good research, there is a high probability that the product he purchased will be the best product for him. If the consumer is satisfied at the end of the purchase, there is a high probability of choosing the same brand when this need arises again in the future [14, s. 243].

Involvement tends to be high if the consumer is poorly informed about the options available to satisfy the need if a large amount of expenditure is involved if the product has significant social significance, and if the product is seen as having the potential to provide significant benefits. For example, when a consumer with a high level of interest in cameras needs a new camera, he/she decides to buy the product that suits him/her after doing detailed research on the cameras in the market [13, s. 204].

Low Engagement

A consumer in a low-involvement state initiates the purchasing process by needing a product as the first step in the decision-making process. However, this time the search for information is not carried out in detail and internal sources are generally used. Products with little planned or unplanned purchases are generally low-involvement products. Price, packaging, point-of-sale materials, and promotions are effective in the consumer's decision-making. In low involvement, attitude emerges as a result of trial and is the most important factor that creates long-term purchasing behavior in low involvement. In cases of low involvement, the need for a salesperson may be less and self-service may be a more desired practice. For example, when the consumer needs chocolate, he decides which brand and type of chocolate to buy based on his internal resources and attitudes, without searching for much information [10, s. 189].

3. Purchasing Decision Process Stages

The purchasing decision process, which consists of five basic stages, refers to a process in which a series of related decisions follow each other, starting with the tourist's awareness of his holiday need. Each step of the process needs to be examined meticulously, especially in the tourism sector, due to the complexity of purchasing behavior and many decisions being made at different stages [13, s. 45].

Revealing the Need (Identifying the Problem)

The purchasing process begins when the consumer becomes aware of his consumption needs. For a consumer to be involved in the purchasing decision process, a need must first arise. At this stage, guided by the consumer's thoughts, feelings, and attitudes, the consumer resorts to various methods to meet the needs he realizes. This stage is the first stage of the purchasing decision process, called need emergence. The need to purchase arises when the difference between the current situation and the desired situation reaches a perceptible size. The need to buy can be activated with the help of internal and external impulses. While internal impulses such as hunger and thirst may cause the individual to become aware of his or her needs, external impulses such as advertising may also cause the need to be recognized [9, s. 102]. The individual who realizes his needs is motivated to meet these needs.

In the tourism sector, consumer needs, which are socio-psychological, also reveal physical needs. Tourists who travel for reasons such as getting to know people from different cultures, seeing

historical and cultural riches on site, and wanting to have a holiday and rest as a result of their intense work schedule, also have to meet their physical needs such as accommodation and food and beverages during their travels.

Influenced by previous experiences, he may become aware of tourist needs while listening to a friend's holiday experience, with the help of a television commercial, or when a tour guide talks about shopping opportunities in an area. Other stages of the decision process are about how to meet the emerging need [5, s. 67].

4. Collection of Alternative Solutions and Information

The consumer, who strives to reduce the risks that may arise as a result of decision-making, makes a great effort to collect sufficient information and eliminate the risks. At this stage, the consumer, who is aware of his needs, tends to identify various alternatives and gather information to meet his needs. The process of collecting information about a product or service starts before the purchase and continues during and after the purchase.

The consumer first questions his knowledge during the process of generating alternative solutions and collecting information. Then, from personal sources such as family, circle of friends, neighbors, spouses, and friends; from commercial sources such as advertisements, sales personnel, and the internet; obtains information from public sources such as mass media, magazines, newspaper articles, brochures, and experimental sources such as essays and reviews [2, s.136]. The extent to which these resources are used and their effects vary depending on the product and the characteristics of the individual making the purchase. Although the consumer obtains the most information from commercial sources controlled by marketers, the most effective source of information is personal information sources.

Tourists who want to minimize the risks that may arise during their travels benefit from two important information sources when collecting information. This; it is the information obtained as a result of previous travel experiences and the information provided by information sources such as advertisements, brochures, tourism offices, travel agencies, family, and circle of friends.

The level of information needed by the consumer depends on the importance and complexity of the purchase, the severity of the need, and the cost of obtaining the information to be obtained [18, s. 192].

Comparing and Evaluating Options

The consumer collects information about the options to meet his needs and evaluates the options he chooses in line with this information. During the evaluation phase, many issues such as cost-value balance, the attractiveness of alternatives, quality and quantity of information about the product, and the holistic image of the options are taken into account. The consumer faces possible risks such as whether the product fulfills its function, the possibility that the product is harmful, and socio-psychological risks. The option with the least total risk and the highest return is determined as the most suitable option [4, s.78]. The most suitable option for a consumer is the one that provides the benefits he expects. Marketers make a concerted effort to obtain information about how consumers evaluate alternatives in the purchasing decision process. The last stage that consumers go through before making their choice decisions is the evaluation of alternatives. In evaluating alternatives, it should be determined what the characteristics of the evaluation criteria are, how these criteria are evaluated, and how the choice between alternatives is made. The tourist collects the necessary information about the options and evaluates the options in line with this information. At this stage, tourists need to take into account touristic product addiction, prefer more expensive products, and take travel reports into account to eliminate doubts and risks related to issues such as whether the touristic product will fulfill its function adequately, the benefit-cost relationship, whether the region traveled is reliable or not, and socio-psychological problems. It develops some strategies such as purchasing [12, s.105-106].

Purchasing Decision

The consumer, who realizes his needs, gathers information in line with this need, evaluates the options he has chosen, and decides whether to buy or not at this stage. Several factors such as the accessibility of the product, its value, ease of payment, convenience of purchasing time, and reliability affect the consumer when making the purchasing decision.

Although the realization of a purchase depends on the consumer completing the pre-purchase stages completely and successfully, fulfilling these stages is not sufficient for the purchase action to

take place. The consumer may give up purchasing the product or brand that he thinks is most suitable for him due to reasons such as not having enough time or not having enough financial means. Marketers who want to direct consumers to purchasing action should highlight the benefits that will be obtained if the purchase is made immediately, by emphasizing the availability of time and the priority of the need [16, s. 139].

While making a purchase, the consumer can develop five more sub-decisions during the decision-making phase of this action. Decisions about brand decision, who to supply from, what quantities are, timing decision, and how to make payment direct the consumer's purchasing decision. When making their purchasing decision, tourists are influenced by many factors such as the ease of availability of the product, its value in terms of cost-benefit, payment possibilities, availability of time, reliability of the product, and trust in the travel agency [7, s. 139].

Post-Purchase Behaviors

After purchasing, the consumer compares his expectations with what happens. The less the difference between expectations and what happens, the more satisfied the consumer is. Consumers who are satisfied after purchasing usually want to share their satisfaction with those around them and purchase again.

If expectations are not met after the purchase, dissatisfaction occurs. In this case, the consumer will make a different choice in the next purchase. The main purpose of consumers using a product or service is to meet and satisfy a need. If this need cannot be satisfied, a negative evaluation occurs. Therefore, it is of great importance to know how the consumer performs and behaves during purchasing. In addition to buying as a habit, consumers experience anxiety, especially when choosing a product or service for the first time. This state of anxiety is called cognitive dissonance [11, s. 274]. Consumers who try to achieve consistency in their knowledge, attitudes, beliefs, and value judgments often cannot achieve consistency within themselves because each option has its advantages. The negative aspects of the preferred product or service and the positive aspects of the non-preferred product or service cause cognitive dissonance in the consumer. In the post-purchase behavior phase, which is the last step of the purchasing decision process, the consumer evaluates the consumption experience. The information obtained at this stage, where the consumer evaluates the effects and consequences of his decision, provides data on the previous stages of the process in the next purchase.

In the tourism sector, the effects of features such as the simultaneity of production and consumption and the intangible nature of services on consumption experiences also affect the post-purchase behavior of tourists positively or negatively. For example, since touristic production and consumption occur at the same time, the tourist experiencing the consumption experience may not be satisfied with the quality of the service offered at that moment. This situation may cause the tourist to choose a different manufacturer on his next trip [14, s. 103].

5. Methodological approach and conceptual framework

The purpose of this research is to determine how consumers who choose a travel agency are affected by the promotional mix elements when making their choice. The importance of the research is that it is useful for theorists and companies by revealing activities that will affect consumers' decisions since there is no research on this subject in Azerbaijan. Due to cost and accessibility factors, the population of the research was limited to the city of Baku. Therefore, the findings of the research are limited to the opinions of consumers living in Baku and using travel agencies. The results obtained in the research are limited to the statements in the research survey.

In the first and second parts of the research, theoretical information on the subject was included by reviewing the literature. The survey was prepared in light of the theoretical information obtained and by taking into account the research questions previously conducted in other countries. Baku was determined as the universe and the sample was determined by adopting the convenience sampling method. The survey was given to travel agencies in Baku to distribute to their customers and was also prepared online.

The first part of the survey form includes demographic characteristics of the people participating in the application and variables regarding their touristic activities. In the second part of the form, there are expressions measuring the opinions of the people participating in the application about promotional activities.

6. Analysis method

In the research, findings related to consumers' family, advisory group, social class, culture, and subculture, as well as the type of product/service purchased from travel agencies, the number of products/services purchased per year, the reasons why travel Agencies are preferred, the information that is effective in choosing a travel agency. Findings regarding sources, preferred payment methods for the purchased product/service, and how long products/services have been purchased from travel agencies were interpreted by calculating frequency and percentage values.

Suggestions in the survey regarding the impact of promotional activities in the tourism sector on consumers' purchasing decisions. They were ranked and evaluated on a 5-point Likert scale as 1. Strongly Disagree, 2. Disagree, 3. Neutral, 4. Agree, 5. Strongly Agree.

7. Research results

The data obtained as a result of the survey application was analyzed with the help of the Excel program. 6.4% of the people participating in the application are male, 43.6% are female, 21.8% are 18-24, 51.8% are 25-44, 17.3% in the 45-64 age group, 9.1% in the 65 and over age group, 6.4% in high school, 11.8% in vocational school, 15.5% in technical school, 66.4% in Bachelor's degree, 40% married, 46.4% single, 13.6% in other marital status, 35.5% civil servant, 30% private sector, 10% unemployed, 24% .5 from other profession, 16.4% from up to 300 AZN, 25.5% from 301-500 AZN, 46.4% from 501-1000 AZN, 11.8% from 1001+ AZN have a monthly income, 42.7% purchase services from travel businesses once a year, 18.2% purchase services twice a year, 10% purchase services 3 times a year or more, and 29.1% purchase services from travel businesses more than 1 year. It is seen that 21.3% choose it for reliability, 32.4% for low cost, 26.9% for professionalism, and 19.4% for benefiting from discounts and promotions.

The proposition "Discounts offered on weekends and holidays affect my decision" with 3.8%, the proposition "The service provided by the agency staff affects my decision" with 3.7%, the proposition "Sponsorship activities of travel agencies are effective in my choice" with 3.6%, the proposition "Early booking discounts are effective in my decision-making" was rated as 3.6%, the proposition "The content of package tours affects my decision-making" was rated as 3.5%, and the proposition "Social media (twitter, Facebook, etc.) is effective in my choices" was rated as 3.5% for the proposition "The idea of purchasing more services for the same price is important to me", with 3.5% for the proposition "The image of the business I will choose is important", with 3.5% for the proposition "The social responsibility activities of travel agencies are effective in my choice" with the rate, the proposition "Promotions made at fairs and organizations are effective in my choice" was rated as 3.5%, the proposition "Promotional products offered by agencies affect my decision" was rated as 3.4%, and the proposition "The installment payment and discount cards applied by agencies are effective in my choice" was rated as 3.4%., “The most important reason why I choose travel agencies is their reliability.” with 3.4% for the proposition, with 3.3% for the proposition "Refund or guaranteed sales are effective in my decision", it can be seen that the statement "The promotional brochures and catalogs I obtain are effective in my choice" is agreed with 3.3%.

8. Conclusion and discussion

This research focused on the effects of promotional activities implemented by travel businesses on customers' purchasing decisions. At the same time, the study aimed to determine the number of products/services that consumers purchase from travel agencies in a year, the reasons for choosing travel agencies, the information sources that are effective in choosing travel agencies, and their satisfaction. The research was applied to 111 customers of 4 travel agencies operating in Baku. With the analysis of the data, the following conclusions were reached:

When the demographic data of the customers is examined; It is seen that 56.4% consists of men. When the age groups are examined, it is seen that consumers in the 25-44 age group constitute the majority with a rate of 51.8%. Additionally, 66.4% of the participants are university graduates and 46.4% are singles. When the status of the sample group participating in the research is examined, it is seen that the majority of them are state workers with a rate of 35.5%, and 46.4% of the monthly income consists of 501-1000 AZN.

It was determined that the majority of consumers participating in the research-purchase products or services from travel agencies once a year, with a rate of 42.7%. While the rate of consumers who

buy products or services from travel agencies twice a year is 18.2%, the rate of consumers who buy products or services from travel agencies 3 or more times a year is 10%, and the rate of consumers who buy products or services for more than a year is 10%. is 29.1%.

As a result of the above-mentioned results of the research, the following suggestions can be developed;

In the research applied to the customers of travel businesses, it was determined that the number of products/services purchased from travel agencies annually, the reasons for choosing travel agencies, satisfaction, and the information sources that are effective in choosing a travel agency differ for consumers. In this context, it would be useful for travel agency managers and marketing activities to make decisions by taking these differences into consideration. It can be suggested that travel agencies should determine the characteristics of their customers and offer the goods and services they offer in the market at a level that meets the demands and needs of consumers, which will increase the market share of the business and strengthen its place in the competitive environment.

It is seen that the majority of the participants in the research prefer travel agencies based on weekend and holiday discounts. Travel agencies should consider these and offer special discounted services to their consumers on weekends and holidays. In addition, they need to use other marketing methods effectively to ensure that they retain their existing customers and bring in new customers.

It is seen that the majority of consumers participating in the research prefer travel agencies due to low costs. For this reason, travel agencies should primarily offer prices that will not put their customers in financial difficulty, make certain discounts when necessary, and provide quality service. It is thought that all of these will contribute positively to customer satisfaction through long-term, warm relationships.

Travel agencies, which act as producers and distributors in the tourism sector, should review their product/service, distribution, and marketing policies and determine the characteristics of their customer potential in the market they are in while determining their target markets and their position in the market Since consumer demands and desires change very rapidly, it is inevitable for businesses to develop new policies and strategies. Considering the consumer differences determined as a result of this study, travel agencies can segment the market and determine appropriate sales and policies for their consumers in line with their business interests.

References

1. AVCIKURT Cevdet, Turizmde Tanıtım ve Satış Geliştirme, Alem Basım Yayım Dağıtım, Balıkesir, 2015.
2. ALTUNIŞIK Remzi, Turizm İşletmelerinde Pazarlamanın Temelleri, Beta Basım Yapım Dağıtım , İstanbul, 2010.
3. EROL Mikdat, Turızm Pazarlaması, Ekin Kitapevi, Bursa, 2013.
4. DEMİR Mahmut, Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü İlkeler ve Yönetim, Detay Yayıncılık, Ankara,2007.
5. DEMİRKOL Şehnaz, Turizm İşletmeleri, Değişim Yayınları, İstanbul, 2009.
6. GÖKSU Nusret ve BİLGE Atıl Fahrettin, Tüketici Davranışları, Gazi Kitabevi, İstanbul, 2011.
7. HACIOĞLU Necdet, Seyahat ve Tur Operatörlüğü ,Vipaş Yayın Evi, Bursa, 2000.
8. İÇÖZ Orhan, Turizm İşletmelerinde Pazarlama, Anatolia Yayıncılık, Ankara, 2015.
9. MISIRLI İrfan, Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü, Ankara, Detay Yayıncılık, 2012.
10. İSLAMOĞLU Ahmet , Pazarlama İlkeleri, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2012.
11. KARACA Yusuf, Tüketici Satın Alma Sürecinde Ağızdan-Ağıza Pazarlama, Beta Basım Yapım Dağıtım, İstanbul, 2011.
12. KARABULUT Muhittin, Tüketici Davranışları, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, İstanbul, 2011.
13. KARAHAN Kasım, Hizmet Pazarlaması, Beta Basım Yapım Dağıtım, İstanbul, 2000.
14. İŞÇİ Metin , Halkla İlişkiler, Der Yayınları,İstanbul, 2007.
15. MEYDAN Uğur, Turizim Pazarlaması, Nobel Yayım İstanbul, 2007.
16. ODABAŞI Yavuz ve BARIŞ Gülfidan, Tüketici Davranışı, Kapital Medya, İstanbul, 2012.
17. TORLAK ÖMER, ALTUNIŞIK Remzi, ÖZDEMİR Şuayıp, Modern Pazarlama, Değişim Yayınları, Adapazarı, 2011.
18. ÖZTÜRK Sevgi Ayşe, Hizmet Pazarlaması, Ekin Basım Yayım, Bursa, 2015.

Adəm ALMASOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
adem.almasov@gmail.com

MEHMANXANALARIN İNKİŞAFI İSTİQAMƏTİNDƏ APARILAN TƏDBİRLƏRİN QİYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

ОЦЕНКА МЕР, ПРИНЯТЫХ В НАПРАВЛЕНИИ РАЗВИТИЯ ОТЕЛЕЙ

EVALUATİON OF MEASURES TAKEN TOWARDS THE DEVELOPMENT OF HOTELS

Xülasə: Hal-hazırda turizm sahəsi perspektivliyinə görə qeyri-neft sahələri içərisində ən mühüm və aparıcı mövqeyə sahibdir. Ölkəmizdə də bu sahənin davamlı inkişafına xüsusi diqqət göstərilir. Son 20 il ərzində Azərbaycan Respublikası tərəfindən icra olunan dövlət proqramları turizm və mehmanxana sənayesini inkişaf etdirməyə yönəlmişdir. Burada tədqiq olunan əsas məsələlər rəqabətə davamlı turizm bazarının yaradılması, mehmanxana müəssisələrində turistlərə xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsi, sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi, bu sahədən əldə olunan gəlirlərin maksimum səviyyəyə çatdırılması, dövlətin turizm infrastrukturuna və onun maddi texniki bazasına verdiyi dəstək və xarici investorların cəlbi mühüm yer tutur. Bundan əlavə məqalədə ölkəmizdə mehmanxana sahəsində qarşıya çıxan əsas problemlərə və onların həlli yollarına toxunulmuşdur.
Açar sözlər: *turizm, mehmanxana sənayesi, xidmət, turizm infrastrukturu, maddi-texniki baza*

Абстракт: В настоящее время сфера туризма по своей перспективности занимает важнейшее и лидирующее положение среди ненефтяных отраслей. Особое внимание уделяется устойчивому развитию этой сферы в нашей стране. В течение последних 20 лет реализуемые Азербайджанской Республикой государственные программы направлены на развитие туризма и гостиничного бизнеса. Основными вопросами, изучаемыми здесь, являются создание конкурентного туристического рынка, повышение качества обслуживания туристов в гостиничных учреждениях, развитие предпринимательства, максимизация доходов от этой сферы, поддержка государства туристической инфраструктуры и материально-техническая база, привлечение иностранных инвесторов. Кроме того, в статье были затронуты основные проблемы, возникающие в гостиничном секторе нашей страны, и пути их решения.
Ключевые слова: *туризм, гостиничное хозяйство, сервис, туристическая инфраструктура, материально-техническая база*

Abstract: Currently, the tourism field has the most important and leading position among the non-oil fields due to its perspective. Special attention is paid to the sustainable development of this field in our country. During the last 20 years, the state programs implemented by the Republic of Azerbaijan are aimed at developing the tourism and hotel industry. The main issues studied here are the creation of a competitive tourism market, the improvement of the quality of service to tourists in hotel establishments, the development of entrepreneurship, the maximization of income from this area, the support of the state to the tourism infrastructure and its material and technical base, and the attraction of foreign investors. In addition, the main problems encountered in the hotel sector in our country and their solutions were touched upon in the article.
Keywords: *tourism, hotel industry, service, tourism infrastructure, material and technical base*

1994-cü ildə "Əsrin müqaviləsi" imzalanandan sonra ulu öndər Heydər Əliyevin xarici və yerli investorları Azərbaycanda hotelçilik və turizm biznesinə sərmayə qoyuluşuna çağırışı turizmin ilkin təməlinin qoyulması idi. Həmin ərəfədə müasir tələblərə cavab verən hotellərin tikintisinə başlandı. Turizmin inkişaf tendensiyası ölkənin ali qanunvericilik aktlarında öz əksini tapdı. 1999-cu ildə Milli Məclisdə "Turizm haqqında" qanun qəbul edildi və 27 iyul 1999-cu ildə ulu öndər Heydər Əliyev "Turizm haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun tətbiq edilməsi haqqında" fərman imzaladı. Bu qanun Azərbaycan Respublikasında turizm bazarının hüquqi əsaslarının bərqərar edilməsinə yönəlmiş dövlət siyasətinin prinsiplərini, turizm fəaliyyətinin əsaslarını müəyyənləşdirdi, turizm sahəsində münasibətləri tənzimləyərək, sosial-iqtisadi inkişafı təmin edən vasitələrdən biri kimi turizm ehtiyatlarından səmərəli istifadə olunması qaydalarını müəyyən etdi. Ölkədə turizmi inkişaf etdirmək və turizm ehtiyatlarından səmərəli istifadə etmək məqsədilə respublika Prezidentinin 2002-ci il 27 avqust tarixli sərəncamı ilə "Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı" təsdiq olundu.

Artıq XXI əsrin əvvəllərində Bakıda, Gəncədə, Naxçıvanda və ölkənin digər şəhərlərində xarici qonaqları qəbul edə bilən müasir mehmanxana və hotellər fəaliyyət göstərirdi. Beləliklə, Respublika üzrə 100-dən artıq turizm firması xarici turistlərin qəbulu və yerli əhaliyə turist xidməti ilə məşğul olurdu. Ölkə üzrə rəsmi qeydiyyatdan keçmiş mehmanxana müəssisələrinin sayı 149 idi və həmin hotellərdə olan otaqların sayı 5000-i keçmişdi. Qədim tariximiz, Xəzər dənizi sahili mövqeyimiz, tarixi abidələrlə zənginliyimiz, dünyanın 11 iqlim tipindən 9-nun ölkəmizdə mövcud olması və insanlarımızın qonaqpərvərliyi turizmin inkişafı üçün geniş imkanlar yaradır. Ölkənin müxtəlif regionlarında 6 mindən çox mədəniyyət və memarlıq abidələri qorunub saxlanılır. YUNESKO tərəfindən qeydiyyata alınmış İçəri şəhər, Qız qalası, Şəki Xan sarayı, Möminə Xatun Türbəsi və digər mədəniyyət abidələri artıq bütün dünyada məhşurlaşmışdır. 2003-cü ildə "Azərbaycan Respublikasında sosial-iqtisadi inkişafın sürətləndirilməsi tədbirləri haqqında", 2004-cü ildə "Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı" haqqında Prezident fərmanları ölkə iqtisadiyyatının, o cümlədən turizm sektorunun inkişafı yolunda mühüm addımlar atıldı. 2009-cu ilin aprel ayında Bakıda Heydər Əliyev adına İdman və Konsert Kompleksində artıq 8-ci dəfə Beynəlxalq Turizm Sərgisi keçirildi. Sərgidə 20 ölkədən 78 turizm müəssisəsi iştirak etmişdir. Azərbaycanda 2011-ci ilin " Turizm ili" elan edilməsi isə turizmin inkişafında mühüm nəticələr əldə olunmasına gətirib çıxardı.

2007-ci ilin 27 fevral 2002 nömrəli Azərbaycan Respublikasının prezdenti İlham Əliyev tərəfindən qəbul olunan Sərəncamda deyilir:

1. "Azərbaycan Respublikasında kurortların 2009-2018-ci illərdə inkişafı üzrə Dövlət Proqramı " təsdiq edilsin.
2. Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabineti bu sərəncamdan irəli gələn məsələləri həll etsin.
3. Bu sərəncam imzalandığı gündən qüvvəyə minir.
   [2,s.441]

Dövlət Proqramının əsas məqsədi Azərbaycanda kurortların, müalicə-sağlamlıq və istirahət ocaqlarının inkişaf etdirilməsindən, onların fəaliyyətinin qabaqcıl beynəlxalq təcrübə və tələblər əsasmda təşkil olunmasından, ölkə ərazisində mövcud təbii müalicə ehtiyatlarından səmərəli istifadənin təmin edilməsindən ibarətdir.

Azərbaycan Respublikasında 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2010-cu il 6 aprel tarixli sərəncamı ilə təsdiq edilmişdir. Dövlət Proqramı aşağıdakı istiqamətlərdə məqsədyönlü tədbirlərin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur:

- Turizm sahəsində normativ hüquqi bazanın və dövlət tənzimlənməsi mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi;
- Turizm və rekreasiya zonalarında müvafiq infrastrukturun yaradılması;
- Ölkənin turizm potensialından istifadə imkanlarının genişləndirilməsi;
- Ölkənin bütün regionlarında turizm fəaliyyətinin stimullaşdınlması;
- Turizm sahəsinə yerli və xarici investisiyaların cəlb edilməsi;
- Turizmin müxtəlif növlərinin inkişaf etdirilməsi, yeni turizm marşrutlarının yaradılması;
- Turizm xidmətlərinin keyfiyyətinin artırılması məqsədilə mütərəqqi üsulların və standartların hazırlanması və tətbiq edilməsi;
- Mehmanxanaların və digər turizm xidməti müəssisələri şəbəkəsinin genişləndirilməsi;
- Turizm sahəsi üçün kadr hazırlığı və ixtisasartırma sisteminin təkmilləşdirilməsi, xarici dövlətlərdə məqsədli təhsil üzrə layihələrin həyata keçirilməsi;
- Azərbaycanın milli-tarixi, mədəni və mənəvi irsinin, milli adət-ənənələrin dünyada təbliği, ayrı-ayrı regionların və şəhərlərin tarixini əks etdirən materialların nəşr etdirilməsi və yayılması, müasir informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiq edilməsi;
- Milli sənətkarlıq və suvenir məhsullarının istehsalının və satışının təşviqi;
- Turizmin inkişafı sahəsində beynəlxalq əməkdaşlığın genişləndirilməsi.
  [4,s.154-155]

Mehmanxanalar, turizm şirkətləri(tur agentliklər və tur operatorlar), iaşə, ticarət, avtonəqliyyat müəssisələri, kirayə məntəqələri, turizmdə istifadə olunan bir sıra avadanlıqlar turizmin maddi-texniki bazasına daxildir. Bir-biri ilə əlaqəli sənaye kimi turizmin regional səviyyədə inkişafı Azərbaycanda kompleks idarəetmə modelinə əsaslanır.

Dövlət Turizm Agentliyi – Turizm sahəsində dövlət idarəçiliyin təkmilləşdirilməsi istiqamətində işlər görmək üçün Dövlət Turizm Agentliyi başlıca rol oynayır. DTA tərəfindən həyata keçirilən fəaliyyətlərə turizmlə bağlı siyasət və qaydaların müəyyən edilməsi və həyata keçirilməsi, turizmin inkişafı məqsədilə təkbaşına və ya digər qurumlar, müəssisələr və təşkilatlarla birgə fəaliyyətlərin təşkili daxildir.

Azərbaycan Turizm Bürosu – Azərbaycan Turizm Bürosu DTA-nın tərkibində olan publik hüquqi şəxsdir və onun əsas məqsədi Azərbaycanın turizm brendini formalaşdırmaqla, ölkənin qlobal turizm bazarında rəqabət qabiliyyətini gücləndirməkdən ibarətdir. Azərbaycan Turizm Bürosu turizm məhsullarının inkişafı və sənayenin inkişafı üçün də fəal işlər görür.

Destinasiya İdarəetmə Təşkilatları – Regional ərazilər daxilində Dövlət Turizm Agentliyinin və Azərbaycan Turizm Bürosunun tapşırıqları üzrə fəaliyyət göstərən Destinasiya İdarəetmə Təşkilatı (DMO) yaranmışdır. DMO-lar DTA/ATB-nin regional səviyyədə nümayəndəlikləri kimi fəaliyyət göstərirlər. DMO-ların ümumi məqsədi Azərbaycanın regional turizmini istiqamətləndirmək, uzunmüddətli davamlı iqtisadi artımına və marketinqinə rəhbərlik etmək, əlaqələndirmək, təşviq etmək və idarə etməkdir.

İqtisadiyyat Nazirliyi tərəfindən koordinasiya edilən sonuncu qəbul edilmiş regional proqram 2019-2023-cü illəri əhatə edir. Bu, "Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı" adlı 5 illik Dövlət Proqramına və ya Regional İnkişaf Proqramına (RİP) əsaslanır və regional ərazilərdə turizmlə bağlı aşağıdakı fəaliyyətləri özündə əks etdirir:

Regional İnkişaf Proqramı tədbirləri

Görülən işlər	Kod	Tarix	Səlahiyyətli qurumlar
Bakı ətrafı qəsəbələrdə və rayonlarda turizmin cəlbediciliyi baxımından yüksək dəyərə malik prioritet turizm nümayişi obyektlərinin inkişafı	7.1.49	2019-2021	Dövlət Turizm Agentliyi; Bələdiyyələr
Turizm xidmətləri təklif edən nümunəvi təsərrüfat modellərinin (arıçılıq, balıqçılıq, şərabçılıq) yaradılması	7.1.53	2019-2020	Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi; Dövlət Turizm Agentliyi; İqtisadiyyat Nazirliyi
Mövcud turizm marşrutlarının inkişafı və yeni turizm marşrutlarının təşviqi	7.1.54	2019-2023	Dövlət Turizm Agentliyi;
Regionlarda həssas sosial qrupların turizm xidmətlərinə çıxış imkanlarının yaxşılaşdırılması üzrə tədbirlərin həyata keçirilməsi	7.1.56	2019-2023	Dövlət Turizm Agentliyi; Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyi
Azərbaycan Respublikasının Milli Parklarında ekoturizm infrastrukturunun yaradılması, kənd əhalisinin turizmin inkişafı tədbirlərinə cəlb edilməsi	7.1.57	2019-2023	Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi; Dövlət Turizm Agentliyi;
Çörəkçilik, xalçaçılıq və s. adət-ənənələrin təbliği məqsədilə qısamüddətli kursların təşkili, o cümlədən ixtisaslaşdırılmış kənd təsərrüfatı məhsullarının brendləşdirilməsi üçün tədbirlərin görülməsi	7.1.52	2019-2023	Dövlət Turizm Agentliyi; Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi; İqtisadiyyat Nazirliyi; Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyi (ASAN); "Azərxalça" ASC
Regionlarda turizm xidmətlərinin yaxşılaşdırılması üzrə tədbirlərin həyata keçirilməsi	7.1.55	2019-2023	Dövlət Turizm Agentliyi;
Regionlarda turizmin müxtəlif növlərinin, o cümlədən kənd turizminin, etnoturizmin, ekoturizmin, qış turizminin, transsərhəd turizmin və s. inkişafı üçün müvafiq tədbirlərin görülməsi	7.1.50	2019-2023	Dövlət Turizm Agentliyi; Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi; Bələdiyyələr
Kənd və yaşıl turizmlə məşğul olan iş adamlarına kreditlərin verilməsi üçün müvafiq tədbirlərin görülməsi	7.1.51	2019-2023	Dövlət Turizm Agentliyi; Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi; İqtisadiyyat Nazirliyi

Mənbə: [Azerbaijan's regional tourism strategy 2020-2023,s.21]

Azərbaycanda turizm siyasəti və planlaşdırılmasına uyğun bir sıra layihələr mövcuddur: turizm xidmətləri göstərənlər və investorlar üçün vergi endirimlərinin və güzəştlərin tətbiqi, əsas bazarlar üçün quru sərhədindən keçmə prosedurlarının optimallaşdırılması və viza rejiminin sadələşdirilməsi, turizm sənayesində biznes subyektləri üçün subsidiya mexanizmlərinin quraşdırılması, tur bələdçiləri üçün sertifikatlaşdırmanın həyata keçirilməsi, turoperatorlar üçün bank zəmanətlərinin tətbiqi və s. Azərbaycan Dövlət Turizm Agentliyi regionlarda sahibkarlığın inkişafı ilə bağlı bir sıra layihələr yerinə yetirir. Regional monitoringlərin aparılması zamanı turistlərin təkcə mehmanxanalara cəlb olunması deyil, həmçinin də qonaq evlərinin də tanıdılması həyata keçirilir və sahibkarlıq üçün dövlət dəstəyi olunur. Həmin qonaq evlərində innovasiya üçün lazım olan çatışmazlıqlar qeyd olunur və dövlət tərəfindən müəyyən miqdarda maliyyə ayrılır. Bunun kimi tədbirlər sahibkarlara öz turizm məhsulunu tanıtmağa və inkişaf etdirməyə böyük imkan yaradır.

Ölkəmizdə turizmin mövsümiliyinin aradan qaldırılması, il boyu turizm imkanlarının və xidmətlərinin təqdim olunması və turistlərin qalma müddətinin uzadılması üçün qış turizminin inkişafına da xüsusi diqqət göstərilir. Bu cəhətdən Qəbələdə və Qusarda dağ-xizək komplekslərinin yaradılması və inkişaf etdirilməsi, xüsusilə ölkə başçısının birbaşa tapşırığı və nəzarəti ilə yaradılan, Agentliyin tabeliyində fəaliyyət göstərən "Şahdağ Turizm Mərkəzi" QSC ölkə turizminin iqtisadi və sosial cəhətdən ən genişmiqyaslı və böyük əhəmiyyətə malik olan bir layihədir.

Mehmanxana fəaliyyətinin tənzimlənməsi dövlətin əsas planlarından biridir. Ümumiyyətlə, dövlət 3 funksiyanın yerinə yetirilməsinə xüsusi diqqət ayırır: vergi, vəsaitlərin xərclənməsi və tənzimlənmə fəaliyyətinin həyata keçirilməsi. Tənzimlənmə dedikdə dövlətin həm birbaşa, həm də dolayı yolla müəssisəyə müdaxiləsi başa düşülür. Birbaşa müdaxiləyə dövlətin əsas və ikinci dərəcəli qanunvericiliyi, dolayı yolla müdaxiləyə isə şəxsi mənfəət, telefon zəngləri, məsləhətlər verilməsi və s. aid edilir.

Mehmanxana fəaliyyətlərinin tənzimlənməsi və tənzimləyici orqanlara düzgün rolların verilməsi dövlət üçün çox vacibdir..Mehmanxana sənayesində tənzimləyici orqanların qarşısında duran əsas vəzifələrə aşağıdakılar daxildir:

1. Istehlakçı hüquqlarının qorunmasının tənzimlənməsi;
2. Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin maliyyə sabitliyinin təmin edilməsinin tənzimlənməsi;
3. Mehmanxana sənayesində rəqabət mühitinin formalaşdırılmasının tənzimlənməsi;
4. Informasiyaların toplanmasının və yayılmasının tənzimlənməsi.

Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin fəaliyyətinin tənzimlənməsi köhnə və yeni tip tənzimlənmə metodu ilə həyata keçirilir. Köhnə tip tənzimlənmə metoduna aiddir:

- dövlət tabeçiliyində olan mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin tənzimlənməsini həyata keçirir;
- dövlət həmin müəssisələrə aid əməliyyat qərarlarını təsdiqləyir;
- müəssisəyə rəhbərlik edən şəxs eyni zamanda sahibkar və tənzimləyici vəzifəsindədir;
- subsidiyalara icazə verilir və dəstəklənir.

Yeni tip tənzimlənmə metodu zamanı investorlar tərəfindən bazara kapital axınının olmasına şə-rait yaradılır. Bunun nəticəsində artıq yeni mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələr yaradılır. Eyni zamanda investorlar çalışır ki, dövlətin müdaxiləsini bacardıqca azaltsınlar və sərbəst fəaliyyətlərinin təmin edə bilsinlər. Fərdi formada rəqabət mühiti formalaşdırılır və beləliklə, iqtisadi artıma şərait yaradılır.

Yeni və köhnə tip tənzimlənmə metodlarını müqayisə etdikdə aydınlaşdırmaq olar ki, köhnə tip tənzimlənmə metodu zamanı qiymət və texniki standartlar fərqləndirilir, sahibkarlar mehmanxana və ya mehmanxana tipli müəssisələrdə nəzarəti təmin edir. Yeni tip tənzimlənmə metodu zamanı isə müəyyən mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə rəqabət mühiti yaradılır, qanunlar çərçi-və-sində düzgün siyasət yeritməklə inhisarçı şirkətlərin fəaliyyət mexanizmləri tənzimlənir. Digər tərəfdən müstəqil tənzimləyiciyə olan tələbat da xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Mehmanxana sənayesində müstəqil tənzimləyici dedikdə, investorların gözlənilməz risklərdən qoruması, istehsalçıları müəyyən edilmiş standartları aşmamasına nəzarət edilməsi və bazar qanunlarının şəffaf və sabit qalmasını təmin edilməsi nəzərdə tutulur. Mehmanxana sənayesində investorların mühafizə olunması əsas problemlərdən biridir. Belə ki, investorların mühafizə olunmasının əsas səbəbləri kimi aşağıdakıları sadalamaq olar:

- İnvestorlar səyləri nəticəsində böyük mənfəət əldə edilir;

- İnvestorlar mehmanxana sənayesinə kapital qoyur və istənilən nəticənin əldə olunması üçün uzun vaxt tələb olunur;
- Rəqabət mühitinin yaradılması üçün qanunlar tələb olunur;
- İnvestrorların təhlükəsizliyin təmin edilməsi, onların ölkəyə olan şübhələrini azaldır və beləliklə, onlar kapital qoyuluşlarını artırırlar.

[7,s.85-86]

Azərbaycan Respublikası Turizm və Mədəniyyət Nazirliyi mehmanxana fəaliyyətini tənzimləyərkən özəlləşdirmə, sahənin planlaşdırılması, sahə strategiyasının yaradılması, hüquqi normaların təyin edilməsi, dövlət üçün təhlükəsiz olan investisiya qoyuluşlarını təmin etmək, elmi-tədqiqat işlərinə dəstək verilməsi kimi faktorlara diqqət yetirir.

Mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin fəaliyyətinin tənzimlənməsi zamanı dövlət aşağıdakılara nəzarət edir:

- Standartların təyin olunması, verilməsi və dəyişdirilməsi;
- Standartların mövcüd vəziyyətə cavab verib-verməməsinin araşdırılması;
- Qiymətlərin müəyyənləşdirilməsi;
- Bazarda yaranan problemlərin həll olunması;
- Qanundan kənara çıxdıqda müəssisələrin cərimələnməsi.

Dövlət tərəfindən bütün bu proseslərin düzgün şəkildə aparılması və mehmanxana müəssisələrinin inkişafına təkan verilməsi müəssisələrin qanun çərçivəsində fəaliyyət göstərməsinə, ölkə büdcəsinə xeyir verməsinə səbəb olur.

Mehmanxana müəssisələrinin idarəolunma potensialı 2 üsulla təhlil olunur:

1. Müfəssəl yanaşma – Bu yanaşmada obyektlərin inkişafına təsir edən problemlər, innovasiya üçün resurslar, təşkilati amillər və s. təhlil olunur.

2. Diaqnostik yanaşma – Diaqnostik yanaşma vaxtın, informasiyaların az olduğu bir vaxtda aparılır. Diaqnostik yanaşma məhdud materiallar əsasında müəssisələrin vəziyyətini təhlil edir və diaqnozlaşdırır. Diaqnostik yanaşmanın aparılması üçün müəssisə aşağıdakı şərtlərə əməl etməlidir:

- Təhlil olunan müəssisəyə aid hazır olan bütün materiallardan istifadə edilə bilmə hüququ;
- Diaqnostik parametrlərlə digər xüsusi əhəmiyyətli parametrlər arasında əlaqənin yaradılması;
- Təhlil zamanı istifadə olunan məhdud informasiyanın dəqiq olması.

Diaqnostik təhlil aparılarkən müəyyən informasiya bazasının olması zəruridir. Bu təhlilin aparılması qanunauyğunluğu aşağıdakı kimidir:

- Mehmanxananın daxili vəziyyəti ilə bağlı hesabat;
- Mehmanxananın digər müəssisələrlə əlaqəsi;
- Mehmanxananın struktur və diaqnostik parametrlər arasındakı əlaqəsi;
- Diaqnostik parametrlərin müşahidə olunması;
- Struktur parametrlərin qiymətləndirilməsi;
- Müəssisənin digər parametrlərinin qiymətləndirilməsi.

[3, s.54-55]

Beləliklə, məqalənin nəticəsi olaraq bir sıra məsələləri qeyd etmək olar:

Bazar araşdırmalarının aparılması, hədəf bazarların seçilməsi, müvafiq ölkə və regionlardan turistlərin cəlb edilməsi üçün təbliğat-təşviqat tədbirlərinin icrası, regionların və ayrı-ayrı şəhərlərinin marketinq və kommunikasiya planlarını hazırlamaq və icrasının təmini, mehmanxana müəssisələrində turistlərə xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsi, yeni turizm məhsullarının işlənib hazırlanması, xarici turizm nümayəndəliklərinin yaradılması və turizm sahəsinin iştirakçıları arasında koordinasiyalı fəaliyyətin qurulması, həmçinin dövlət-özəl biznes əməkdaşlığının genişləndirilməsi kimi prioritet məsələlərin inkişafına xüsusi diqqət ayrılmalıdır. Mehmanxana sektorunda göstərilən xidmətlərin yalnız kəmiyyət göstəriciləri baxımından deyil, keyfiyyət baxımından da təkmilləşdirilməsi, turistlərin məmnunluq səviyyəsinin artırılmasına nail olmaq üçün ixtisaslı kadrların hazırlanması prosesi yüksək səviyyədə həyata keçirilməlidir. Beynəlxalq səviyyəli tədbirlərin keçirilməsi də şübhəsizdir ki, turizmin inkişafına, ölkəmizin tanıdılmasına öz davamlı töhfələrini verməkdədir.

Ədəbiyyat:
1. Azərbaycan Respublikasının "Turizm haqqında" Qanunu, 4 iyun 1999.
2. Soltanova.H.B."Azərbaycan Respublikasında Turizm və onun inkişafı", Bakı 2015, 475s.
3. Tağıyev.A.H., Əmirov.İ.B. "İnnovasiya menecmenti", Bakı, 2010, 192s.
4. Bilalov.B.Ə. "Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi", Bakı 2006, 280s.
5. Azerbaijan's regional tourism strategy 2020-2023, 40s.
6. Soltanova.H.B., Ağakərimov.M.M., Babazadə.S.İ."Mehmanxana təsərrüfatı". Bakı 2005, 230s.
7. Əhmədov.M.A., Hüseyn.A.C. "İqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsinin əsasları", Bakı, 2011, 121s.

Mədinə MƏMMƏDLİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
medinem532@gmail.com

MEHMANXANA SƏNAYESİNDƏ İNFORMASİYA TEXNOLOGİYALARININ ROLU

THE ROLE OF INFORMATION TECHNOLOGY IN THE HOTEL INDUSTRY

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Xülasə: Texnologiya müasir dövrdə demək olar ki, hər bir sənayenin böyüməsinə təsir göstərir və kömək edir. Mehmanxana sənayesi də onun təsirlərindən təcrid olunmur. Bu gün qonaqpərvərlik sənayesində texnologiyanın əhəmiyyəti danılmazdır. Kiçik B&B-dən tutmuş qlobal mehmanxana şəbəkəsinə qədər bütün dünyada hər bir yaşayış təminatçısı bu və ya digər şəkildə texnologiyaya borcludur. Mehmanxana sənayesində informasiya texnologiyalarının meydana çıxması ilə mənzərə kəskin şəkildə dəyişdi. İnformasiya texnologiyaları mehmanxana sənayesinin və ümumilikdə qonaqpərvərlik sənayesində mühüm rol oynamışdır. Məqalədə informasiya texnologiyalarının mehmanxana sənayesinə kömək etmə yolları əhatə olunubdur. O cümlədən, infomasiya texnologiyalarının mehmanxana sənayesinin böyüməsinə necə böyük təkan verdiyi qeyd olunubdur.
Açar sözlər: *mehmanxana, informasiya texnologiyaları, texnologiya meylləri, informasiya sistemləri*

Абстракт: Технологии влияют и помогают развитию почти каждой отрасли в наше время. Гостиничный бизнес не изолирован от его последствий. Важность технологий в индустрии гостеприимства сегодня неоспорима. От небольшого отеля типа «постель и завтрак» до глобальной сети отелей — каждый поставщик услуг размещения во всем мире так или иначе обязан технологиям. С появлением информационных технологий в гостиничном бизнесе ситуация кардинально изменилась. Информационные технологии сыграли важную роль в гостиничном бизнесе и индустрии гостеприимства в целом. В статье рассматриваются способы, которыми информационные технологии могут помочь гостиничному бизнесу. В частности, было упомянуто, что информационные технологии дали большой толчок развитию гостиничной индустрии.
Ключевые слова: *отель, информационные технологии, технологические тенденции, информационные системы*

Abstract: Technology influences and helps the growth of almost every industry in modern times. The hotel industry is not isolated from its effects. The importance of technology in the hospitality industry today is undeniable. From a small B&B to a global hotel chain, every accommodation provider around the world is indebted to technology in one way or another. With the advent of information technology in the hotel industry, the landscape has changed dramatically. Information technology has played an important role in the hotel industry and the hospitality industry in general. The article covers the ways in which information technology can help the hotel industry. In particular, it was mentioned how information technologies gave a great impetus to the growth of the hotel industry.
Keywords: *hotel, information technology, technology trends, information systems*

Giriş

Qlobal miqyasda otellər satışlarını sürətləndirmək və müştəri münasibətlərini yaxşılaşdırmaq üçün texnologiyanın gücündən istifadə edirlər. Bu, internetin bu gün otel sənayesinin inkişafında necə əsas rol oynadığını aydın göstərir. Facebook, Twitter və s. kimi sosial şəbəkə portalları getdikcə bütün

otellərin strategiyalarında dominant rol oynayır. İstifadəçilərin bu cür vebsaytlarda yaratdığı rəylər mehmanxana xidmətlərinin ağızdan-ağıza populyarlaşmasında böyük rol oynayır. Bundan əlavə, mehmanxana sənayesində informasiya texnologiyalarının istifadəsi otelçilərə onlayn alətlərdən istifadə etməklə qonaqlarla əlaqə saxlamağa və onlarla əlaqələr qurmağa imkan verdi.

Hazırda mehmanxanaların istifadə edə biləcəyi çoxlu sayda informasiya texnologiyaları proqramları mövcuddur. Bu informasiya texnologiyaları proqramlarının məqsədi mehmanxanaların vəzifələrini avtomatlaşdırmaq, işçilərin məhsuldarlığını artırmaq, qonaqlara xidmət göstərməkdir.

İnformasiya Texnologiyaları (və ya sadəcə Texnologiya) mehmanxana və turizm sənayesində mühüm rol oynayır. Həm müştərilər, həm də biznesmenlər kommunikasiya, rezervasiya və qonaqlara xidmət sistemlərindəki irəliləyişlərdən faydalana bilərlər. Texnologiya davamlı ünsiyyətə imkan verir və rezervasiyadan tutmuş yoxlamaya qədər qonaq təcrübəsini asanlaşdırır. İnformasiya texnologiyaları mehmanxana sənayesində hər yerdədir.

Mehmanxana sənayesində informasiya texnologiyalarının rolu

Kompüter vasitəsi ilə nömrələrin bronlaşdırılması, mehmanxana və müştərilər üçün yeni geniş imkanlar açır. Bilirik ki, kompüter ilə bronlaşdırma sistemi yeni bir üsuldur. Mərkəzi bronlaşdırma şəbəkəyə daxil olan bütün mehmanxanaları birləşdirir. Müstəqil mehmanxanaları birləşdirən bronlaşdırma sistemi də mövcuddur. Mərkəzi bronlaşdırma sistemi ilə digər şəhərdə və ya ölkədə yerləşən və şəbəkəyə daxil olan mehmanxanada nömrə və digər xidmətlər sifariş etmək olar.

Kompüter şəbəkəsi vasitəsi ilə telefonla mehmanxanada yer bronlaşdırılır. Kompüter şəbə-kəsinin dispeçeri mehmanxana ilə əlaqə yaradır, mehmanxananın imkanlarını öyrənir. Bu üsul o qədər münasib deyil, çünki mehmanxananın bronlaşmasının şərtlərini öyrənmək üçün çox vaxt tələb edir.

Kompüterdə nömrələrin bronlaşdırılmasının daha iki üsulu var ki, bunlar mehmanxananın özünün internet səhifəsindən istifadə etməsi və ya mehmanxananın hər hansı bir bronlaşdırma sisteminin üzvü olmasıdır.

İnternet bronlaşdırma az məsrəflər sərf etməklə, geniş imkanlar təqdim edir və dünyada daha çox təşəkkül tapır. Bu üsul vasitəsi ilə müştərilər bron etdikləri sifarişlərin cavabını daha tez alırlar.

Mehmanxananın AİS (Avtomatik idarəetmə sistemi) və internet bronlaşdırmanın birləşdirilməsi nəticəsində, mehmanxana və turizm agentliyi, təqdim olunan mehmanxana nömrələri, xidmətləri, gündəlik tariflər, güzəştlər, qonaqlar üçün xüsusi proqramlar və s. haqqında geniş operativ informasiya mübadiləsi almaq imkanına malik olurlar. Bu məlumatlara malik olan turizm agentliyi və mehmanxana, tələbata uyğun qiymət siyasəti yeridir. Bu bronlaşdırma sistemi aşağıdakı kimi yerinə yetirilir:

Müştəri internet-bronlaşdırma sisteminin web-saytına girir və bronlaşdırma qaydaları ilə tanış olur, sonra mehmanxananı seçir, zəruri məlumatları yazır və E-mail ilə turizm agentliyinə göndərir. Bronlaşdırma avtomatik sistemi sifarişi tərtib edib, qaydaya salır (qeyri-standart şəraitdən başqa) və əvvəlcədən ödəniş şərti ilə ilkin təsdiqnaməni göndərir, müştəri gözləmə listinə qeyd olunur. Müştəridən müəyyən olunmuş zəmanəti (zəmanət məktubu, əvvəlcədən ödəniş və s.) alan, turizm agentliyi, bronlaşdırmanın son təsdiqnaməsini müştəriyə göndərir. Mehmanxanada təsdiqlənən bron, cədvələ qeyd olunur.

Mehmanxananın internetdə öz xüsusi səhifəsi varsa, yuxarıda göstərilən sistem vasitəsi ilə müştəri mehmanxana ilə birbaşa əlaqə yaradır. İnternet sistemi imkan verir ki, müştəri mehmanxananın nömrə fondu haqqında zəruri məlumat alsın.

İnternetin beynəlxalq kompüter şəbəkəsi elə sürətlə inkişaf edir ki, onun istifadəçilərinin sayı getdikcə artır. Turizm və mehmanxana biznesi beynəlxalq kompüter şəbəkəsindən geniş istifadə edir.

Bu gün mehmanxana sənayesində informasiya texnologiyalarından geniş istifadə olunur. Mehmanxanada kompüter sistemi qonaqların təhlükəsizliyini qoruyur, mehmanxananın müştəri bazasını genişləndirir və bir çox marketinq məsələlərinin həllini tapmağa imkan verir. Bu gün mehmanxana sənayesi kompüterləşməyə keçib və ilk növbədə bu o deməkdir ki, kompüterləşmə qonaqpərvərlik sənayesində bütövlüklə iş prosesini dəyişdirir və tədricən kompüterlərin vasitəsi ilə bütün mühüm məsələlər həll olunur. İkinci – kompüterləşmə prosesi əlavə vəsait tələb edir və çox bahadır. Üçüncü – kompüterləşmə əməyi yüngülləşdirməyə xidmət edir. Kompüterləşmə prosesi müxtəlif ölkələrdə, müəssisələrdə müxtəlif cür baş verir. Bu ölkənin iqtisadi və mehmanxana sənayesindəki vəziyyətindən, müəssisənin rəhbərliyi tərəfindən problemlərin başa düşülməsi, müəssisənin maliyyə durumunun və ixtisaslaşmış kadrların mövcudluğundan asılıdır. Mehmanxana sənayesində kompüterləşmə prosesi başqa sahələrdən gec başlayıb. İnternet

ümumdünya məlumatına qoşulmağa imkan yaradan böyük və mürəkkəb kompüter şəbəkələrinin birləşməsidir. İstifadəçi internetdən istifadə edərkən dünyanın istənilən nöqtəsindən olan milyonlarla digər istifadəçilərlə informasiya mübadiləsi apara bilər. Turizm və mehmanxana müəssisələri daha çox avtomatlaşdırmaya uğrayır, maddi vəsait sərf olunur və ixtisaslaşmış personal hazırlanır. Bronlaşmanın kompüter sistemi anlayışı ilk dəfə 60-cı illərdə Avropa və ABŞ– da yaranıb. Qlobal bronlaşdırma sistemi əsasən bir ay əvvəlcədən planlaşdırıla bilməyən işgüzar səfərlər üçün sifariş olunur. Statistikaya görə Qlobal bronlaşdırma sistemi üsulu ilə bronlanmış mehmanxana uçuşdan bir neçə gün (yaxud saat) əvvəl müəyyən olunur. Hər bir bronlaşdırma sisteminin daxil olma rejimi adlanan bir neçə variantı var. Bunlar prinsipcə müxtəlif olan iki A və B tipidir. A tipinə daxil olarkən bronu təsdiq etmə haqqında məlumat avtomatik olaraq 7 saniyə ərzində geri qayıdır, bu da müştəri ofisə gəldiyi zaman turagentin ona tam şəkildə xidmət göstərməsinə şərait yaradır. B tipinə daxil olarkən bronu təsdiq etmə haqqında məlumat əl ilə personal provayderi (turoperator) və ya meh-manxana ilə 24 saat ərzində agentə qaytarılır. Mehmanxanaları hər hansı qlobal bronlaşdırma sistemi təmsil edərkən, aşagıdakıları özündə cəmləşdirməlidir: mehmanxananın ümumi və nömrə fondunun təsviri, qiymətlər, mövcud olan yerlər haqqında məlumat və s. Ümumi təsvir mehmanxananı yerləşdirmə obyekti kimi göstərməyə imkan verir, onun ünvanını, yerləşdiyi yeri, tikildiyi və ya yenidən bərpa ilini özündə əks etdirir və s. Bura yaxınlıqda yerləşən diqqətəlayiq yerlər haqqında məlumatlar da aiddir. Nömrə fondunun təsviri zamanı nömrələrin tipləri və dərəcələri, onların təsviri və tutumu göstərilir. Qlobal bronlaşdırma sistemləri ilə mehmanxanalardan komisyon haqqı alan peşəkar turaqentlər işləyir. Fərdi şəxslər isə mehmanxanalarda ucuz yer tapmaq məqsədi ilə internetdən istifadə edirlər. Bu zaman heç bir agentlik komisyonu ödənilmir.

Qonaqlar ilə işləyən kompüter sistemi xidmətləri, müxtəlif mehmanxana sənayesi müəssisələrində biri digərindən xeyli fərqlənə bilər. Kompüter sisteminə daxil olan proqramlar, struktur vahidlər olan – modullara birləşiblər. Modul – mehmanxana müəssisənin (bronlaşdırma, yerləşdirmə, hesab və s.) müəyyən iş üsulunun qruplarıdır. Qonaqlar ilə iş zamanı əsas modullardan biri bronlaşdırma moduludur. BronlaĢdırma modulu (rezervasiya) mehmanxanada nömrə (yer) bronlaşdırma üçündür və vaxta bağlanıb, təsdiq (ləğv) etmə rejimində işləyir. Bronlaşdırma modulu qonaqların sorğusuna əsasən sifarişlərin qəbulu xidmətlərinə, məlumatın tez təhlilinə, otaqların tez hazırlanmasına, həmçinin gəlir haqqında hesabların tərtib olunması və proqnozların tərtib olunmasına imkan verir.

Menecerin modulunu mehmanxananın köməkçi idarə sistemi adlandırmaq olar. O, hesabatları avtomatik rejimdə generasiya edir (əmələ gəlir). Məsələn, sistemə müəyyən vaxtda müxtəlif bölmələrin fəaliyyəti haqqında məlumat, onların hesabatlarını çap etdirmək və ya gün ərzində əvvəlcədən müəyyən olunmuş parametrlərin bəzi çətin mənalarını tapmaq tapşırığını verir.

İnzibati xidmətin modulu nömrələrin texniki vəziyyətini, cari statusunu, qiymətlərini, otelin məşğulluğunu cəmləşdirən mərkəzləşmiş sistemdir. Onun köməyi ilə daimi müştərilərin oteldə qalma tarixi, qeydləri aşkar edilir, rezervasiya və qeydiyyatı aparılır. Deməli inzibati xidmət qonağın şəxsi hesabının qeydiyyatını aparır ki, bu yalnız otağın deyil, həmçinin restoranda yemək, paltarın kimyəvi təmizlənməsi və s. kimi xidmətlərin xərclərini özündə əks etdirir.

Qida bölmələrinin modulunda təchizatçılardan məlumat mətbəxdəki baş aşbaza çatır. Əgər bu məlumat anbarın doldurulmasına aiddirsə onda, o mühasibatdan keçir və daxil olan malın, sənədlərin tərtibatı aparılır. Nömrələrə xidmət şöbəsi vasitəsi ilə mərkəzi mətbəx terminalına və həmçinin ticarət zalına qonaqlardan sifarişlər gəlir.

Nömrələrin yığışdırılması və təmizliyinə baxan şöbənin modulu – nömrələrin vəziyyəti haqqında məlumatı Front Office şöbəsinə verir. Ümumiyətlə, hər bir nömrəyə boş və yaxud qonaq yaşayır statusu verilir.

Mehmanxananın marketinq şöbəsi mehnanxananın əsas məlumat sisteminə daxil deyil, belə ki, bu şöbə sanki mehmanxananın xaricində yerləşir. Bu şöbənin işçiləri mehmanxananı qonaqlarla təchiz edən kimi çıxış edirlər. Buna görə də bu şöbə mehmanxananın daxili şöbələri ilə birbaşa əlaqə saxlamır. Modula yalnız o halda ehtiyac ola bilər ki, mehmanxanada qalmanın maliyyə şərtlərində dəyişiklik olsun və təklif olunan xidmətlərin sayı artırılsın. Avtomatlaşdırma mehmanxana təsərrüfatının kompleks sisteminin çox saylı olmağına baxmayaraq, bu cür oxşar sistemlərin qurma üslubları olduqca oxşardır. Proqramlar funksional prinsip üzrə qurulub. Nömrə fondunun (Front Office) idarə olunmasında avtomatlaşdırma sisteminin proqramı, rezervasiyanı, göstərilən xidmətlərin yerləşdirilməsini,

qeydiyyatını, hesablarının avtomatik aparılmasını təmin edir. Servis modul sistemləri sənədlərin, məktubların hazırlanması, əməliyyat, statistika, maliyyə hesablarının formalaşdırması üçün müəyyən ed-ilib. Kiçik otellərdə, Front Office-də bəsit avtomatlaşdırılmış sistemlərdən istifadə olunur.

Fidelio sistemi mehmanxana işinin bütün mərhələlərini, nömrələrin kompüter vasitəsi ilə bronda saxlanılması, qeydiyyat, yerləşdirmə və nömrə fondunun idarə olunması, qonaqların yola salınması, mühasibat və maliyyə işlərinin aparılmasına qədər əhatə edir. Sistemin istifadəsi olduqca sadədir, heç bir fərdi kompüter tələb etmir və hər bir mehmanxanada (ölçüsündən asılı olmayaraq) istifadə olunması üçün müvafiqdir. Funksiya etibarı ilə, sistem bir neçə modula bölünür: bronlaşma, nömrə fondundan blok istifadə, tariflərin idarə olunması (gözdən keçirmə, dəyişiklik, optimizasiya), xidmətlərin paketləşdirilməsi (konfiqurasiya, satılması, nəzarəti, xidmətlərin təqdim edilməsi, haqq-hesab və s.), qeydiyyat və qonaqların yola salınması, hesabatların hazırlanması və s.

Lodging Touch sistemi, mühasibat proqramları, mehmanxana gəlirinin optimizasiya sistemi, ödənişli televiziya, telefon sistemi, nömrələrə girişin yoxlanılması, və s. kimi kənar proqramlarla da əlaqəli ola bilər. Lodging Touch sistemi – receptionist modul prinsipinə əsasən qurulub. Nömrələrin bron edilməsi (bronun rəsmiləşdirilməsi və ləğvi, gözləmə siyahısının tutulması, hər mərtəbə üçün planın həyata keçirilməsi), qonaqların yerləşdirilməsi və yola salınması, ödənişin hesablanması, gecə auditi üsulları funksiyalarını dəstəkləyən əməliyyat bloku mərkəz hesab olunur. Burada mehmanxananın vəziyyəti üzrə hesabatı nəzərdən keçirmək, (qrafik və ya cədvəl formasında), müxtəlif məlumatları (qonaq vərəqələri, pasport məlumatları və s.) əldə etmək mümkündür. Lodging Touch sisteminin digər müxtəlif modul proqramları sırasına tariflərin idarə edilməsi bloku, nömrə fondunun idarə edilməsi bloku (otaqların təmizlənməsi və xadimələrin iş qrafikinin təşkili üçün) aiddir.

Nimeta sistemi kiçik və orta həcmli mehmanxanalar üçün nəzərdə tutulmuşdur. Nimeta sistemi internet texnologiyası vasitəsi ilə mehmanxanaların idarə olunması sisteminin icarəyə götürülməsi və istifadəsinə şərait yaradır. Bu texnologiya ondan ibarətdir ki, mehmanxanadakı bütün məlumatlar və idarəetmə sistemi proqramının özü mehmanxanadan kənarda, xüsusi ilə bu məqsəd üçün ayrılmış serverdə yerləşir. Bu cür server internet provayderin təchiz edilmiş servis mərkəzində yerləşir. Buna görə də Nimeta sisteminin qoşulması və istifadəsi üçün kompüterin və internetə çıxışın olması kifayətdir. Mehmanxanaların kompüterləşdirilməsi üçün bir sıra müxtəlif sistemlər də mövcuddur. Demək olar ki, bütün sistemlər, təqribən eyni, bir-birindən cüzi şəkildə fərqlənən, funksiya və imkanlardan ibarətdir.

Wi-Fi yüksək sürətdə internetə naqilsiz qoşulma imkanı verir. Wi-Fi interneti həqiqətən yüksək sürətli və rahat edir. İnternetə bağlanmaq üçün hansısa mürəkkəb qurulma işlərini aparmaq, məftilləri qoşmaq lazım deyil, sadəcə bağlanışı ödəmək, kompüteri qoşmaq lazımdır və sonra istədiyin yeni xəbərləri oxumaq, elektron məktublar göndərmək imkanı əldə edirsən. Naqillərin yoxluğu istifadəçiyə öz otağı, mərtəbəsi və ya binanın daxilində rahat yerdəyişmə imkanı verir. Bütün dünyada naqilsiz internet, qonaqlar üçün mehmanxana xidmətləri haqqında əhəmiyyətli təəssürat yaradır. Bir çox şəbəkə mehmanxanaları artıq belə sistemlər quraşdırıblar. Mehmanxana, avadanlıqların Wi-Fi texnologiyası ilə naqilsiz internetə qoşulmaqla yeni üstünlüklərə nail olur və eyni zamanda mehmanxana biznesində çalışanları və bir çox qonaqları özünə cəlb edir. Naqilsiz internetə daxil olma sistemi artıq bütün dünyada özünə layiqli yer tutub. Sistem qonaqlar üçün həm internetə giriş həm də telefon əlaqələri üçün istifadə oluna bilər. Eyni zamanda o mehmanxananın personal ilə gündəlik məsələlərin həllini tapmaq üçün istifadə oluna bilər.

Müasir mehmanxananın lazımi informasiya alma vasitələri telefon, televizor, internet və s. olmadan fəaliyyəti mümkün deyil. Mehmanxananın nüfuzlu sayılması, rəqabətli və gəlirli olması üçün, qonaqlara təklif edilən xidmətlər müasir texniki tələblərə cavab verməlidir. Müxtəlif kateqoriyalı mehmanxanalar üçün nəzərdə tutulmuş bir çox interaktiv mehmanxana sistemləri var. Mehmanxananın interaktiv sistemi, müdiriyyətin müştərilərlə qarşılıqlı əlaqəsini nəzərdə tutub. Bu qarşılıqlı fikir mübadiləsi üçün kanal əlaqəsidir; nömrəni tərk etmədən müştəri hesabındakı vəziyyəti yoxlaya, əlavə xidmətlər üçün sifariş edə, mehmanxana haqqında ətraflı məlumatları ala bilər və s. Buna görə tikinti və ya mehmanxananın bərpa döv-ründə interaktiv sistemin qurulmasına icazə verən lazımi mühəndis kommunikasiyalarını quraşdırmaq məqsədə uyğundur. Qonaq nömrəyə daxil olduğu zaman avtomatik təbrik mesajı onun TV – qəbuledicisinə qoşulur və "Cənab Ruzvelt, bizim mehmanxanaya xoş gəlmisiniz, Sizə xoş arzular diləyirəm, Baş Menecer" mesajı göndərilir. Bu dərhal qonağa diqqət göstərmək imkanı verir, onun üçün müəyyən müsbət mühit yaradır və müştərilərin mehmanxanaya münasibətinə

yaxşı təsir bağışlayır. Qonağın nömrəyə yerləşdiyi vaxt avtomatik qəbuledici qoşulur və televizor ekranında saxlanma rejimində olan mesaj görünür. İnteraktiv sisteminin köməyi ilə qonaqlara mesajların göndərilməsi həyata keçirilir. Reception bilavasitə fərdi qonaq və qrup qonaqlara nömrələrindəki televizor ekranlarına mesajları göndərə bilər. Sistem me-sajın göndərildiyini və müştəri tərəfindən oxunulduğunu təsdiq edə bilər. İnteraktiv səhifədə mehmanxanada göstərilən xidmətlərin iş saatı, konfransların keçirilmə tarixləri, teatr, muzeylərin iş saatı, restoranların menyusu və s. haqda məlumatlar göstərilir. İnternetdə axtarışsız tez və operativ lazımi məlumatı almaq imkanı qonaqlar üçün cəlb edicidir. Bundan əlavə müştəri özü televizor qəbuledicisində otel heyətinə müraciət etmədən, zəngli saatın vaxtını qura bilər. Bu funksiya özü ilə müəyyən olunmuş vaxtda televizorun qoşulmasına və qonağın yuxudan oyanmasına imkan verir. İnteraktiv Televiziya Sistemi nömrələrdən birbaşa sifarişlərin həyata keçirmək imkanı verir; məsələn restoran və bardan sifariş, qonaq tərəfindən baqajının yığılması haqqında tələbnamə, taksinin çağırılması, kimyəvi təmizləmə və ya çamaşırxanaya sifariş və s. TV ekran-qəbuledici vasitəsi ilə qonaq mehmanxanada istifadə etdiyi bütün xidmətlərin hesabına baxır, məbləğini görür, dəqiqləşdirir və bunların Front Office-ə gedib araşdırılmasına lüzum yaranmır və sadəcə pulunu ödəyir. İnteraktiv televizorun köməyi ilə, xadimələr hər bir müəyyən otağın vəziyyətini bildirirlər. Otağın status dəyişikliyi haqqında məlumatı göndərir, nömrənin qonağın qəbulu üçün hazır olduğu və ya otaqda hər hansısa işlərin aparılması ehtiyacı olduğunu bildirirlər. Əgər mehmanxana özünə məxsus interfeyslə təchiz olunubsa, onda onların dəyişiklikləri haqqında məlumat avtomatik olaraq qonağın hesabına əlavə edilir və bu mehmanxanaya vaxta qənaət və effektiv idarə etmək imkanı verir. Bütün interaktiv funksiyalar qonağa onun profaylında göstərildiyi dildə verilir. Mehmanxananın turizm və ya biznes ist-iqamə-tində fəaliyyətindən asılı olmayaraq, interaktiv Televiziya sistemi aparıcı mehmanxana şəbəkələrində quraşdırılıb.

Nəticə və təkliflər

Müasir dövrdə mehmanxana və restoran biznesinə hər növ fəaliyyətin avtomatlaşdırılması və optimallaşdırılması üçün xüsusi proqram panelləri mövcüddur. Mehmanxanaların cari durumu, qonaq haqqında tam və zamanında informasiya alınması, idarəetmə, qonaqlar üçün xidmətlərin keyfiyyətinin artrılması, qonaqla olan bütün işlərin avtomatlaşdırılması, məlumat bazasının yaradıması və başqa işlərdə bu proqram panellərinin çox böyük xidmətləri vardır.

Mehmanxana biznesini informasiya təminatı olmadan inkişaf etdirmək mümkün deyil. İnformasiya həm turist üçün, həm də turist xidmətləri təklif edən müəssisələr üçün vacib faktordur. İnformasiya verilməsi işində isə İT-nin imkanlarından geniş istifadə olunur. Mehmanxanada informasiya xidməti ən önəmli xidmətlərdən biridir. İnformasiya alınması, saxlanılması, paylaşılması üçün isə İT-nin tətbiqi vacib məsələdir.

Sadə dildə desək İT – məlumat toplamaq və lazımi informasiyalar yaratmaq üçün müəssisələrə texnologiyanın tətbiq olunmasıdır. İnformasiya texnologiyaları məlumatların qeyd olunması, informasiya yaradılması, bu informasiyalardan istifadə olunması və onların paylaşımı kimi işlərin yerinə yetirilməsini müəssisələr üçün asanlaşdırır.

Günümüzdə rəqabət bütün müəssisələr üçün davam gətirmənin əsas faktorudur, mehmanxana və digər müəssisələr də sıx rəqabət şəraitində öz fəliyyətlərini davam etdirməyə çalışırlar. Belə ki, mehmanxana və digər müəssisələr göstərdikləri keyfiyyətini, çeşidini və zənginliyini artıraraq digərlərindən daha önə keçə bilərlər və bununla da rəqabətdə üstünlük əldə edərlər. Və bu rəqabət şəraitindən qazanılan üstnlüklərdə İT tətbiqinin rolu danılmazdır.

Ədəbiyyat

1. Ağakərimov M.M, Hotel menecmenti, Bakı, 2016, s.310;
2. Ağakərimov M.M, Otel, Bakı, 2008, s.207;
3. "Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi". 06.12.2016;
4. Azərbaycan turizminin statistikası, Bakı, 2014;
5. Dərgahov.V.S, Kərimov R.N. "Şəbəkə otellərin iş prinsipi və onların Azərbaycanda fəaliyyət isti-qamətləri";
6. İnternational journal, Tourism and hospitality studies, 2015;
7. Kozak Nazmi "Otel işletmeciliği", Ankara, 2016;
8. Qasımov.F.H, Nəcəfov.Z.M, İnnovasiyalar: yaranması, yayılması və inkişaf prespektivləri, Bakı, 2009, s.416;

9. Qurbanov.F.İ. “Azərbaycanda turizmin inkişaf problemləri”, Bakı, 2007;
10. Orhan Batman, Otel işletmeleri yönetimi, Adapazarı, 2014;
11. Orhan Batman, Uluslararası otel işletmeceliği, Adapazarı, 2005;
12. Soltanova.H.B, Ağakərimov.M.M, Babazadə.S.S, Mehmanxana təsərrüfatı, Bakı, 2005, s.225.

Mirhəşim SEYİDOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
seyidov.mirhashim.2001@atmu.edu.az

TURİZM SEKTORUNDA MUSİQİLİ TURİZMİN ROLU

THE ROLE OF MUSICAL TOURISM IN THE TOURISM SECTOR

РОЛЬ МУЗЫКАЛЬНОГО ТУРИЗМА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Xülasə: Turizm ölkə iqtisadiyyatının inkişafında mühüm rol oynayır. Ölkəyə gələnlərin sayının çoxluğu xidmətlərin istehsalına və istehsalın keyfiyyətinə təkan verir. Onu da nəzərə almaq lazımdır ki, turistlər öz ehtiyac və istəklərini, asudə vaxtlarının keyfiyyətini, səyahətlərinin təsirli olduğu və ya keçəcəyinə inandıqları yerləri seçirlər. Turistlər öz istəklərini təmin edə bilən insanlardır.

Beynəlxalq turizm ölkənin inkişafında çox mürəkkəb və unikal hadisədir. Bu baxımdan, beynəlxalq turizmin əsas prioriteti milli iqtisadiyyata və dünya ticarətinə təsirinin öyrənilməsidir. Bu məqalədə müxtəlif turizm növlərinin inkişaf xüsusiyyətləri araşdırılır.

Açar sözlər: *turizm, turizmin inkişafı, musiqi məzmunlu turizm, daxili turizm, beynəlxalq turizm və s.*

Abstract: Tourism plays an important role in the development of the country's economy. The large number of visitors to the country stimulates the production of services and the quality of production. It should also be taken into account that tourists choose the needs and desires, the quality of their leisure, the places where their travels are effective or they believe they will pass. Tourists are people who can satisfy their desires.

International tourism is a very complex and unique event in the development of the country. In this regard, the main priority of international tourism is to study the impact on the national economy and world trade. This article examines the development characteristics of different types of tourism.

Keywords: *tourism, tourism development, music tourism, domestic tourism, international tourism, etc.*

Абстракт: Туризм играет важную роль в развитии экономики страны. Большое количество приезжих в страну стимулирует производство услуг и качество продукции. Также следует учитывать, что туристы выбирают потребности и желания, качество своего досуга, места, где их путешествия эффективны или, по их мнению, они пройдут. Туристы – это люди, которые могут удовлетворить свои желания.

Международный туризм – очень сложное и уникальное явление в развитии страны. В связи с этим основным приоритетом международного туризма является изучение влияния на национальную экономику и мировую торговлю. В данной статье рассматриваются особенности развития различных видов туризма.

Ключевые слова: *туризм, развитие туризма, музыкальный туризм, внутренний туризм, международный туризм и др.*

Giriş

Turizm sektorunun müxtəlif ölkələrin büdcəsinə verdiyi töhfələrə görə müasir dünyanın iqtisadiyyatında böyük əhəmiyyət kəsb edir. Xüsusən, son əlli ildə ölkələrdə daxili və xarici turizmin inkişaf səviyyəsi demək olar ki, yüksələn xətlə davam edirdi.

Lakin son illərdə ölkəmizdə və dünyada baş verən Covid-19 pandemiyası bütün sektorları əhatə etdiyi kimi turizm sektoruna da öz mənfi təsirini göstərib. Məhz bu prosesin nəticəsində beynəlxalq turizm fəaliyyətlərində ciddi azalma müşahidə olunur.

Ona görə də son dövrlərdə demək olar ki, bir çox ölkələrdə yerli turistlərin turizm fəaliyyətlərində iştirak etdiyi “daxili turizm” turizm sektorunun ayaqda qalması üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bu baxımdan ölkəmizdə də "daxili turizm" in daha geniş miqyasda təşkili həm sənayenin, həm də turizm sektorunun digər iştirakçıları üçün geniş imkanlar yaratdı.

Beynəlxalq turizm dünya iqtisadiyyatının mühüm sektorudur və dünya ümumdünya büdcəsinin 1/10 hissəsini təşkil edir. Bir çox ölkələrdə bu rəqəm daha yüksəkdir. Bu gün beynəlxalq turizmin qlo-

bal turizm sənayesinin mühüm tərkib hissəsi və milli iqtisadiyyatın əhəmiyyətli valyuta gəlirləri yaradan mühüm sektoru kimi öyrənilməsinə böyük maraq var.(3;42)

Müxtəlif xalqların təbiətini, abidələrini, tarixi və mədəniyyətini adət və ənənələri bilmək və onlardan xəbərdar olmaq təbii istəyi insanda bu sahənin inkişaf etdirilməsinə səbəb oldu.

Müasir dövrdə beynəlxalq turizm sosial-iqtisadi münasibətlərin beynəlmiləlləşməsi prosesinin tərkib hissəsinə çevrilmişdir. Hazırda bir çox dünya ölkələrində əhəmiyyətli maddi-texniki baza və müxtəlif resurslar var ki, bu da dünyanın hər yerindən çoxsaylı turistləri cəlb edir, bununla da turizm sənayesi formalaşır və uğurla inkişaf edir.

Əsas hissə

Beynəlxalq turizm müasir dövrdə beynəlxalq əməyin ən sürətlə inkişaf edən formalarından birinə çevrilmişdir. Beynəlxalq turizm müxtəlif təbii turizm ehtiyatları ilə yanaşı, sahilboyu və dağlıq əraziləri, tarixi, mədəniyyət abidələrini və s. kimi antropogen mənşəli ehtiyatlar da turizm və ekskursiya sektorunun inkişafı və iqtisadiyyata təsirinin artması ilə əlaqədardır. Ayrı-ayrı ölkənin iqtisadiyyatında Beynəlxalq turizm bir sıra mühüm funksiyaları yerinə yetirir:

1. Beynəlxalq turizm ölkə üçün valyuta gəlirləri mənbəyi və işsizliyin azalmasına ən unikal təsir üsuludur.

2. Beynəlxalq turizm ölkənin ümumi daxili məhsuluna və ödəmə qabiliyyəti balansına gəlirləri artırır.

3. Beynəlxalq turizm – turizm üçün xidmət sahəsini qurmaqla iqtisadiyyatın şaxələndirilməsinə töhfə verir.

4. Turizm sahəsində məşğulluğun artması hesabına ölkənin gəlirləri artır və millətin maddi rifahına müsbət təsir edir.

Beynəlxalq turizm sektoru hazırda dünya iqtisadiyyatının lider sənaye sahəsi olan və 11%-ni təşkil edən neft emalı sənayesindən və 8,6% payla avtomobil sənayesindən sonra dünyanın ən böyük üç perspektivli sənayesindən biridir.

Hazırda beynəlxalq turizmin bir sıra inkişaf edən növlərindən öndə gedəni musiqili ekskursiyaların təşkil olunmasıdır.

Bu cür festival müxtəlif mədəniyyət və incəsənət icmalarını (musiqiçilər, aktyorlar, rejissorlar və s.) əhatə edir. Bu sosial-mədəni hadisənin çoxşaxəliliyi onu bayram, müsabiqə, tamaşa və s. kimi formalarla təqdim oluna bilir. Festivallar uzunmüddətli hədəf daşıyır.

Qeyd etdiyimiz kimi, hər il belə tədbirlər bütün dünyada insanların böyük marağına səbəb olur. Hər il onların sayı artır və musiqi festivallarının mövzusu kifayət qədər müxtəlifləşir - cazdan roka, xalq musiqisindən müasir elektro musiqiyə qədər.

Deməli, musiqi festivallarını hadisə turizminin növlərindən biri hesab etmək olar. Sadə konsertlərdən tutmuş musiqi festivalları hadisə turizminin tərkib hissəsinə çevrilmişdir. Bu, ən populyarlar turizm növlərindən biridir, çünki müxtəlif janrlarda və istiqamətlərdə musiqi konsertləri daim tələb olunur. Müxtəlif yönümlü festivallar, bədii həyatın fenomeni kimi xüsusi bayram ab-havası, ən yaxşı bədii kollektivlərin və ifaçıların nümayişinə önəm verilməsi, repertuar təklifinin orijinallığı ilə seçilir.

Hər il bu aktiv və dinamik turizm növü getdikcə daha da genişlənir. Musiqi festivalları tamamilə müxtəlif yaşlarda olan turistlər arasında populyardır. Lakin onları bir şey birləşdirir - aktiv istirahət, yeni bir şey görmək arzusu, bayram ab-havasını hiss etmək. Onlar bir çox məqsəd və vəzifələri birləşdirir və turist qısa müddətə səyahət etsə belə, belə bir səyahət müxtəlif hadisələrlə dolu olacaq və təəssüratları uzun müddət insan psixologiyasını tərk etməyəcək.

Dünyada beynəlxalq turizm, ilk növbədə, ölkələrin və regionların müxtəlif sosial-iqtisadi inkişaf səviyyələri ilə əlaqədar olaraq müxtəlif cür inkişaf edir, yəni dəyişkəndir. Qərbi Avropa ölkələrində beynəlxalq turizmin əhəmiyyətli inkişafı müşahidə olunur. Bu region dünya turizm bazarının 70%-ni və valyuta gəlirlərinin təxminən 60%-ni təşkil edir. Təxminən 20%-i Amerikaya, 10%-dən az hissəsi Asiya, Amerika və Avstraliyaya aiddir.

Beynəlxalq turizm əlaqələrinin oxşar inkişafı beynəlxalq ticarətin bu sahəsinin işini yaxşılaşdırmağa kömək edəcək bir çox beynəlxalq təşkilatların yaradılmasına səbəb oldu. İsveçrə, Avstriya və Fransa kimi bir çox yüksək inkişaf etmiş qərb ölkələri gəlirlərinin əhəmiyyətli bir hissəsini turizmdən əldə edirlər. Müharibədən sonrakı illərdə turizm sahəsində ən yaxşı elmi-tədqiqat bazası və peşə hazır-

lığı sistemi yaradılmışdır. Peşəkar kadr sayının artırılması turizm sənayesinə dəyər əlavə etməyin ən təsirli yollarından biridir.

Turizm çoxşaxəli bir hadisədir və müxtəlif formalarda ola bilər. Ədəbiyyatda onun çoxlu tərifləri var. Bununla belə, turizm anlayışının təsviri və bu konsepsiyanın kifayət qədər düzgün olması aşağıdakı səbəblərlə izah edilə bilər:

a) turizmin məqsədini bilmək üçün konkret turizm hadisəsinin təhlili ilk növbədə, bu spesifik fenomenin müəyyənləşdirilməsini və onun əhatə dairəsini tələb edir:

b) statistika məqsədləri üçün: turizmin spesifik hadisəsini müəyyən etmək və onu kifayət qədər dəqiqliklə müəyyən etmək lazımdır.

Bununla belə, turizmin dəqiq tərifini Bern Universitetinin professorları Gunner və Krapf veriblər və sonradan bu tərif Beynəlxalq Turizm Mütəxəssisləri Assosiasiyası tərəfindən qəbul edilib.

Alimlərin fikrincə, turizm səyahət nəticəsində yaranan, yaşayış yeri ilə bağlı olmayan və heç bir qazanc ilə bağlı olmayan hadisə kimi qəbul edilə bilər. Zaman keçdikcə turizmin ilkin konsepsiyası daha da genişləndi. O, heç bir gəlir əldə etməklə bağlı olmayan bir sıra digər məsələləri, ezamiyyətləri də əhatə etdi.

İstirahət, turizm, işgüzar və digər məqsədlər üçün bir ildən çox olmayan müddətə gündəlik mühitdən kənarda səyahət edən şəxslərin fəaliyyətidir. Turizmin bir neçə konseptual xüsusiyyətləri var:

a) turizm insanların ekskursiya və gəzinti ehtiyaclarını ödəmək üçün müxtəlif təyinatlı turizm istiqamətlərinə yönələn və orada dayanacaqlarda hərəkətinin nəticəsidir.
b) turun müxtəlif formalarına iki əsas element daxildir: turistik məkana səyahət və orada yerləşmə.
c) səyahət, ekskursiya turistin ölkədən ölkəyə, şəhərdən şəhərə, kəndə və s. getməsi deməkdir:
d) turistlərin müxtəlif turizm istiqamətlərinə səfərləri müvəqqəti xarakter daşıyır, yəni turist bir neçə gün, həftə və ya ay ərzində yaşadığı yerə qayıdır:
e) insanlar turistik yerlərə daimi yaşayış və mənfəətdən başqa müxtəlif məqsədlərlə gedirlər. Yəni bu, adətən, işgüzar fəaliyyətdən kənar olur.

Turizmin müxtəlif formalarda inkişafı insanın boş vaxtının və pulunun olması ilə bağlı olan bir fəaliyyətdir. İnsanların səyahət etmələrinin yeganə səbəbi ayağa qalxıb gündəlik həyatın çətinliklərindən xilas olmaqdır. Turizm səyahətçinin ölkə daxilində, eləcə də ölkə hüdudlarından kənarda ola biləcək təyin olunmuş yerə hərəkətini nəzərdə tutur. Çox vaxt səyahət edənlərin sayını ziyarət etdikləri ölkədəki insanların sayı ilə müqayisə edilə də blər. Bu az və ya çoxluq təşkil edə bilər. Bununla belə, turizmin bütün formalarına bir neçə səyahət forması daxil ola bilər.

Daxili turizmi müəyyən edən əsas meyar yaşayış ölkəsidir. Yerli turist - yaşayış ölkəsində adi mühitdən kənarda və kollektiv və ya fərdi yaşayış yerlərində ən azı bir gün, lakin bir ildən çox olmamaq şərtilə hər hansı məqsədlə istirahət edən və təyinat yerində pullu xidmətlərin həyata keçirilməsindən istifadə edən şəxsdir. Bir günlük ziyarətçinin də yerli turistdən fərqləndirmək üçün yeganə meyar təyinat yerində gecələməkdir.

Beynəlxalq turizm dövlətin inkişafında çox mürəkkəb və unikal hadisədir. Bu baxımdan, beynəlxalq turizmin əsas prioriteti milli iqtisadiyyata və dünya ticarətinə təsirini öyrənməkdir. Xarici iqtisadi əlaqələrin bir forması kimi beynəlxalq turizm bir neçə spesifik cəhətləri ilə seçilir.

Bu cəhətlərdən biri turizmin təşkili zamanı ölkələr arasındakı ticarət məsələləridir ki, bu sektorda çox önəmli yer tutur. Beynəlxalq turizmin bu əsas xüsusiyyəti onun üstün cəhətidir. Xarici ticarətdən fərqi budur ki, birincisi, daşınma xərclərini alıcı, yəni turist öz üzərinə götürür. İkincisi, xarici turistlərin ölkədə olduqları müddətdə aldıqları mallar daxili bazarda pərakəndə qiymətə satıldığı üçün çox vaxt xarici ticarət qiymətlərindən daha sərfəli formada olur. Müxtəlif ölkələrdə sərfəli ticarətə yararlı məhsullar da fərqlidir. Məsələn, Yaponiyada xarici turistlər radio və video məhsulları, fotoaparatlar, saatlar, şokoladlar, İsveçdə pendir, Fransada ətir və gözəllik salonu məhsulları, İtaliyada ayaqqabı və dəri – məhsulları, Böyük Britaniyadan viski və s. məhsullarını əhəmiyyətli dərəcədə sərfəli qiymətə əldə etmək mümkündür.

Əslində beynəlxalq turizm bir çox ölkələrin milli gəlirinin strukturuna və səviyyəsinə, onun dövriyyə balansına əhəmiyyətli təsir göstərə bilər və hələ də göstərir. Ona görə də müəyyən hallarda xarici turizmin inkişafı ölkənin sosial-iqtisadi inkişafının sürətləndirilməsinə yönəldilməlidir.

Tədbir turizminin əsas xüsusiyyəti turizm sahələri içərisində geniş yer tutması və növünün çoxluğudur. Bu, perspektivli və dinamik inkişaf edən turizm növüdür. Tədbir turizmi çoxşaxəli və rənga-

rəngdir, məzmunca tükənməzdir, hər il təsadüfi olaraq müntəzəm xarakter alan yeni tədbir turları ilə tamamlanır. Tədbir turizmi tədbirin miqyasına və ölçüsünə görə təsnif edilə bilər.

Bildiyimiz kimi, günəş və ya ay tutulması kimi təbiət hadisələrini də tədbir turizminə çevirmək olar. Qeyd etdiyimiz kimi, tədbir turizminin növlərindən biri festival turizmidir. Festival turizmi nisbətən yenidir və dünya iqtisadiyyatında, turizm və ekskursiya sektorunda mühüm yer tutmuaqdadır.

Nəticə

Müasir dövrdə sivil ölkələrdə, o cümlədən bir çox Avropa ölkələrində musiqi turizmi də ayrılıqda dövlət büdcəsinə böyük gəlir gətirir. Ölkənin demək olar ki, bütün şəhərlərində musiqili dram teatrları fəaliyyət göstərir. Həm bu teatrlarda, həm özəl olaraq istedadlı müğənnilər, aktyorlar oynayır.

Bu gün turizmin kommersiya cəhətdən əlverişli növu olan musiqili turizmi inkişaf etdirsək, mahnılarımız, milli rəqslərimiz, muğamlarımız, musiqilərimiz, milli geyimlərimiz daha da inkişaf edəcək, tanınacaq. Üstəlik də turizm sahəsindən gələn gəliri artıracaq. Bu, eyni zamanda dövlət başçısı Azərbaycan Respublikasının Prezidenti Cənab İlham Əliyevin İnkişaf proqramına da dəstək ola bilərdi. Bundan başqa, xalqımızın sənət adamlarının mədəniyyət sahəsinə, eyni zamanda turizm sektoruna töhfəsi olardı. Ən əsası da milli incəsənətimizi təbliğ edən yeni canlanma istiqamətlərindən biri olardı.

Atalarımızdan bizə miras qalan mənəvi dəyərlər qiymətlidir. Bu, sənətkarların şəxsiyyətlərini üzə çıxaracaq, milli sənətimizi təbliğ edəcək müasir dirçəliş istiqamətlərini müəyyən etmək hazırda turizmin qarşısında duran prioritet məqamdır.

Axı tarixən şeir-sənət, musiqi beşiyi olan Azərbaycanda əcdadlarımızdan bizə miras qalmış mənəvi dəyərlərimizi müasir şəkildə dirçəltməyin vaxtı çatıb. Ticarət teatrlarının sayını artırmaq, onlara dövlət tərəfindən dəstək vermək lazımdır. Xalqımızın əsas milli musiqi alətlərini – saz, tar, kamança kimi alətlərə, eyni zamanda onları ifa edənlər xüsusi diqqət, qayğı göstərilməlidir.

Ədəbiyyat

1. Azərbaycanda turizm və xidmətlər. Bakı: Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi, 2014. 247s.
2. Azərbaycanda turizm. Bakı: Azərb. Resp. Dövlət Statistika Komitəsi, 2015. 218 s.
3. Növrəsli T.N. Turizmin marketinq planlaşdırılması.Elmi xəbərlər.Sosial və humanitar elmlər bölməsi. SDU.Cild14, No(1), Sumqayıt, 2018, səh 77-81
4. Bilalov B.Ə.,C.Məmmədov. Azərbaycanda gəlmə turizm və onun inkişaf yolları. Mütərcim, Bakı, 2004.
5. Növrəsli T.N. Tuizm olayına genel yaklaşım.Beynəlxalq hüquq və inteqrasiya problemləri elmi analitik jurnalının No2 (34), Bakı, 2013, səh.327-330

Şahnaz BAXIŞOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, dissertant
s.baxisova@atmu.edu.az
orcid.org/ 0000-0002-1993-4351

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA TURİZM ÜÇÜN XARAKTERİK SAHƏLƏRİN İNKİŞAFI

DEVELOPMENT OF CHARACTERISTIC AREAS OF TOURISM IN THE REPUBLIC OF AZERBAIJAN

РАЗВИТИЕ ХАРАКТЕРНЫЕ ОБЛАСТИ ТУРИЗМА В АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Xülasə. Məqalədə Azərbaycan Respublikasında turizm üçün xarakterik sahələrin inkişafı təhlil edilərək qiymətləndirilmişdir. Tədqiqat işində bu sektorun ümümi daxili məhsulda payı, yaratdığı əlavə dəyər, turizm üzrə xarakterik sahələrə qoyulan investisiyalar təhlil edilmişdir. Məqalədə, həmçinin turizm üzrə xarakterik sahələrə yönəldilən investisiyalara, əlavə dəyər arasındakı korrelyasiya – reqressiya əlaqələri müəyyən edilmişdir.

Açar sözlər: *turizm, otel, əlavə dəyər, investisiya, reqressiya, korrelyasiya, model, pandemiya, elastiklik əmsalı*

Абстракт: В статье анализируется и оценивается развитие характерных для туризма области в Азербайджанской Республике. В исследовательской работе были проанализированы доля этого сектора в общем внутреннем продукте, его добавленная стоимость, а также инвестиции, осуществленные в характерных сферах туризма. В статье определены корреляционно-регрессионные связи между инвестициями, направленными в характерные сферы туризма и добавленной стоимостью.
Ключевые слова: *туризм, гостиница, добавленная стоимость, инвестиции, регрессия, корреляция, модель, пандемия, коэффициент эластичности*

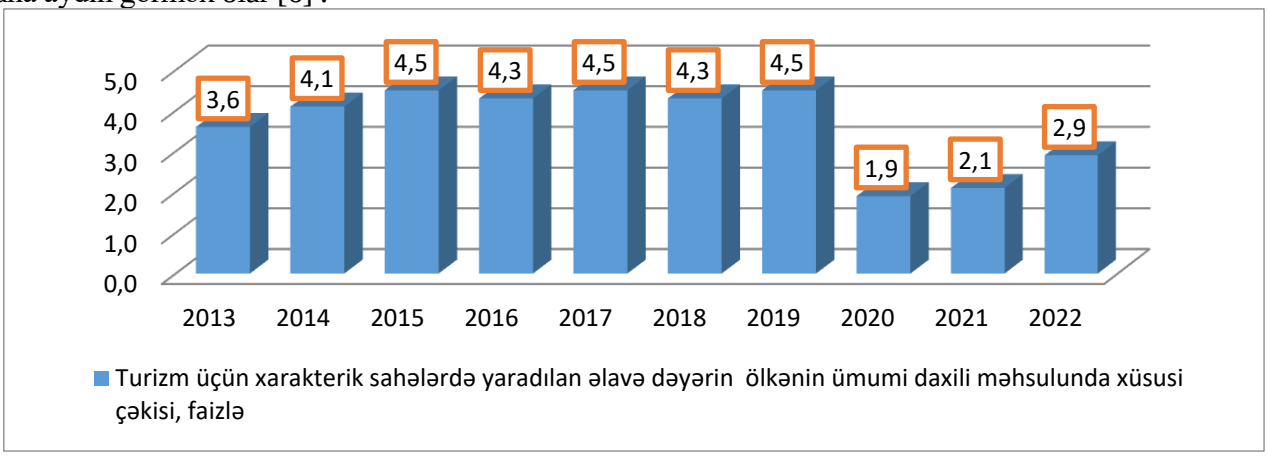
Abstract: In the article, the development of tourism-specific regions in the Republic of Azerbaijan is analyzed and evaluated. In the research work, the share of this sector in the total domestic product, its added value, as well as investments made in the characteristic spheres of tourism were analyzed. In the article, correlation-regression relationships between investments aimed at the characteristic spheres of tourism and added value are determined.
Keywords*: tourism, hotel, added value, investment, regression, correlation, model, pandemic, coefficient of elasticity*

Giriş. Dünya iqtisadiyyatının qloballaşması şəraitində rəqəmsal transformasiyanın inkişafı iqtisadiyyatın uğurlu və gəlirli sahələrinə aid edilən turizm sektorunun inkişafında mühüm rol oynayır. Statistik məlumatlara əsasən qlobal səyahət və turizm sektoru qlobal ÜDM-in COVİD-19 pandemiyasınadək 10,3%-ni təşkil etmişdir. 2020-ci ildə isə pandemiya ilə əlaqədar olaraq bu göstərici 5,3%-ə düşsə də sonrakı ildə artaraq 6,1% təşkil etmişdir. Dünya üzrə turizm 2019-cu ildə ÜDM-ə 9,63 trilyon ABŞ Dolları məbləğində töhvə vermişdir. Bu göstərici COVİD-19 pandemiyasının təsirləri ilə 2020-ci ildə 4,8 trilyon dollar, 2021-ci ildə isə 5,8 trilyon dollar təşkil etmişdir. İş yerlərinin sayı isə 2019-cu ildə 333 mln nəfər təşkil etsə də, 2019-cu ildə məlum səbəblərdən azalaraq 271 milyon nəfər, 2021-ci ildə isə 289 milyon nəfər təşkil etmişdir. İnformasiya texnologiyaları xidmətindən əldə olunan gəlirlər artsa da, 2020-ci ildə COVİD-19 pandemiyasının təsirlərinə baxmayaraq turizm sənayenin dəyər ifadəsində artım tempi İT sektorundan iki dəfədən çox yüksək olmuşdur [7, 8]. Ümumdünya Səyahət və Turizm Şurasının (WTTC) sektorun iqtisadi təsiri və sosial təsiri ilə bağlı illik araşdırmasına görə, turizm bazarı 2018-ci ildə rekord həddə – 8,8 trilyon dollara çatmışdır. Dünya Səyahət və Turizm Şurasının proqnozuna görə, 2033-cü ildə qlobal turizm sənayesinin həcmi 2019-cu illə müqayisədə 50% artaraq 15,5 trilyon dollara çatacaq ki, bu da qlobal iqtisadiyyatın təxminən 11,6%-ni Dünya Səyahət və Turizm Şurasının (WTTC) proqnozuna görə, 2033-cü ilə qədər qlobal turizm sənayesinin həcmi 2019-cu illə müqayisədə 50% artaraq 15,5 trilyon dollara çatacaq ki, bu da qlobal iqtisadiyyatın təxminən 11,6%-ni təşkil edəcək. WTTC-nin proqnozlarına görə, növbəti on il ərzində səyahət və turizm sektoru dünyada təxminən 100 milyon yeni iş yeri yaradacaq və ümumilikdə 421 milyon insanı işlə təmin edəcək [8]. 2022-ci ildə ÜDM-ə nisbətdə səyahət və turizmdən ən çox gəlir əldə edən ilk beş ölkə pandemiyadan əvvəlki 2019-cu ildə olduğu kimi də liderlik səviyəsində qalır. İlk beşliyə daxil olan ölkələr ABŞ, Çin, Almaniya, Yaponiya və Böyük Britaniyadır. İlk onluğa isə Fransa, Meksika, İtaliya, Hindistan və İspaniya daxildir [6,8]. Tədqiqatlar göstərir ki, turizm ÜDM-in həcminə və artım tempinə birbaşa təsir göstərir.

Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafının əlavə dəyərə təsiri

Turizm sektoru iqtisadiyyatın digər sahələrinə nisbətən xidmət sahələri üzrə Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafında mühüm rol oynayır. Əlverişli coğrafi və iqlim şəraiti Azərbaycanın turizm potensialının səmərəliliyinin yüksəldilməsinə geniş imkanlar yaradır. Müzəffər Azərbaycan Ordusunun Ali Baş Komandanı İlham Əliyevin rəhbərliyi ilə 44 günlük vətən müharibəsindən sonra işğal altında olan ərazilərimizin bərpası ilə əlaqədar olaraq, 2 fevral 2021-ci il tarixində imzaladığı "Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər"in təsdiq edilməsi haqqında Sərəncamına əsasən növbəti onillikdə ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına dair 5 əsas Milli Prioritetin reallaşdırılması üzrə müəyyən edilmiş sahələrdən biri kimi azad olunmuş ərazilərə Böyük Qayıdış proqramının icrası bu baxımdan mühüm əhəmiyyət kəsb edir [1, 2]. Həmin proqram çərçivəsində bu ərazilərdə aparılan yenidənqurma işləri, işğaldan azad edilmiş ərazilərin iqtisadi potensialının artmasına təsir edərək, əhalinin sosial-iqtisadi vəziyyətinin daha da yaxşılaşdırılmasına yönələrək, geniş turizm potensialına malik olan bu ərazilərin inkişafına geniş təkan verəcəkdir. Son dövrlərdə Azərbaycanın qoşulduğu beynəlxalq nəqliyyat dəhlizlərinin inkişafı, nəqliyyat infrastrukturları ilə yanaşı turizmin inkişafına da geniş şərait yaratmışdır. Statistik mənbələrə görə 2015-2017-ci illərdə

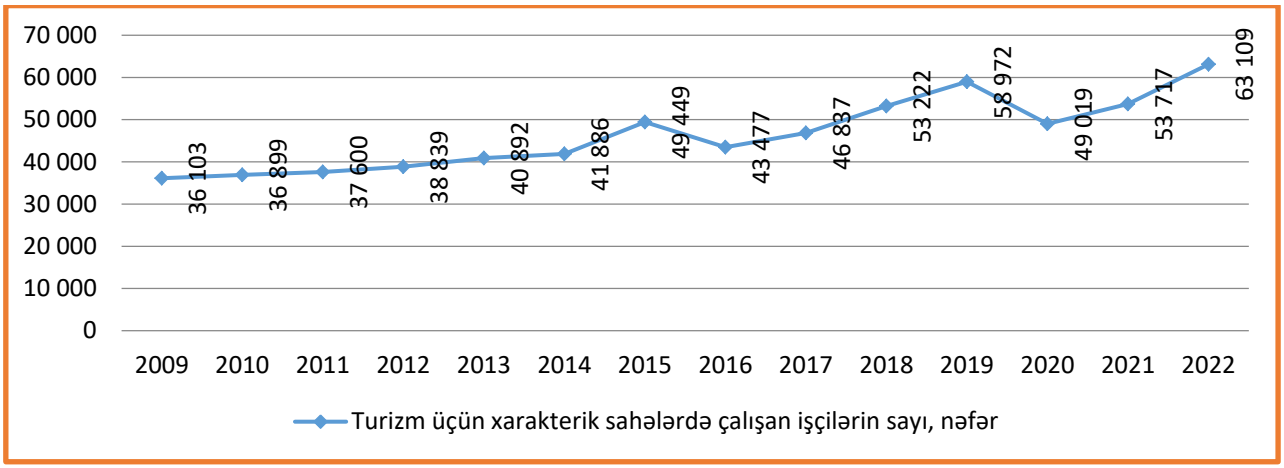
və 2019-cu ildə 4,5%, 2018-ci ildə 4,3% olmuşdur. 2020-ci ildə isə bu göstərici COVİD-19 pandemiyası ilə əlaqədar olaraq 1,9% olsa da 2021-2022-ci illərdə artaraq 1,9-2,9% təşkil etmişdir. Turizm ÜDM-in artım tempinə birbaşa təsiri isə 2015-2017-ci illər üzrə artaraq 1,4%-dən 2017-ci il üzrə 14,8%-ədək yüksəlmişdir. Sonrakı illərdə isə bu artım azalma ilə müşahidə edilmişdir. Belə ki, 2018-ci ildə ildə turizm ÜDM-in artım tempinə birbaşa təsiri 8,1%, 2019-cu ildə 9,3%, 2020-ci ildə isə pandemiya ilə əlaqədar olaraq 62,8% təşkil etsə də sonrakı illərdə 48,7-49,8% aralığında dəyişmişdir. Aşağıdakı diaqrammadan bunları daha aydın görmək olar [6] .



Şəkil 1.Turizm üçün xarakterik sahələrdə yaradılan əlavə dəyərin ölkənin ümumi daxili məhsulunda xüsusi çəkisi, faizlə

Mənbə (6) məlumatlarına görə tərtib edilmişdir.

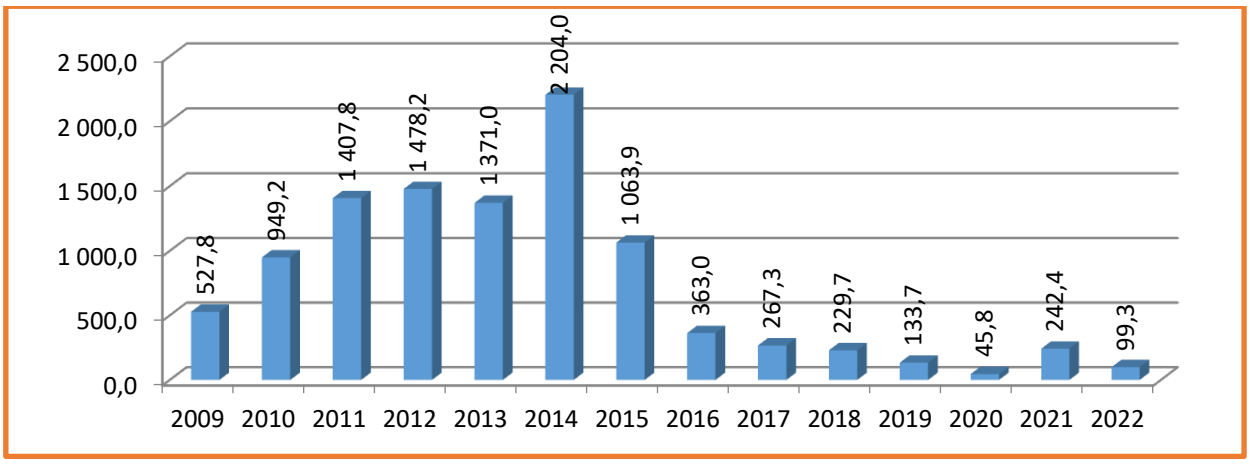
Diaqrammadan göründüyü kimi turizm üçün xarakterik sahələrdə yaradılan əlavə dəyər 2013-2019-cü illərdə 3,3-4,5%, 2020-2022-ci illərdə isə 1,9-2,9% aralığında dəyişmişdir. Diaqrammaya əsasən COVİD-19 pandemiyasından sonrakı dövrdə bu sektorda əlavə dəyərlə yanaşı işçilərin sayı da artan dinamika ilə inkişaf etmişdir. Aşağıdakı qrafikdən bunları daha aydın görmək olar.



Şəkil 2.Turizm üçün xarakterik sahələrdə çalışan işçilərin sayı, nəfər

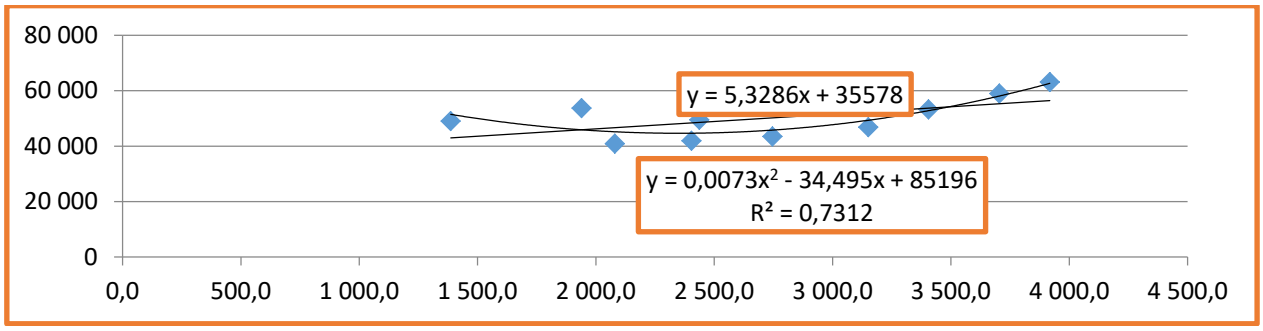
Mənbə (6) məlumatlarına görə tərtib edilmişdir.

Qrafikdən göründüyü kimi turizm üçün xarakterik sahələrdə çalışan işçilərin sayı pandemiya ilə əlaqədar olaraq 2020-ci ildə əvvəlki illə müqayisədə 16,9% azalaraq 49019 nəfər təşkil etsə də, sonrakı illərdə aratarаq 2022-ci ildə 63109 nəfər olmuşdur. Bu isə 2021-ci ilə nisbətən bu sahə üzrə işçilərin sayında 17,5% artım deməkdir. Tədqiqatlar göstərir ki, turizm üçün xarakterik sahələr üzrə qoyulan investisiyaların həcmi də 2009-2014-cü illərdə artsa da, sonrakı illərdə azalmışdır [6]. Aşağıdakı diaqrammadan bunları daha aydın görmək olar.



Şəkil 3. Turizm üçün xarakterik sahələr üzrə qoyulan investisiyaların həcmi, milyon manat
Mənbə (6) məlumatlarına görə tərtib edilmişdir.

Diaqrammadan göründüyü kimi turizm üçün xarakterik sahələr üzrə qoyulan investisiyaların həcmi 2014-cü ildən etibarən azalaraq 2022-ci ildə 99,3 milyon manat təşkil etmişdir [6]. Qeyd etmək lazımdır ki, turizm üçün xarakterik sahələr üzrə qoyulan investisiyalar bu sahədə yaradılan əlavə dəyərin artmasına əsaslı şəkildə təsir edir.



Şəkil 3. Turizm üçün xarakterik sahələr üzrə qoyulan investisiyaların həcmi ilə əlavə dəyər arasındakı asılılıq
Mənbə (6) məlumatlarına görə tərtib edilmişdir.

Qrafikdən göründüyü kimi turizm üçün xarakterik sahələr üzrə qoyulan investisiyaların həcmi ilə əlavə dəyər arasında $y = 5{,}3286x + 35578$ xətti reqressiya tənliyi və yaxud $y = 0{,}0073x - 34{,}495x + 85196$ polinimual formalı reqresiya tənliyi ilə ifadə olunan orta korrelyasiya əlaqəsi vardır. Turizm üçün xarakterik sahələr üzrə qoyulan investisiyaların həcmi ilə əlavə dəyər arasındakı asılılı]ı ifadə edən xətti reqresiya modelindən istifadə edərək elastiklik əmsalını hesablasaq aşağıdakı nəticəni alarıq [4, səh 231].

$$E = \frac{\alpha * \bar{x}}{\bar{y}} = \frac{5{,}3286 * 2717{,}36}{50058} = 0{,}289259$$

Nəticə. Tədqiqat nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, Azərbaycan Respublikasında turizm üçün xarakterik sahələr üzrə qoyulan investisiyaların həcminin 1% artması, bu sahə üzrə əlavə dəyərin 0,289 % artmasına səbəb olur.

Ədəbiyyat:

1. Sultanova R.P. Azərbaycanda turizmin inkişafının dövlət tənzimlənməsi. Müasir dövrdə effektiv idarəetmənin problemləri" mövzusunda respublika konfransının materialları // Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, Bakı - 2016, səh.84-85.
2. Sultanova R.P. Qarabağ regionunda mədəni turizm destinasiyasının perspektiv inkişafı. IV İnternational Tourism and Cultural Heritage Congress, 17-20 noyabr 2022, Türkiyə, Bodrum-Muğla, s. 124-136

3. Лузгина Ю.В. Диверсификация экономики как составляющая инновационной политики // Вестн. СамГУ. 2015. № 5 (127).
4. Yadigarov T.A. Əməliyyatlar tədqiqi və ekonometrik məsələlərin MS Excel və Eviews proqram paketlərində həlli: nəzəriyyə və praktika. Bakı-2020. 352 səh.
5. WWW.azstat.org.
6. https://www.statista.com/statistics/1099933/travel-and-tourism-share-of-gdp/
7. Chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turism_2022.pdf
8. https://www.worldbank.org/

Təzəgül CƏFƏROVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
tazegulcafarova@gmail.com

AKTİV TURİZMDƏ TƏHLÜKƏSİZLİK PROBLEMLƏRİ

SAFETY PROBLEMS IN ACTIVE TOURISM

ПРОБЛЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ В АКТИВНОМ ТУРИЗМЕ

Xülasə: Turizmin təşkilinin ən mühüm elementlərindən biri turistlərin həyat və sağlamlığının təhlükəsizliyini təmin etməkdir. İqtisadiyyatın sürətlə və dinamik inkişaf edən sahələrindən biri kimi turizmdə də təhlükəsizlik işi çox vacibdir. Turistlərin təhlükəsizliyi, onların turizm təyinat yerlərində rifahı qəbul edən ölkənin digər ictimai və ya milli maraqlarından və bütövlükdə ətraf mühitdən təcrid oluna bilməz. Turizm sənayesi üçün təhlükəsizlik standartlarının işlənib hazırlanması və həyata keçirilməsində və turistlərin qorunmasında ziyarət edənlərin və qonaq edənlərin maraqları qarşılıqlı uyğunlaşdırılmalıdır. Beynəlxalq turizm təcrübəsi göstərir ki, səyahət edənlərin sayının artması və səfərlərin coğrafiyasının genişlənməsi ilə səyahətin xüsusiyyətlərinin daha dolğun uçota alınmasına və təhlükəsizlik tədbirlərinə riayət olunmasına ehtiyac kəskin şəkildə artır. Turizmdə xidmətlərin keyfiyyətinin və təhlükəsizliyinin təmin edilməsi müxtəlif səviyyələrdə həyata keçirilir, o cümlədən: turizm müəssisələri; turizm mərkəzlərinin idarə edilməsi; yerli hakimiyyət orqanları; milli turizm orqanları və dövlətlərin mərkəzi orqanları; beynəlxalq təşkilatlar və dövlətlərarası qurumlar. Bu səviyyələrin hər biri turizmə töhfə verməlidir.

Açar sözlər: *Aktiv turizm, təhlükəsizlik, risk faktorları, təhlükə, problemlər, təhdidlər*

Абстракт: Одним из важнейших элементов организации туризма является обеспечение безопасности жизни и здоровья туристов. Как одна из быстро и динамично развивающихся отраслей экономики, безопасность в туризме очень важна. Безопасность туристов не может быть изолирована от других общественных или национальных интересов принимающей страны и окружающей среды в целом. При разработке и внедрении стандартов безопасности в сфере туризма и защиты туристов интересы посетителей и принимающих сторон должны быть взаимно согласованы. Опыт международного туризма показывает, что с увеличением количества путешественников и расширением географии поездок резко возрастает потребность в более полном учете особенностей поездки и соблюдении мер безопасности. Обеспечение качества и безопасности услуг в сфере туризма осуществляется на разных уровнях, в том числе: на туристических предприятиях; управление туристическими центрами; местные власти; национальные туристические органы и центральные власти штатов; международные организации и межправительственные организации. Каждый из этих уровней должен способствовать развитию туризма.

Ключевые слова: *Активный туризм, безопасность, факторы риска, опасность, проблемы, угрозы*

Abstract: As one of the rapidly and dynamically developing sectors of the economy, security is very important in tourism. The safety of tourists cannot be isolated from other public or national interests of the host country and the environment as a whole. In the development and implementation of safety standards for the tourism industry and the protection of tourists, the interests of visitors and hosts must be mutually aligned. The experience of international tourism shows that with the increase in the number of travelers and the expansion of the geography of trips, the need for more complete accounting of the characteristics of the trip and compliance with safety measures increases sharply. Ensuring the quality and safety of services in tourism is carried out at different levels, including: tourism enterprises; management of tourist centers; local authorities; national

tourism authorities and central authorities of states; international organizations and intergovernmental organizations. Each of these levels should contribute to tourism.

Keywords: active tourism, safety, risk factor*s, danger, problems,threats*

Giriş

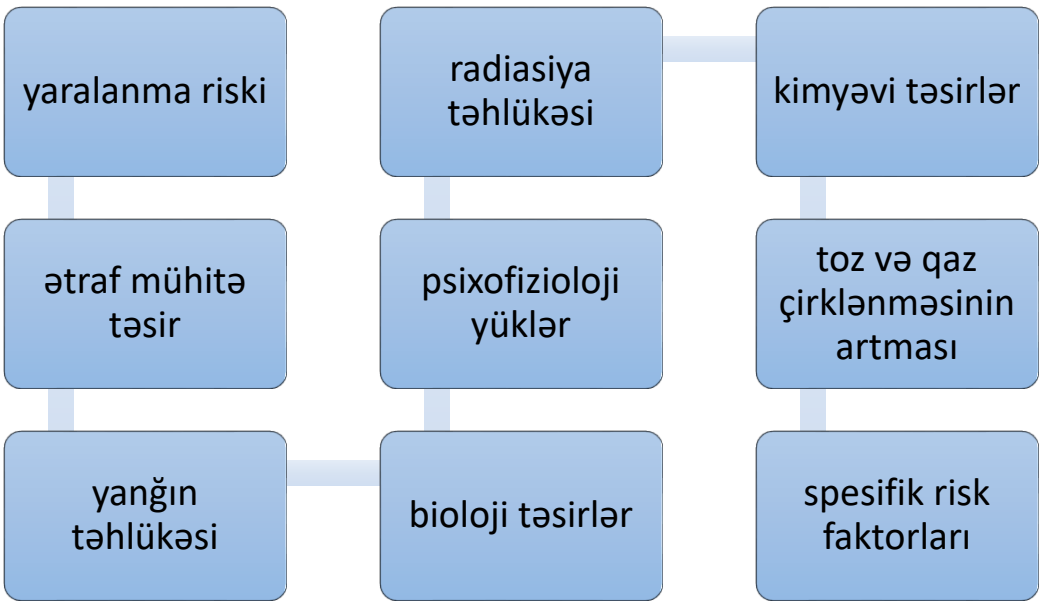
Müasir cəmiyyət insan və ətraf mühit arasında münasibətlərdə artan böhran kontekstində inkişaf edir. Son illər bunu texnogen və sosial səbəblərdən yaranan fəlakətlərin və fövqəladə halların sayının nəzərəçarpacaq dərəcədə artması nümayiş etdirir. Digər sahələrdə olduğu kimi turizmdə də ətraf mühit təhlükələrlə doludur. Buna uyğun olaraq təhlükəsizliyin təmin edilməsi digər fəaliyyət sahələrində olduğu kimi turizmin ən böyük problemlərindən biridir. Turistlər üçün turistik məkanların təhlükəsizliyi turist məmnunluğunun yüksəldilməsi üçün mühüm təminatdır. Turizm operatorları üçün turistik obyektlərin təhlükəsizliyi turizm fəaliyyətinin rahat gedişatını təmin etmək və yaxşı iqtisadi fayda əldə etmək üçün əsas şərtdir. Buna görə də turistik obyektlərin təhlükəsizliyi məsələsində, istər turistlər, istər turizm operatorları, istərsə də turizm sənayesi xüsusi diqqət göstərir.

Əsas hissə

Təhlükəsizliyin təmin edilməsi milli qanunvericilik çərçivəsində turistlərin dövlət ərazisindən keçməsinin, qalmalarının, sağlamlığının, həyatının və əmlakının təhlükəsizliyinə təminat verən bütün tədbirlər kompleksini nəzərdə tutur. Turizm təhlükəsizliyi tədbirlərinin inkişafı üzrə beynəlxalq təcrübə ÜTT(Ümumdünya Turizm Təşkilatı) tərəfindən araşdırılır və ümumiləşdirilir. Bununla belə hazırda müxtəlif səbəblərdən hələ də turistik məkanlarda diqqətdən kənarda qalan, böyük ziyan vuran və turizmin davamlı inkişafını ciddi şəkildə məhdudlaşdıran bəzi təhlükəsizlik problemləri mövcuddur. Təhlükə canlı və cansız materiyanın mənfi xüsusiyyətidir ki, insanlara, təbii mühitə, maddi dəyərlərə zərər verir. Təhlükə və məruz qalmanın birləşməsi risk yaradır. Turizmdə mütləq təhlükəsizlik yoxdur; həmişə müəyyən qalıq risk var. Səyahət təhlükəsizliyi məqbul riskdir. Dar mənada turizm təhlükəsizliyi turistlərin şəxsi təhlükəsizliyi ilə yanaşı, onların əmlakının təhlükəsizliyini də əhatə edir. Risk, təhlükə ölçüsü kimi, təhlükəli (fövqəladə) vəziyyətin baş vermə tezliyi və nəticələrinin şiddəti ilə xarakterizə olunur. Turizm riski dedikdə, turlarda yaranan və turizm məhsulunun - işlərin və xidmətlərin istehlakı ilə bağlı risk başa düşülür. Qeyd etmək lazımdır ki, turistin həyatı və sağlamlığı üçün risk bəzi şərtlər zamanı meydana çıxa bilər:

- İnsan təhlükə mənbəyinin təsirinə meyilli olduqda;
- həmin mənbənin insan üçün təhlükəli səviyyədə olduğu ortaya çıxdıqda;
- riskin mənbəyi mövcud olduqda[1,s. 90].

Turizmdə zərərli amilləri (risk faktorlarını) aşağıdakı kimi təsnif etmək olar



Ətraf mühitin təsiri-ətraf mühitin yüksək və ya aşağı temperaturu, turistlərə xidmət zonasında rütubət və havanın hərəkətliliyi, barometrik təzyiqin kəskin dəyişməsi ilə əlaqədardır[1, s.93]. Təhlükə mənbələrinin ən geniş yayılmış müasir təsnifatı onların mənşə xüsusiyyətinə və insanların onlara nəzarət etmə imkanlarına görə fərqləndirilməsidir. Bu mənada, ənənəvi olaraq üç böyük təhlükə mənbəyi qrupu fərqləndirilir: 1) təbii (biogen), 2) texnogen və 3) sosial (antropogen) təbiət, bu da öz növbəsində alt qruplara bölünə bilər. Fövqəladə xarakterli təhlükə mənbələri də fərqləndirilir.

Turizm təhlükəsizliyi ilə bağlı tədqiqatların böyük bir qrupu təhlükəsizlik və onun turistlərin səyahət qərarları, təyinat imici qavrayışları və təkrar ziyarət niyyətləri ilə əlaqələrini konseptuallaşdırmaq üçün kəmiyyət miqyasından istifadə etmişdir. Müəyyən bir təyinat yerinə dair insanın təhlükəsizlik hissi çox subyektivdir. Bu hiss insanın şəxsiyyət xüsusiyyətləri, sosiodemoqrafik fon (məsələn, yaş və cins), mədəniyyət və milliyyət, gəlir, sosial status, təhlükəsizlik bilikləri kimi daxili amillərdən asılıdır [3, s.3]. Turizmdə xəsarət və fövqəladə hallar çox vaxt təşkilati və psixoloji səbəblərə əsaslanır: təlimatçının peşəkar hazırlığının aşağı səviyyəsi; turistlərin qeyri-kafi təhsili, diqqətsizliyi və unutqanlığı; təlimatçının təhlükəsizliyə zəif münasibəti; yaralanma riski yüksək olan şəxslərin ekstremal turizm növlərinə buraxılması; insanların yorğunluq və ya digər psixi vəziyyətlərdə qalması (isterik, panika, qorxu) Əsas təhlükə təcrübəsizlikdə, səfərə çıxan insanların texniki-taktiki və mənəvi-iradi hazırlığının zəifliyində, bəzilərinin intizam və şüurunun aşağı olmasındadır[7].

Turizmin təhlükəsizliyinə xüsusi təhdidlər arasında bunları qeyd edə bilərik:

- turistlərin şəxsi təhlükəsizliyinə təhdidlər;
- turizm sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin təhlükəsizliyinə təhdidlər;
- turizm sahəsində əməyin təhlükəsizliyinə təhdidlər;
- yerli əhalinin təhlükəsizliyinə, o cümlədən onun sanitar-epidemioloji rifahının vəziyyətinə təhlükə;
- turizm sahəsində ekoloji, ictimai və dövlət təhlükəsizliyinə təhdidlər.

Turistləri gözləyən təhlükələr təbiətinə görə belədir:

- təsadüfi, yəni ehtimal nəzəriyyəsi qanunlarına tabedir (təhlükəli yoluxucu xəstəliklərin alovlanması, qasırğalar, oğurluq və s.);
- potensial, yəni gizli, zaman və məkan baxımından qeyri-müəyyəndir (vulkan püskürmələri, daşqınlar, zəlzələlər və s.);
- daimi, yəni onlar daim mövcuddur, davamlı fəaliyyət göstərirlər (yüksək rütubət, şəhərin atmosferinin qazla çirklənməsi və s.);

Turistlərin şəxsi təhlükəsizliyini təhdid edən əsas təhlükə mənbələri arasında:

- turistlərin şəxsi və əmlakına qarşı cinayətlər və inzibati xətalar, o cümlədən zorakılıq xarakterli əməllər (qəsdən adam öldürmə; qəsdən müxtəlif dərəcəli bədən xəsarəti yetirmə; döymə, işgəncə; adam öldürmə və ya sağlamlığa ağır zərər vurma ilə hədələmə; insan alveri); oğurluq, soyğunçuluq; dələduzluq; hədə-qorxu ilə tələb etmək; turistlərin mənəviyyatına, sağlamlığına, o cümlədən narkotik və psixotrop maddələrdən istifadə etməklə, hipnozla zərər vurma; əxlaqsız hərəkətlər, zorlama və cinsi xarakterli zorakılıq hərəkətləri etmək; turistlərin şərəfi, ləyaqəti və adı (böhtan, təhqir); turistlərin şəxsi məlumatlarının qanunsuz yayılması; turistin şəxsi həyatının pozulması və s.);
- turistin həyatına və sağlamlığına zərər vurulması, onun əmlakının itməsi, zədələnməsi, o cümlədən turizm sənayesi təşkilatları tərəfindən müqavilə öhdəliklərinin pozulması nəticəsində törədilmiş mülki hüquqpozmalar ;
- təhlükəli təbii (biogen), sosial və texnogen amillərin, təbii və sosial mühit şəraitinin, habelə texnosferin təsiri nəticəsində turistlərin baş verdiyi qəfil xəstəliklər (o cümlədən, xüsusilə təhlükəli yoluxucular) və qəzalar [3, s.10].

Vurğulamaq lazımdır ki, tətil günlərində turistlərin cinayətkarlar üçün əlverişli hədəfə çevrilməsinə səbəb olan amillər:

- turistlər arasında külli miqdarda pulun, habelə digər maddi sərvətlərin (qiymətli əşyalar, suvenirlər, bahalı avadanlıqlar: foto və videokameralar və s.) olması;
- yeni təcrübələr arzusu və bunun üçün risk etmək istəyi; nəticədə sayıqlığın itirilməsi, diqqətin cəmləşməsi və şəxsi təhlükəsizliyə potensial və/və ya faktiki təhdidlərə reaksiyaların qeyri-adekvatlığı;

– müəyyən hallarda – yerli əhalidən gələn turistlərə mənfi (irqçilik, qonaq xoşlamamaq) münasibət;
– turistlərin vətənə qayıtmalarına mane ola biləcək və ya gecikdirə biləcək mürəkkəb hüquqi prosedurlara cəlb edilməmək üçün onlara qarşı törədilmiş cinayətlər barədə müvəqqəti yaşadığı ölkənin (yerin) səlahiyyətli orqanlarına məlumat verməmək istəməməsi[6].

Cinayətlər daha çox potensial qurbanların, cinayətkarların və eyni zamanda cinayət üçün əlverişli mühitin olduğu yerlərdə törədilir. Buna misal ola bilər:

1) turistlərin kütləvi toplaşdığı yerlər (hava limanları, dəniz limanları, dəmir yolları, metrolar, tranzit zonalardakı sərnişin terminalları və şəhər mərkəzləri arasında avtobus xətləri; iri ticarət mərkəzləri, çimərliklər, turistlərin nümayişi obyektləri);

2) artan cinayət təhlükəsi olan yerlər (yoxsulların və / və ya işsiz əhalinin kompakt yaşayış yerləri, böyük sənaye sahələri);

3) macəra və qadağan olunmuş həzz mühitinin hökm sürdüyü yerlər (gecə klubları, fərdi əyləncə obyektləri), hüquq-mühafizə orqanları tərəfindən nəzarətin səviyyəsi aşağı olan; turistlərin özlərini daha çox tək və tanımadığı mühitlərdə tapdıqları yerlər.[2]

Turistik məkanlarda təhlükəsizlik problemlərinin səbəblərinin təhlili:

1. Turistik məkanlarda təhlükəsizliyin əhəmiyyətinin kifayət qədər dərk edilməməsi

Bir tərəfdən, turizm mütəxəssislərinin təhlükəsizlik qəzalarının ciddiliyini kifayət qədər dərk etməməsi və turistik obyektlərin təhlükəsizliyinin idarə edilməsinə dair peşəkar bilik və sədaqət çatışmazlığı; digər tərəfdən, turistlərin öz təhlükəsizlik şüuru kifayət qədər olmaması həmçinin, bəzi təhlükəsizlik xəbərdarlıqlarına və təhlükəsizlik bildirişlərinə məhəl qoymamaq, turistik məkanlarda siqaret çəkmək, od yandırmaq, icazəsiz mənzərəli yerlərin açılmamış ərazilərinə girmək və s. kimi tur qaydalarına əməl edilmir ki nəticədə xəsarətlər tez-tez baş verir.

2. Müvafiq qayda və qanunların qurulmasının icrasının zəifliyi və ciddi şəkildə geridə qalması:

Turizm təhlükəsizliyinin məhdudlaşdırıcı amilləri nisbətən mürəkkəbdir, lakin qeyri-kamil siyasət, qanun və qaydalar və zəif icra çox açıq məhdudlaşdırıcı amillərdir. Bir tərəfdən, mövcud turizm siyasətləri və idarəetmə qaydaları hələ də biznes təcrübələri ilə müqayisədə ciddi şəkildə geri qalır. Turistlər arasında populyar olan və yüksək təhlükəsizliyə malik olan bəzi xüsusi turizm layihələri vaxtında təhlükəsizlik idarəetməsi əhatəsinə daxil edilməyib və hələ də müvafiq təhlükəsizlik qaydaları yoxdur.

Turistik məkanlarda görüləcək təhlükəsizlik tədbirləri:

- Diqqət dərəcəsini artırmaq və turistik yerlərin təhlükəsizliyinin təbliğini, maarifləndirilməsini gücləndirmək.
- Əməyin mühafizəsi prosesinin idarə edilməsini gücləndirmək və xüsusi təhlükəsizlik idarəçiliyi təşkilatının yaradılması.
- Müntəzəm araşdırmalar aparmaq və təhlükəsizlik monitorinqini gücləndirmək.
- Turistik obyektləri vaxtında dəyişdirmək.

Müəyyən edilmiş sanitariya normalarına və xidmət qaydalarına riayət edilməsi; Dezinfeksiya, sterilizasiya, deratizasiya üçün avadanlıq və preparatlardan istifadə; Turistlərə xidmət zamanı istifadə olunan avadanlıq və qurğuların (qab-qacaq, mətbəx ləvazimatları, o cümlədən gəzinti zamanı yemək bişirmək üçün, suqəbuledici məntəqələr, quyular və s.) əşyalarında təhlükəsizlik nişanlarından və zəruri nişanlardan istifadə edilməsi; Beynəlxalq tibbi standartların tələblərinə uyğun olaraq zəruri profilaktik peyvəndlər və avadanlıqların dezinfeksiyaedici müalicəs;[4, s.61].

Təhlükəli heyvanlar, balıqlar, sürünənlər, yayılma zonaları turizm marşrutu ilə üst-üstə düşən bitkilər, arzuolunmaz təmasların qarşısını almaq yolları və xəsarət (əlaqə) zamanı hansı fövqəladə tədbirlər görülməli olduğu barədə turistləri fəal şəkildə məlumatlandırmaq. Turistlərə xidmət göstərən obyektlərdə (yataq otaqlarında və klub salonlarında, iaşə otaqlarında, kafelərdə, barlarda və restoranlarda və s.), habelə nəqliyyat vasitələrində mikroiqlim göstəriciləri müəyyən edilmiş sanitar-gigiyena tələblərinə uyğun olmalıdır. Buna görə də turizm şirkətləri gücləndirilmiş təmizlik vasitəsilə işçiləri və qonaqları üçün təhlükəsiz təcrübə təqdim etməyə çalışırlar. Nəticədə onlar ən yaxşı gigiyena təcrübələrinə malik olmalıdırlar. Müharibə ərazilərinə və ya onlara bitişik ərazilərə, terror təşkilatlarının fəaliyyətinin hiss olunduğu ölkələrə, kəskin epidemik xəstəliklərə yoluxma təhlükəsi olan və ya tibbi karantin tətbiq edilən yerlərə turların təşkili qətiyyən yolverilməzdir. Bir sıra ixtisaslaşmış turlar üçün,

xüsusən də aktiv turizmdə turizm müəssisəsi turistlərin sağlamlığına lazımi nəzarəti təmin etməyə borcludur. Belə turlara dağa dırmanma, dağ çayları boyunca enişlər, ekstremal turizm, gəzinti səfərləri və s. aiddir. Turizm üzrə Haaqa Bəyannaməsində qeyd edildiyi kimi, "Düzgün fəaliyyət göstermek və inkişaf etmək üçün turizm həm milli, həm də beynəlxalq səyahətçilər və istirahət edənlər üçün və onların şəxsi əmlakının təhlükəsizliyinə ehtiyac duyur. Buna aşağıdakılar vasitəsilə nail olmaq olar:

- səyahət və turist qalmaları üçün təhlükəsizlik standartlarının hazırlanması və tətbiqi;
- ictimaiyyətin məlumatlandırılması və maarifləndirilməsi;
- turistlərin təhlükəsizliyi ilə bağlı problemlərin, xüsusən də ekstremal vəziyyətlərin həlli üçün institusional çərçivənin yaradılması;
- ikitərəfli, regional, subregional, regionlararası və qlobal səviyyələrdə beynəlxalq əməkdaşlıq"[5].

Qanunvericiliyə uyğun olaraq, turist şəxsi təhlükəsizliyini, əmlakının təhlükəsizliyini təmin etmək, maneəsiz olaraq təcili tibbi yardım almaq hüququna malikdir. Bəzi dövlətlər var ki, onların rifahını təmin etmək üçün uşaqların turizm obyektlərinin təhlükəsizliyinə dair hüquqi aktlar tətbiq edir, təhlükəsizlik və məsuliyyəti təmin etmək öhdəliyini tənzimləyir[6]. Uşaqlar turizm fəaliyyətində iştirak edən həssas qrupdur və buna görə də xüsusi qayğı ilə əhatə olunmalıdır. Yetkinlik yaşına çatmayanların təhlükəsizliyinin təmin edilməsinə cavabdeh olan bütün subyektlər müvafiq təhlükəsizlik səviyyəsini təmin etmək üçün əməkdaşlıq etməlidirlər. Misal üçün, keçmiş Qoa Uşaq Qanunu. Turizm məkanlarında uşaqların təhlükəsizliyinin təmin etmək üçün hökümət və turizm sənayesinin birgə işləməli olduğu vurğulanır.

Turizm haqqında Azərbaycan Respublikası qanunun 16-cı maddəsində qeyd olunan üzrə turistlərin təhlükəsizliyini təmin etmək zəruri məsələdir. Ölkə ərazisində fövqəladə hallar baş verdikdə belə ki, Azərbaycan zəlzələlər, mövsümi daşqınlar və sürüşmələr kimi bir çox təbii fəlakətlərə həssasdır, baxmayaraq ki, texnogen fəlakətlər bu rəqəmi artırır: çoxlu istehsalat və nəqliyyat qəzaları var. Buna uyğun müvafiq icra hakimiyyəti orqanının müəyyən etdiyi orqan (qurum) turistlərə axtarış-xilasetmə xidməti göstərir və onların təhlükəsizliyini təmin etmək üçün zəruri tədbirlər görür. Ölkəyə daxil olan turistlər beynəlxalq tibbi-sanitariya qaydalarında nəzərdə tutulmuş hallarda tibbi müayinə, vaksinasiya və ya digər profilaktik tədbirlərdən keçməlidirlər. Turistlər səyahət zamanı mümkün olan təhlükələr barədə məlumatlandırılmalı və təxirəsalınmaz təcili yardım göstərilməsi təmin edilməlidir [8].

Nəticə və təkliflər

Tədricən dərk olunur və başa düşülür ki, turizmdə təhlükəsizlik təkcə turistin şəxsi ehtiyatı və mülahizəsi deyil – bu, mürəkkəb və çoxşaxəli işdir. İnsan daim keyfiyyətcə dəyişən və kəmiyyətcə artan təhlükə şəraitində yaşayır. İnsan fəaliyyəti potensial təhlükəli olduğundan, turizmin təhlükəsizliyi hər bir turisti təhdid edən təhlükələrin müəyyən edilməsindən və istənilən səyahət şəraitində onlardan qorunmaq üçün müvafiq üsulların işlənib hazırlanmasından ibarət olacaqdır. Aktiv turizmin cəlb etdiyi insanların sayının müsbət dinamikası hazırda marşrutlarda fövqəladə halların baş verməsinin artması ilə birləşir. Bunun əsas səbəblərindən biri onların dizaynında və həyata keçirilməsində kortəbiiliyə meyldir. Təhlükəsizlik qaydaları nəqliyyatda, əyləncə yerlərində, yaşayış və istirahət yerlərində təhlükəsizliyin bütün aspektlərini əhatə edir. Həmçinin su hövzələrində, dağlarda, ekstremal turizm növləri ilə məşğul olanda, xüsusi mühafizə olunan təbiət ərazilərinə səfərlər zamanı. Bütün bunlar bu prosesdə iştirak edən strukturların ciddi əlaqələndirilməsini, qanunvericilik və normativ hüquqi tənzimləməni, müasir və qabaqcıl təcrübələrdən, texnologiyalardan, sistemlərdən və cihazlardan istifadəni tələb edir. Turizm müəssisələrində tədbirin heç bir problem olmadan baş tutması üçün turistləri maarifləndirən təhlükəsizlik təlimləri təşkil edilə bilər. Turizm şüurunun, qida təhlükəsizliyinin inkişafı və nəzarət, personalın gigiyenası, istehlakçı hüquqları, ilk yardım bu təlimin mövzusu ola bilər. Təhlükəsizlik baxımından turistlər narahat etməmək şərti ilə ictimai əlaqələr və ya müştəri münasibətləri ilə bağlı tədqiqatlar aparıla bilər.

Ədəbiyyat:

1. Əsgərov Ə.T., Bilalov B.Ə, Gülalıyev Ç., Ekoloji turizm, Bakı, 2011
2. Cerdeiro, M. I. C. (2014), The importance of image in defining a destination as touristic: Monte Real case study. (Master's Thesis). Polytechnic Institute of Leiria, Leiria.
3. Gstaettner A.M., Rodger K., Lee D. , Visitor perspectives of risk management in a natural tourism setting: An application of the theory of planned behavior Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 19 (2017), pp. 1-10

4. Stackhouse M., Turner N.How do organizational practices relate to perceived system safety effectiveness? Perceptions of safety climate and co-worker commitment to safety as workplace safety signals Journal of Safety Research, 70 (2019), pp. 59-69
5. http://www.tourismsafety.ru/news_one_2415.html
6. https://bstudy.net/795439/turizm/neobhodimo_znat_kazhdomu_turistu#831
7. https://ozlib.com/1059174/turizm/organizatsiya_bezopasnosti_aktivnogo_turizma
8. https://e-qanun.az/framework/49162

İlqar ƏLİMİRZƏYEV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
ilqar.by.2001@gmail.com

QARABAĞ VƏ ŞƏRQİ ZƏNGƏZUR BÖLGƏLƏRİNİN ALTERNATİV TURİZM POTENSİALININ TƏDQİQİ

ИССЛЕДОВАНИЕ АЛЬТЕРНАТИВНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ КАРАБАХА И ВОСТОЧНОГО ЗАНГЕЗУРА

STUDY OF ALTERNATIVE TOURISM POTENTIAL OF THE REGIONS OF KARABAKH AND EASTERN ZANGEZUR

Xülasə: Turizm bazarında destinasiyaların inkişaf etdirilməsində alternativ turizm növlərinin əhəmiyyətinin artması və köhnə destinasiyalarda yeni məhsul növlərinin formalaşması gələcəkdə alternativ turizmə tələbatın artacağından xəbər verir. Alternativ turizmin inkişafı təkcə turizm istiqamətlərinin deyil, həm də qeyri-turistik ərazilərin inkişafına kömək edəcək və bu regionların ölkə gəlirindən öz payını almasını təmin edəcək. Tədqiqatda erməni işğalından azad edilmiş mühüm təbii və mədəni sərvətlərə malik Qarabağ və Şərqi Zəngəzur bölgələrinin alternativ turizm potensialı araşdırılıb. Tədqiqat Qarabağın və Şərqi Zəngəzurun, xüsusən də alternativ turizm sahəsində problemləri və potensialı haqqında təsəvvür yaratmaq və bu potensialı daha da inkişaf etdirməklə regionların inkişafına verə biləcəyi töhfələri vurğulamaq baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir.
Açar sözlər: *Alternativ Turizm, Davamlı Turizm, Qarabağ Turizm Bölgəsi, Şərqi Zəngəzur Turizm Bölgəsi*

Abstract: The increasing importance of alternative tourism types in the development of destinations in the tourism market and the formation of new types of products in old destinations indicate that the demand for alternative tourism will increase in the future. The development of alternative tourism will help the development of not only tourist destinations, but also non-tourist areas and ensure that these regions receive their share of the country's income. In the study, the alternative tourism potential of Karabakh and East Zangezur regions with important natural and cultural resources freed from the Armenian occupation was investigated. The study is important in terms of creating an idea about the problems and potential of Karabakh and Eastern Zangezur regions, especially in the field of alternative tourism, and emphasizing the contributions that can be made to the development of the regions by further developing this potential.
Keywords: *Alternative Tourism, Sustainable Tourism, Karabakh Tourism Region, Eastern Zangezur Tourism Region*

Абстракт: Возрастающая значимость альтернативных видов туризма в развитии дестинаций на туристическом рынке и формирование новых видов продуктов на старых дестинациях свидетельствуют о том, что спрос на альтернативный туризм будет увеличиваться в будущем. Развитие альтернативного туризма поможет развитию не только туристических направлений, но и нетуристических направлений и обеспечит получение этими регионами своей доли доходов страны. В статье был исследован альтернативный туристический потенциал районов Карабаха и Восточного Зангезура с важными природными и культурными ресурсами, освобожденными от армянской оккупации. Исследование важно с точки зрения создания представления о проблемах и потенциале регионов Карабаха и Восточного Зангезура, особенно в сфере альтернативного туризма, а также подчеркивания вклада, который можно внести в развитие регионов путем дальнейшего развития этого потенциала.
Ключевые слова: *Альтернативный туризм, устойчивый туризм, Карабахский туристический регион, Восточный Зангезурский туристический регион.*

Giriş. Tədqiqatın əsas məqsədi Azərbaycanın işğaldan azad edilmiş Qarabağ və Şərqi Zəngəzur bölgələrinin alternativ turizm potensialı ilə bağlı yerli turistlərin perspektivlərini araşdırmaq və regionların alternativ turizm potensialına diqqəti cəlb etməkdir. Məqalə işğaldan azad edilmiş rayonların alternativ turizm potensialı haqqında təsəvvür yaratmaq, bu potensialın inkişafının turizmə və ölkə iqtisadiyyatına verə biləcəyi töhfələrin əhəmiyyətini vurğulamaq, bu sahədə mövcud problemlərin həlli yollarını təklif etmək baxımından əhəmiyyətlidir.

Əsas hissə

Azərbaycanda alternativ turizm növlərinin inkişafı ölkənin inkişaf etməmiş regionlarının turizm potensialının üzə çıxarılmasında, məhsul çeşidinin və xidmət keyfiyyətinin artırılmasında mühüm potensiala malikdir. Turizm sektoruna sərmayə qoyan ölkələrin sayı artdıqca rəqabət mühitinin gücləndirilməsi getdikcə çətinləşir və Azərbaycanda alternativ turizmin inkişafı ilə bağlı problemlərin və regional ölçülərin tədqiqat mövzusu kimi seçilməsini zəruri edir. Son illər Azərbaycanda həyata keçirilən tənzimləmələr və həyata keçirilən yeniliklər ölkənin digər sahələrində olduğu kimi, turizmdə də müsbət nəticələr yaratmağa başlayıb.

Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycan turizm sənayesinin sürətli inkişafı üçün zəngin resurslara malik ölkədir. Bunun əsas səbəbi, ilk növbədə, Azərbaycan Respublikasının əlverişli iqtisadi və coğrafi mövqedə yerləşməsidir (İsmayılov, 2013:19).

Qarabağ Qələbəsindən sonra Azərbaycanın iqtisadi inkişaf modeli yeni reallıqlara uyğun təkmilləşdirildi. Azərbaycan torpaqları erməni işğalından azad edildikdən sonra dövlət başçısı mühüm fərman imzalayıb, iqtisadi zonaların yeni bölgüsünü təsdiqləyib və ölkə iqtisadiyyatının idarə olunmasının strateji mexanizmlərinin yenilənməsi təşəbbüsünü irəli sürüb. Bu fərmanla işğaldan azad edilmiş torpaqların bərpası, gələcək inkişafının təmin edilməsi, zəruri infrastrukturun yaradılması və əhalinin öz torpaqlarına qaytarılması istiqamətində genişmiqyaslı tədbirlərin həyata keçirilməsi qərara alınıb. Bu fəaliyyətlərin daha səmərəli təşkilində yeni iqtisadi rayonlaşdırmanın strateji əhəmiyyət kəsb edəcəyi düşünülür (Arslaner, Erol, 2017: 422-438).

Məlumdur ki, Qarabağ bölgəsi həmişə özünəməxsus xüsusiyyətləri, məşğulluq növləri, təbii sərvətləri, zəngin tarixi və mədəni irsi ilə tanınıb. Şuşa, Xankəndi, Ağcabədi və Bərdə şəhərləri ilə yanaşı, Ağdam, Füzuli, Tərtər, Xocavənd və Xocalı şəhərləri də tarixən Qarabağa aiddir. Eyni zamanda, Qarabağ bölgəsi güclü iqtisadi potensiala malikdir. Dağ silsiləsi ilə əhatə olunmuş Zəngəzur rayonu 1861-ci ildə yaradılıb və bu rayonun şərq hissəsi Azərbaycanda yerləşir. Şərqi Zəngəzur rayonuna Kəlbəcər, Qubadlı, Cəbrayıl, Laçın və Zəngilan şəhərləri daxildir (Ateljevic, Pritchard, 2017). Bu tarixi faktlar və amillər kontekstində yanaşdıqda regionda iqtisadi prinsiplərin müasir reallıqlara uyğunlaşdırılması və tənzimlənməsi vacibdir.

Qarabağ və Şərqi Zəngəzur Azərbaycanın ən gözəl bölgələrindən biridir. Füsunkar təbiəti, zəngin mənəvi-mədəni ənənələri ilə bu bölgələr Azərbaycanın bir çox görkəmli alimlərinin, şairlərinin, yazıçılarının, rəssamlarının, musiqiçilərinin və müğənnilərinin doğulduğu yerdir. Qarabağ Azərbaycan musiqisinin beşiyidir. Qarabağda Azərbaycan folklorunun ən qədim və nadir nümunələrindən biri olan yüzlərlə musiqi əsəri yaradılmışdır. Qarabağ və Zəngəzur Azərbaycanın ən qədim tarixi bölgələrindəndir. 1968-ci ildə Qarabağda Azıx mağarasında tapılan qalıqlar 250-300 min il əvvəl bu bölgədə insanların yaşadığını göstərir. Bu qədim diyarların zəngin təbiəti və təbii sərvətləri həmişə diqqət mərkəzində olmuşdur (İbrahimova, 2020: 76).

Təəssüf ki, 30 ilə yaxın işğal nəticəsində bu ərazilərdə sərvətlər məhv edilib. Buradakı mədəniyyət mərkəzləri, muzeylər, tarixi abidələr dağıdılıb, qədim dəyəri olan qiymətli əşyalar Azərbaycandan çıxarılıb. İkinci Qarabağ müharibəsinin son günlərinə qədər Qarabağın müxtəlif bölgələrində qeyri-qanuni arxeoloji qazıntılar aparılıb və tapılan əşyalar xaricə aparılıb.

Qarabağın və Şərqi Zəngəzurun turizm potensialı çox zəngindir. Burada ekoturizm, dağ turizmi, qış turizmi, ov turizmi, sağlamlıq turizmi kimi bir çox turizm növlərinin inkişafı üçün bütün imkanlar vardır (Butler, 2016: 31-46). Azərbaycanın qədim tarixə malik bu bölgəsinin özünəməxsus flora və faunası, tarixi-mədəni və dini abidələri, qədim qalaları, körpüləri, meşələri və turistik yerləri ilə turistlərin diqqətini çəkəcək mətbəxi var. Təbii ehtiyatlarla zəngin olan Qarabağda ekstremal turizm, aqroturizm və yaşıl turizm kimi müxtəlif turizm növlərini də təşkil etmək mümkündür. Bütün bunlar turizmin inkişafı üçün böyük potensiala malikdir. Böyük turizm potensialına malik olan Qarabağ və Şərqi Zəngəzur rayonları bu turizm növləri ilə yanaşı, alternativ turizm baxımından da mühüm mövqedədir.

Bölgələrin turizm potensialını nəzərə alaraq inkişaf etdirə biləcək bəzi alternativ turizm növlərini aşağıdakı kimi sıralamaq olar:

*Yayla Turizmi.*Azərbaycan dünyada 11 müxtəlif iqlim tipindən 9-na malik ölkədir. Bu bölgədə il boyu Ekvator və Qütb iqlimləri istisna olmaqla, bütün mülayim iqlim şəraiti müşahidə olunur. Bu səbəbdən bölgədə hər mövsümdə yayla turizmi fəaliyyətini həyata keçirmək mümkündür (Aydın və Eren, 2019:45).

İdman Turizmi. Hazırda turizm və idmanın qarşılıqlı əlaqəsi artır. Hər iki sektor qloballaşan iqtisadiyyatda müasir tələblərə uyğun sürətlə inkişaf edən sənayelərdir Turizm sektorunda artan inkişaf tempi ilə insanları təkcə günəş, qum kimi kütləvi turizm fəaliyyətləri cəlb etmir. Turistlərin kütləvi turizmdən fərqli gördükləri turizm növlərindən biri də "idman turizmi"dir. İdman turizmi insanların evlərini tərk edərək idman tədbirlərinə baxmağa vaxt sərf etmələri və ya bu tədbirlərdə iştirak etmək üçün birbaşa səyahət etmələri nəticəsində baş verən bütün fəaliyyətlərdir (Bilalov, 2006:37). Qarabağ və Şərqi Zəngəzur bölgələri futbol, voleybol, boks, güləş, velosiped və qolf kimi dünyada populyarlığı ilə seçilən və çox geniş auditoriyaya malik idman növləri üçün yüksək potensiala malikdir. Yaxın vaxtlarda bu fəaliyyətlərlə bağlı layihələrin həyata keçirilməsi nəzərdə tutulur.

İnanc turizmi. Qarabağ və Şərqi Zəngəzur turizm bölgələrindəki tarixi məscidlər, məqbərələr və alban xristian məbədləri dini turizm üçün əhəmiyyətli potensiala malikdir. Qutlu Musa türbəsi, Genceser Monastırı, Ağoğlan Monastırı, Qiyaslı Məscidi, Ağdam Cuma Məscidi, Aşağı Gövher Ağa Məscidi, Saatlı Məscidi, Çöl Qala Məscidi, Mardinli Məscidi, Dondarlı Məscidi, Merdinli Məscidi, Hacı Ələkbər Məscidi, Qacardəli Məscidi, Qaraxanbəyli məscidi və başqaları bu turizm bölgələrinin dini turizmində potensial olaraq istifadə oluna biləcək işlər sırasındadır (Qarabağ İnformasiya Kommunikasiya Texnologiyaları Mərkəzi, 2022).

Tarix və Mədəniyyət Turizmi. Qarabağ və Şərqi Zəngəzur bölgələri tarixi, maddi-mədəniyyət abidələri, zəngin ədəbiyyatı, bədii və musiqi mədəniyyəti ilə zəngindir. Xalqın zəhməti nəticəsində yaranan və rayonun həyatında geniş istifadə olunan Qarabağ sənətkarlığının böyük və zəngin tarixi var. Qarabağdan tapılan qablar, silahlar, bəzək əşyaları təkcə tarixi fakt deyil, həm də onları hazırlayan rəssamın ustalığı haqqında qiymətli məlumat mənbəyidir. İncəsənət əsərləri arasında üzərindəki rəsmlər və bəzəklər vasitəsilə dövr insanlarının adət-ənənələri, dini inancları, hətta geyimləri haqqında məlumat verənlər də vardır. Geyimlərdə Qarabağ xalq yaradıcılığının tarixi, etnoqrafik və bədii xüsusiyyətləri də öz əksini tapıb. Bu xüsusiyyət həm müəyyən formalı geyimlərdə və onların bəzəklərində, həm də bədii tikmədə, toxuculuqda və toxuculuqda özünü göstərir.

Qarabağ və Şərqi Zəngəzur, tarixi-mədəni turizm potensialı baxımından; Bəylər evi, Xan qızı Natəvanın sarayı, İbrahimxəlil xan sarayı, Şuşa qalası, Qarabağ xan sarayı, Səlim Karvansarayı, Üzeyir Hacıbəylinin evi, Bülbülün ev muzeyi, Molla Pənah fondu türbəsi, Ağdam Dövlət Dram Teatrı, Şahbulaq qalası və bir çox tarixi yerlər var. 2020-ci ilin sonundan etibarən bu işlərin bir çoxunun bərpasına başlanılıb.

Mağara Turizmi. Qarabağ və Şərqi Zəngəzur rayonları Azərbaycanın mağara turizmi potensialına malik turizm bölgələri sırasındadır. Mağara turizmi baxımından mühüm potensiala malik olan Qarabağ bölgəsinin Xocavənd ərazisində yerləşən Azıx mağarasının 8 dəhlizi və 600 m. Uzunluğu ilə diqqət çəkən mağaralardan biridir. Onun bəzi dəhlizlərinin hündürlüyü 20-25 metrdir. Zar və Tağlar mağaraları mağara turizmi ilə maraqlanan ziyarətçilər üçün də mühüm potensiala malikdir (Qarabağ İnformasiya Kommunikasiya Texnologiyaları Mərkəzi, 2022).

Termal Turizm. Qarabağ və Şərqi Zəngəzur bölgələri müalicəvi termal sularla zəngindir. Dəniz səviyyəsindən 2225 metr yüksəklikdə yerləşən "İstisu" termal suyu Kəlbəcərin qərb hissəsində, Şərqi Zəngəzur rayonunda yerləşir. Bir çox xəstəliklərin müalicəsində mühüm təsirlərə malik olduğu məlumdur. Laçında çoxlu termal və müalicəvi sular, Şuşada "İliksu", Şuşada "Turşsu", Zəngilanda "Kotursu" və rayonun digər yerlərində çoxlu termal və müalicəvi sular mövcuddur (Qarabağ İnformasiya Kommunikasiya Texnologiyaları Mərkəzi, 2022).

Ekoloji Turizm. Coğrafi mövqeyinə və zəngin təbiətinə görə rəngarəng olan Qarabağ və Şərqi Zəngəzur Bölgələri velosiped sürmək, trekking, vəhşi təbiəti müşahidə etmək, təbiət qoynunda gəzintilər, botanika bağlarına səyahətlər, kənd təsərrüfatı ərazilərində turizm, paraşüt, zipline, balıq ovu, çayda gəzinti üçün imkanlar təklif edir. Çox müxtəlif fəaliyyətləri ilə ekoloji turizm potensialına malikdir.

Nəticə

İşğaldan azad edilmiş Qarabağ və Şərqi Zəngəzur rayonlarının mədəni, tarixi və ekoloji təbliğat işləri beynəlxalq səviyyədə daha səmərəli həyata keçirilməli, 30 illik işğaldan sonra bölgələr yenidən turizmə qaytarılmalıdır. Qarabağ və Şərqi Zəngəzur bölgələri keçmişdən bu günə qədər zəngin tarixi, – təbii sərvətləri və mədəni irsi ilə yerli və beynəlxalq turistlərin müxtəlif turizm rekreasiya fəaliyyətlərində iştirak edə biləcəyi çox mühüm cazibə mərkəzləridir. Torpaqların uzun illər ermənilər tərəfindən zəbt olunması ilə bağlı yaranmış mövcud çatışmazlıqların aradan qaldırılması sonrakı illərdə rayonların turizmdən əldə etdiyi gəlirlərin əhəmiyyətli hissəsini təmin edə bilər. Alternativ turizm potensialı olan bu bölgələri turizmə cəlb etmək və ölkə iqtisadiyyatına töhfə vermək üçün destinasiya idarəçiliyi çərçivəsində marketinq və menecment fəaliyyətləri vurğulanması lazım olan əsas məsələlərdəndir. Qarabağ və Şərqi Zəngəzur rayonlarında yerləşən və Ermənistan tərəfindən paylanan tarix və mədəniyyət abidələrinin bərpa işləri başa çatdırılaraq bu rayonlar üçün təşkil olunacaq turizm fəaliyyətinə təqdim edilməlidir. Xüsusilə Alban xristian və islam dövrünə aid tikililər əvvəlki illərə uyğun bərpa olunmalı, yerli və xarici turistlər üçün turlar təşkil edilməlidir.

Ədəbiyyat:

1. Arslaner, E. ve Erol, G. (2017). Alternatif turizmin bazı türleri üzerine bir değerlendirme. Journal of Tourism Gastronomy Studies, 5(4): 422-438.
2. Ateljevic, I. Morgan, N. and Pritchard, A. (2017). The Critical Turn in Tourism Studies, London: Routledge.
3. Aydın, Ş. ve Eren, D. (2019). Alternatif Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık.
4. Bilalov, B.Ə. and Gülalıyev, Ç.G. (2015). Turizmin Əsasları. Bakı: QHT Nəşriyyatı.
5. Butler, R. (2016). Alternative Tourism: The Thin Edge off the Wedge. In Tourism Alternatives (pp. 31-46). University of Pennsylvania Press. Cabbarov, Ə.X. (2017). Turizm marşrutları və ekskursiya işinin təşkili. Bakı: QHT nəşriyyatı.
6. Cheia, G. (2015). Ecotourism: Definition and Concepts. Journal of Tourism, (15): 56-60.
7. İbrahimova, S. (2020). Azerbaycan'ın Turizm Zenginlikleri, International Scientific Researches Congress, 3-5 December, Türkiye: Gümüşhane.
8. Qarabağ İnformasiya Kommunikasiya Texnologiyaları Mərkəzi, 2022 https://www.virtualkarabakh.az/az/posts/22/1/qarabagin-tarixi.html [Erişim tarihi 15.05.2022].

Vüsalə MƏMMƏDOVA
Azərbaycan Turizm və
Menecment Universiteti, magistrant
Memmedovavusale1212@gmail.com

QONAQPƏRVƏRLIK SAHƏSINƏ TƏSIR EDƏN AMILLƏR

FACTORS AFFECTING THE HOSPITALITY FIELD

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СФЕРУ ГОСТЕПРИИМСТВА

Xülasə: Müasir dövrdə turizm dinamik inkişaf edir.Bir çox yeni turizm növləri meydana çıxmaqdadır. Qonaqpərpərlik sahəsində iqtisadiyyatın rolu danılmazdır. Azərbaycanda da bu dəyişikliyin şahidi olmaq olar. Məqalədə, qonaqpərlik sahəsində iqtisadiyyatın inkişafına təsir göstərən amillər vurğulanmışdır. Qonaqpərvərlik sahəsində iqtisadiyyatın inkişafı hər zaman özünü doğrultmuşdur. Belə ki, respublikamızın hər bölgəsində, iqtisadi potensila cavab verən nəticələr hər zaman diqqət çəkmişdir. Bariz nümunə olaraq, işğaldan azad olunmuş zonalarda çiçəklənməkdə olan turizmin hər sahəsini misal gətirmək olar.

Açar sözlər: *Qonaqpərvərlik, iqtisadi inkişaf, işğaldan azad olunmuş zonalar, turizm*

Abstract: In the modern period, tourism is developing dynamically. Many new types of tourism are emerging. The role of the economy in hospitality is undeniable. In Azerbaijan, you can witness this change. The article emphasizes the factors affecting the development of the economy in the hospitality sector. The development of the economy in the hospitality sector has always justified itself. So, in every region of our republic, results have always been noticed that meet the economic potential. As an illustrative example, all areas of tourism that flourish in zones liberated from occupation can be cited.

Key words: *Hospitality, economic development, liberated from zone occupation, tourism*

Абстракт: В современный период туризм развивается динамично. Появляется много новых видов туризма. Роль экономики в гостеприимстве неоспорима. В Азербайджане можно наблюдать это изменение. В статье подчеркиваются факторы, влияющие на развитие экономики в гостиничном секторе. Развитие экономики в сфере гостиничного бизнеса всегда себя оправдывало. Так, в каждом регионе нашей республики всегда замечены результаты, отвечающие экономическому потенциалу. В качестве наглядного примера можно привести все области туризма, которые процветают в зонах, освобожденных от оккупации.

Ключевые слова: *Гостеприимство, экономическое развитие, освобождение от оккупации зоны, туризм*

GİRİŞ

Qonaqpərvərlik anlayışı insan sivilizasiyasının əsas anlayışlarından biridir. İnsan sivilizasiyası inkişaf etdikcə qonaqpərvərlik, yəni öz evindən kənarda olan adama xidmət göstərmək bir sənətə çevrilmiş və təkamülə uğramışdır. Qonaqpərvərlik sənayesinin əsas məqsədi müxtəlif səbəblərdən evdən (yaşadığı yerdən) kənarda yaşamaq istəyən adamlara xidmət göstərməkdir [4]

Qonaqpərvərlik – istənilən qayğıkeş xidmətin sirridir. Qonağa münasibətdə ona göstərilən qayğı, müştərinin tələbatlarını duymaq qabiliyyəti xidmət göstərənin davranışında sezilməyən, lakin bir o qədər də aydın görünən xüsusiyyətlərdir. Qonaqpərvərlik sənayesi qonaqların qəbulu və xidməti ilə əlaqəli olan xidmətlər bazarında ixtisaslaşmış çoxsaylı və müxtəlif sahibkarlıq formaları üçün ümumiləşmiş anlayışdır.

Daxili və xarici turizm sahəsində otelçilik xidməti özündə bütöv bir turist xidmətləri kompleksini birləşdirir və ölkədə turizmin inkişaf perspektivlərini müəyyən edən aparıcı faktor hesab olunur. Turizm xidmətləri, o cümlədən mehmanxana servisi sosial- mədəni xidmətlərə aid edilir. Bu xidmətlər onların yerli turizmin inkişafında rolunu artıran, həmçinin turist-mehmanxana xidməti üçün kadr hazırlığı sistemində müəyyən vəzifələr qarşıya qoyan müasir qonaqpərvərlik prinsipləri əsasında yaradılır. Bu gün qonaqpərvərlik sənayesi regionun və ya turizm mərkəzinin güclü təsərrüfat sistemini və turizm iqtisadiyyatının əsas tərkibini özündə əks etdirir [8].

Qonaqpərvərlik davranışın fəlsəfəsidir. Bu sənaye qonaqpərvərlik prinsiplərinə əsaslanan, qonaqlara qarşı səxavət və mehribanlıq xarakterizə edən xidmət növlərindən təşkil olunmuş sahibkarlıq sahəsidir.

Hər bir otel özünəməxsus xüsusiyyətlərə, fərdiliyə malikdir. Məhz buna görədir ki, hər bir otelin öz daimi müştəriləri, qonaqları vardır. Özünün fərdi modelini yaratmaq hər bir otelin hüququdur. Otel personalının vəzifələri müxtəlif cür səslənə bilər, lakin əsas məqsəd mehmanxana müəssisəsinin qonaqlara keyfiyyətli xidmət göstərməsi, onların tələbatlarının maksimum dərəcədə ödənilməsi və gəlir əldə olunmasıdır [1].

Qədim qonaqpərvərlik müəssisələrinin təkamülü nəticəsində müasir mehmanxanalar yaranmışdır. Mehmanxana öz yaşadığı yerdən kənarda olan adamlara kompleks xidmətləri göstərən müəssisəyə deyilir. Əksər ölkələrdə işgüzar görüşlərin, müşavirə və konfransların keçirilməsində, həmçinin istirahət və əyləncə üçün imkanlar təqdim olunmasında mehmanxanalar böyük rol oynayır.

Qonaqpərvərlik sənayesi sürətlə və dinamik inkişaf edən bir sahədir. Bu sahənin inkişafına zəmin yaradan əsas amillərdən biri də məhz xidmət anlayışıdır. Xidmət – istehlakçıların tələbatlarının ödənilməsinə yönəldilmiş fəaliyyətdir. Xidmətin dəyərini ödəməklə müştəri özü ilə konkret heç nə aparmır.

Xidmətin əvvəlcədən qiymətləndirilməsinin mümkün olmaması və onun qeyri-maddi olması qiymətləndirmədə və göstərilən xidmətlərin keyfiyyətinin yoxlanılmasında böyük problemlər yaradır. Aydındır ki, pis göstərilmiş xidməti mağazaya keyfiyyətsiz məhsul kimi geri qaytarmaq olmaz, o, yalnız konkret zaman ərzində mövcuddur. Qonağa xidmət göstərən personal tərəfindən diqqətsizlik və kobud münasibət bu mehmanxanada xidmətin səviyyəsi haqqında qonaqda fikir formalaşdırır [6].

Keyfiyyətin yüksəldilməsi problemi hər zaman ön plana keçir. Onun həlli ilə mehmanxana sənayesi ümidlərini gələcəyə bağlayır. Dünya təcrübəsi göstərir ki, mehmanxana biznesində o halda uğur qazanıla bilər ki, mehmanxana müəssisəsinin menecmenti qarşısında əsas məqsəd kimi xidmətin keyfiyyətinin ən yüksək səviyyəainə çatması qoyulsun.

Xidmət psixologiyasında belə bir fikir mövcuddur ki, gündəlik həyatda "aldadıcı" adlandırmağa öyrəşdiyimiz ilk təəssürat istehlakçının bu xidmətdən yenidən istifadə etməsinə və ya ondan imtina etməsinə imkan yaradır. Bununla yanaşı yaddan çıxarmaq olmaz ki, xidməti bəyənməyən qonaq bu mehmanxanaya bir daha gəlməməklə yanaşı müəssisə haqda olan bu fikirlərini öz dostları və tanışları ilə bölüşəcək [10].

İstehlakçının əldə etdiyi xidmətlərin keyfiyyəti haqda tam və düzgün informasiya almaq hüququnun təmin edilməsi məsələsinə xüsusi diqqət ayırmaq lazımdır. Göstərilən xidmətlərin keyfiyyətinin yüksək səviyyəsi şəraitində bu hüququn reallaşdırılması rəqabət mübarizəsində uğurun təminatçısıdır [2].

Qonaqpərvərlik bazarında müəyyən mövqe tutmağa iddia edən mehmanxana üçün eyni zamanda qonağın qarşılanması və yola salınması standartları, konfliktli və gözlənilməz situasiyalarda davranış standartlarının da olması məqsədəuyğundur.

Beləliklə, demək olar ki, qonağın göstərilən xidmətlərdən razı qalıb-qalmayacağı onun həyatdakı şəxsi standartları ilə mehmanxana standartlarının nə dərəcədə üst-üstə düşməsindən asılıdır [3].

Gələn qonaqlara keyfiyyətli xidmətin göstərilməsini təmin etmək üçün mehmanxana müəssisənin əməl etməli olduğu bəzi nüanslar vardır ki, onlardan biri də otelə artıq bir neçə dəfə səfər etmiş turistlərə xüsusi diqqətin ayrılmasıdır. Belə qonaqlar "daimi müştərilər" adlanır. Daimi müştəri bu və ya digər müəssisənin (otelin) xidmətlərindən dəfələrlə istifadə edən şəxs hesab olunur.

Nəticə

Turizm iqtisadiyyatın əsas sahələrindən olan nəqliyyat və rabitə, tikinti, kənd təsərrüfatı, istehlak mallarının istehsalı və s. sahələrə böyük təsir göstərir, daha doğrusu, sosial-iqtisadi inkişafı özünəməxsus şəkildə stimullaşdırır. Servisin qonaqların gözlədiyi təqdim olunması üçün mehmanxana müəssisəsi xidmət standartlarının yaradılması haqda düşünməlidir. Xidmət standartları-mehmanxana tərəfindən təqdim olunan xidmətlərə qoyulmuş tələblərdir. Hər bir mehmanxana şöbəsi məhz bu şöbənin xüsusiyyətləri və mütəxəssis səviyyəsi nəzərə alınmaqla özünün yazılmış davranış və xidmət standartlarına malik olmalıdır.Qonaqpərvərlik sənayesinin hər bir müasir müəssisəsi və ya mehmanxana şəbəkələri bu işin həyata keçirilməsində özünəməxsus taktika, konsepsiya və reklam siyasətinə malikdir.

Belə nəticəyə gəlmək olar ki, dərəcəsindən asılı olmayaraq yüksək inkişafa nail olmaq istəyən hər bir yerləşdirmə müəssisəsi qeyd olunan amilləri nəzərə alaraq ilk növbədə xidmətin səviyyəsinin yüksəldilməsinə, bunun nəticəsində isə otel müştərilərinin müsbət təəsüratlarla müəssisəni tərk etmələrinə səy göstərməlidirlər.

Turizm müasir dövrdə bütün dünya ölkələrinin iqtisadiyyatının aparıcı və sürətlə inkişaf edən sahələrindən birini təşkil edir. Sürətli inkişaf tempinə görə bu sahə yüzilliyin iqtisadi fenomeni hesab olunur. Bir çox ölkələrdə ümumi daxili məhsulun formalaşmasında, əlavə iş yerlərinin açılmasında və əhalinin məşğulluğunun təmin olunması, yaşayış səviyyəsinin və mənəvi zənginliyinin yüksəldilməsində turizm əhəmiyyətli rol oynayır.

Tədqiq edilən mövzunun ölkəmizin turizm sahəsində olan inkişafı baxımından əhəmiyyətli olduğunu deyə bilərik. Lakin ölkəmizin malik olduğu böyük turizm imkanlarının çox cüzi hissəsindən istifadə olunur. Buna görə də, Azərbaycanın hakimiyyət orqanları, turizm problemlərini tədqiq edən elmi ictimaiyyət qarşısında böyük vəzifələr durur. Turizm sənayesinə diqqətin artırılması, onun inkişaf strategiyasının işlənib hazırlanması, qanunverici bazasının yaradılması, bu sahə üçün mütəxəssislərin hazırlanması qarşıda duran problemlərdir.

Ədəbiyyat

1. Abadov M. Azərbaycan turizmi və onun inkişafı problemləri. Bakı, Şərq-Qərb, 2014.
2. İsrail İsgəndərov, Sənan Əliyev, Fuad Cabbarov, Korporativ Sosial Məsuliyyət, Azərbaycan Reallığı və Turizm sektorunda tətbiq imkanları, Azərbaycan Turizm İnstitutu elmi məqalələr toplusu, 2002, səh 139-145.
3. Cabbarov Ə. Turizmin inkişafının regional problemləri. Naxçıva, 2008.
4. Əliyev Ə.İ., Aslanov E.Z. Beynəlxalq turizm hüququ. Bakı : " Mütərcim", 2006, 280 səh.
5. Ə.Q.Əlirzayev, Turizm İqtisadiyyatı və idarə edilməsi, Bakı, 2010, 529 səh.
6. Heydərov Ş.Ə. Turizmdə nəqliyyat xidmətlərinin təşkili. Mingəçevir, "MMC", 2011,148 səh.
7. Hüseynov İ., Əfəndiyeva N. Turizmin əsasları. Dərslik. "Mars-Print" nəşriyyat-poliqrafiya müəssisəsi, 2007.
8. Qafarov N.C. Turizmin İqtisadiyyatı. Bakı: "Kooperasiya" nəşriyyatı, 2012, 440 səh.
9. Qurbanov F. Turizmin əsasları. Bakı, 2007.
10. Məmmədov C.A., Rəhimov S.H. Turizm və onunla əlaqəli sahələrdə işlədilən termin və anlayışların izahlı lüğəti. Bakı: Qanun, 2000, 272 səh.

İsmayıl İSMAYILOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
ismayil.ismayilov001@gmail.com

AZƏRBAYCANDA QONAQPƏRVƏRLİK SƏNAYESİNİN MÜASİR VƏZİYYƏTİ VƏ İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ

CURRENT SITUATION AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF THE HOSPITALITY INDUSTRY IN AZERBAIJAN

ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Xülasə: Azərbaycanın qonaqpərvərlik sektorunda inkişafın hüquqi, təşkilati və mədəni xüsusiyyətləri ilə bağlı risklərin strateji idarəçiliyinin institusional aspektlərinə diqqət yetirir. Bu tədqiqatın məqsədi xarici mühitin risk faktorlarının əsas institusional aspektlərini müəyyən etmək, eləcə də bu amillərin Azərbaycanın mehmanxana müəssisələrinin və qonaqpərvərlik sektorunun fəaliyyətinə yaxın gələcək üçün təsirindəki dəyişiklikləri real qiymətləndirməkdən ibarətdir. ekspert riskinin proqnozlaşdırılması metodu üzrə. Bundan əlavə, məqalə xarici mühitdəki dəyişiklikləri nəzərə alaraq mehmanxananın inkişaf strategiyasını yeniləməyi və bu riskləri mehmanxana müəssisələrində və qonaqpərvərlik sektorunda baş verən biznes prosesləri ilə əlaqələndirməyi hədəfləyir. Biz Azərbaycanın mehmanxana müəssisələri üçün yeni rəqiblərin yaranma ehtimalı, artan rəqabət təzyiqi, ölkədə qeyri-kamil biznes mühiti, aviaşirkətlərin tariflərinin artırılması, müştərilərin tələbatının və zövqünün dəyişməsi, müştərilərin istək və zövqlərinin dəyişməsi kimi ən mühüm amilləri və təhdid mənbələrini təhlil edir bir çox ölkələrlə viza rejimi təsvir edirik. Nəticələrimiz qonaqpərvərlik sektorunda risklərin idarə edilməsi üçün bəzi təşkilati və iqtisadi mexanizmlər təklif edir.

Açar sözlər: *strateji idarəetmə; riskin proqnozlaşdırılması; qonaqpərvərlik sektoru; ətraf Mühit faktorları; rəqabət qabiliyyəti; təşkilati dəyişiklik*

Abstract: Focuses on the institutional aspects of risk strategic management in Azerbaijan hospitality sector related to legal, organizational, and cultural characteristics of development. The aim of this study is to identify the major institutional aspects of risk factors of the external environment as well as to realistically assess the changes in the impact of these factors on the activities of hotel enterprises and the hospitality sector of Azerbaijan for the nearest future based on the expert risk forecasting method. Moreover, the paper aims at updating the strategy of hotel development taking into account the changes in the external environment and to link these risks to the business processes taking place in hotel enterprises and in the hospitality sector. We analyze and describe the most important factors and sources of threats to hotel enterprises of Azerbaijan, such as the probability of new competitors, increasing competitive pressure, imperfect business environment in the country, increase in airline tariffs, changing customer needs and tastes, and maintaining a visa regime with many countries. Our results propose some organizational and economic mechanisms for risk management in the hospitality sector.

Keywords:*strategic management; risk forecasting; hospitality sector; environmental factors, competitiveness; institutional change*

Абстракт: Основное внимание уделяется институциональным аспектам стратегического управления рисками в гостиничном секторе Азербайджана, связанным с правовыми, организационными и культурными особенностями развития. Целью данного исследования является выявление основных институциональных аспектов факторов риска внешней среды, а также реалистичная оценка изменений влияния этих факторов на деятельность гостиничных предприятий и гостиничного сектора Азербайджана на ближайшую перспективу. по экспертному методу прогнозирования риска. Более того, статья направлена на актуализацию стратегии развития гостиничного бизнеса с учетом изменений внешней среды и увязывание этих рисков с бизнес-процессами, происходящими на гостиничных предприятиях и в сфере гостеприимства. Мы анализируем и описываем наиболее важные факторы и источники угроз для гостиничных предприятий Азербайджана, такие как вероятность появления новых конкурентов, усиление конкурентного давления, несовершенство бизнес-среды в стране, рост тарифов авиакомпаний, изменение потребностей и вкусов клиентов, поддержание визовый режим со многими странами. Наши результаты предлагают некоторые организационно-экономические механизмы управления рисками в сфере гостеприимства.

Ключевые слова: *стратегический менеджмент; прогнозирование рисков; гостиничный сектор; экологические факторы, конкурентоспособность; институциональные изменения*

Giriş

Ümumiyyətlə, strateji idarəetmənin həyata keçirilməsi bir çox böyük problemlər gətirə bilər. Bu, ya bu idarəetməni həyata keçirmək üçün istifadə edilən seçilmiş yanaşmalar, ya da strategiyanın öz istehsalının təşkili ilə əlaqədar ola bilər. Bununla birlikdə, həyata keçirildiyi zaman uzun bir müddət narahat olduqda, şirkətin böyüməsinin bütün parametrlərini yalnız kəmiyyət şərtlərindən istifadə edərək müəyyən etmək və qiymətləndirmək olduqca çətin olur. Bu, daha çox onun müxtəlif təhdidləri ehtiva etməsi ilə bağlıdır.

Çox vaxt əlavə çətinliklərə səbəb müasir iqtisadi sistemlərin yüksək mürəkkəbliyi, artımın tsiklik təbiətinin pozulmasıdır. Üstəlik, bir çox şirkətlər üçün idarəetmə planını tərtib etmək çox vaxt baha başa gəlir və problemlidir, çünki çoxlu resurs tələb edir (məsələn, insan, maliyyə, dərəcə və s.).

Plan tərtib edərkən səhv riski çox yüksəkdir. Məsələn, yanlış və ya uğursuz böyümə yolu seçilərsə, kifayət qədər uzun müddət ərzində səhv özünü göstərəcəkdir. Şirkət bu müddət ərzində mövcud resurslarından səmərəsiz istifadə edərdi. Plandakı səhvlər çox vaxt təşkilatın struktur uğursuzluğuna və ya hətta onun məhvinə səbəb olur. Buna görə strategiya və taktikaların düzgün koordinasiyası baxımından bir çox problem yaradır.

Xoşbəxtlikdən, planın "təhlükəsiz" olduğunu (yəni əsas çatışmazlıqları ehtiva etmədiyini) başa düşməyə və əsas əməliyyat risklərini və mümkün mənfi nəticələrin aradan qaldırılması qabiliyyətini əks etdirməyə kömək edə biləcək bəzi əsas meyarlar var:

- elmi-analitik uzaqgörənliyin və strategiyanın istehsalı nəzəriyyəsi;
- təşkilatın xarici və daxili artım amillərinin uçotu və idarə edilməsi nəzəriyyəsi;
- taktika və strategiyada ardıcıllıq nəzəriyyəsi;
- təşkilatın strategiya və taktikasında insan amilinin rolu konsepsiyası;
- uzunmüddətli məqsəd qoyma nəzəriyyəsi;
- şirkət siyasətinin işlənib hazırlanması və icrasına innovativ yanaşma konsepsiyası.

Həmin kriteriyaları mahiyyət və mənalarını ekstrapolyasiya edərək bir-bir izah edək. Əvvəlcə elmi və analitik uzaqgörənliyin istehsalı nəzəriyyəsinə nəzər salaq və strategiya o deməkdir ki, strategiya arzu və ya emosional uzaqgörənliyin məhsulu ola bilməz. Bu yanaşma gələcəyin proqnozlaşdırılmasını, faktın təhlilini, ehtiyatların və dəyişən şəraitin qiymətləndirilməsini, əks fəaliyyət imkanlarını və gözlənilməz hadisələri nəzərə almağı əhatə edir. Yalnız ciddi araşdırmalara əsaslanaraq effektiv strategiya yaratmaq olar.

Təşkilatın strategiya və taktikasında insan amilinin rolu anlayışı o deməkdir ki, insan fəaliyyəti strateji uğurun mühüm amilini təşkil edir. İnsan amili planın bütün elementləri ilə əlaqəli olmalıdır. İnsan təşəbbüsü və fəaliyyəti böyümənin kökündədir. Bu, strategiyanın səmərəliliyinə əsaslanan ardıcıllıq və strateji idarəetmə strukturu konsepsiyasıdır.

Uzunmüddətli məqsəd qoyma nəzəriyyəsi planın özünün uğurunun, şirkətin rəhbərliyi və işçi heyəti tərəfindən öz fəaliyyət istiqamətlərinin real konsepsiyasının əsasını təşkil edir. Bu onunla əlaqədardır ki, həm rəhbərlik, həm də işçi heyəti şirkətin müəyyən edilmiş fəaliyyət planına uyğun hərəkət edir ki, bu da onlara sərəncamlarında olan mövcud resurslardan istifadə edərək ən yaxşı və əhəmiyyətli nəticələr əldə etməyə imkan verir.

Bu məqalə müasir iqtisadiyyata doğru gedən yolda Azərbaycanın qonaqpərvərlik sektorunda risklərin strateji idarə edilməsinin institusional aspektlərinə yönəlmişdir. İnstitusional yanaşma və risklərin idarə edilməsi təhlilindən istifadə edərək biz Azərbaycan iqtisadiyyatının bu mühüm sektorunun inkişafına təsir edə biləcək amilləri əldə edirik.

Risklərin strateji idarə edilməsinin institusional aspektlərini təsvir edir. Azərbaycanda turizm və qonaqpərvərlik haqqında qısa məlumat verilir. Azərbaycanın qonaqpərvərlik sənayesində strateji risklərin idarə edilməsini qiymətləndirir. Nəhayət, bəzi yekun qeydlər, habelə nəticələr və nəticələrin müzakirəsi ilə məqaləni yekunlaşdırır.

Riskin strateji idarəetməsinin təşkilati aspektləri

Bütövlükdə qonaqpərvərlik sektoruna və xüsusən də otel biznesi sənayesinə gəldikdə, onun xidmətlər sektorunda sahibkarlıq fəaliyyətinin ən riskli növlərindən biri olduğunu görmək olar. Yalnız bu fəaliyyət sahəsi çoxlu sayda təhlükəli vəziyyətlərlə xarakterizə olunur. Otel sənayesinin yaradılması

üzrə dünya təcrübəsi göstərir ki, mehmanxana biznesinin inkişafı üçün taktiki və strateji strategiyanın hazırlanması zamanı sahibkarlıq riskinin ölçüsünü nəzərə almamaq və ya azaltmaq sosial inkişafın qarşısını alır. Ölkədə iqtisadi system deflyasiya və hətta tənəzzülün yaranmasına səbəb olur.

Bizim yanaşmamız Şimalın institusional dəyişiklikləri öyrənmək ənənəsini tamamlayır. İqtisadi proseslərin qeyri-erqodik xüsusiyyəti qaçılmaz qeyri-müəyyənliklə bağlıdır ki, bu da turizm sektorunda risklərin idarə edilməsinin təhlilində institusional amillərin nəzərə alınmasını aktual edir. Azərbaycanın turizm sənayesində baş verən institusional dəyişikliklər milli iqtisadiyyatın institusional strukturuna daxil olan bazar münasibətlərinin inkişafı ilə bağlıdır. Milli institusional strukturun xüsusiyyətlərinin nəzərə alınması qeyri-erqodiklik və mürəkkəbliklə əlaqəli proseslərin daha uyğun başa düşülməsinə kömək edir.

Eyni zamanda, hər il otel sənayesi getdikcə daha çox bazara çevrilir, müxtəlif mürəkkəblik elementlərini sahibkarlıq fəaliyyətinə cəlb edir və riskli vəziyyətlərin sahələrini genişləndirir. Elektron marketinq və sosial şəbəkələrdən istifadə, İKT həlləri, o cümlədən filmlər, ədəbiyyat və video oyunlardan istifadə edərək destinasiyaların təşviqi kimi sahələr getdikcə daha çox əhəmiyyət kəsb edir.

Otellərin son nəticəsinə nail olmaqda belə bir vəziyyətdə çaşqınlıq və çaşqınlıq yaranır və buna görə də onun risk dərəcəsi artır.

Otel sənayesində risklərin qiymətləndirilməsinə yanaşmaların mürəkkəbliyi müasir iqtisadi tədqiqatlarla xarakterizə olunur. Otel biznesinə xas olan aşağıdakı risk təsnifatı, fikrimizcə, ən optimaldır. Otel şirkətlərinə xas olan qeyri-spesifik təhlükələri müəyyən etmək mümkündür:

- qiymət rəqabəti riski;
- yeni rəqiblərin riski;
- tələbin azalması riski;
- investisiya riski;
- geri ödəmə riski;
- ədalətsiz qarşı tərəf seçimi riski;
- qanunvericilik dəyişiklikləri ilə bağlı risk;

Bundan əlavə, otel müəssisələri üçün xarakterik olan bəzi spesifik risklər var:

- viza rejiminin sərtləşdirilməsi riski;
- otaqlarda azalma riski;
- müştərilərin təhlükəsizliyi üçün risk;
- işçilərin təhlükəsizliyi üçün risk;
- reputasiyanın itirilməsi riski;
- əmlakın zədələnməsi və ya itməsi riski;
- mənzil və kommunal xidmətlərdə qəza və fəlakət riski.

Otel sənayesi risklərinin xarakterik cəhəti və onun otellərin idarə olunmasına təsiri. Buna görə də, idarəetmə alətinin yaradılması ilə nə qədər dərindən və hansı istiqamətdə məşğul olmağın lazım olduğunu əvvəlcədən başa düşmək lazımdır, çünki bu konkret sahibkarlıq sahəsində risklər üçün xarakterik olan problemləri həll etmək lazımdır.

Otel sənayesindəki risk problemi bütövlükdə onların nəzərdən keçirilməsinə və qiymətləndirilməsinə ehtiyac duyur. Buraya təhlükələrin vura biləcəyi gələcək zərərin miqyasının qiymətləndirilməsi və risklərin onların baş vermə ehtimalına görə bölüşdürülməsi daxildir. Bu iki amilin birləşməsi (dəymiş potensial zərərin ölçüsü və riskin baş vermə ehtimalı) müvafiq tədbirlərin həyata keçirilməsinin vacibliyi və aktuallığına əsaslanan risk iyerarxiyası yaratmağa imkan verir.

Bu kontekstdə proqnozlaşdırma müəyyən bir hadisənin və ya mümkün nəticənin baş verə biləcəyini bildirir. Xarakterik bir funksiya, ortaya çıxan tendensiyalar əsasında bir otel şirkətinin vəziyyətini inkişaf etdirmək üçün müxtəlif variantları müəyyən edən müxtəlif ölçü və meyarların alternativ qurulmasıdır. Beləliklə, risklərin idarə edilməsinin proqnozlaşdırılması bütövlükdə müəssisənin vəziyyətində, eləcə də gələcək üçün onun ayrı-ayrı tərkib elementlərində dəyişikliklərin yaradılmasıdır.

Azərbaycanda turizm və qonaqpərvərlik

Azərbaycan zəngin mədəni, dini və dini ənənələrə, eləcə də güclü mədəni irsə malikdir. Avrasiya İqtisadi İttifaqının (Aİİ) üzvüdür. Azərbaycan hələ də Avropada müstəsna yer hesab edilsə də, həm də zəngin tarixə, gözəl mənzərələrə və ləzzətli yemək və içkilərə malik füsunkar bir məkandır.

Görmək olar ki, Azərbaycana gələn turistlər adətən Yaxın Şərq, Şimali Afrika, Asiya, Avropa, Cənubi Amerika, Afrika və Asiya-Sakit okean regionundandır. 2018-ci ildə Körfəz ölkələrindən, xüsusən də Səudiyyə Ərəbistanı, Bəhreyn, Küveyt, Qətər, Oman, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri və Bəhreyndən gələn ziyarətçilərin sayında əhəmiyyətli artım olub. İsraildən gələn turistlərin sayının artdığını da görmək olar.

Azərbaycanda ekoloji turlara tez-tez yürüyüş, trekkinq, dırmanma marşrutları və dağ velosipedi və gəzinti kimi digər açıq fəaliyyətlər daxildir. Bu, Azərbaycanın dünyanın ən ekoloji cəhətdən təmiz ölkələrindən biri kimi tanınmasına töhfə verir. Gəncə adlanan şəhərlərindən birinin qədim tarixə malik olması turistlərin böyük marağına səbəb olsa da, paytaxtdan çıxıb ölkənin ən məşhur turistik yerlərindən birinə, qədim Bakı şəhərinə üz tutmaq lazımdır.

Dünyanın ən məşhur abidələrinə və muzeylərinə ev sahibliyi edən Azərbaycanın qədim Bakı şəhəri ölkənin hər yerindən və dünyanın hər yerindən ziyarətçiləri cəlb edir.

Gəzintidən tutmuş alpinizmə, gəzinti və düşərgədən balıq tutmağa qədər dəqiqliklə yekunlaşdırmaq üçün müxtəlif Azərbaycan turizm təcrübələrini tapmaq olar. Məsələn, ən populyar Bakı turlarından bəziləri bu veb platformadadır və insanlar hətta Azərbaycanda bir neçə dəfə olmuş olsalar belə, dəbdəbəli turist ideyaları axtara bilərlər. Azərbaycana səfərləri zamanı bir çox ziyarətçilər yeni və unikal nəsə axtarmağa meyllidirlər. Səyahət məhdudiyyətləri qaldırılarsa, insanlar daha az izdihamlı yerlərə səyahət edə və gizli qiymətli daşları kəşf edə biləcəklər. İnanırıq ki, pandemiyadan sonra sağlamlıq və təhlükəsizlik standartlarına əməl olunarsa, Azərbaycan ziyarət üçün ən cəlbedici yerlərdən biri olacaqdır. Azərbaycanın min illər boyu burada yaşayan insanlara təklif edəcəyi çox şey var. İnkişaf etməkdə olan bir turizm məkanı kimi Azərbaycan getdikcə daha çox təklif edir - turistlər üçün təhlükəsizlik standartları, həyat keyfiyyəti və həyat keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması. Yuxarıda 2016-2019-cu illərdə Azərbaycana gələn beynəlxalq turistlərin sayı ilə bağlı təxminlər verilmişdir.

Son zamanlar Azərbaycan turizmi köklü dəyişikliklərə məruz qalır və yeni texnologiyalar və həlləri əhatə edir. Məsələn, bir çox mədəni və təbii attraksionlar və təcrübələr, o cümlədən şərab marsrutları üçün bir çox yeni turizm məhsulları hazırlanır. Azərbaycana turist marağının artması ilə ölkədə mehmanxana, restoran, mehmanxana və digər turistik məkanların sayı artır. Azərbaycan mütəmadi olaraq beynəlxalq çoxidman yarışlarına, o cümlədən hər il paytaxt Bakıda keçirilən Azərbaycan Qran Prisinə ev sahibliyi edir.

Azərbaycanda turizm üçün çoxlu imkanlar var, o cümlədən yeni mehmanxanaların, restoranların və digər turistik obyektlərin açılması. Turizm sektorun inkişafına müsbət təsir göstərir və ölkədə ciddi işsizlik probleminin həllinə kömək edə bilər. Bu, artan tələbatı ödəməli və ölkəyə gələn qonaqlar üçün yüksək keyfiyyətli turistik yerləşdirmə təklif edən ölkənin qonaqpərvərlik sektoru üçün xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Beləliklə, bu sektorun inkişafının gücləndirilməsi turizm institusional dəyişikliyinin əsas prioritetini təşkil edir.

Azərbaycan qonaqpərvərlik sənayesində strateji risklərin idarə edilməsi

Bu bölmədə biz Azərbaycanın qonaqpərvərlik sənayesində strateji risklərin idarə edilməsinin qiymətləndirilməsi üçün empirik modeli təsvir və nümayiş etdirəcəyik. Ümumiyyətlə, iqtisadiyyatın riskləri proqnozlaşdırmaq üçün 20-dən çox mümkün yolu var. Onların hər birinin özünəməxsus əhəmiyyətli üstünlükləri və spesifik çatışmazlıqları var, buna görə də risklərin proqnozlaşdırılmasının bütün üsulları bir şəkildə bir-birini tamamlaya və praktikada birlikdə istifadə edilə bilər.

Təcrübədə əksər kəmiyyət tədqiqat üsullarını tətbiq etmək iqtidarında olmadığından, ekspert qiymətləndirmə prosesi kimi risklərin qiymətləndirilməsi formasından istifadə etdik. Əvvəllər makromühit tədqiqatında iştirak etmiş, otel sahibləri, mehmanxana biznesi sahibləri, otel xidmətlərinin menecerlərindən ibarət ekspert qrupu məsləhətçi qrup kimi fəaliyyət göstərmişdir.

Ətraf mühit amillərinin təsirindəki dəyişikliyi qiymətləndirmək üçün öz ekspert sorğumuzu keçirdik. Sorğunun birinci mərhələsində iştirakçılardan əsas ekoloji riskləri müəyyən etmək istənilib. Sorğunun ikinci mərhələsində respondentlərdən şirkətin biznesinə təsirlərini hazırda, 5 ildən sonra, 10 ildən sonra 5 ballıq şkala ilə qiymətləndirmələri xahiş olunub. Ekspert sorğusu Azərbaycan Turizm Assosiasiyası AZTA, Səyahət Agentlikləri Assosiasiyasının Ekspert Şurasının nümayəndələri olmaqla 155 ekspertlə aparılıb.

Cədvəl 1. Azərbaycanın qonaqpərvərlik sənayesi üçün ekoloji təhlükələrdə dəyişikliklərin ekspertlərin qiymətləndirməsi

Risk faktorları	2020	2025	2030
Yeni rəqiblərin ehtimalı, artan rəqabət təzyiqi	5	5	5
Ölkədə qeyri-kamil biznes mühiti	5	4	4
Aviaşirkətin tarifi artır	5	5	5
Müştəri ehtiyaclarının və zövqlərinin dəyişdirilməsi	4	4	4
Bir çox ölkələrlə viza rejiminin saxlanması	3	3	3

Mənbə. Qonaqpərvərlik strategiyasından

Görmək olar ki, bu ekspert proqnozu göstərir ki, artan rəqabət riski hazırda mehmanxana şirkətləri üçün ən əhəmiyyətli amil və təhlükə mənbəyidir. Azərbaycanda turizmin hərtərəfli inkişafına diqqət yetirmək qərarına gələn Prezident Əliyevin seçdiyi mükəmməl strategiya sayəsində bu sektor iqtisadi inkişafın əsas prioritetlərindən birinə çevrildi. Azərbaycan hökuməti ölkənin turizm infrastrukturunun yaxşılaşdırılması və təkmilləşdirilməsi üçün beynəlxalq səviyyədə qəbul edilmiş standartların tətbiqini əhatə edən mühüm təşəbbüslər həyata keçirir. "Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizmin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi" qəbul edilib. Bura müəyyən edilmiş müddət ərzində turizm sektorunun inkişafının dəstəklənməsi, beynəlxalq və yerli bazarlarda keyfiyyətli və dayanıqlı turizm xidmətlərinin göstərilməsi, turizm təcrübəsinin milli dəyərlərə uyğun inkişaf etdirilməsi, yeni investisiya layihələrinin cəlb edilməsi və aidiyyəti qurumların fəaliyyətinin əlaqələndirilməsi kimi fəaliyyətlər daxildir. Turizmin inkişafı ilə əlaqədardır. Bütün bu fəaliyyətlər turizm və otelçilik sektorunda təşkilati dəyişiklik və transformasiya üçün çox vacibdir.

Bu sahədə uzunmüddətli perspektivə nail olmaq üçün 2025-ci ilə qədər ölkənin turizm sektorunda dörd əsas hədəf müəyyən edilib. Birincisi, Bakı şəhərinin turizm potensialının xeyli sayda xarici turistin iştirakı ilə tam reallaşdırılmasıdır. 2025-ci ilə qədər uzunmüddətli hədəf Azərbaycanın həm region ölkələri, həm də dünya ölkələri arasında arzuolunan turizm mərkəzlərindən birinə çevrilməsinə nail olmaqdır. Məqsəd 2025-ci ildən sonra Azərbaycanı ziyarətçilərin tez-tez ziyarət etdiyi dünyanın ən populyar iyirmi turizm məkanından birinə çevirmək və mövcud turizm resurslarından məqsədəuyğun istifadəni optimallaşdırmaqdır.

Ona görə də dövlətin bu istiqamətdə həyata keçirdiyi tədbirlərin əsas məqsədi Azərbaycanda yüksək iqtisadi, sosial və ekoloji tələblərə cavab verən müasir turizm sektorunu inkişaf etdirmək, onun ölkənin əsas iqtisadi sütunlarından birinə çevrilməsini təmin etməkdir. Ölkədə bu kontekstdə mehmanxana biznesinin inkişafı üçün gözəl şərait yaradılır və iqtisadiyyatın qeyri-neft sektorunda bu sektorun payında tədricən artım müşahidə olunur. Bu gün əminliklə iddia etmək olar ki, ölkəmizdə mehmanxana biznesi sürətlə inkişaf edəcək, getdikcə daha çox otellər, şirkətlər, otel mərkəzləri yaranacaq. Bu gün bazar qanunu qüvvədədir, çünki təklif tələb tərəfindən yaradılır. Bütün bunlar ekspertlərə turizm sənayesinin modernləşdirilməsinə və böyüməsinə səbəb olacaq bütün tədqiqat dövrü ərzində ciddi rəqabətin mümkünlüyünü inamla proqnozlaşdırmağa kömək edir.

Ənənəvi yerləşdirmə obyektləri ilə yanaşı, yerli mehmanxana biznesində də rəqabət güclənəcək. Qəsəbənin ən mobil hissəsi olan gəncləri və tələbələri cəlb edən daha çox mini-otellər və yataqxanalar tikiləcək. Davam edən bazar seqmentasiyası prosesini nümayiş etdirir. Yeni şəbəkə və müstəqil otellərin açılması da xidmətin keyfiyyətini yüksəldəcək. Mütəxəssislər bu məqamda ölkədə formalaşmış gözlənilməz biznes mühitini də otel biznesinin fəaliyyətinə təsir edən ciddi təhlükə kimi qeyd edirlər.

Dünya bazarında neftin qiymətinin kəskin ucuzlaşması manatın (Azərbaycan milli valyutasının) xarici valyutalara nisbətdə məzənnəsinə təkan verib. Azərbaycan büdcəsinin gəlir hissəsi neft ixracından asılıdır. Bütün bunlar inflyasiyanın artması, iqtisadi tənəzzül, işgüzar fəallığın azalması, yoxsulluğun artması, istehlak tələbinin, əhalinin real əmək haqqının azalması, ödəmə qabiliyyətinin azalması, istirahət, turizm və səyahət xərclərinin artması ilə nəticələndi. .

Azərbaycanda həyata keçirilən genişmiqyaslı dövlət siyasəti nəticəsində biznes mühitinin əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşması gözlənilir. Dünya Bankı, Avropa Yenidənqurma və İnkişaf Bankı, Asiya İnkişaf Bankı, Avropa İnvestisiya Bankı, Beynəlxalq Valyuta Fondu və digər beynəlxalq maliy-

yə təşkilatları öz araşdırmalarında və şərhlərində Azərbaycanda aparılan islahatların uğurunu qeyd edirlər (Dünya Bankı, 2020).

Aydındır ki, Azərbaycan qonaqpərvərlik və turizm sənayesini inkişaf etdirmək üçün böyük potensiala malikdir. Ölkə hazırda Dünya Bankının "Doing Business" sorğusunda ən inkişaf etməkdə olan 20 ölkə siyahısındadır. Bundan başqa, Azərbaycan 2019-cu il Dünya İqtisadi Forumunun "Qlobal Rəqabət Qabiliyyətliliyi" üzrə 141 ölkənin ümumi siyahısında 58-ci yerdə qərarlaşıb. Ümumilikdə 62,7 balla ölkə ötən illə müqayisədə reytinqdə mövqeyini 11 pillə və 2,7 pillə yüksəldib. 2018-ci ildə 140 ölkədən Azərbaycan 69-cu yeri tutub.

Azərbaycanın reytinqlərin ilk yarısına daxil edilməsi "Dinamik sənaye" (23-cü yer), "Əmək bazarı" (21-ci yer), "Qida bazarı" (23), "İnfrastruktur" (38-ci yer), "Bacarıqlar" (48-ci yer), "Dövlət qurumları" (49), "Bazarın həcmi" (67-ci yer), "İKT potensialı" (69-cu yer), həmçinin "İnnovasiya potensialı" (68-ci yer) (Ticarət iqtisadiyyatı, 2020). kimi indekslər üzrə qeyd olunub.

Davos Dünya İqtisadi Forumunun hesabatı bir daha göstərir ki, Azərbaycanda aparılan islahatlar səmərəlidir (Dünya İqtisadi Forumu, 2020). Onların birləşdirilməsinin biznes mühitinin gələcək inkişafına ciddi təsir edəcəyi şübhəsizdir. Bu risk faktoru kontekstində potensial bir azalma proqnozlaşdırmaq üçün belə əvvəlcədən təyin edilmiş mütəxəssislər.

Azərbaycana xarici turistlərin cəlb edilməsində əsas çətinliklərdən biri AZAL Dövlət Konserninin tətbiq etdiyi yüksək tariflərdir. Hazırda Azərbaycanda Azərbaycan Hava Yolları (AZAL) və Buta Airways-in iki yerli dövlət mülki aviaşirkəti fəaliyyət göstərir.

"Buta Airways" Azərbaycanda aşağı büdcəli aviaşirkətdir, onun törəmə şirkəti "Azərbaycan Hava Yolları" Qapalı Səhmdar Cəmiyyətinin (AZAL) tərkibində struktur qurumdur. Göründüyü kimi, bu gün AZAL yeganə monopolistdir ki, aviabiletlərin qiymətini özü müəyyən edir, hətta süni şəkildə şişirdilir. Qlobal hava nəqliyyatı bazarı araşdırmaları göstərir ki, artan rəqabət onun böyüməsində əsas amillərdən biridir. Oradan, 2016-2018-ci illərdə dörd və ya daha çox rəqiblə hava səyahətinin payı. Yalnız bir və ya iki daşıyıcı tərəfindən həyata keçirilən sərnişin daşımalarının payı 39 faizdən 35 faizə düşüb. Xarici şirkətlərin Azərbaycanın hava nəqliyyatı sənayesinə daxil olması ilə "Azərbaycan Hava Yolları" Qapalı Səhmdar Cəmiyyətinin (AZAL) inhisarına son qoyulacaq, sonra isə aviabiletlərin qiyməti aşağı düşəcək.

Bu vəziyyət ekspertin bu risk faktoru ilə bağlı proqnozunu proqnozlaşdırırdı – onun Azərbaycanın Shotel şirkətləri üçün əhəmiyyəti araşdırılan müddət ərzində maksimum və dəyişməz qalmalıdır.

Müştəri loyallığının itirilməsi xidmət şirkəti üçün ən ciddi risklərdən biridir. Qeyd etmək lazımdır ki, müxtəlif növ təsirlər, o cümlədən kütləvi şüurun dəyişməsi səbəbindən xidmət sektoru kifayət qədər rəqabətlidir, istehlakçı tələbləri daim dəyişir. Yeni texnologiyalara tələbat artır və təklif yaratmaq üçün çox yönlüliyə və dəyişmək istəyinə ehtiyac var.

Bu rəqabət qeyri-müəyyənliyi şəraitində otel biznesinin əhəmiyyətli bir hissəsi müştərilərin ehtiyaclarının fərdiləşdirilməsini təmin edən əsas istəklərinin müəyyən edilməsi məsələlərinə getdikcə daha çox diqqət yetirməyə məcbur olur.

Əvvəllər yerləşdirmə obyektinin səmərəli işləməsi üçün onun resurslarını bazarın potensial imkanlarına uyğunlaşdırmaq kifayət olsa da, indi strateji məqsəd hazırlayarkən ehtiyacların fərdiləşdirilməsi prinsipini əsas götürmək lazımdır. İstehlakçı artıq konkret xidməti əmtəə kimi yox, kombinasiya kimi qəbul edir. Bu, şıltaq müştərinin ehtiyaclarını həqiqətən təmin etməyə kömək edir. Bu təhdidlər müntəzəm olaraq öz bəhrəsini verir.

İstehlakçı ilə əlaqəli başqa bir təhlükə var. Bu, onun "unikallığı" münasibəti, yeniliyi, yeniliyidir.İqtisadiyyat mal və xidmət təklifini artırır və bu, istehlakçını bezdirməyə başlayır.

Beləliklə, ekspertlərin fikrincə, yeni xidmətin tətbiqi məsələsi həmişə ön planda olacaq və otel biznesi fəaliyyətində müştəri loyallığının itirilməsi ilə bağlı risk həmişə mövcud olacaq.

Sərt viza siyasətinin həyata keçirilməsi Azərbaycana gələn turist axınının artımını məhdudlaşdıran əsas amillərdən biridir. Azərbaycana turist vizası nisbətən bahalıdır, uzun müddət tələb edir və adətən bir giriş və məhdud müddət üçün verilir. Bir çox potensial ziyarətçi üçün, hətta gözlənilən səyahət marşrutu ilə bağlı qərar vermə mərhələsində belə, bu mülahizələr mənfidir.

Sadələşdirilmiş turist vizasının verilməsi prosesinin həyata keçirilməsi xarici vətəndaşların Azərbaycana səfərinə əlavə tələbatın yaranması ilə nəticələnə bilər. Bəzi ölkələrin hökumətləri tərəfin-

dən xüsusi olaraq ölkələrinə turist axınını artırmaq üçün viza sistemində bu cür dəyişikliklərin edilməsinə dair çoxlu nümunələr var.

Qeyd edək ki, turistlərin ölkəyə girişi ilə bağlı tələblərin asanlaşdırılmasına yönəlmiş ilk addımlar 2019-cu ilin iyul ayında "Azərbaycan Respublikasında fəaliyyət göstərən turizm agentliklərinin elektron turist vizası üçün müraciət etmək hüququnun təmin edilməsi məqsədilə akkreditasiyadan keçməsi Qaydaları"na yenidən baxılması ilə atılıb.

Ona görə də yaxın gələcək üçün Azərbaycan turizm sənayesinin inkişaf strategiyası turizm və otelçilik sektorunda şirkətlər üçün inkişaf imkanlarını və riskləri nəzərdə tutacaq. Bu risklər və imkanlar çox güman ki, artan rəqabətə, yeni bazar girişlərinə, eləcə də qiymət müharibələrinə təsir edəcək. Otel sahiblərinin və qonaqpərvərlik biznesi şirkətlərinin Azərbaycan turizm bazarında uğurları, çox güman ki, onların dəyişən hadisələrə tez reaksiya vermək, daxili fəaliyyəti təkmilləşdirmək və risklərin azaldılması üçün müvafiq həllər tapmaq bacarığından asılı olacaq.

Nəticə və təkilflər

Bütövlükdə aydın olur ki, institusional təhlil metodologiyasından istifadə mehmanxana müəssisələrinin strateji idarəçiliyinin təhlilinə qonaqpərvərlik təşkilatlarının və müəssisələrinin təkamülünün hüquqi sistemi, mədəniyyəti və tarixi xüsusiyyətləri ilə bağlı institusional amilləri daxil etməyə imkan verir.

Bu araşdırmadan irəli gələn nəticələri yekunlaşdırmaq üçün qeyd etməliyik ki, biz təhlilimizi elmi biliklərin bir sıra metod və metodlarından istifadə etməklə aparmışıq. Xüsusilə, biz empirik tədqiqatın müqayisə, müşahidə, qruplaşdırma kimi geniş tətbiqi üsullarından, eləcə də məntiqi ümumiləşdirmə, statistik təhlil və vahid sistem yanaşması kimi ümumi məntiqi metodlardan istifadə etdik.

Tədqiqat metodologiyamıza Azərbaycan Respublikası qanunvericiliyinin öyrənilməsi, monoqrafik, elmi-praktiki, tədris-metodiki nəşrlər, tezislərin və avtoislahatların mətnləri, analitik icmallar və metodik tövsiyələr daxil idi.

Tədqiqatın nəzəri əsasını Azərbaycan və xarici alimlərin müasir şəraitdə risklərin idarə edilməsi problemlərinə və xidmətlər sahəsinin təşkilatlarında proqnozlaşdırılması prosesinə dair əsərləri təşkil etmişdir.

Nəticələrimiz Azərbaycanda mehmanxana müəssisələri və qonaqpərvərlik sektoru üçün mümkün təhlükələrin mühüm amillərini və mənbələrini müəyyən etməyə kömək edə bilər. Belə nəticəyə gəlmək olar ki, risklərin idarə edilməsi sistemi bütün mümkün səviyyələrdə – strateji idarəetmədən tutmuş əməliyyat fəaliyyətlərinə və onun təmin edilməsi proseslərinə qədər mehmanxanaların biznes proseslərinə inteqrasiya edilməlidir. Bundan əlavə, qeyd edə bilərik ki, mehmanxanaların təşkilati strukturunda yerləşdirmənin məqsədəuyğunluğu risklərin idarə edilməsi funksiyaları təyin edilə bilən bölməni təmsil edir.

Risklərin idarə edilməsi çərçivəsi bu baxımdan bütün səviyyələrdə mehmanxana biznes proseslərinə daxil edilməlidir – strateji idarəetmədən tutmuş təşkilati əməliyyatlara və onu təmin etmək üçün prosedurlara qədər.

Bütövlükdə, otel sənayesi ilə bağlı araşdırmalara ehtiyac və institusional və ətraf mühit amillərini izləmək şirkətin təşkilati strukturunda bölmələrin ayrılmasının uyğunluğunu qiymətləndirir. Xarici mühitdəki dəyişiklikləri və risklərin mehmanxana biznes prosesləri ilə əlaqəsini nəzərə alaraq onların təsirlərinin keyfiyyətcə qiymətləndirilməsi üçün mehmanxananın inkişaf strategiyasının daim yenilənməsi vacib görünür. Buna görə də, əldə etdiyimiz nəticələr təkcə Azərbaycanda turizm və qonaqpərvərlik mütəxəssisləri üçün deyil, həm də digər ölkədə turizm iqtisadiyyatı institutlarında islahatların aparılması və turizm bazarlarının yaxşılaşdırılması məqsədi daşıyan maraqlı tərəflər üçün çox faydalı ola bilər. Sənaye və yenidən yoluna qayıtmaq üçün vaxt və əhəmiyyətli dövlət subsidiyaları tələb olunacaq.

Ədəbiyyat:

1. Abrham. J. and Wang. J. Novel trends on using ICTS in the modern tourism industry. Czech Journal of Social Sciences, Business and Economics, (2017).
2. Chatzis.S. Siakoulis.P., Petropoulos.V., Stavroulakis. A., Vlachogiannakis. E., Forecasting stock market crisis events using deep and statistical machine learning techniques. (2018).
3. Chiabai. A., Platt. S., Strielkowski. W. Eliciting users' preferences for cultural heritage and tourism-related e-services: a tale of three European cities. Tourism Economics, (2014).
4. State Statistical Committee of Azerbaijan (2020). Tourism in Azerbaijan. Available at: https:// www.stat.gov.az/source/tourism/?lang=en (accessed on 29.11.2020).

5. Trading Economics (2020). Azerbaijani Competitiveness Index. Available at: https:// tradingeconomics.com/azerbaijan/competitiveness-index
6. World Economic Forum (2020). Azerbaijan's role in a cohesive and sustainable world. Available at: https://www.weforum.org/agenda/2020/01/stakeholders-for-a-cohesive-and-sustainable-world/

Ləman VƏLİZADƏ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,magistrant
valizada.laman.2021@atmu.edu.az

ORDUBAD RAYONU – POTENSİAL TURİZM MƏRKƏZİ KİMİ

ORDUBAD REGION – AS A POTENTIAL TOURISM CENTER

ОРДУБАДСКИЙ РАЙОН – КАК ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР

Xülasə: Ordubad rayonu – Azərbaycan Respublikası Naxçıvan Muxtar Respublikasının tərkibində inzibati – ərazi vahididir. Azərbaycanın dilbər guşələrindən biri olan Ordubad Naxçıvan Muxtar Respublikasının tərkibinə daxildir. Cənubdan İran İslam Respublikası, şimaldan və şərqdən Ermənistanla həmsərhəd olmaqla, qərbdən Culfa rayonu ilə qonşu olan Ordubad rayonunun sahəsi 978 kvadrat kilometr,əhalisi 50.4 min nəfərdir.

Ordubad tarixi və mədəni irsi ilə tanınır. Rayon həm də təbii gözəlliyi, mənzərəli mənzərələri və dağlıq ərazisi ilə məşhurdur. Ordubadda kənd təsərrüfatı mühüm sahədir, rayonda müxtəlif məhsullar, o cümlədən pambıqçılıq, məhsuldarlıq və tərəvəzçilik istehsal olunur. Rayon xalçaçılıq və sənətkarlıq sənayesi ilə də tanınır.

Açar sözlər: *Ordubad,turizm ,təbiət, mədəniyyət,tarixi abidələr*

Abstract: Ordubad district is an administrative-territorial unit within the Nakhchivan Autonomous Republic of the Republic of Azerbaijan. Ordubad, one of the charming corners of Azerbaijan, is part of the Nakhchivan Autonomous Republic. Bordering the Islamic Republic of Iran to the south, Armenia to the north and east, and bordering Julfa district to the west, Ordubad district has an area of 978 square kilometers and a population of 50,400 people. Ordubad is known for its historical and cultural heritage. The region is also famous for its natural beauty, scenic views and mountainous terrain. Agriculture is an important sector in Ordubad, various products are produced in the region, including cotton growing, productivity and vegetable growing. The district is also known for its carpet weaving and handicraft industries.

Keywords: *Ordubad, tourism, nature, culture, historical monuments*

Абстракт: Ордубадский район является административно-территориальной единицей в составе Нахчыванской Автономной Республики Азербайджанской Республики.

Ордубад, один из очаровательных уголков Азербайджана, входит в состав Нахчыванской Автономной Республики. Граничащий с Исламской Республикой Иран на юге, Арменией на севере и востоке и граничащий с Джульфинским районом на западе, Ордубадский район имеет площадь 978 квадратных километров и население 50 400 человек.

Ордубад известен своим историческим и культурным наследием. Регион также славится своей природной красотой, живописными видами и гористой местностью.

Сельское хозяйство является важной отраслью в Ордубаде, в регионе производится различная продукция, в том числе выращивание хлопка, урожайность и овощеводство. Район также известен своим ковроткачеством и ремесленным производством.

Ключевые слова: *Ордубад, туризм, природа, культура, исторические памятники*

Ordubad zəngin tarixə malikdir və etik dəyərləri ilə tanınır. Kiçik Qafqaz dağlarında Qapıcıq zirvəsinin ətəyində yerləşir. Rayon əsasən dağlıqdır, bəzi ərazilər aralıqdır. Ordubadın flora və faunası son dərəcə müxtəlif və zəngindir. Qəsəbə əsasən dağlıq ərazidə yerləşir və kənd təsərrüfatı üçün su təchizatı və içməli su mənbələrinə çıxışı var. Ordubad rayonu 8 avqust 1930-cu ildə dairə kimi yaradılmışdır. Daha sonra 4 yanvar 1963-cü ildə ləğv edilmiş, daha sonra 6 yanvar 1965-ci ildə yenidən təşkil edilmişdir. Qərbdə Körfəz bölgəsi, İran İslam Respublikası ilə həmsərhəddir. cənubda, Ermənistan isə şimalda və şərqdə. Ordubad rayonun mərkəzi şəhəridir.

Ordubadın yaranma tarixi dəqiq bilinməsə də, dünyanın ən qədim insan məskənlərindən biri hesab olunur. V əsrə aid yazılı mənbələrdə "Ordubad" adı çəkilir. Müqəddəs yer sayılan məşhur Gəmi-

qaya dağı da Ordubadda yerləşir. Dağın və onun yaşayış məntəqələrinin təsvirləri eramızdan əvvəl VII və I minilliklərdə Ordubadın qədim xalqlarının həyat tərzi və mədəni inkişafı haqqında məlumat verir. Eramızdan əvvəl II və I minilliklərə aid mədəni irsə və nekropollara malik olan Sabirkənd, Plovdiv və Haraba Gilan kimi tarixi yerlər var ki, bu da Ordubadın təxminən 7000 il yaşı olduğunu göstərir. XVIII əsrin əvvəllərində Ordubad Səfəvi imperiyasının tərkibinə daxil oldu. 1724-cü ildən Osmanlı İmperiyasının, daha sonra isə Şah Nadirin nəzarəti altına keçdi. Ordubadlılar XX əsrin əvvəllərində erməni terrorizmi ucbatından çoxsaylı çətinliklərlə üzləşiblər.

1977-ci ildə Ordubad memarlıq quruluşuna və tarixi abidələrinə görə qorunan şəhər elan edilmişdir. Bölgə əsasən hündür, seyrək meşəlik dağlardan və bəzi miqyaslı dağlardan ibarətdir. Bu dağların 30-dan çoxu dövlət tərəfindən qorunur. Şəhərin özündə orta əsrlərə aid "Şəhər məscidi", "Ənbars məscidi", "Qeysəriyyə", "Kumulyativ məscid", "Mingis məscidi", "Takeşi məscidi", 48 qəhvəxana, 16-cı əsr hamamı, Nüsnus Piri", "Vənd məscidi", 18-ci əsrə aid Aza körpüsü, qədim İpək Yolu, XVI əsrə aid arxeoloji qalıqlar, Y. Məmmədəliyev və M. S. Ordubadın ev muzeyləri. Bundan əlavə, Ordubadda Tarix Muzeyi fəaliyyət göstərir.

Hazırda Tarix-Diyarşünaslıq muzeyi yerləşən Qeysəriyyə memarlıq abidəsi ən nadir incilərdəndir. Özünün arxitektura xüsusiyyəti, ornamenti, kompozisiya quruluşu, tərtibatı ilə seçilən Qeysəriyyə həmişə diqqəti cəlb edən bir obyekt kimi nəzərə çarpıb.

Şəhərdəki XVI əsrin yadigarı abidə-hamam da qiymətli memarlıq incəsənət abidələrindəndir. Şəhərdəki Əfqan qalası görüşünə, tikinti üslubuna görə diqqəti cəlb edir. Dəstə, Vənəd, Əylis, Nüsnüs və başqa kəndlərdə olan abidə məscidlər də təkcə dini ziyarətgah baxımından deyil, tikinti arxitektura xüsusiyyətlərinə görə də seçilir. Ordubad şəhərində və Əylis kəndində bir sıra bulaq abidələr vardır ki, onlar da dövlət tərəfindən mühafizə olunan obyektlərdəndir. Şəhərdəki "Qırxayaq", "Nəhər", Əylis kəndindəki "Xan çeşməsi", "Meydan çeşməsi" və "Bazar çeşməsi" bu abidələr sırasına daxildir. Şəhərdəki "Mingis" qarşısında aşkar edilmiş 50 metr dərinliyi olan çeşmə də abidələr sırasına daxil edilmişdir. Ordubad şəhərində 600-dən yuxarı yaşı olan böyük çinar ağacları bura gələnləri valeh edir.

Son dövrlərdə rayonun ərazisində olan tarixi və memarlıq abidələrinin təmiri və bərpası istiqamətində müəyyən işlər görülmüşdür[6].

XX əsrin əvvəllərində erməni terrorunun qurbanı olan minlərlə Ordubad sakinlərini Türkiyədən köməyə gələn Musa Kazım Qarabəkir Paşa başda olmaqla qəhrəman türk ordusu xilas etmişdir.

Mühüm ticarət yolu ayrıcında yerləşən Ordubad Yaxın və Orta Şərq ölkələri ilə ticarət əlaqələri saxlamışdır. Ordubad öz bağları, uzunömürlü çinar ağaclarıilə də məşhurdur. Bu ağaclardan ən böyüyünün diametri 18 metrdir. Ordubad həm də ipək qurdu yetişdirməsi üzrə ən qədim mərkəzdir. Vaxtilə rayonda 40 növdə üzüm yetişdirilirdi. Hələ XVI əsrin ikinci yarısından başlayaraq Ordubaddan Venesiyaya, Marsel, Amsterdam və s. Avropa şəhərlərinə ipək ixrac olunurdu. XX əsrin əvvəllərində keçirilmiş beynəlxalq sərgi və baxışlarda Ordubad ipəyi 13 dəfə qızıl medalla təltif edilmişdir.

Ordubad dünyada ən qədim insan məskənlərindən vı bəşəriyyətin yaranma ocaqlarından biri sayılır. Gəmiqaya Ordubad rayonu ərazisində – Tivi və Nəsirvaz kəndlərindən şimal-şərqdə yerləşir. Yalçın, şiş qayalı zirvəsi daim qarla, ağ buludlarla örtülü olan bu dağ Naxçıvanm hər yerindən aydın görünür. Təbiətin möcüzəli biçimində yaranmış Gəmiqaya, uzaqdan mavi səma fonunda bir növ dərin ümmanlara baş vurub üzən nəhəng gəmiyə bənzəyir. Kim bilir, bəlkə də ulu nəsillər belə zahiri oxşarlığa əsasən Qapıcıq zirvəsinə (Naxçıvan MR ərazisinin ən yüksək nöqtəsi – 3904 m) Gəmiqaya adı vermişlər.

Orta əsr şəhər quruluşunu tamamilə qoruyub saxlayan Ordubad 1977-ci ildə qoruq şəhəri elan edilmişdir. Qoruq şəhəri Nizami küçəsi ilə Füzuli küçəsinin kesişdiyi yerdən başlayaraq şəhərin əsas küçələrini əhatə edir. Bu şəhərin tarixinə nəzər salarkən görürük ki, şəhər əsasən 5 böyük zonadan ibarətdir:

- 1. "Üçtürləngə" (Üçtürləngə küçəsi)
- 2. "Kürdatal" (Əkbər Ağayev və M.Füzuli küçələri)
- 3. "Ambaras" (İbrahim Əbilov və Babək küçələri)
- 4. "Mingis" (Ümbül-Leyla və indiki Mingis küçələri)
- 5. "Sərşəhər" (Qaffar Babayev və Dədə Qorqud küçələri)

Bundan başqa bu zonalarda nisbətən kiçik məhəllələr vardır: "Qaraçanaq", "Dilbər", "Əngəç", "Qarahovuz başı", "Əsgərxan", "Varsan", "Körpübaşı", "Bəylər", "Meyrəmçə", "Peçi", "Düz", "Qoşqar", "Musa təngi".

Tarixə nəzər saldıqda aydın olur ki, vaxtilə Ordubadda 100-dən çox çeşmə, kəhriz olmuşdur. Yerli əhali şəhərin mərkəzindən keçən "Dübəndi" çayından torpaq sahələrini suvarmaq üçün, bu çeşmələrin suyundan isə içmək üçün istifadə edirmiş, Ümumiyyətlə isə tarixən Ordubadda çeşmələr həmişə müqəddəs sayılmışlar. Hazırda şəhərdə 34 çeşmədən istifadə olunur. Bütün çeşmələr bir-biri ilə yeraltı yollar vasitəsilə bənd edilmişdir.Ordubadda çeşmələrin yer səthindən 3–10 m dərinlikdə yerləşdirilməsi, şəhərdə kanalizasiya qurğularının mövcudluğu, hamamlar onun mədəni səviyyəsini təsdiq edən faktlardır[7].

Ordubad qədim tarixi və arxeoloji abidələrlə zəngin olan bir diyardır. Burada eramızdan əvvəl II və I minilliyə aid "Xaraba Gilan" tapmtıları, e.ə. III əsrin "Gəmi Qaya" ansamblı, orta əsrlərə aid "Kilit mağara"sı, XIV əsrin yadigarları "Mingis", "Came" məscidləri, XVII əsr abidəsi "Qeysəriyyə"-Zorxana, XVIII əsrə aid "Sərşəhər", "Təkeşiyi", "Üçtürləngə" məscidləri, XIX əsrin "Ordubad hamamı" və s. abidələr ulu keçmişimizin tarixi yadigarlandır.

Ordubad şəhərində XVII əsrin orijinal tikililərindən sayılan səkkizbucaqlı günbəzli "Qeysəriyyə" ("Zorxana"), qədim mədrəsə binaları olmuşdur. Tədqiqatçıların bəzisi onun üzərindəki 1714-cü il tarixini tikilməsinin deyil, təmirinin tarixi hesab edirlər. "Buzxana", Əsarət meydanı, Pir Eyvaz türbəsi (XVIII) də şəhərin mədəni həyatının çox zəngin olmasını göstərir.

Ordubad şəhərinin mərkəzində 7 min nəfərlik Cümə məscidi qədim memarlıq abidəsi kimi indi də şəhərin qonaqlarını heyrətə salır. Onun 1275-ci ildə tikildiyi qeyd olunmuşdur. Lakin 1903-cü ildə məscid təmir edilərkən tapılmış bir kərpicin üzərində "III tarixi-hicri Ər-Rəşid" sözləri onun yaşını 500 il artırır. Məscidin giriş qapısına vurulmuş lövhədə 1607-ci ildə Şah Abbasın verdiyi xüsusi fərmanın mətni yazılmışdır. Həmin fərmanda deyilir: "Ordubadlılar əməksevər, qoçaq və işgüzar adamlardır. Nəsiri Tusinin yüksək nəslinin burada davamı üçün adı çəkilən qəsəbənin əhalisi bütün vergilərdən azad edilir." Tədqiqatçıların yazdığına görə, şəhərin Cümə məscidinin qarşısında bir neçə qəbir var. Tusinin nəvələrindən biri Mirzə Ünayət Nəsiri Tusinin qızı Şərəf xanımın qəbri də buradadır. Onun baş daşında ərəb dilində belə yazılıb: "Hamı ölməyə məhkumdur, ölməlidir".

Ordubadın Vənənd kəndindəki Cümə məscidi də qədim abidə kimi diqqətə layiqdir. Məscid 1324–1325-ci illərdə tikilmiş, 1737-ci ildə vənəndli Məhəmməd Rza tərəfindən bərpa edilmişdir. Ordubad şəhərində 3 muzey fəaliyyət göstərir:

- 1. M.S.Ordubadinin ev muzeyi – 1972-ci ildə yaranıb, 700-dən çox eksponatı var.
- 2. Akademik Y.Məmmədəliyevin ev muzeyi-1975-ci ildə yaranıb, 1800 eksponatı var.
- 3. Ordubad rayon Tarix-diyarşünaslıq muzeyi-1980-ci ilin dekabrmda yaranıb, 3500-ə qədər eksponat və fraqmentləri vardır.

Ordubadda Məlik İbrahim türbəsi, Əfqan qalası, Babək qalası, Şah dağı, Cahartac abidələri, Gürdətal məhəllə qəbirstanlığında qoç heykəlli çoxlu qəbirlərin mövcudluğu, eləcə də yaşı 2000 ildən artıq hesab edilən çinarların olması onun qədim tarixindən xəbər verən faktlar silsiləsini zənginləşdirir.

Naxçıvanın şərqində yerləşən Ordubad şəhəri zəngin meyvə bağları və Qafqazda yetişən ən ləzzətli limonu ilə tanınır. Bu şəhər bir vaxtlar İpək Yolu üzərində yerləşib. Ordubad ipək və meyvə məhsullarının ticarətində başlıca mərkəz sayılıb. Hazırda şəhərin dar-dolanbac küçələri, su bulaqları, hamam və məscidlərindən ibarət bir sıra abidələri tarix-memarlıq qoruğunun bir hissəsidir. Tarixi abidələrə XIV əsrə aid buzxana, Qeysəriyyə abidəsi – XVII əsrə aid bazar, indiki tarix muzeyi və 1604-cü ildə tikilmiş Cümə məscidi daxildir. Burada həmçinin tanınmış akademik Yusif Məmmədəliyev və yazıçı Məmməd Səid Ordubadinin ev muzeyləri də yerləşir.

Ordubad rayonunda turizm potensialını artırmaq üçün bir sıra görülən işləri təkmilləşdirmək olar. Turizm potensialını artırmaq üçün bəzi amilləri sadalamaq olar :

1. İnfrastrukturun təkmilləşdirilməsi. Yeni yollar tikməklə nəqliyyat sisteminin təkmilləşdirilməsi, mövcud olanların daha da yaxşılaşdırılması və digər turizm məkanları ilə daha yaxşı əlaqənin qurulması turistlərin Ordubad şəhərinə gəlişini asanlaşdıracaq.
2. Mədəni irsin qorunması və təbliği. Ordubad zəngin mədəni irsə, o cümlədən tarixi məkanlara, ənənəvi sənətkarlıq nümunələrinə və yerli bayramlara malikdir. Bu aspektlərin qorunması və təbliği mədəni turizmə maraq göstərən turistləri cəlb edəcək. Tarixi əhəmiyyətli nişanların təmiri və təmiri, informasiya resurslarının yaradılması bu sahədə kömək edəcək.
3. Eko-turizmin inkişafı. Ordubad gözəl təbiətli bir şəraitdə yerləşir. Onun ətrafında dağlar və me-

şələr yerləşir. Gəzinti, vəhşi heyvanların müşahidəsi, davamlı düşərgə kimi eko-dost fəaliyyətlərinin inkişaf etdirilməsi təbiət sevərləri və macəra axtaranları cəlb edəcək.

4. Yerli mətbəxin və ənənəvi məhsulların təbliği. Ordubad özünəməxsus kulinariya ənənəsinə malikdir və bal, çay, meyvə kimi müxtəlif regional məhsullar istehsal edir. Turistlərin bu yerli məhsulların dadına baxmaq və almaq imkanları yaratmaq regionun qastronomiyalarını nümayiş etdirəcək və yerli biznesləri artıracaq.
5. Yaşayış variantlarını artırmaq. Büdcəli qonaq evlərindən tutmuş yüksək səviyyəli kurortlara qədər bir sıra yaşayış variantlarının hazırlanması müxtəlif üstünlüklərə və büdcəyə malik turistlərə xidmət edəcək. Bu, daha geniş ziyarətçiləri cəlb edəcək və daha uzun müddət qalmağa təşviq edəcək.
6. Marketinq kampaniyaları təşkil etmək. Onlayn platformalar və səyahət agentlikləri də daxil olmaqla, hədəflənmiş marketinq kampaniyaları vasitəsilə Ordubadın turizm potensialının təbliği onun görünüşünü artıracaq və daha çox turist cəlb edəcək. Qonşu şəhər və ya regionlarla əməkdaşlıq da bu ərazidə daha geniş turizm imkanlarını nümayiş etdirmək üçün faydalı ola bilər.
7. Yerli bələdçi xidmətlərinə dəstək. Yerli bələdçilərin və turoperatorların həvəsləndirilməsi və dəstəklənməsi turistlərə dəyərli məlumatlar verəcək və onların səyahət təcrübəsini artıracaq. Yerli sakinlərin qonaqpərvərlik və tur bələdçilik bacarıqlarına yiyələnməsi və təlimləndirilməsi Ordubadda turizm xidmətlərinin ümumi keyfiyyətinə öz töhfəsini verəcək.
8. Davamlı praktikanın inkişaf etdirilməsi. Tullantıların idarə edilməsi, enerji səmərəliliyi və məsuliyyətli turizm siyasəti kimi turizmin inkişafında davamlı praktikanın tətbiqi ətraf mühitin qorunmasına və Ordubadda turizmin uzunmüddətli əlverişliliyinin təmin olunmasına kömək edəcəkdir.
9. Hökumət və hüquqi şəxslərlə əməkdaşlıq. Turizmin uğurlu inkişafı üçün yerli hökumət, turizm sənayesi üzrə hüquqi şəxslər və yerli icmalar arasında sıx koordinasiya zəruridir. Müvafiq təşkilatlarla əməkdaşlıq və əməkdaşlıq əlaqələrinin qurulması turizmin davamlı inkişafı üçün lazım olan investisiya, təcrübə və resursların yaranmasına kömək edə bilər.

Ədəbiyyat:

1. Soltanova H. Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı,Bakı 2015,
2. Əlirzayev Ə.Q .Turizmin iqtisadiyyatı və idarə olunması. Bakı:"İqtisad Universiteti" nəşriyyatı,2011
3. Qurbanov F.İ. Azərbaycanda turizmin inkişaf problemləri. Bakı;"Adiloğlu"nəşriyyatı, 2007
4. Məmmədov E.Q. Azərbaycanda turizm bazarının formalaşması və idarə olunmasının regional xüsusiyyətləri. Bakı:"Gənclik" Nəşriyyatı-2013
5. Məsim Kazım oğlu Abbadov. Azərbaycan turizmi və onun inkişaf problemləri. Bakı, "Şərq-Qərb" Nəşriyyat Evi, 2014
6. Naxçıvan Ensiklopediyası. Bakı-2002
7. Turizmin davamlı inkişafı yerli planlaşdırma üzrə mütəxəssislər üçün vəsait. Bakı-2012

Şəhla ƏLİYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
aliyeva.shahla.2201@atmu.edu.az

QARABAĞIN TURİZM POTENSİALI – TURİZMDƏ SOSİAL VƏ XİDMƏT SAHƏLƏRİNİN TƏTBİQİ

TOURISM POTENTIAL OF KARABAKH – APPLICATION OF SOCİAL AND SERVICE AREAS IN TOURISM

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КАРАБАХА – ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ И СЕРВИСНЫХ СФЕР В ТУРИЗМЕ

Xülasə: Ermənistanın Azərbaycana qarşı əsrlərlə davam edən ərazi iddiaları 1980-ci illərin sonlarından etibarən daha qabarıq forma alaraq, etnik təxribatlar və terrorlar törətməyə başladılar. Onlar SSRİ-nin mərkəzi hakimiyyətinin zəifləməsindən istifadə edərək, Dağlıq Qarabağ Muxtar Vilayətinin (DQMV) Ermənistana bir-

ləşdirilməsi üçün hərəkətə keçdilər. Nəticədə XX əsrin ən faciəli münaqişələrindən biri başladı. Azərbaycana qarşı ərazi iddiaları təkcə millətçi qruplar tərəfindən deyil, həm də Ermənistanın hakimiyyət strukturları tərəfindən irəli sürülürdü. Ermənistan nəyin bahasına olursa-olsun Azərbaycan ərazisinin bir hissəsini zəbt etmək istəyirdi. Bunun üçün Rusiyanın gücündən istifadə edərək uzun illər tarixi Azərbaycan torpaqlarını uzun illər işğal altında saxlamağa müvəffəq oldular. Lakin havadarlarına güvənərək Ermənistanın 30 illik işğalı 44 günlük müharibə ilə layiqli cavabını aldı. İşğaldan azad edilmiş Qarabağ torpaqlarının inkişafı istiqamətində Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev tərəfindən həyata keçirilən əsaslı yenidənqurma və abadlıq işləri ilə yanaşı, bu bölgənin gələcəkdə daha da inkişaf etdirilməsi üçün geniş potensial imkanlar yaradılmaqdadır. Bu baxımdan bu ərazilərdə turizm sektorunun inkişafı üçün çox böyük resurs və imkanlar mövcuddur. Azərbaycanın gələcəkdə daha da inkişaf etməsi və dünyada özünün mövqeyini möhkəmləndirməsi üçün bu resurslardan planlı şəkildə və ətraf mühitə ziyan verməmək şərti ilə maksimum istifadə edilməlidir.

Açar sözlər: *Qarabağ, turizm, resurslar, Kəlbəcər, İstisu, Laçın, Ağdam, Şuşa, qış turizmi, yay turizmi, destinasiya*

Abstrcat: Armenia's centuries-long territorial claims against Azerbaijan took a more pronounced form in the late 1980s, and began to cause ethnic provocations and terrorism. Taking advantage of the weakening of the central government of the USSR, they moved for the annexation of the Nagorno-Karabakh Autonomous Province (NKAP) to Armenia. As a result, one of the most tragic conflicts of the 20th century began. Territorial claims against Azerbaijan were put forward not only by nationalist groups, but also by the power structures of Armenia. Armenia wanted to occupy a part of Azerbaijan's territory at any cost. For this, they managed to keep the historical lands of Azerbaijan under occupation for many years, using the power of Russia. However, relying on its patrons, the 30-year occupation of Armenia received a worthy response with a 44-day war. In addition to the fundamental reconstruction and improvement works carried out by the President of the Republic of Azerbaijan Ilham Aliyev in the direction of the development of the liberated Karabakh lands, wide potential opportunities are being created for the further development of this region in the future. In this regard, there are great resources and opportunities for the development of the tourism sector in these areas. In order for Azerbaijan to develop further in the future and strengthen its position in the world, these resources should be used to the maximum in a planned manner and without damaging the environment.

Keywords: *Karabakh, tourism, resources, Kalbajar, Istisu, Lachin, Shusha, social, service, winter tourism, summer tourism, destination*

Абстракт: Многовековые территориальные претензии Армении к Азербайджану приняли более выраженную форму в конце 1980-х годов и стали вызывать этнические провокации и терроризм. Воспользовавшись ослаблением центральной власти СССР, они выступили за присоединение Нагорно-Карабахской автономной области (НКАО) к Армении. В результате начался один из самых трагических конфликтов XX века. Территориальные претензии к Азербайджану выдвинули не только националистические группировки, но и силовые структуры Армении. Армения хотела любой ценой оккупировать часть территории Азербайджана. Для этого им удалось долгие годы удерживать исторические земли Азербайджана под оккупацией, используя мощь России. Однако, опираясь на своих покровителей, 30-летняя оккупация Армении получила достойный ответ 44-дневной войной. Помимо фундаментальных работ по реконструкции и благоустройству, проводимых Президентом Азербайджанской Республики Ильхамом Алиевым в направлении развития освобожденных карабахских земель, создаются широкие потенциальные возможности для дальнейшего развития этого региона в будущем. В связи с этим имеются большие ресурсы и возможности для развития туристической сферы в этих областях. Чтобы в будущем Азербайджан мог развиваться дальше и укреплять свои позиции в мире, эти ресурсы должны использоваться по максимуму, планомерно и без ущерба для окружающей среды.

Ключевые слова: *Карабах, туризм, ресурсы, Кельбаджар, Истису, Лачин, Шуша, социальный, сервис, зимний туризм, летний туризм, дестинация*

Giriş

Uzun illər işğal altında qalmış Azərbaycan torpaqları vəhşi erməni vandalları tərəfindən talanaraq istismar edilmiş, təbii resursları, yaşayış yerləri, tarixi abidələri məhv edilmiş, saxtalaşdırılaraq dünyaya təqdim edilmişdir. Əsrlərə söykənən tarixi və mədəni irsimiz tamamilə yer üzündən silinmək təhlükəsi ilə üz-üzə qalmışdır.

Qarabağ bölgəsinin sadalamaqla bitməyən hərtərəfli zəngin maddi və mənəvi resurslarla zəngin olması bu bölgədə digər sahələr kimi turizm sahəsinin də inkişafına geniş hədəflər açır. Bu istiqamət-

də respublika miqyaslı işlər aparılır, Qarabağ bölgəsinin tamamilə dirçəldilməsi üçün böyük layihələrə imza atılır. Dövlət tərəfindən bu sahənin inkişafa nail olması üçün həmçinin özəl sektor subyektlərinə də geniş perspektivlər yaradılır.

Qarabağda turizm dünən

Hələ SSRİ dönəmindən Qarabağ regionunda turizm sektoru öz inkişafına görə digər sovet respublikaları ilə rəqabətə çıxacaq səviyyədə idi. Aydındır ki, o dövrün öz tələb və çərçivələrini nəzərə alaraq bu regiona kütləvi xarici ölkə turistlərinin axını mümkün olmasa da, İttifaqdaxili ziyarətçilərin miqyası bu bölgəyə olan marağı geniş əks etdirir. Şuşanın kurort müəssisələri, sanatoriya və pansionatlar, əfsanəvi Cıdır düzü, Turşsu yaylaları, Səkili bulağı, İsa bulağı buraya səyahətə gələn qonaqların sevimli yeri olub. Həmçinin, Ağdam, Xankəndi, Kəlbəcər ərazilərindəki rekreasiya məkanları, ümumilikdə bölgənin turizm potensialı onu beynəlxalq əhəmiyyətli bir səviyyədə tanıdıb. O zamanlar Respublikamıza gələn yüz minlərlə turistin mühüm bir hissəsi məhz Qarabağın payına düşüb. 1970-ci illərin əvvəllərindən başlayaraq Qarabağda yaradılmış turizm istirahət müəssisələrinin xidmətlərindən hər il yüz minlərlə yerli və xarici turist istifadə edib. SSRİ-nin müxtəlif bölgələrindən mövsüm ərzində yalnız "İstisu" sanatoriyasına 50 min nəfərdən çox insan öz sağlamlıqlarını bərpa etmək üçün üz tuturmuşdur. Hələ sovet dövründə sağlamlıq turizmi imkanlarının mövcud olduğu Kəlbəcərin İstisu termal mərkəzi, Şuşanın, Ağdamın bolneoloji sanatoriyaları bütün SSRİ-də məşhur idi. Bütün bunlar o zamanlar burda xidmət sahələrinin də inkişaf etdiyini göstərir.

Qarabağda turizm perspektivləri

Bütün bu sadalananları nəzərə alaraq və daha dəqiq araşdırmalar apararaq, mövcud geniş turizm spektrlərini tətbiq edərək gələcəkdə Qarabağ zonasında daha böyük, dünya səviyyəli, daha geniş tutumlu turizm destinasiyalarının, istirahət mərkəzlərinin yaradıla biləcəyini əminliklə təsdiqləmiş olarıq. Bununla yanaşı əlbəttə ki, sosial və xidmət sahələri də paralel olaraq inkişaf etdiriləcəkdir.

Ekspert rəylərinə əsaslanaraq qeyd edə bilərik ki, işğaldan azad olunmuş Qarabağ zonasında geniş turizm potensialı mövcuddur. Bu zonada dövlətin dəstəyi və azad sahibkarlara açdığı geniş imkanlar sayəsində ümumilikdə turizm sektorunun inkişafında güclü hərəkət başlayacaqdır. Həmçinin ekspert rəyinə əsaslansaq deyə bilərik ki, sağlamlıq turizminin gəlirliliyi daha yüksəkdir. Belə ki, sağlamlıq turizmində müalicə kursu ən azı 15 gün olduğuna görə, bu növ turizmin ilin bütün aylarında effektiv gəlir gətirmə imkanı var. Bu baxımdan Qarabağ zonasının həm termal su və bulaqlarla zənginliyini, həm də təmiz hava və geniş meşə örtüyünü nəzərə alaraq burada sağlamlıq turizminə geniş yer ayrılması prioritet olaraq götürülməlidir.

Bu ərazinin dağlıq ərazi olduğunu və qış mövsümünün sərt, yay aylarının isə mülayim keçməsini nəzərə alaraq burada dağ turizmi – qış aylarında dağ-xizək kurortları, xokkey, konkisürmə, buzda balıq ovu, qarda at sürmə, enişdə xizək sürmə, qış festivalları və digər qış turizm fəaliyyətlərini təşviq etmək olar. Həmçinin yaz-yay aylarında dağlıq ərazilərdə alpinizm, ekoturizm (yumşaq turizm), kənd turizmi (aqro turizm), klimatizm, trekking, hiking, dağ velosipedi kimi aktivitelərdən istifadə etmək olar. Dağlarda qayalar və səth formaları ilə əlaqəli idman növləri çoxşaxəlidir. Belə ki burada sərbəst dırmaşma (qayaya dırmaşma), paraşütlü uçuş (lövhəvari), qarlı dağlıq ərazilərdə isə öz növbəsində, buzlu rafting, qayaq (qarla qarışıq), buzlu xizək, heli xizək (helikopterlə yüksək dağ xizəkləri), bolon xizəkləri (şar ilə yüksək dağ xizəkləri) kimi aktivitelər təşkil etməyə imkan var.

Bütün bu sadalananlardan savayı Qarabağ zonasının geniş mənəvi dəyərlərinin olduğu bir bölgə sayıldığını nəzərə alsaq, burda etno turizmin inkiaf etdirilməsini də nəzərdən qaçırmaq olmaz. Belə ki, Qarabağ adət-ənənələrinin zənginliyi, bura – Qarabağ atçılıq sənətini (Qarabağ at cinslərinin yetişdirilməsi, çovqan oyunu, at yarışları və s.), zəngin Qarabağ mətbəxinin, tarixi qala-muzey kompleksləri, qədim yaşayış məskənləri – mağaralara, termal mağara və oyuqlara turların təşkili, yerli əhalinin əl işlərindən (dəmirçilik, dulusçuluq, ipəkçilik, xalçaçılıq, qədimi tikmə üsulları (təkəlduz), ekoloji təmiz kənd təsərrüfatı məhsullarının satış sərgilərindən ibarət festivalların keçirilməsi turist axınına daha bir təkan verəcəkdir.

Qarabağ bölgəsi həmçinin dini tarixi memarlıq abidə kompleksləri ilə zəngin bir ərazi olduğundan burada həm islam dininə, həm də xristianlıq dininə mənsub məscid, türbə, kilsə və sərdabələr mövcuddur. Bütün bunlar Qarabağ ərazisinin qədim yaşayış məskənlərindən olduğunu bir daha sübut edir. Din və tarix elmləri ilə maraqlanan turistlərin bu səhəyə yönəldilməsi də aktual hesab edilə bilər.

Tarixi Şuşa qala-muzey kompleksinin təşkili perspektivi də indiki dövrün vacib elementlərindəndir. Sonuncu Qarabağ döyüşündə, qəhrəman övladlarımızın hərb tarixi dərsliklərinə düşmüş – Şuşanı yalın əllə düşməndən azad etdiyi səhnələri canlandıran eksponat və video görüntülərin sərgilənəcəyi, uzun illər davam edən haqsız müharibə haqqında ətraflı məlumatları, ermənilərin apardıqları soyqırımları əks etdirən muzeyin yaradılması həm gələcək nəsillərimizə, həm də Qarabağı ziyarət edən turistlərdə tariximiz haqqında düzgün rəy formalaşdıracaq.

Beləliklə, bu ərazilərdə turizmin inkişafı ilə yanaşı sosial və xidmət sahələrinin inkişafı əhalinin maddi rifah halının yüksəlməsinə yönələcəkdir.

Nəticə

Uzun illər işğal altında qalmış tarixi Azərbaycan torpaqlarına qayıdış planları hər sahədə olduğu kimi turizm sahəsinin inkişafına da böyük təkan verəcəkdir. Qarabağın böyük turizm potensialının mövcudluğu bu sahənin təkcə Azərbaycanda deyil, bütün dünyada Azərbaycana olan marağın artmasına səbəb olacaqdır. Mövcud turizm qaynaqlarından düzgün istifadə edərək, həm xarici valyutanın Azərbaycana axınının təşkili, həm də yerli əhalinin sosial vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasının təmini, həmçinin xidmət sahələrinin inkişafı istiqamətində planlı şəkildə işlər aparılır. Lakin bütün bununlarla yanaşı əsrarəngiz gözəlliklərdən və bizə verilən təbii ehtiyatlardan səmərəli şəkildə istifadəni diqqətdə saxlamalı, Allahın lütfü olan təbiətimizi qoruyaraq onun bizə verdiyi şansdan düzgün istifadə etməliyik.

Ədəbiyyat:

1. Qarabağ: Yaddaş kitabı. 2014 MHS – paliqraf. Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları.
2. https://president.az
3. https://unikal.az/
4. https://www.virtualkarabakh.az/
5. https://www.facebook.com/hospitalityaze

Narxanım KAMİLOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, müəllim
k.narxanim@gmail.com

TURİZMDƏ YENİ YANAŞMA – İCMA ƏSASLI TURİZM

A NEW APPROACH IN TOURISM – COMMUNITY BASED TOURISM

НОВЫЙ ПОДХОД В ТУРИЗМЕ – ОБЩЕСТВЕННЫЙ ТУРИЗМ

Xülasə: Dünyada son 50 ildə yaşanan iqtisadi, sosial və texnoloji inkişaf bütün sahələrdə olduğu kimi turizm sahəsində də istehlakçıların tələb və gözləntilərinin şəklini dəyişdirmişdir. Kontrolsuz, sistemsiz və sürətli şəhərləşmə (urbanizasiyalaşma), sənayeləşmə prosesi və bunun da bərabərində gətirdiyi problemlərdən uzaqlaşmaq üçün insanlar daha sakit və təmiz ərazilərə üz tuturlar. Ona görə də turizmin inkişaf etdiyi ölkələr turizm siyasətlərini bu yöndə aparır, daha çox alternativ turizm imkanlarının artırılmasını qarşıya məqsəd qoyurlar.

Alternativ turizmin inkişafı ilə ortaya çıxan icma turizminin əsas meyarı, yerli əhalinin iştirakını və cəmiyyətin (oraya xas) üzvlərinin əksəriyyətinin turizm fəaliyyətinə cəlb olunmasını təmin etməkdir.

Kütlə turizminin əmələ gətirdiyi mənfi təsirlərin azaldılması zərurətinə cavab olaraq ortaya çıxan digər davamlı turizm növlərindən bəziləri; yaşıl turizm, kənd turizmi, mədəni turizm, ekoturizm və s. turizm növləri də təbiətin qorunması, ictimaiyyətin iştirakı və inkişafı xüsusiyyəti daşıyır. İcma turizmi bəzi aspektlərdə bu turizm növlərinə bənzəsə də, dayanıqlı turizm idarəçiliyi və idarəetmənin yerli əhaliyə aid olması baxımından fərqlənir.

Seçilən mövzuda icma turizminin inkifaının iqtisadi, sosial, mədəni və ekoloji aspeklərdən əhəmiyyəti öyrəniləcəkdir.

Açar sözlər: *turizm, alternativ turizm, icma və cəmiyyət, icma turizmi*

Abstract: The economic, social and technological development experienced in the last 50 years in the world has changed the shape of the demands and expectations of consumers in the field of tourism as well as in all fields. In order to get away from the uncontrolled, unsystematic and rapid urbanization, industrialization process and the problems that come along with it, people are moving to quieter and cleaner areas. Therefore,

the countries where tourism is developing are conducting their tourism policies in this direction, and they aim to increase alternative tourism opportunities.

The main criteri of community based tourism, which emerged with the development of alternative tourism, is to ensure the participation of the local population and the involvement of the majority of members of the society (specific there) in tourism activities.

Some of the other types of sustainable tourism that have emerged in response to the need to reduce the negative effects of mass tourism; green tourism, rural tourism, cultural tourism, ecotourism, etc. types of tourism are also characterized by nature protection, public participation and development. Although community based tourism is similar to these types of tourism in some aspects, it differs in terms of sustainable tourism management and management belonging to the local population.

In this topic will be studied and investigated the importance of community based tourism development from economic, social, cultural and ecological aspects.

Keywords: *tourism, alternative tourism, community and society, community tourism*

Абстракт: Экономическое, социальное и технологическое развитие, произошедшее в мире за последние 50 лет, изменило форму требований и ожиданий потребителей в сфере туризма, а также во всех других областях. Чтобы избегать от бесконтрольного, бессистемного и быстрого процесса урбанизации, индустриализации и связанных с ним проблем, люди переезжают в более тихие и чистые районы. Поэтому страны, где развивается туризм, проводят свою туристическую политику в этом направлении и стремятся увеличить возможности альтернативного туризма.

Основным критерием общественного туризма, возникшим с развитием альтернативного туризма, является обеспечение участия местного населения и вовлечение большинства членов общества (конкретно там) в туристическую деятельность.

Некоторые другие виды устойчивого туризма, возникшие в ответ на необходимость снижения негативных последствий массового туризма; зеленый туризм, сельский туризм, культурный туризм, экотуризм и т.д. виды туризма также характеризуются охраной природы, общественным участием и развитием. Хотя общественный туризм в некоторых аспектах похож на эти виды туризма, он отличается с точки зрения устойчивого управления туризмом и управления, принадлежащего местному населению.

В выбранной теме будет изучена важность развития общественного туризма с экономической, социальной, культурной и экологической точек зрения.

Ключевые слова: *туризм, альтернативный туризм, сообщество и общество, общественный туризм*

Resursların kortəbii və plansız şəkildə istifadəsi, istehlakı və kütləvi turizmin mənfi təsirlərinin sürətlə çoxlaması dayanıqlı turizmin tətbiqini vacib etmiş və alternativ turizm modellərinə ehtiyac duyulmuşdur. Alternativ turizm modelləri təbii, mədəni və iqtisadi resursların dayanıqlığını təmin etməyi hədəfləyir. Eyni zamanda bu anlayış, turizmin daha geniş sferalara yayılmasını təmin edərək, regionlarda yaşayan yerli xalqın rifahının yaxşılaşmasına və məşğulluğunun artmasına töhfə verir.

Alternativ turizm kütləvi turizmin əksi olaraq, müsbət iqtisadi effektlər verməklə yanaşı, az mənfi təsirə səbəb olan ideal turizm növü kimi qiymətləndirilir. Alternativ turizm və növlərinin inkişafı turizm sektorunda gündəmi zəbt edən əsas məsələlərdəndir. [3;s.8]

Alternativ turizmin bir sıra xüsusiyyətlərini qeyd edə bilərik:

- ✓ Dayanıqlılıq anlayışı əsas meyardır (Turizmin ətraf mühitə təsirlərini azaltmaq üçün tədbirlər görür və davamlılıq çərçivəsində turizm fəaliyyətini planlaşdırır.)
- ✓ Kiçik miqyaslı və yerli investisiyalara, üstünlük verilir
- ✓ Kiçik və orta sahibkarlığı dəstəklənir
- ✓ Ekoloji, sosial, fiziki və iqtisadi cəhətdən məkanın yük daşıma qabiliyyəti nəzərə alınır
- ✓ Orijinal və yerli memarlığın qorunması əsas meyardır
- ✓ Turistlər yerli əhali və onların adət ənənləri ilə daha yaxından tanış olma şansı tanıyır
- ✓ Turlar daha kiçik qruplarla, turizm agentliklərinin nəzarəti altında təşkil edilir
- ✓ Ənənəvi, yerli məhsulların qorunmasına, o cümlədən istehsalına üstünlük verilir. (Orijinal, yerli dəyərlərə önəm verir və onların yox olmasına imkan vermir.)
- ✓ Turizm fəaliyyəti ilboyu və hər bir regionda inkişaf etdirilə bilər
- ✓ Yerli əhaliyə turizmdən gəlir əldə etməyə imkanı yaranır.

Lakin yuxarıda sadalananlarla yanaşı haqqında bəhs olunan alternativ turizmin inkişafı bir sıra problemlərin yaranmasına da yol açа bilər. Məsələn, alternativ turizmi idarə etmək mümkün olmadıq-

da kütləvi turizmə çevrilə bilər və alternativ turizmin bəzi növlərinə nəzarət etmək mümkün olmadıqda ətraf mühit və onun komponentlərinə neqativ təsirlərin çoxalma riski böyükdür.

Resursların azalması və onların keyfiyyətlərinin deqradasiyası, dayanıqlı turizm konsepsiyasının meydana çıxması, turizmdə mövsümilik anlayışının tədricən ortadan qalxması, istehlakçıların klassik turizmdən yorularaq fərqli turizm növləri araşdırması – bunlar alternativ turizmin yaranmasının bəzi səbəbləri kimi ifadə oluna bilər.

Alternativ turizm modellərindən biri də məhz icma turizmidir. Bu anlayış icmaların inkişafını hədəf almaqla yanaşı, cəmiyyətin hər bir üzvünün turizm fəaliyyətlərində bərabər iştirakını təmin edərək həyat keyfiyyətinin yaxşılaşmasına və kəndlərin, qəsəbələrin inkişafına şərait yaradır. (Harwood, 2010). [5; s.21]

Yerli ictimaiyyətin turizm fəaliyyətlərində iştirakının təmin edilməsi, turizmin davamlı inkişafı baxımından mühüm yer tutur. İcma turizmi yerli əhali ilə turistlər arasında mədəni qarşılıqlı əlaqəyə, yerli gəlir mənbələrini şaxələndirərək iqtisadi inkişafa və təbii ehtiyatların qorunmasına töhfə verir. Bu turizm növü yerli əhalinin kiçik və fərdi sahibkarlıqda məğul olmasına təkan verir. İcma təməlli turizm ev sahibi olan turizm destinasiyasında ətraf mühitə və sosial mühitə olan mənfi təsirləri ən minimuma endirir və inkişaf vasitəsi rolunu oynayır. ***İlk dəfə Murphy (1985)*** icma turizmi anlayışından bəhs etmiş və cəmiyyətin (toplumun) turizmin inkişafında önəmli bir rolu olduğunu qeyd etmişdir. İcma əsaslı turizm turistlərə yerli yaşayış mühitini kəşf etməyə imkan verməklə yanaşı, yerli xalqın ənənəvi mədəniyyətinə və rituallarına hörmətlə yanaşmağı təmin edir. [4; s.230]

Denmana (2001) görə icma əsaslı turizm yerli icmanın nəzarət etmək hüququna malik olduğu, idarəetmədə iştirak edə bildiyi və mənfəəətin çoxunun icmada qaldığı turizm formasıdır.

Suansri'ye (2003) görə; cəmiyyətə aid və cəmiyyət tərəfindən idarə olunan ekoloji, sosial və mədəni dayanıqlılığa sahib olan bir turizm növüdür.

Dunn (2007) isə icma turizmini yerli məşğulluğu artıran, yerli əhalinin qərar qəbul etmə prosesində iştirakını təmin edən, ətraf mühitin mühafizəsinə töhfə verən və yerli icmaların iqtisadi inkişafına və siyasi səlahiyyətlərinin artırılmasına imkan verən bir model kimi izah etmişdir. [4; s.230]

Bir sözlə, icma turizmi; yerli əhalini turizm fəaliyyətinə cəlb edən, gəlirin ədalətli bölüşdürülməsini təmin edən (hər, idarəetmədə yerli əhaliyə söz haqqı verən və cəmiyyətin inkişafına imkan yaradan alternativ turizm növüdür kimi izahını vermək olar.

Sunsari (2003) ve Tasci vd. (2013)icma əsaslı turizmi - icmaları əhatə edilməsi, dəstək və təşviq edilməsi, və həyat keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, ekoloji davamlılığın təmin edilməsi, cəmiyyətin yerli kimliyinin qoruması, hörmət, mədəniyyətlərarası qarşılıqlı əlaqənin təmin edilməsi və əldə olunan gəlirin müəyyən faizinin icma layihələrinə ayrılması kimi müəyyənləşdirilmişdir. [1;s.107]

Bundan əlavə, yerli əhalinin prioritetlərinə həssaslıqla yanaşmaq, istehsal və istehlakda yerli şəraitə uyğunlaşmaq (riayət etmək) , planlaşdırma mərhələsi daxil bütün mərhələlərdə yerli əhalinin yüksək iştirakını təmin etmək, yerli iqtisadiyyata zərər vurmaq ehtimalını nəzərə alaraq yerli əhaliyə təhsil verərək onların güclənməsini təmin etmək, cəmiyyətin istehsal strukturuna uyğun güc strukturu qurmaq da əsas prinsiplər arasındadır. [1;s.106]

İcma əsaslı turizm digər alternativ turizm yanaşmalarına oxşar xüsusiyyətlərə malik olsa da, onu digərlərindən fərqləndirən bəzi xüsusiyyətlərə malikdir. İcma əsaslı turizmin başlıca xüsusiyyətləri aşağıdakı kimi sıralnmışdır (Pimrawee (2005); Silva ve Wimalaratana'a (2013) görə) :

- fərdi mənafe yerinə əhalinin mənafeləri qorunmalı və cəmiyyət içində əməkdaşlıq olmalıdır
- yerli əhali tərəfindən təşəbbüs edilən, başlanan və həyata keçirilən layihələr olmalıdır.
- Yerli kimliyin, təbii və mədəni sərvətlərin qorunmasına töhfə verməlidir.
- Turizmlə bağlı fəaliyyətlərdə yerli əhali ilə məsləhətləşdirilməlidir. (Turizm fəaliyyətləri yerli əhalinin təsdiqi və aktiv iştirakı ilə həyata keçirilməlidir)
- cəmiyyətə birbaşa sosial və iqtisadi faydası olmalıdır
- İqtisadi və ekoloji yönümlü layihələr üzərində işlənməlidir
- Şəffaf idarəetmə təşkilatları yaradılmalıdır
- Yerli müəssisələr, inkişaf agentlikləri və QHT-lər birgə əməkdaşlıq etməlidirlər [4;s.231]

İcma təməlli turizmin əmələ gətirən elementlər aşağıdakı kimi müəyyənləşdirmək olar:

- ✓ *Təbii və mədəni ehtiyatlar*

- ✓ *İctimai təşkilatlar*
- ✓ *İdarəetmə bacarığı və təhsil*

İcma əsaslı turizmdə istər yerli əhali torpaq menecerləri, sahibkarlar, xidmət istehsalçıları və adi işçilər kimi turizm sahəsində fəaliyyət göstərərək gəlir əldə etmə imkanına malik olurlar. Turistlər isə getdikləri destinasiyada yerli əhali, onların mətbəxi, adət-ənənəsi ilə tanış olur tanış ola bilirlər. Bütün proses nəticəsində, icmalar öz resursları ilə turizm sahəsinin bir hissəsinə çevrilir, həm iqtisadi, sosial-mədəni inkişaf edir, həm də birbaşa olaraq turizmin, dolayı yolla isə ölkənin iqtisadi inkişafına təkan verirlər. O cümlədən , icma əsaslı turizm yerli əhali turistlərin qalacaqları yerlərinə (hotel, qonaq evləri) sahiblənə bilmələri, turistik fəaliyyətlərin artması ilə paralel olaraq qida istehsalı və əl işlərinin istehsal həcmi artması, bölgələrin özlərinəməxsus digər turizm növləri də inkişaf etdirilə bilməsi kimi imkanlar yarada bilir.

İcma əsaslı turizmin tətbiqi inkişaf etmiş ölkələrdə geniş olsa da, İEOÖ-də daha az tətbiq olunduğu müşahidə olunur. (Li, 2006). Haqqında danışlan turizm növünün inkişafı cəmiyyətə müsbət təsirləri ilə yanaşı bir sıra problemlərin də ortaya çıxmasına səbəb olur. İlk öncə onu qeyd etmək lazımdir ki, bu turizm növündə idarəetmə əsasən yerli əhali tərəfindən aparıldığı üçün iflasa uğrama, işi qurma bilməmə riskləri yüksək olur. İmca əsaslı turizmdə gəlirlərin insanlar arasında ədaləti bölünməsi iddia olunsa da bu çox zaman planlaşdırıldığı kimi olmur. Əldə edilən gəlirlər insanlar arasında ədalətli bölünmədiyi halda sosial gərginliklərin yaranmasına yol açır. Nəticə olaraq, icma turizmi təbii resursların qorunmasına, icmaların inkişafına, rifahın yaxşıalşmasına və.s kimi məsələlərə nə əqədər müsbət təsirləri olsa da, əgər düzgün planlaşdırma olmazsa, mövcud problemlər aradan qalxmazsa, cəmiyyətin üzvləri arasında bərabərlik təmin olunmazsa, uzun müddətli dayanıqlı bir turizm növündən söhbət gedə bilməz. (Blackstock, 2005). [2;s.37]

Yerli əhalini icma əsaslı turizm haqqında məlumatlandırmaq, onların turizmdən pul qazanarkən adət-ənənələrini itirmələrinin qarşısını almaq və ümumilikdə turizmlə bağlı mənfi düşüncələrini minimuma endirmək üçün seminar və konfransların keçirilməsi zəruri hesab olunur. Bu kimi təlimlər həm dövlətin təşəbbüsü, həm də özəl sektorlar tərəfindən həyata keçirilə bilər.

Ədəbiyyat:

1. Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13(2), Aralık 2016 Toplum Temelli Turizm Projelerinde, Katılım ve Paylaşım: Misi Köyü Örneği, Sıla KARACAOĞLU1 & Medet YOLAL & Kemal BİRDİR)
2. Dr. Sıla Karacaoğlu, Toplum temelli turizm ve yerel halk (kavramlar, konular və örnekler), Detay yaıncılık, 2021
3. Dr. Koray Genç, Sürdürülübilirlilik eksesninde alternatif turizm, Detay yayıncılık,2022
4. Sosyal beşeri və idari bilimler tam metin kitapı; Selda Yordam ,Toplum temelli turizme kavramsal bakış, 6. Uluslararası multidisipliner Çalışmaları Kongresi, 2019.
5. Goodwin, H., & Santilli, R. (2009), "Community-based tourism: A success?", The International Centre for Responsible Tourism Occasional Working Paper No. 11, 22 Aralık 2013 tarihinde http://www.andamandiscoveries.com/press/press-harold-goodwin

Göyərçin QULİYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,magistr
guliyeva.goyerchin.2021@atmu.edu.az

İŞĞALDAN AZAD OLUNMUŞ ƏRAZİLƏRDƏ PERSPEKTİV TURİZM NÖVLƏRİ

PROSPECTIVE TYPES OF TOURISM IN THE LIBERATED TERRITORIES

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ВИДЫ ТУРИЗМА НА ОСВОБОЖДЕННЫХ ТЕРРИТОРИЯХ

Xülasə: Azad edilmiş Qarabağ torpaqları bütün imkanları ilə Azərbaycanın ən vacib regionlarından biridir. Yeraltı və yerüstü sərvətlərlə zəngin olan Qarabağın turizm potensialı kifayət qədər genişdir. Burada turizmin bir çox növləri – ekoturizm, dağ turizmi,qaranlıq turizm,qış turizmi, ov turizmi, sağlamlıq turizminin inkişafı üçün bütün imkanlar mövcuddur. Məqalədə perspektiv turizm növləri araşdırılmış, Qarabağ bölgəsinə daxil

olan rayonlar üzrə araşdırılma aparılmşdır. Hər bir turizm növü üçün nümunələr göstərilmişdir. Həmçinin dövlət siyasəti çərçivəində həyata keçirilən lahiyələr qeyd olunmuşdur.
Açar sözlər: *Qarabağ, turizm növləri, antropogen abidələr, təbii abidələr, müalicəvi sular*

Abstract: The liberated lands of Karabakh are one of the most important regions of Azerbaijan with all their possibilities. The tourism potential of Karabakh, which is rich in underground and surface resources, is quite wide. There are many types of tourism here – ecotourism, mountain tourism, dark tourism, winter tourism, hunting tourism, and all opportunities for the development of health tourism. Prospective types of tourism are examined in the article, research is carried out on the regions included in the Karabakh region. Examples are shown for each type of tourism. Also, the projects implemented within the framework of the state policy were mentioned.
Keywords: *Karabakh, types of tourism, anthropogenic monuments, natural monuments, healing waters*

Абстракт: Освобожденные земли Карабаха являются одним из важнейших регионов Азербайджана со всеми своими возможностями. Туристический потенциал Карабаха, богатого подземными и наземными ресурсами, достаточно широк. Здесь имеется множество видов туризма – экотуризм, горный туризм, темный туризм, зимний туризм, охотничий туризм, а также все возможности для развития оздоровительного туризма.В статье рассмотрены перспективные виды туризма, проведены исследования входящих в него регионов. в Карабахском регионе.Приведены примеры по каждому виду туризма. Также были упомянуты проекты, реализуемые в рамках государственной политики.
Ключевые слова: *Карабах, виды туризма, антропогенные памятники, памятники природы, лечебные воды*

Ölkəmizin hər bir guşəsi zəngin turizm potensial və perspektivlərə malikdir.Lakin bir bölgə öz təbiəti, geniş flora və faunası ilə,gərək təbii gərək də antropogen rekreasiya ehtiyyatları ilə digərlərindən fərqlənir.Bu bölgə 30 illik düşmən əsarətindən yenicə azad olunmuş Qarabağ bölgəsidir.Qarabağ təkcə Azərbaycanın tarixi xüsusiyyətləri, milli-mənəvi dəyərlərinin məkanı d eyil, həm də gözəl təbiət diyarıdır.Burada müxtəlif xəstəliklərin dərmanı olan təbii bulaqlar,termal sular,qədim insanların sivilizasiya izlərini dünyaya bəyan edən təbii mağaralar,təmiz havası,sıx meşələri ilə insanları heyran buraxan təbiət,ölkəmizin tarix səhiflərini göstərən abidələrimiz mövcuddur. Qarabağ iqtisadi rayonunun ərazisinin iqlimi 1000-2000 metr yüksəklikdə mülayim soyuq, düzənlik və alçaq, dağətəyi sahələrdə isə nisbətən quru və istidir. Yağıntılar relyefdən asılı olaraq 400-900 mm-dir. Bu cür iqlim şəraiti iqtisadi rayonun kurort-turizm təsərrüfatının və digər sahələrin inkişafına xüsusi şərait yaradır. İqtisadi rayonun əsas təbii sərvətləri polimetal filizləri, mərmər, sement, tikinti daşı kimi tikinti materialları, təbii qaz olsa da, təbii balneoloji ehtiyatlari, meşələri, Turşsu, Şırlan kimi mineral bulaqları həm istirahət, həm də müalicə baxımından rayonun əsas turizm sərvətləri hesab olunur.Lakin təəsüflər olsunki, 30 illik işğal dövründə Azərbaycanın-ölkəmizin tarixini yox etmək məqsədi ilə təbii və antropogen rekreasiya ehtiyyatlarımızın əksər hissəsi məhv edilmiş və ya böyük zərər görmüşdür.Bütün bunlara baxmayaraq dövlətimiz tərəfindən qurulan turizm siyasəti nəticəsində insfrastruktur işləri aparılır, bölgənin turizm potensialı yenidən canalandırılır.Qarabağ və Şərqi Zəngəzur bölgəsinə daxil olan hər bir rayonun özünə məxsus turizm poltensialı var və burada perspektiv turizm növləridə fərqlilik təşkil edir. Prezident İlham Əliyevin 2021-ci il 7 iyul tarixli fərmanı ilə Azərbaycan Respublikasında iqtisadi rayonların yenidən bölgüsü təsdiq edilmişdir. Bu fərmana əsasən Xankəndi şəhəri, Ağcabədi, Bərdə, Ağdam, Füzuli, Tərtər, Xocavənd, Xocalı və Şuşa rayonları Qarabağ iqtisadi rayonunun tərkibində, Cəbrayıl, Kəlbəcər, Qubadlı, Laçın və Zəngilan rayonları isə Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonun tərkibində yer almışdır.Qarabağda turizm çoxşaxəlidir. Burada həm istirahət, həm səhiyyə, həm dağ, həm də kulinariya turizmi var. Ümümilikdə Qarabağ bölgəsində ekoturizm,dağ turizmi, qaranlıq turizm, kənd turizmi, qış, ov və sağlamlıq turizmi üçün perspektivləri mövcuddur. Təbii ehtiyatlarla zəngin olan Qarabağda həm də müxtəlif növ ekstremal turizm, aqroturizm, yaşıl turizm təşkil etmək olar. Bütün bunlar turizmin inkişafı üçün geniş perspektivlər yaradır. Dövlət səviyyəsində, özəl sektor və alimlərin birgə səyi sayəsində Qarabağın həm təbii, həm də antropogen turizm resursları gündəmə gətirilir. Dövlət siyasəti, o cümlədən, Dövlət Turizm Agentliyi hər bir turizm növünün inkişafi, yenidən dirçəlməsi üçün lahiyələr planlaşdırır və tətbiqini həyata keçirməkdədir.

Qarabağ bölgəsində perspektiv turizm növlərindən biri tarixi-mədəni turizmdir.Füzuli bölgəsində Şeyx Yaqubun türbəsi, Qoç Əhmədli Cümə məscidi, Aşağı Veysəlli kəndindəki Mir Əli və Əhmədallar

kəndindəki türbələr, Horadiz kəndindəki Cümə məscidi, Dağlıq Qarabağ ərazisində Əsgəran qalası, Cəbrayıl rayonunda "Qız qalası", Cəbrayılın Şıxlar kəndində türbələr, Ağdam bölgəsində Xaçın-Dərbənd kəndi yaxınlığında 12 künclü türbə, Ağdamın Abdal-Gülablı kəndində hamam binası, Ağdamın Şahbulaq məscidi, Pənah xan qalası, Aşağı Gövhərağa məscidi, Laçın ərazisində Qarasaqqal türbəsi, Şeyx Əhməd türbəsi "Böyük bulaq" abidəsi,Həmzə Sultan sarayı tariximiz üçün qiymətli maddi mədəniyyət nümunələri.Füzuli həm təbiəti, həm də tarixi-arxeoloji abidələri ilə Azərbaycanın ən zəngin bölgələrindən biridir. Rayonda çoxsaylı arxeoloji abidələr – Günəştəpə, Qaraköpəktəpə və Qarabulaq kurqanları bu günümüzə qədər saxlanılıb. Kurqanlar Əhmədbəyli–Füzuli–Şuşa yolunun, təxminən, 700-800 metr yaxınlığında yerləşir. Bu böyük kurqan çölü dəfn mədəniyyətimizdə xüsusi yer tutur, tarixi bir neçə minillik əvvələ gedib çıxır. Burada 3 min yaşı olan hökmdar kurqanları da var. Arxeoloji qazıntılar zamanı qədim dövrə aid artefaktlar aşkar edilib. Araşdırmalar zamanı məlum olub ki, ərazidə hökmdar arabası ilə birlikdə dəfn edilib. Kurqanda araba təkərlərinin, atların, silah-sursatın qalıqları aşkarlanıb.Hazırda kurqanda arxeoloji ekspedisiya fəaliyyət göstərir. Bəzi kurqanlarda ermənilərin səngər qazdıqları da aydın görünür. Gələcəkdə burada unikal arxeoparkın yaradılması nəzərdə tutulur ki, bu, həm tariximizin təbliğində, həm də turist axınının kütləviləşməsində böyük rol oynayacağı planlaşdırılır. Məngələnata yüksəkliyində qədim alban məbədi var. Təəssüf ki, mənfur düşmən bu abidəni də ermənilləşdirib. Amma bütün tarixi abidələr kimi o da bərpa olunacaq. Bu yüksəklikdə yaradılacaq Bayraq meydanı da turistlərin ən çox ziyarət etdiyi yerlərdən birinə çevriləcək. Oradan Füzuli şəhəri, habelə birbirini tamamlayan, vəhdət təşkil edən düzən, dağətəyi və yüksək dağlıq ərazi seyr ediləcək.

Füzuli rayonunda turizm mərkəzinə çevriləcək yerlərdən biri də Azıx mağarasıdır. Bu mağaranın adı əhəmiyyətli arxeoloji abidələr sırasındadır və dünyanın ən qədim yaşayış məskənlərindən biridir. Arxeoloji abidədən tapılmış ibtidai insanın alt çənə sümüyünün qalığı göstərdi ki, Azərbaycanda təxminən 350-400 min il bundan əvvəl insan yaşayıb.İşğal dövründə Azıx mağarası da düşmən talanına məruz qalıb. Aparılan tədqiqatlar nəticəsində oradan tapılmış çox qiymətli əşyalar, erməni işğalçıları tərəfindən xarici ölkələrə daşınıb. Hazırda belə eksponatların Azərbaycana qaytarılması üçün cox ciddi tədbirlər görülür. Ümumiyyətlə, Azıx mağarasının köməyi ilə Azərbaycanın, o cümlədən Qarabağın daş dövrü haqqında geniş məlumat almaq olar. Yaxın gələcəkdə bu mağaraya turist marşrutunun açılması ölkəmizin turizm təsərrüfatı üçün çox vacib şərtlərdəndir. Artıq tarixi yerlərimizə səfərlər təşkil ediləcək günləri səbirsizliklə gözləyirik. Bu ərazidə böyük bir turizm infrastrukturunun yaradılmasını nəzərdə tuturuq.

Qarabağ bölgəsində inkişaf etməkdə olan turizm növlərindən biridə qaranlıq turizmdir.Qaranlıq (Dark) turizm gün keçdikcə populyarlığı artan alternativ növlərdən biridir. Qaranlıq turizm adından da bəlli olduğu kimi təbii fəlakətlər, dağıntılar, xarabalıqlarla bağlı turizm növüdür. Dünyada dağıntıları görmək istəyən turistlər də az deyil. Erməni işğalının izləri bu turizm növü üçün spesifiktir.Qarabağda onun inkişaf etdirilməsi üçün imkanlar var. İşğal dövründə bir çox yaşayış məntəqələrimiz düşmən tərəfindən dağıdılıb, viranə qoyulub.Bir çox turistlər belə yerlərə, yəni müharibənin törətdiyi fəsadları, məhv edilmiş abidələri görmək üçün səyahət edirlər.Xocalı və Ağdam şəhərləri qaranlıq turizm üçün xüsusi önəm kəsb edir.Hətta Avstraliyanın "1cover.com.au" adlı tanınmış turizm portalında da 2020 ci ildə Ağdamın qaranlıq(dark) turizm potensialından bəhs olunub. Bildirilir ki, "1993-cü ildə Birinci Qarabağ müharibəsi zamanı Ağdam Ermənistan tərəfindən işğal olunub və təxminən 100 min insan buranı tərk etmək məcburiyyətində qalıb. Bu gün üfüqə qədər uzanan xarabalıqları ilə Ağdam dünyanın ən böyük qaranlıq(dark) turizm destinasiyalarından biri olmağa davam edir."

Təbiiki yanlız Ağdam və Xocalı şəhərləti deyil digər bölgələrdədə bu turizm növünü inkişaf etdirmək lazımdıe və bunun üçün mövcüd potensial vardır. Qarabağın hər yerində erməni vəhşiliyinin nümunələrinə rast gəlmək olar. Şuşada tarixi şəxsiyyətlərimizin bərpa olunan heykəllərinin yanında gülləbaran edilmiş əvvəlki abidələri də qoyulur. Bu da bir növ tarixi-mədəni turizm daxilində dark turizm məhsulu ola bilər. İnfrastruktur layihələri bitdikdən sonra bu ərazilərdə dağıdılmış binaların bir hissəsini bərpa etmədən saxlayıb, düşmənin törətdiyi barbarlığı gələn turistlərə göstərmək mümkündür. Məsələn, Ağdamda açıq səma altında 18 hektarlıq Memorial bağ salınması planlaşdırılır. Memorial bağda xarabalıqlar, dağıdılmış binalar saxlanılacaq. Dağıntılar arasında müvafiq təmizlik, abadlıq işləri görüləcək, cığırlar çəkiləcək, binalar haqqında müəyyən məlumatları əks etdirən "augmented reality – gücləndirilmiş virtual reallıq" texnologiyasından istifadə etməklə mobil aplikasiyalar tətbiq olunacaq. Məqsəd odur ki, İşğal muzeyi, Memorial bağ və Zəfər muzeyi Azərbaycan xalqının Birinci

və İkinci Qarabağ müharibəsində keçdiyi tarixi göstərə bilsin. Burada XX əsrin dəhşətli Xocalı soyqırımı, Ağdamın işğalı, bununla bağlı video-audio materiallar, eksponatlar əks olunacaq.

Biz bu şəkildə abidələrimizi,tariximizi qoruyaraq, gələcək nəsillərin,buraya səyahət edən turistlərin tariximizi unutmamasını, mənfur düşmənin xalqımızın başına gətirdiyi faciələri hər daim xatırlamasını təmin edə bilərik.

Ölkəmizdə habelə, Qarabağ iqtisadi rayonunda sağlamlıq turizminin əsasını təşkil edən isti su mineral qaynaqlar vardır. Azərbaycanın mineral sularının ümumi geoloji ehtiyatlarının 39.6%-i işğaldan azad olunmuş rayonların payına düşür. İşğaldan azad olmuş ərazilərdə böyük müalicə əhəmiyyəti olan 120-dək müxtəlif tərkibli mineral su yataqları vardır. Bunların içərisində Kəlbəcər rayonunda Yuxarı və Aşağı İstisu, Bağırsaq, keşək, Laçın rayonunda İlıqsu, Minkənd, Şuşa rayonunda Turşsu, Sırlan və başqa mineral sular diqqəti xüsusilə cəlb edirlər. Kəlbəcər rayonu ərazisində yerləşən İstisu mineral suları özlərinin əlverişli qaz və kimyəvi tərkibinə, yüksək temperaturuna, böyük təbii ehtiyatlarına görə fərqlənir. İstisu bulağı üstündə keçən əsrin 80-ci illərində iri kurort və mineral su doldurma zavodu tikilmişdir. İstisu" bulağı öz kimyəvi tərkibi və fiziki xüsusiyyətlərinə görə dünyada məşhur olan Karlovı-Varı bulaqlarından fərqlənmir. "İstisu"da suyun hərarəti 58,8 C dərəcədir. Mineral su mənbəyi olan Turşsu Şuşa şəhərindən 17 kilometr cənub-qərbdə, Zarıslı çayının dərəsində 1700 metr hündürlükdə çıxır. Suyu faydalı mikroelementlərlə, əsasən, karbon qazı, hidrogen-karbonad, maqnezium, natruim, kalsiumla zəngindir. Suyu içilir, vanna edilir, mədə-bağırsaq, öd kisəsi yuyulur və s. Burda ürək-damar, qan azlığı, qaraciyər, öd yolları, öd kisəsi və böyrək xəstəliklərindən əziyyət çəkənlər müalicə olunurlar. Təbii dərman, əvəzsiz mineral su olan şəfalı Turşsu, eyni zamanda bir çox başqa xəstəlikləri də müalicə edir. Orqanizmdə maddələr mübadiləsi pozulmalarını nizama salır, daxili orqanlar xəstəliklərinə qarşı profilaktik təsir göstərir.

Şırlan mineral suyu Şuşa şəhərindən 18 kilometr qərbdə Sarıbaba dağının ətəyində çıxan üç bulağın ümumi adıdır, karbonadlıdır. Temperaturunun aşağı olması və tərkibində maqneziumlu komponentlərin çoxluğu ilə seçilir. Şırlan suyundan əsasən, mədə-bağırsaq, qan azlığı, maddələr mübadiləsinin pozulması və s. xəstəliklərin müalicəsində istifadə olunur.

Dünyada ən uzun mineral su kəmərinin- 32 kilometrlik məsafədən Narzan tipli Şırlan suyunun şəhərə çəkilməsi Şuşanın kurort şöhrətinin daha uzaqlara yaymışdı. Gündə 342 min litr su verən Turşsu pavilyon qalereyası bu diyarın kurortoloji əhəmiyyətini artırmış, onu dağ-iqlim kurortu səviyyəsindən çıxararaq balneoloji kurorta çevirmişdi.

Turşu yaxınlığında narzan tipli böyük mineral su mənbəyi olan Dəmir bulağın suyu qazlıdır. Qazlılıq etibarı ilə Narzandan daha yüksəkdir, Bəzən "Azərbaycan Narzanı" da adlandırırlar. Bu suda dəmir qarışığı olduğundan "Dəmir su" adlanır. Qan azlığına və dəri xəstəliyinə tutulanlara bu su ilə edilən müalicə gözəl nəticələr verir.

Şuşa həbsxanasından aşağıda Daşaltı çayının kənarında çıxan Qotur bulağı sal bir qayanı yararaq dörd metr hündürlükdən əlvan çınqıllığın içinə tökülür, gümüş cığır kimi qıvrıla-qıvrıla axıb gedir. Yay aylarında bulağın suyundan içməyə gələnlər yaxınlığındakı bağın tut ağacları altında zərif kaşan xalçaları salır, məxmər döşəkçələr, ipək yastıqlar, mütəkkələr düzüb istirahət edirdilər.

İlin bütün fəsillərində soyuq və duru olan bulağın suyunun müalicəvi əhəmiyyəti var. Tərkibi minerallarla zəngin olan Qotur bulağın suyu bədəndəki qoturu, dəmrovu, ləkələri müxtəlif yaraları sağaldır, duzlaşmanı aradan qaldırır. Qotur xəstəliyinin dərmanı olduğuna görə ona bu ad verilib.

Dövlət qurumları tərəfindən "Yuxarı İstisu", "Aşağı İstisu", "Keşdək", "Qarasu", "Mozçay", "Qotursu" yataqlarından istifadə olunmaqla mineral su istehsalının təşkili layihəsi hazırlanıb. Layihə təxminən 3 milyon manat dəyərində qiymətləndirilir.Həmçinin bütün bu mineral su bulaqlarından istifadə olunmaqla müasir "İstisu" sanatoriyasının tikintisi layihəsi də hazırlanıb.[8]

Bölgədə perspektiv turizm digər növləri dağ,ov,qış turizmidir.Qarabağ dağlıq ərazi olduğundan dağ və alpinizm turizmi xüsusilə diqqətdədir. Kəlbəcər və Laçın rayonlar relyefinə görə digər rayonlardan fərlənir.Məsələn, Kəlbəcər rayonu əsasən dağlıq ərazidə yerləşir, ən yüksək zirvələri Camışdağ (3 724 m) və Dəlidağdır (3 616 m). Burada flora aləmindən enliyarpaq meşələr (palıd, fıstıq, vələs ağacları), meşə-çöl bitkiləri, yüksək və qismən orta dağlıqda isə alp və subalp çəmənlikləri, fauna aləmindən isə dağ keçisi, cüyür, qonur ayı, çöl donuzu, daşlıq dələsi, ular, toğlugötürən, qartal kimi heyvan növləri yayılıb. Kəlbəcər eyni zamanda ibtidai insanın yaşadığı məkanlardan biridir. Burada çox

saylı mağaralar, qayaüstü rəsmlər, qazıntılar zamanı tapılmış müxtəlif ov və məişət alətləri buna sübutdur və bunların tarixi eramızdan əvvəl IV-III minilliklərə aiddir.[3,s.25-31]

Şimaldan Kəlbəcərlə həmsərhəd olan Laçın rayonunun ən yüksək zirvəsi Qızılboğaz dağıdır (3 594 m). Rayonun subalp və alp çəmənlikləri, meşələrlə zəngin relyefi var. Bu rayonların ərazisində ekoturizm, o cümlədən dağa dırmanma və alpinizm, yaşıl turizm, dərketmə turizmi, arxeoloji turizm, qış turizmi, müalicəvi turizm, rekreasiya kimi fəaliyyətlərinin inkişaf potensilaı mövcuddur.

Təbii ehtiyatlarla zəngin olan Qarabağda həm də müxtəlif növ ekstremal turizm, aqroturizm, yaşıl turizm təşkil etmək olar. Bütün bunlar turizmin inkişafı üçün geniş perspektivlər yaradır. Kəlbəcər rayonu qış turizmi üçün ideal məkandır. İşğaldan azad olunmuş ərazilərimizdə turizm infrastrukturunun qarşılıqlı əlaqə şəklində qurulması vacibdir. Şuşa Azərbaycan turizminin simvol şəhərlərindən biri olacaq. Azərbaycan mədəniyyətinin incisi olan Şuşanın tarixi abidələri, özünəməxsus arxitekturası yeni turizm marşrutlarının yaradılmasına imkan verəcək.

Qarabağın mövcud turizm potensialının tanıdılması üçün zəruri turizm infrastrukturunun yaradılması istiqamətində işlər nəticəsində həmin ərazilər minlərlə turist qəbul edəcək və dünyada məşhur turizm destinasiyasına çevriləcəkdir. Xüsusi vurğulamaq lazımdır ki, turizmin iqtisadi tərəfi ilə yanaşı, tanıtım tərəfi də vardır. Turistlər həm Qarabağımızda dincələcək, təbiətin gözəlliyindən, mədəni-tarixi abidələrimizdən, yaradılmış əlverişli mühitdən zövq alacaq, həm də Ağdam, Cəbrayıl, Füzuli kimi ərazilərimizdə işğalın nəticələrini göstərmək üçün eksponat kimi nümayiş olunacaq bəzi tikililərlə də tanış olmaqla Qarabağın erməni barbarları tərəfindən hansı vəziyyətə salındığının, indi isə əsl sahibləri tərəfindən necə abadlaşdırıldığının əyani şahidi olacaqlar. Ümumilikdə, Qarabağ və Şərqi Zəngəzurda turizmin inkişafı ilə bağlı planlar genişdir. Yaxın 4 ildə daxili və xarici turistləri nəzərə alaraq, Qarabağın 1 milyon insanı qəbul edəcəyi gözlənilir.[8]

Ədəbiyyat:

1. Soltanova H. Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı,Bakı 2015, 343-352
2. Musayev A. Qarabağ və Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonunda və turizmin perspektivli investisiya imkanları, Bakı 2022,67-72
3. Hüseynov Y. Qarabağ tarixi mənbələrdə,Bakı 2012 ,97-107
4. Hacıyev Q. Qarabağın maddi-mənəvi mədəniyyəti,Bakı 2010, 6-21
5. Almənmədov X. Qarabağın arxeoloji abidələri toplusu. I kitab,Bakı 2016, 313-327
6. "Xalq" qəzeti, 2021,21 iyun
7. Uluslararası Turizm, İşletme,Ekenomi Dergisi 2020, 33-44
8. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi -URL:https://tourism.gov.az/
9. https://ereforms.gov.az/az/media/xeberler/qarabag-quot-smart-region-quot-a-cevrilecek-24
10. URL: https://president.az/az/search/index/qaraba%C4%9F

Gültəkin CƏFƏROVA
Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universiteti, magistrant
Gultekinceferova2@gmail.com

THE ROLE OF ALTERNATIVE TOURISM IN THE COUNTRY'S ECONOMY

ALTERNATIV TURIZMIN ÖLKƏ İQTİSADİYYATINDA ROLU

РОЛЬ АЛЬТЕРНАТИВНОГО ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ СТРАНЫ

Xülasə: Turizm iqtisadi baxımdan nəzərdən keçirilən sosial fəaliyyətdir. Turizm öz özəlliyinə görə ölkələr üçün əhəmiyyətli gəlir gətirən və valyuta qazandıran, iqtisadi yanaşması geniş vüsət almışdır. Bu gün iqtisadi və kütləvi bir fenomenə çevrilən turizm ölkələrinin iqtisadiyyatına müsbət təsirləri bunun iqtisadi tərəfini daha da ön plana çıxarmışdır. 20. Əsrin sonlarında ölkələrin iqtisadiyyatları milli və beynəlxalq iqtisadi problemlərin həlli ilə üzləşmiş, darboğazları aşmaqda turizm dinamik və iqtisadi xüsusiyyətləri ilə demək olar ki, çıxış nöqtəsini təşkil edir.

***Açar sözlər**: alternativ turizm, turizm, turizm iqtisadiyyatı, marketinq*

Abstract: Tourism is a social activity that is considered from an economic point of view. Tourism is a significant income generator and foreign exchange earner for countries due to its peculiarity, the economic approach has become widespread. Today the economies of the countries of tourism, which has become an economic and mass phenomenon the positive effects on the economic aspect of this come to the fore even more he took it off. 20. at the end of the century, the economies of countries faced the solution to national and international economic problems, and tourism in overcoming bottlenecks, with its dynamic and economic characteristics it almost constitutes the point of departure.
Keywords: *alternative tourism, tourism, tourism economy, marketing*

Абстракт: Туризм – это социальная деятельность, которая рассматривается с экономической точки зрения. Туризм является важным источником дохода и источником иностранной валюты для стран, благодаря своей специфике, экономический подход получил широкое распространение. Сегодня в экономике стран туризм, ставший экономическим и массовым явлением, позитивное влияние на экономический аспект этого выходит на первый план еще больше, он его снял. 20. В конце века экономики стран столкнулись с решением национальных и международных экономических проблем, а туризм в преодолении узких мест, с его динамическими и экономическими характеристиками, практически представляет собой отправную точку.
Ключевые слова*: альтернативный туризм, туризм, экономика туризма, маркетинг*

The tourism sector, which is one of the fastest developing sectors in the world, is mainly developing countries as a result, it constitutes a potential source of income for the economies of all countries of the world. The tourism sector, although it has a large share and importance in international trade, as an invisible export item makes significant contributions to economic growth. On the other hand, it has tourism potential and payments to employment by alleviating the burden of domestic and foreign debt in most of the countries with a high destination ratio a significant contribution to the improvement of the balance and, as a result, to the increase in the level of prosperity of countries. Countries that are trying to get a share of the tourism sector differ according to their level of development shows. However, each country can benefit from the tourism sector with its opportunities and possibilities it aims to maximize [10].

Sustainability is defined as the ability of a society, ecosystem, or any system with continuity to maintain its business without interruption, disruption, overuse, or overloading of the main resources that are the vital link of the system. When the issue is approached from the point of view of the tourism sector, it is seen that the regulations related to the sea, sand, and sun-based mass tourism activities, especially in developing countries, are mostly trying to be shaped according to tourist demand and resources are being strained. Although the strained resources (natural, social, monetary) bring profit in the short term, they cause a complete collapse in the long term. Due to the environmental, socio-cultural, and economic difficulties that arise especially in overcrowded regions, a more protectionist and sustainable tourism approach has been needed. Alternative tourism, soft tourism, green tourism, nature tourism, sustainable tourism, ecotourism, and new tourism concept referred to in similar terms are frequently included in today's tourism literature. It is known that this issue was first addressed by a research group formed at the international tourism exhibition held in Berlin in 1987. In this study, the concept of alternative tourism will be used to ensure integrity [4,s.7].

Expenses of foreigners and stateless persons arriving in the country

	2018	**2019**	**2020**	**2021**
Number of foreign citizens visiting Azerbaijan	2.849,6	3.170,4	795.7	791.8
Business tourism	1.042,4	1.164,0	164.9	132.4
Health tourism	787.4	850,5	10.4	8,4
Religious tourism	63.1	63,9	3,0	0,9

(Source: Azerbaijan State Statistical Committee)

In modern times, the problems related to the tourism sector are quite relevant and it is required to identify solutions to the problems of this sector to the challenges of the time. In particular, due to the pandemic, the tourism sector has been paralyzed, and it will take a long time to rehabilitate its activities in the post-pandemic period, to restore the pace of development. The regional tourism factor occupies a rather important place in the diversification of Tourism, and we would like to pay more attention to the actual problems and development prospects of this area [2].

Mechanisms and provisions on the theoretical and methodological foundations and conceptual views of the development of regional tourism are complex systems. Planning, forecasting, management, marketing, socio-economic processes, and their impact play a significant role here [5].

For our country, regional tourism has simply dropped to a minimum level of activity in 2020 in connection with the pandemic. However, over the past 5 years before the pandemic, the regional tourism sector has steadily developed, which is characterized as one of the dynamically developing non-oil sectors of our country in the post-oil period. In general, the presence of mechanisms and tools of state support for the tourism sector in our country has also been able to positively influence the formation of new varieties of regional tourism, improving the service, increasing the professionalism of the staff, strengthening the infrastructure even in the most remote regions. The tourism sector contributes billions of dollars to many sectors, from energy to agriculture and design. He also takes his hat off to sectors such as food and beverage, agriculture and animal husbandry, real estate sector, design, fashion, décor, and water. A five-star hotel consumes about 150 tons of meat products, 400 tons of fruits and vegetables, and about a thousand tons of beverages per year. It allocates $ 2.5 billion a year to facilities, investment, and renovation. Accommodation pays royalties and supports artists with 8 million pounds per year. While 60% of bank branches, private hospitals, fuel oil stations, supermarkets, and construction markets are located in tourist areas, about half of the electricity costs in that region are also used by tourist facilities [6,8].

The most important feature of alternative tourism is that it reduces the concentration on certain regions by including different regions in tourism activities thanks to the various tourism activities it contains and extends tourism to all days of the year. Some researchers also define alternative tourism as a type of tourism that strengthens relations with the environment, locals, and tourists. Such tourism activities also lead to the establishment of warm relations between locals and tourists in connection with the natural, social, and people values of the destination [1,s.3, 3].

The Contribution of Tourism to the Economy

1. Investments made in tourism provide direct benefits to the people of the region.
2. It provides new and various jobs that are easy to learn for the people of the region, and unemployment decreases as it will create employment.
3. In parallel with the development of tourism, an increase in the income effect leads to an increase in the quality of production in the agricultural sector, standardization, and finding the value of a quality product.
4. The increase in tourist movement and investments in a region causes the service sector to gain importance and develop.
5. Strengthens the infrastructure of the region.
6. Provides the foreign exchange input needed for the development of the country. It affects the external balance of payments of countries.
7. Tourism makes it easier to close the balance of payments deficits caused by the expatriation of countries [10].

References:

1. H.Selcuk: Turizm sektorunun Turkiye ekonomisinde etkisi – https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1645270
2. Kavkali E. Turizmin bolgesel kalkinmaya etkisi – https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2211621

3. Triarchi Ei.1 and Karamanis K. The evolution of alternative forms of Tourism: a theoretical background- https://www.scienpress.com/Upload/BEJ/Vol%206_1_4.pdf
4. Kateřina Procházková. Alternative tourism and sustainable development in the small island Caribbean case study of Dominica, west indies – https://theses.cz/id/yzp2zj/00164486-725585683.pdf
5. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/798515
6. https://cografyahocasi.com/cografya-12/turizmin-ekonomik-etkileri.html
7. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1645270
8. Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi » Makale » TURİZMİN EKONOMİYE KATKISI ÜZERİNE GENEL BİR YAKLAŞIM
9. https://www.stat.gov.az/source/tourism/
10. https://ses.library.usyd.edu.au/bitstream/handle/2123/668/adtNU20050909.15473605Chapter4.pdf;jsessionid=692BBB8DB332E1946F57D3C106299164?sequence=12

BÖLMƏ 2
BEYNƏLXALQ MÜNASİBƏTLƏRİN İDARƏ EDİLMƏSİNDƏ MİLLİ DƏYƏRLƏR

Alpay ŞƏRİFLİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
sheriflialpay@gmail.com

HEYDƏR ƏLİYEV FONDU VƏ UNESCO

HEYDAR ALIYEV FOUNDATION AND UNESCO

ФОНД ГЕЙДАРА АЛИЕВА И ЮНЕСКО

Xülasə: Heydər Əliyev Fondu görkəmli siyasi xadim, Ulu öndər Heydər Əliyevin adını daşıyır. Heydər Əliyev Fondunun əsas funksiyalarından biri Ermənistanın işğalı səbəbindən öz doğma torpaqlarını tərk etmək məcburiyyətində qalan qaçqınlar və məcburi köçkünlərin üzləşdiyi sosial problemlərin həllinə yardım göstərməkdir. Mümkün olduqda Mehriban Əliyeva bu insanlara həm maddi, həm də mənəvi dəstək verməklə, onların problemlərini rəğbətlə dinləyərək kömək etməyə çalışır. Heydər Əliyev Fondu bir çox fondlarla, ictimai təşkilatlarla, beynəlxalq və qeyri-hökumət təşkilatlarla əməkdaşlıq edir. Onlardan ən nüfuzlu və təşkilatlardan biri, BMT-nin hər sahəsində ixtisaslaşmış UNESCO təşkilatıdır. Bu təşkilat tərkibini 193 ayrı ölkə və 11 əlaqəli üzvlüyü təşkil edir. Xüsusi əhəmiyyət daşıyan bütün görüş və çıxışlarda Mehriban Əliyevanın xoşməramlı səfir olaraq UNESCO və İSESCO kimi təşkilatlarda fəaliyyəti, töhfəsi yüksək qiymətləndirilmişdir və Azərbaycan respublikasının gələcək inkişafında göstərilən fəaliyyətlərin xüsusi rolu olacağı qeyd edilib.

Açar sözlər: *Heydər Əliyev Fondu, dövlətçilik, UNESCO, mədəniyyət, beynəlxalq layihələr, müasir məktəb layihələri*

Abstract: The Heydar Aliyev Foundation is named after a prominent political figure, the great leader Heydar Aliyev. One of the main tasks of the Heydar Aliyev Foundation is to help solve the social problems of refugees and internally displaced people who were forced to leave their homes due to the occupation of Armenia. Whenever possible, Mehriban Aliyeva tries to help these people by providing both material and moral support and by listening to their problems with compassion. The Heydar Aliyev Foundation cooperates with many foundations, public organisations, international and non-governmental organisations. One of the most influential organisations is UNESCO, which specialises in all areas of the UN. This organisation consists of 193 individual countries and 11 associate members. At all meetings and speeches of special importance, the activities and contribution of Mehriban Aliyeva as a goodwill ambassador to organisations such as UNESCO and ISESCO were highly appreciated and it was noted that the activities shown will play a special role in the future development of the Republic of Azerbaijan.

Keywords: *Heydar Aliyev Foundation, statehood, UNESCO, culture, international projects, modern school projects*

Абстракт: Фонд Гейдара Алиева назван в честь выдающегося политического деятеля, великого лидера Гейдара Алиева. Одной из основных задач Фонда Гейдара Алиева является содействие решению социальных проблем беженцев и вынужденных переселенцев, которые были вынуждены покинуть свои дома в результате оккупации Армении. По мере возможности Мехрибан Алиева старается помочь этим людям, оказывая им как материальную, так и моральную поддержку, с сочувствием выслушивая их проблемы. Фонд Гейдара Алиева сотрудничает со многими фондами, общественными организациями, международными и неправительственными организациями. Одной из самых влиятельных и организаций среди них является организация ЮНЕСКО, которая специализируется на всех областях деятельности ООН. В эту организацию входят 193 отдельные страны и 11 ассоциированных членов. На всех встречах и выступлениях с особым вниманием оценивалась деятельность и вклад Мехрибан Алиевой в качес-

тве посла доброй воли в такие организации, как ЮНЕСКО и ИСЕСКО, и отмечалось, что показанная деятельность сыграет особую роль в дальнейшем развитии Азербайджанской Республики.

Ключевые слова: *Фонд Гейдара Алиева, государственность, ЮНЕСКО, культура, международные проекты, современные школьные проекты*

Giriş

Qeyri-hökumət, qeyri-kommersiya təşkilatı olan Heydər Əliyev Fondu ümummilli liderimizin doğum günündə ölkəmizin birinci xanımının təşəbbüsü ilə rəsmi olaraq açılıb.

Fondun əsas məqsədləri ümummilli lider Heydər Əliyev haqqında məlumatın zənginləşdirilməsini, bu barədə informasiyanın gənc nəsil arasında yayılması, müəllifi tanınmış dövlət xadimi olan beynəlxalq layihələrin formalaşmasında köməklik göstərmək, Azərbaycan tarixinin və mədəniyyətinin bütün dünyada daha geniş təbliği istiqamətində işlər görmək, həmçinin proqramlar təqdim etməkdir. Heydər Əliyev Fondunun fəaliyyəti eyni zamanda, bəşəriyyətin həmrəyliyi üçün sivilzasiyalararası dialoqa yönəlmişdir. Heydər Əliyev Fondunun missiyasına Azərbaycanın beynəlxalq səviyyədə tanınmasının təşviqi, eləcə də zəngin və qədim mədəniyyətə malik xalqımızın qərəzsiz ictimai qavrayışının inkişafı daxildir. Bu mövzuda ən yaxşı hərəkət yolu mədəniyyətlərarası anlaşmanı dəstəkləmək və yaxşılaşdırmaq üçün təşəbbüslərin sayını artırmaqdır. Bu səbəbdən Heydər əliyev Fondu bəzi dost dövlətlərdə nümayəndəliklərin açılmasını və bu ölkələrdə artıq yaradılmış həmfikir qeyri-hökumət qrupları ilə əməkdaşlıq etməyi məqsədəuyğun hesab edir. Heydər Əliyev Fondu müxtəlif xəstəlikləri olan uşaqlar üçün məktəblərin, xəstəxanaların, xüsusi fərqlilik yaradan müəssisələrinin, körpələr evinin, internat məktəblərinin tikintisinə, mədəni inciləri özündə daşıyan abidələrin bərpasına, idmanın inkişafına, beynəlxalq mədəni tədbirlərə, xalq incəsənətinin, muğamların inkişafına, onların dünya miqyasında tanınmasına və yayılmasına mühüm töhfələr vermişdir [6].

Heydər Əliyev Fondunun mövcud olduğu on doqquz il ərzində o, bir çox uğurlara imza atıb və səhiyyə ıstıqamətində, təhsil və digər sahələrdə əhəmiyyətli dəyişikliklərə nail olmağa kömək edib. Heydər Əliyev Fondunun ana xətti xeyriyyəçilik missiyasının dirçəldilməsi və yaşadılması, inkişafı olmuşdur. Fondun prezidenti, Azərbaycanın Birinci vitse-prezidenti Mehriban Əliyeva insanlara qayğı və təmannasız xidməti ilə cəmiyyətdə böyük rəğbət qazanaraq insanların həyatı, sağlamlığı, təhsili ilə bağlı olan bütün sahələrə xüsusi diqqət göstərir. Əsas məqsədlərdən biri isə yardıma ehtiyac duyan hər bir kəsin qayğısına qalmaq, köməkliklər göstərməkdir. Digər məqsədlərdən biri çox vacib hesab edilən təhsilə yardımdır. Buna bariz nümunə "Yeniləşən Azərbaycana Yeni Məktəb" layihəsidir. Ölkəmizdə müasir tipli məktəblər tikilib, bəziləri cari və əsaslı təmir edilib.

"Məktəbəqədər Təhsil müəssisəsi inkişaf" proqramı fond tərəfindən Məktəbəqədər təhsil müəssisələri ilə əlaqəli digər əhəmiyyətli tədbirlərlə yanaşı səmərəli şəkildə həyata keçirilmişdir. Proqramın icrası çərçivəsində bölgələrin ən ucqar kəndlərində belə modul tipli məktəblərin tikintisi başa çatdırılıb. "Körpələr evi və internat məktəbləri"nin təkmilləşməsi proqramı, "təhsildə dəstək" layihəsi və s. uğurla həyata keçmişdir [2].

Fondun fəaliyyətindən danışan xanım Mehriban Əliyeva bildirib ki, onun əsas məqsədləri tanınmış siyasətçi Heydər Əliyevin zəngin irsinin öyrənilməsi və yayılması, gələcək nəsillərə və xarici qonaqlara Azərbaycanın sosial-iqtisadi və mədəni inkişafının təşviqi istiqamətində geniş səylərini aydın şəkildə başa düşməkdir, həmçinin Heydər Əliyev Fondu tərəfindən təhsil, səhiyyə və digər fənlər üzrə irimiqyaslı layihələrin həyata keçirilməsi, eləcə də UNESCO və İSESKO ilə sıx əməkdaşlığı qeyd edilməlidir. Mehriban Əliyeva kədərini ifadə edərək, həmçinin qeyd edib ki, çox sayda azərbaycanlı gəncin hələ də xüsusi qayğıya ehtiyacı var və 23 müəssisənin genişmiqyaslı bərpasını təşkil edib və rəhbərlik edib. Heydər Əliyev Fondunun təcili təmirə ehtiyacı olan və kənd yerlərində yerləşən 132 məktəb üçün yeni binaların inşasını nəzərdə tutan xüsusi proqramına dəstək məqsədilə böyük işlər görülür [1].

Fondun gələcək üçün atdığı addım və layihləri, vəzifələrini nəzərə alaraq, Heydər Əliyev Fondunun prezidenti xanım Mehriban Əliyeva bu təşkilatı ölkəmizdə presedenti olmayan yeni tip kimi təsvir edir. O, həmçinin Fondun həyata keçirilməsi zamanı Heydər Əliyev ideyalarının dəstəklənməsinə yönəlmiş təşəbbüslərini genişləndirməyə davam edəcəyinə əminliyini ifadə edir. Heydər Əliyev Fondunun prezidenti Mehriban xanım Əliyeva ömrünü xalqımızın gələcəyinə həsr etmiş dahi şəxsiyyətin ideyalarının həyata keçirilməsi kimi şərəfli işdə hamını Heydər Əliyev Fondu ilə əmakdaşlığa dəvət edir [2].

Ölkəmizdə səhiyyənin yüksək fəaliyyət göstərməsi ilə bağlı hökumətin təşəbbüsləri də Heydər Əliyev Fondu tərəfindən maliyyələşdirilib. Yeni-yeni tikilən çoxsaylı səhiyyə ocaqları ilə yanaşı uşaqların və insanların sağlamlığı ilə əlaqədar bir neçə layihələr həyata keçirmişdir. Talassemiya xəstəliyinin aradan qaldırılması üçün təşkil edilən layihə uğurla həyata keçən layihələrdəndir. Fondun təşəbbüsü ilə tikilən müasir Talassemiya mərkəzi, Daun Sindromlu şəxslərin Reabilitasiya Mərkəzi də bu tipli xəstələrin müalicəsində xüsusi rol oynayır [2].

Azərbaycanın dünya ölkələri ilə sıx əlaqələrinin olmasında xüsusi rolu olan, daima diqqət göstərən, kömək əlini uzatmaqla istər daxildə, istər xarici ölkələrdə yaşayan insanların rəğbətini qazanan Heydər Əliyev Fondunun uğurunun əsas hərəkətverici qüvvəsi ölkənin birinci xanımı və əzm, prinsipiallıq, təşəbbüslə rəhbərlik edən Birinci vitse-prezidenti Mehriban Əliyevadır [5].

Mərdəkan qəsəbəsində yerləşən "İnci" körpələr evi-uşaq bağçası, Nərimanov rayonunda 80 saylı körpələr evi, Maştağa qəsəbəsində 9 saylı sanatoriya tipli körpələr evi -uşaq bağçası, Bayıl yaşayış sahəsində 157 nömrəli uşaq bağçası və sair Heydər Əliyev Fondunun "Məktəbəqədər təhsil müəssisələrinin inkişafı" proqramı çərçivəsində yenidən qurulduqdan sonra istifadəyə verilib. Fond ölkəmizdə sosial məsələlərin həlli, elm, təhsil və mədəniyyətin inkişafı istiqamətində yorulmadan çalışır, bir sıra mühüm humanitar tədbirlərin əsasını təşkil edir [2].

Fond Milli işlərdə və sosial məsələlərin həllində fəal iştirak edir. Hazırda Azərbaycanın sürətli sosial və iqtisadi artımı hər bir ailənin ehtiyaclarını ödəməyə və hər bir üzvünün qanuni hüquqlarını qorumağa imkan verir [8].

Parlamentin deputatı, UNESCO-nun və İSESKO-nun xoşməramlı səfiri Mehriban əliyeva bildirib ki, rəhbərlik etdiyi Fond təhsilə böyük əhəmiyyət verir və bu sahədə bir sıra təşəbbüslər həyata keçirir. Azərbaycanın birinci xanımı BMT və UNESCO ilə əməkdaşlığın himayəsi altında həyata keçirilən birgə layihələrin nailiyyətlərindən danışıb. O, həmçinin ölkəmizdə peşə təhsilinin inkişafına yönəlmiş layihənin əhəmiyyətini vurğulayıb və imzalanmaq üzrə olan Sazişin uğurla yerinə yetiriləcəyinə əminliyini ifadə edib. "Yeniləşən Azərbaycan üçün Yeni Məktəb" [2] layihəsində fondun yolu ilə inşa olunan orta təhsil ocaqlarının sayı yüzlərlədir. 2016-cı ilin aprelində işğaldan azad edilmiş Cocuq Mərcanlı kəndində Heydər Əliyev fondunun dəstəyi ilə ucaldılmış müasir tipli orta məktəb binası, uşaq bağçası və körpələr evi Azərbaycan torpaqlarının bu gün işğaldan azad edilməsinə olan əsas səbəblərdən biridir [6].

Azərbaycan ərazilərinin bu gün işğaldan azad edilməsinin əsas nəticələrindən biri kimi Heydər Əliyev Fondunun maliyyə köməyi vasitəsi ilə 2016-cı il, aprel ayında uğurla geri qaytarılmış Cocuq Mərcanlı kəndində tikilmiş müasir orta təhsil ocağı, uşaq bağçaları və körpələr evi binasıdır. Xanım Mehriban Əliyeva yüksək xeyriyyəçilik, maarifçilik, xeyirxahlıq və yer üzündə sülhün qorunması dəyərlərinə görə dünya ölkələrində görkəmli mövqe tutur. O, 2004-cü il tarixində yarandığı gündən ərazinin ən tanınmış beynəlxalq təşkilatlarından birinə çevrilmiş və insanlar üçün mühüm kömək yerinə çevrilmiş Heydər Əliyev Fondunun prezidentidir. UNESCO və İSESCO-nun xoşməramlı səfiri olub, bütün dünyada Qərb və Şərqin iki yüksək statusuna malik olmuşdur [2].

BMT-nin humanitar yönümü məsələlər sahəsi üzrə ixtisaslaşmış təşkilatlarından biri olan UNESCO-nun Nizamnaməsi 1945, noyabr ayının16-da Londonda imzalanıb. 1946-cı il ildə UNESCO-nun tərkibində olan dövlətlərdən bəziləri fəaliyyətlərinə başladı. Bu gün 193 dövlət humanitar məsələlərdə birləşdirən UNESCO-nun Azərbaycanla əlaqələri ümumilli lider Heydər Əliyev tərəfindən 1993-cü ildən qurulub. Məlumdur ki, hər bir ölkə qədimliyini, bəşər sivilizasiyasını formalaşmasında öz rolunu, tarixini sübuta yetirmək, onu dünyaya təqdim etmək üçün mədəni irs nümunələrindən faydalanaraq beynəlxalq təşkilatlarla sıx əlaqələr qurur, onun üzvü olmağa çalışır. Ölkənin birinci xanımı Mehriban Əliyevanın 1995-ci ildə Azərbaycan Mədəniyyət Fondunun prezidenti kimi Azərbaycanın qədim mədəni tarixinin dünya ölkələrində tanınmasına, zəngin irsi nümunələrinin öyrənilməsinə xüsusi əhəmiyyət vermişdir. Bu kimi məqsədlərin formalaşması dövlətin inkişafına əsaslı təsir göstərmişdir [2].

Azərbaycanın Birinci vitse-prezidenti, Mehriban xanım Əliyeva incəsənətin, ədəbi tarixin, gələcək rifahın formalaşmasına qarşı tövsiyyələrə, incəsənət-musiqi aləminin zənginliyinə görə və dünya ölkələrinin mədəniyyət incilərindəki qarşılıqlı əlaqələrinin yaranmasındakı əvəzedilməz rolu, əməlləri və addımlarına görə UNESCO beynəlxalq təşkilatının xoşməramlı stausuna uyğun görülmüşdür. Mehriban xanım Əliyevanın Heydər Əliyev Fondunun prezidenti olaraq ölkəmizdə mədəni irsin təbliği, onun milli və regional səviyyələrdə qorunmasının təmin olunması sahəsində əvəzsiz xidmətləri olmuş-

dur. Məhz Fondun rəhbəri tərəfindən istək və təkliflərə bağlı olaraq UNESCO ilə bilik, təhsil, mədəniyyət sahəsində əməkdaşlığın fəaliyyətinin genişlənməsi məqsədi ilə vacib sənədlər təşkil edilmiş, yığıncaqlar düzənlənmiş, layihələr uğurla başa çatdırılmışdır [4].

Azərbaycan muğamı 2003-cü ildə UNESCO təşkilaının təklifi ilə mədəniyyətin irsi xəzinələrinin siyahısına daxil edilib. Muğam sənəti tarixinin hər səhifəsinə və hər saniyəsinə böyük sentimentallıqla yanaşırıq. Əsrlər boyu inkişaf edən, 20-ci əsrin əvvəllərində konsert salonlarından başlayan və xalq şənliklərində, toylarda və digər tədbirlərdə ifa olunmağa davam edən bir sənətdir. Mərhum Üzeyir Hacıbəyli o vaxt müasir Azərbaycan musiqi sənəti ilə ənənəvi muğam arasında əlaqə yaratmışdı.

Tarixi məlumatlara əsasən deyə bilərik ki, bu gün muğamın təsiri Azərbaycan incəsənətinin, musiqi mədəniyyətinin bütün janrlarında izlənilir. Baletdə, operada, pop musiqisində, mahnı janrlarında və cazda muğamın sintezini və təsirini aşkar edə bilərik. Muğam tarixi sənət növü olmaqla yanaşı, inkişaf edir və getdikcə zənginləşir. Son illərdə respublikamızda muğamın əhəmiyyəti, qorunması, yayılması və təbliği üçün çox səylər göstərilmişdir. Tarixin bu səhifələrinə nəzər salaraq deyə bilərik ki, Heydər Əliyev Fondu əhəmiyyətli töhfələrini daima vermişdir. Bundan əlavə ümumdünya irs siyahısına qeyd olunan Qobustan Dövlət tarix Bədii Qoruğu, UNESCO-nun təhlükədə olmaqda bilinən ümumdünya irsi siyahılarından İçərişəhər Qoruğu çıxarılıbdır. Təbiidir ki, bunun üçün dövlət siyasətinə rəğmən İçərişəhərdə bərpa, abadlıq işləri aparılıb, gərgin əmək sərf edilib. Məhz onun sayəsində, bu gün İçərişəhər insanlar üçün, xarici qonaqlar və turistlər üçün maraq kəsb edir, gəzinti yeri hesab edilir. Daha bir misal olaraq qədimliyi ilə tanınan aşıq sənətinin və Novruz bayramı tədbirinin UNESCO-nun qeyri-maddi mədəni irs siyahısında özünə yer alması bizə sevinc gətirir [8].

Heydər Əliyev Fondunun təşəbbüsü ilə UNESCO arasında əlaqələri sayəsində 2008-ci ilin may ayı UNESCO-nun iqamətgahında konsert proqramında iştirak etməklə xalqımızın mədəniyyət zənginliyini, möhtəşəmliyi və mədəniyyətin, musiqinin gələcək nəsillərə ötürülməsi, saxlanması, davam etdirilməsini Dövlət Gənclər Simfonik Orkestr və Uşaq xoru "Azərbaycanın xoşməramlı mələkləri" nümayişkarcasına sübut etmişdilər.

2008-ci ilin iyun ayında dünyada savadlılığın dəstəklənməsi üzrə UNESCO-nun regional konfransları çərçivəsindən Azərbaycanda keçirilən "Avropada subregional çərçivədə savadlılıq problemlərinə baxış: tərəfdaşlıq əlaqələrinin qurulması və innovativ yanaşmaların tətbiqinə dəstək" tədbirinin keçirilməsi, eyni zamanda "Mədəniyyətlərarası dialoqda qadınların rolunun genişləndirilməsi" tədbirləri Heydər Əliyev Fondunun təşəbbüsləri nəticəsində baş vermişdir [7].

Fondun prezidenti Mehriban xanım Əliyevanın göstərişi ilə xalqımızın tarixi klassik musiqilərini inkişaf etdirmək, dünya miqyasında tanınmasının şaxələnməsi üçün ölkə paytaxtı Bakı şəhərində Beynəlxalq Muğam Mərkəzi tikintisi başa çatdıqdan sonra istifadəyə verilmiş möhtəşəm binada 2009-cu il mart ayında I Beynəlxalq Muğam Festivalı keçirilmişdir. Həmin dövrdə Fondda prezidentin təşəbbüsü ilə daha bir incəsənət aləminin – müasir İncəsənət Muzeyinin açılış mərasimi olmuşdur. Açılış mərasimində və Novruz bayramı şənliklərində UNESCO-nun o zamankı baş direktoru Koişiro Matsura iştirak etmiş, həyəcan dolu anlar yaşayaraq çox bəyənmişdir.

Heydər Əliyev Fondu ilə UNESCO-nun silsilə tədbirlərinin davamı kimi 2009-cu ilin noyabrın 17-də UNESCO-nun mənzil qərargahında keçirilən "UNESCO-da Azərbaycan günü" mədəniyyətimizin təbliği baxımından yadda qalan tarixi səhifəyə köçmüşdür. 2010-cı ilin yayında Qəbələdə keçirilən II Beynəlxalq Musiqi Fesivalı da UNESCO-Azərbaycan əlaqələrinin yüksək səviyyədə olduğunu bir daha təsdiqləyir. Qəbələdə keçirilən II Beynəlxalq Muğam Festivalında Heydər Əliyev Fondunun prezidenti Mehriban xanım Əliyevaya, Motsart medalı təqdim edilmişdir. 2003-cü ildə Azərbaycanla UNESCO arasında çərçivə sazişi imzalanmışdır [4].

UNESCO ilə mütəmadi əlaqələrin olmasına Azərbaycanın görkəmli şəxsiyyətlərinin yubileylərinin UNESCO çərçivəsində qeyd edilməsi bariz nümunədir. UNESCO çərçivəsində gözoxşayan sevinc ilə qeyd edilən 1300 illik dastan olan "Kitabi-Dədə Qorqud", 900 illik Məhsəti Gəncəvi, 500 illik Məhəmməd Füzuli kimi, dünya tanınmışlarından olan alim-akademik Yusif Məmmədəliyevin 100 illik, ilk tamaşasının 100 illiyi olan"Leyli və Məcnun" operası, 100 illiyi olan görkəmli yazıçı Mir Cəlal Paşayevin yubileylərinin və sair bu qəbilədən olan tədbirlər diqqətə layiqdir.

UNESCO nüfuzlu, çoxtərəfli beynəlxalq təşkilat olduğu üçün onun vasitəsilə müxtəlif ölkələr arasında da qarşılıqlı əməkdaşlıq üçün şərait yaradılır. Vətən müharibəsi zamanı dövlət ərazisinin

uzunmüddət işğal və talandan azad edildikdən qısa bir zamanda bərpa, abadlıq və ərazinin yenidən dirçəldilməsi işləri birinci vitse-prezident Mehriban xanım Əliyevanın akiv şəkildə diqqət yetirdiyi, diqqətcil rolu gözönünə alınaraq, o UNESCO-nun baş direktoru Odri Azuleyə müraciət edərək, BMT-nin Təhsil üzrə xoşməramlı səfiri kimi fəaliyyətinə son qoymaq məqsədi ilə UNESCO-nun xoşməramlı səfiri kimi üzərinə düşən vəzifələri yerinə yetirə bilməyəcəyini bildirib [6].

Mehriban xanım Əliyeva UNESCO-nun xoşməramlı səfiri kimi Qobustan Milli Qoruğunun, İçərişə Memarlıq Qoruğunun, Azərbaycan Aşıq sənətinin, tar sənətinin və s.-nin milli mədəni irsin bir hissəsinə çevrilməsi istiqamətində yorulmadan, qətiyyətlə və təşəbbüskarlıqla çalışıb və bu irs UNESCO-nun siyahısına daxil edilmişdir. Burada bir məqam ondan ibarətdir ki, Azərbaycan xalqının milli-mədəni sərvətləri öz təsdiqini tapdı, digər məqam da ondan ibarətdir ki, onların qorunması təmin edildi, turistlərin, ictimaiyyətin maraq dairələrinə yönlənildi [5].

Nəticə

UNESCO yüzlərlə böyük beynəlxalq və qeyri-hökumət təşkilatları ilə yaxından fəal şəkildə əməkdaşlıq etməkdədir. Birinci vitse-prezident Mehriban xanım Əliyevanın təşəbbüslərinin nəticəsi olaraq UNESCO ilə birlikdə elm, təhsil, mədəniyyət sahələrində əməkdaşlıqların inkişaf etməsi üçün vacib sənədlər imzalanıb, mühüm tədbirlər həyata keçirilib, layihələr uğurla başa çatdırılıbdır. Azərbaycanın birinci xanımı dünyanın ən hörmətli mədəniyyət təşkilatı olan UNESCO tərəfindən böyük etimada layiq görülüb. Bu, təkcə respublikamızın bütövlükdə çiçəklənməsini deyil, həm də müasir dünya ölkələrinin xalqımızın milli dəyərlərinə, dilinə, incəsənətinə, keçmişinə və yaradıcı ifadəsinə böyük hörmətini göstərir. İndi yüz minlərlə azərbaycanlı ulu öndərimizə hörmət edən ictimai təşkilat olan Heydər Əliyev Fonduna etibar edir.

Ədəbiyyat:

1. Abbas C. Mehriban Əliyeva: "Mən konkret iş görmək, insanlara kömək etmək istəyirəm"/C.Abbas//İki sahil. 2007.
2. Abdullayev H//Azərbaycan. 2006. 26 avqust. Xalq qəzeti. 2006. 26 avqust
3. Azərbaycan qadınının cəmiyyətdə rolu: Heydər Əliyev Fondunun prezidentinin fəaliyyəti Ümummilli mənafelərə xidmət edir //Azərbaycan. 2008. 28 sentyabr
4. Azərbaycan Mədəniyyəti Dostları Fondunun sədri, Azərbaycan Prezidentinin xanımı Mehriban Əliyevaya UNESCO-nun xoşməramlı səfiri fəxri adı verilmişdir//Respublika.- 2004.- 31 avqust.
5. Heydər Əliyev Fondu: 2004-2005/Ön söz: H.Əliyev Fondunun prezidenti M.Əliyeva.- B., 2005.
6. Heydər Əliyev Fondunun prezidenti, UNESCO və İSESCO-nun xoşməramlı səfiri Mehriban Əliyevanın çıxışı [Müasir İncəsənət Muzeyinin açılışında]/M.Əliyeva//Azərbaycan. 2009. 21mart.
7. "Mədəniyyətlərarası dialoqda qadınların rolunun genişləndirilməsi" mövzusunda Beynəlxalq Bakı Forumu işini başa çatdırmışdır. Azərbaycanın birinci xanımı Mehriban xanım Əliyevanın çıxışı /M.Əliyeva //Azərbaycan. 2008. 12 iyun.
8. Rüstəmli N. Heydər Əliyev Fondu: [Fondun yaranması və fəaliyyəti haqqında]/N.Rüstəmli//Respublika. 2005.

Anar İBRAHİMOV
Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi
"Beşbarmaq dağı" Dövlət Tarix-Mədəniyyət və Təbiət Qoruğu,
Abidə mühafizəçisi
ibrahimov.11.09.97@gmail.com

ŞƏRQ MƏDƏNİYYƏTİNİN FƏLSƏFƏSİ VƏ BEŞBARMAQ DAĞI

THE PHILOSOPHY OF EASTERN CULTURE AND BESHBARMAG MOUNTAIN

ФИЛОСОФИЯ ВОСТОЧНОЙ КУЛЬТУРЫ И ГОРА БЕШБАРМАГ

Xülasə: Şərq dünyası olduqca sirli və gözlənilməz zənginliklərə sahibdir. Bu cür əvəzolunmaz bir məkanın təbii ki, mədəniyyəti də daim diqqət mərkəzində olacaq. Elə bu amilləri nəzərə alaraq şərq mədəniyyətində

fəlsəfənin necə təzahür etdiyi araşdırdıq və belə nəticəyə gəldik ki, bu ərazidə olan hər bir maddi mədəniyyət nümunəsi özündə geniş fəlsəfi məna qoruyur.
Açar sözlər: *Fəlsəfə, mədəniyyət, incəsənət, memarlıq, şərq, təzahür*

Abstract: The Eastern world has quite mysterious and unexpected riches. Of course, the culture of such an irreplaceable place will always be in the center of attention. Taking these factors into account, we investigated how philosophy manifests itself in the eastern culture and came to the conclusion that every sample of material culture in this area preserves a broad philosophical meaning.
Key words: *Philosophy, culture, art, architecture, east, manifestation*

Абстракт: Восточный мир обладает весьма загадочными и неожиданными богатствами. Разумеется, культура такого незаменимого места всегда будет в центре внимания. Принимая во внимание эти факторы, мы исследовали, как философия проявляется в восточной культуре, и пришли к выводу, что каждый образец материальной культуры в этой области сохраняет широкий философский смысл.
Ключевые слова: *Философия, культура, искусство, архитектура, восток, проявление*

Şərq sirr və sirrlə doludur. Fikirləşəndə heyrətamiz geyimlərdə şərq gözəlləri, ovsunlayan şərq rəqsləri, ecazkar şərq sarayları və məbədləri, albalı çiçəkləri, bizə məlum olmayan tanrıların qəribə heykəlcikləri və rəngarəng xalçalar dərhal üzə çıxır. Şərq ölkələrinin mədəniyyəti minilliklər boyu inkişaf edib, zəngin, rəngarəng, incə və cəlbedicidir. Şərqin sənəti xüsusi rol oynayır, o, dünyanın başqa ölkələrinin sənəti kimi deyil.

Fəlsəfə və sosiologiyada Qərb tipi mədəniyyəti Şərq tipi ilə ziddiyyət təşkil edir. Onu çox vaxt "ənənəvi cəmiyyət" adlandırırlar. Tarixən şərq mədəniyyəti Çin, Hindistan, Mesopotamiya və Misirin qədim sivilizasiyaları ilə bağlıdır.

Sonralar onların yerində müsəlman, hindu, buddist və konfutsi dini və mədəni ənənələrinin cəmiyyətləri yarandı. Bu mədəniyyətlərin və onların əsasında yaranmış müasir Şərq mədəniyyətlərinin orijinallığına baxmayaraq, bir çox ortaq cəhətləri bölüşürlər. Davranış nümunələri və əxlaq normaları nəsildən-nəslə ötürülür. Əcdadların təcrübəsi ən yüksək dəyər hesab olunur. Adət-ənənələr və rituallar ən xırda təfərrüatlarla təkrarlanır, bəzən məzmunu əvəz edir.

Şərqdə elmi rasionallıq əxlaqi-iradi prinsiplə ziddiyyət təşkil edir. Şəxsi özünü inkişaf etdirməyə çox diqqət yetirilir. Şərq xalqlarının təfəkkürə, sükunətə və mistisizmə yönəlməsi buradan irəli gəlir.

İncəsənət və fəlsəfənin qarşılıqlı əlaqəsi elə ümumi sənət mühitinin özündən yaranmışdır. XV əsrin 30-cu illərində İntibah dövrü sənətinin məşhur nəzəriyyəçisi Leon Battista Alberti "Rəsm haqqında" traktatında rəssamlara ritoriklər, filosoflar və elm adamları ilə ünsiyyət qurmağı tövsiyə etdi. Belə ünsiyyətin əsl təcrübəsi Florensiyada Möhtəşəm Lorenzo sarayında başladı. Ancaq bu ünsiyyətin nəticələri dərhal görünmədi.

Çox zaman şərq dünyası qəribə görünə bilər. Biz onun haqqında demək olar ki, çox az biliyə sahib olduğumuz üçün onun "sirli" olduğunu deyirik və texniki lüğətin dəqiqliyi ilə ifadə olunan bir çox hadisələri "mistik" adlandırırıq, yalnız ona görə ki, özümüz bu lüğətlə tanış deyilik. Düzünü desək, heç kim orta əsrlər latın və sanskrit mənbələrini, heç olmasa tərcümədə öyrənməmişsə, orta əsrlər və ya hind sənətinin fəlsəfəsini izah edəcək qədər səriştəli sayıla bilməz. Orta əsrlər Aristotelin "sənətin məqsədi insanın kamilləşməsidir" ifadəsini qəbul etmiş, "sənətsiz heç bir fayda əldə etmək mümkün deyil" mövqeyinə sadiq qalmışdır. Amma "insan kamilliyi" və "fayda"nın nə demək olduğunu bilməsək, belə sənətin mahiyyətinin nədən ibarət olduğunu anlamaq, izah etmək demək olar ki, mümkün deyil. Başqa sözlə, bu sualları dərinləşdirmək istəyiriksə, işini anlamaq və "qiymətləndirmək" istədiyimiz insanların həyatlarının məqsədini soruşmaqla başlamalıyıq.

Məsələn, Seylon buddizmin mərkəzlərindən biridir. Seylondakı ən qədim monumental kult binası stupa sayılırdı, burada daqoba adlanır. 12-ci əsrdə Seylon stupası qədim formada qorunub saxlanılmışdır. Bu, yuxarıya doğru uzanan yarımkürəvari bir quruluş idi və ətrafında oyma başlıqlı bir neçə sıra sütunlar yerləşirdi. Polonnaruvada ayrıca kult konstruksiyaları - mağara məbədləri də qorunub saxlanılmışdır. Onlardan ən yaxşısı 12-ci əsrə aid olan Qal-Vikharaddır. Dağa oyulmuş Qal-viharanın daxili hissəsi çox incə deyildi. Həmişə olduğu kimi, məbədin içərisində oturmuş Buddanın heykəli var idi. Fasadın işlənməsi daha maraqlıdır. Bu tip nümunələr daha çox şərq sənətinin fəlsəfəsini özündə cəmləşdirir.

İnsanın aktiv həyatı iki cür ola bilər – əməllərin yerinə yetirilməsi və ya yaradıcılıq. Bunlar müvafiq olaraq xidmət və sənət sahələridir; onlardan biri təqva, ikincisini müvafiq olaraq sənətin özü idarə edir. Fəaliyyətin bu tərəfləri hər hansı bir insanın həyatında eyni əhəmiyyətə malikdir, hər hansı birində əskik ola bilər, lakin "Kamil ol" əmrinə uyğun olaraq hər ikisində kamilliyə can atmalıdır. Onların hər biri tamamilə öz sahəsindədir; sənətin son məqsədi əsərin mükəmməlliyidir, xidmət sahəsində son işin əldə etdiyi məqsəd də əsasdır, lakin həlledici əhəmiyyət kəsb etmir. Şüur həm əməldə, həm də yaradıcılıqda mövcuddur.

Bu deyilənlərə əyani olaraq nümunə kimi daha çox uzaq şərq incəsənətində açıq şəkildə göstərə bilərik.

Misal üçün Qədim buddist incəsənəti b.e.ə. IV-eramızın IV əsr ərzində bütün Hindistan ərazisinə yayılır. Buddizmin geniş yayılmasında missioner – səyahət edən monaxların böyük rolu olmuşdur. Hətta b.e. I ə. Çində buddizmin yayılmasına da əsas səbəb Hindistandan gəlmiş belə monaxlar olmuşdur.

Buddizmin meydana gəlməsi, onun təbliğində mühüm rol oynamış daş dini tikililərin də inşa edilməsinə səbəb olur. Aşoka dövründə çoxsaylı buddist kilsə və məbədləri yaradılır. Bu dini tikililərdə artıq formalaşmış memarlıq ənənələrindən istifadə edilmişdir.

B.e.ə. III – eramızın III əsri dövrünün mühüm memarlıq abidələri – iri buddist kilsələri tikilir. Lakin Buddist dini abidələrinin əsas tipi – kərpicdən tikilmiş gümbəzlər stupalar idi. Onlar nirvananı (cənnəti) simvolizə edirdilər.

Buddist mənbələrinə istinad edərək, Aşoka tərəfindən inşa edilmiş, lakin dövrümüzə kimi gəlib çatmamış stupalar istisna olmaqla, ən qədim stupa Bxarxuta stupasıdır. Təəssüflər olsun ki, o bizim dövrə kimi gəlib çatmamışdır və stupaların memarlıq tipi ilə bizi, bir qədər sonra inşa edilmiş Sançi stupası və yazılı mənbələr tanış edir.

Seylon – buddizmin mərkəzlərindən biridir. Seylonda ən qədim monumental kult tikinti – stupa sayılırdı, burda o daqoba adlanır. XII əsrdə Seylon stupası öz qədim formasında saxlanılmışdır. O yuxarıya doğru uzadılmış yarımsferik tikinti idi və onun dairəsində bir neçə sıra oyma kapitelləri ilə sütunlar yerləşirdi. Polonnaruvada həm də kult tikintilərinin ayrı növləri – mağara məbədləri saxlanılmışdı. Onlardan ən yaxşısı XII əsrə aid olan Qal-Vixaradı. Dağda yonulmuş Qal-vixaranın interyeri çox mürəkkəb deyildi. Həmişə olduğu kimi məbədin daxilində oturan Buddanın heykəli yerləşirdi. Fasadın traktovkası daha maraqlıdır. Bu tipli nümunələr özündə daha çox şərq incəsənətinin fəlsəfəsini özündə birləşdirir.

Çin mədəniyyətinin sonrakı inkişafına daha böyük təsir konfutsiçilik və daosizm göstərmişdir. Bu sistemlər çox halda bir-birinə zidd idilər. Konfutsiçilik – cəmiyyətdə yüksək rütbəni, vəzifəni tutanlara tabe olmağa çağırırdı və var gücünü bu məqsədə yönəldirdi. Konfutsinin dediyinə görə dövlət – böyük ailədir, hansı ki, göyün oğlu olan hökmdarla idarə edilir. Bu sistemin əksinə daosizm naturfəlsəfəyə qarşı böyük maraq göstərirdi. Daosizmdə mərkəzi yeri dao haqqında nəzəriyyə tuturdu. Dao haqqında nəzəriyyə – təbiətin təbii zəruriliyindən irəli gələn dünyanın daima dəyişilməsi; təbiətdə isə harmonik tarazlıq – yan və in adlı kişi və qadın başlanğıcın bir-biri ilə əlaqəsinin nəticəsində əmələ gəlir. Daosizmin banisi olan Daotsinin fikrincə dao ümumdünya qanunudur. İnsan təbiətin qanunlarına riayət etməlidir.

Qədim Çin mədəniyyətinin tarixində Çjanqo dövrü ən vacib bir dövr idi. Bu dövrdə bir sıra əhəmiyyətli poetik əsərlər yaranır; ədəbiyyatda və incəsənətdə yeni mövzular və obrazlar yaranır; traktatlarda və yazılı mənbələrdə öz əksini tapmış karkaslı memarlığın və şəhərsalma prinsipləri inkişaf edirlər.

Bu dövrdə hazırlanan bürünc qablar öz səlis formaları ilə və qiymətli daş-qaşlarla işlənilmiş incə inkrustasiyası ilə fərqlənir. Sujetlər genişlənir. Bürünc qabların üzərində frizvari ov, döyüş səhnələri yerləşirlər.

Qeyd olunan bütün fikirlər şərq dünyasının bir parçası olan Azərbaycanda da özünəməxsus formada özünü biruzə vermişdir. Ziyərgah profilli memarlıq nümunələrində fəlsəfi mahiyyət daha çox özünü göstərir. Belə nümunələrdən biri isə Beşbarmaq dağıdır.

Fövqəladə bir duruş, buludların arasından görünən əzəmətli bir dağ. İqlimə hökm edən görnüşə sahib bu sirli abidənin bütün diqqəti dalğalanan Xəzərin üzərindədir. Bu məkan hər kəsin şimalın sonsuz üfüqlərinə üz tutduğu yolun kənarında özünə tarixi bir səltənət qurmuşdur.

Hər kəs zaman-zaman haqqında söz açacağımız tarixi yer barəsində əfsanəvi hadisələr eşidib. Bu isə həmin yerə qarşı olan marağın daha da artmasına gətirib çıxarır.

Beşbarmaq çoxlu sirləri, sirləri, mifləri, əfsanələri özündə saxlayır. Bəzi alimlərin fikrincə, "Beşbarmaq" dağının adı əl barmaqları ilə bağlı deyil, tamam başqa etimologiyaya malikdir. Məsələ burasındadır ki, XVIII əsrə qədər Quba xanlığının tərkibində olan yeddi mahaldan biri olan Bərmək mahalı burada yerləşirdi.

İndi isə gələk bu fövqəladə görnüşə sahib dağ haqqında olan əfsanələrə.

Bildiyiniz kimi, İsgəndərin farslı cariyəsi olan Barsina III Daranın bütün sarayı ilə birlikdə onun yanına gəldi. (O, Makedoniya padşahlarının sülaləsinin sonuncu varisini dünyaya gətirdi.) O, İsgəndərə Əhəməni imperiyasının kənarında ölməzlik suyu ilə bulaq haqqında danışdı.

Bunu bilən hökmdarı ən yaxşı döyüşçünü çağırıb onu möcüzəli su üçün Beşbarmaq dağına göndərdi. Amma, qayıdarkən döyüşçü küpəni sındırdı. Döyüşçü edamdan qorxaraq yerli sənətkarlara eyni qabı düzətdirdi və onu adi su ilə doldurdu.

Saxtakarlıqdan şübhələnməyən İskəndər gəmini qurutdu və bayquşun ölümsüzlüyünə inanırdı. Buna görə də Hindistana səfəri zamanı o, qorxmazlıq möcüzələri göstərdi. Lakin, yeni yürüşdən 5 gün əvvəl o, dəhşətli qızdırma ilə xəstələndi və tezliklə öldü.

Dağ haqqında təkcə əfsanələr deyil, həm də bir çox səyyahlarda öz əsərlərində qeydlər ediblər.

XIII əsr fransız səyyahı V.Rubrukun qeydlərində də xatırlanır. Beşbarmaqdan qalan qala divarı düz Xəzər dənizinə qədər uzanırdı. VII əsr coğrafiyaşünasları bu divarı Atlı Van divarı adlandırmışlar. Bəzi tədqiqatçılar hesab edirlər ki, bu qala Şirvan bölgəsini Xursan ölkəsindən ayırıb.

XVII əsrdə Şərqi Azərbaycanda olmuş holland səyyahı Yan Streys yazırdı: "Biz dənizin yaxınlığında bir dağ gördük. Onu Parmah və ya Barmah adlandırırdılar. Dağın zirvəsi uzanmış şəhadət barmağına bənzəyirdi. Bir vaxtlar bu ərazilərin müdafiəsi kimi xidmət edən möhtəşəm bir qala var idi. Bu qalanın bünövrəsi və daş bulağı bu günə kimi burada qorunub saxlanılıb".

Alban tarixçisi Musa Kalankatuyski yazır ki, Beşbarmaq üzərində qalan qala 438-457-ci illərdə Sasani hökmdarı Yezdegird tərəfindən tikilmişdir.

1636-1638-ci illərdə müasir Azərbaycan ərazisində olmuş alman səyyahı Adam Olearius da öz yazılarında dağı təsvir etmişdir.

Ümumiyyətlə, daşların özləri daha çox maraq doğurur, onların bir çoxu qəribə formadadır, bəziləri hava şəraitinin təsiri altında çatlamış, digərləri çökmüş, digərləri isə yağış və su axınları nəticəsində boşluqlar almışlar. Qayaları araşdırarkən, sanki qılıncla iki hissəyə bölünmüş bir daş blok görünür. Yaxınlıqda böyük bir daşın üzərində kiçik, lakin uzun bir çökəklik var idi. Yerli əhalinin dediyinə görə, bu yerdə (yalnız cümə günləri) müqəddəs şirin su axır ki, Xızır peyğəmbərin göz yaşları ona müalicəvi güc verir. Təbii ki,bu su kondensasiya və ya yağış prosesində toplana bilər, sonra da daşlardakı çatlar və yarıqlardan sıza bilər.

Beşbarmaq ətrafında çoxlu qeyri-adi formalı daş və qayalıqlar olduğunu adi gözlə görmək olar. Alimlərin fikrincə, dağın ətrafında aparılan qazıntılar sayəsində qədim yaşayış məskənlərinin qalıqları, qab-qacaq və məişət əşyaları nümunələri aşkar edilib ki, bu da insanların bu ərazidə uzun müddət məskunlaşdığını təsdiqləyir. Bu faktı karvansaranın xarabalıqları, qala divarları və yerli qəbiristanlıq, qədim yaşayış məskənlərinin qalıqları da təsdiq edir. Bura yaxın qonşu kiçik dağların zirvələrində Beşbarmaq dağına bənzər kiçik qayalı massivləri görünür. Bu onu deməyə əsas verir ki, belə qayalıq massivlər bu ərazi üçün xarakterikdir, lakin Beşbarmaq dağı onların ən böyüyü və əzəmətlisidir və buna görə də insanlara fövqəltəbii güc, sehrli xüsusiyyətlər və qeyri-real bir şey bəxş edir. Bəlkə də burada mövcud olan enerji insanları bu dağın möcüzəvi xüsusiyyətlərinə inandırır.

Düzdür, "Beşbarmaq" adının başqa yozumu da var. Deyirlər ki, bu toponim qədim türkcə "zirvədə yaşayış" mənasını verən "parmaq" sözündəndir. Bu, IX əsr ərəb səyyahı Əl-Məsudinin yazılarında rast gəlinən ilk yerli toponimdir.

İnsanlar Beşbarmağın müqəddəs məkan olduğuna inanır və rəvayətə görə, ümid və arzuların gerçəkləşdiyi yerdir. Hələ qədim zamanlarda Beşbarmaq dağı Qafqaz Albaniyasının sakinlərinin ibadət yeri olub.

Bunun izahı çox sadədir. Hələ monodinlərin – yəhudiliyin, xristianlığın və islamın yaranmasından əvvəl, hətta atəşpərəstlikdən, daha sonra isə zərdüştilikdən əvvəl qədim insanlar bu gün çoxlarının unutduğu bir dinə – orolatriyaya etiqad edirdilər.

Bu, dağ zirvələrinə, qeyri-adi formalı qayalara və ayrı-ayrı iri daşlara sitayişdir. Qeyri-adi olan hər şey ilahiləşdirildi, buna görə də sərbəst dayanan yüksək qayaların arzuları yerinə yetirə biləcəyinə inam yarandı.

Bütün bu qeyd olunan faktlar bir daha onu sübut edir ki, şərq mədəniyyətinin formalaşmasında və inkişafında fəlsəfənin danılmaz rolu mövcuddur.

Şərqdə inkişaf etmiş düşüncə tərzi və tərzlərini öyrənərkən tədqiqatçılar adətən mədəniyyətləri tamamilə müstəqil və ya "avtoxton" fəlsəfi ənənələr yaratmış, yalnız dünya fəlsəfi prosesinə təsir gücünə görə müqayisə oluna bilən Hindistan və Çini ayırırlar. Avropa fəlsəfə ənənəsi ilə. Şərq fəlsəfəsi təfəkkürün dərinliyinə, gücünə və orijinallığına görə həmişə yüksək qiymətləndirilib. Qərb ölkələrindəki insanları dünyaya fərqli gözlərlə baxmağa təşviq edir. Qərbin fəlsəfəçilik ənənəsinə təkan verən yunan təfəkkürü, məsələn, dünyada elmin və elmi təfəkkür tərzinin bərqərar olması üçün çox işlər görüb. Bu səbəbdən məntiq yetişdirilmiş, əsasən rasional idrak üsulları alqışlanmış, bilik əldə etməyə sistemli yanaşma yaradılmışdır. Şərq fəlsəfəsi insanı nəinki rahatladır, ona daxili və xarici dünyası ilə arzu olunan dincliyi, harmoniyanı verir. O, həm də ona ilham, enerji və maarif verir ki, onsuz sənət yaratmaq və sizin daxilinizdə cəmləşən gözəl şeyləri dünya ilə bölüşmək mümkün deyil.

Şərq fəlsəfəsi Şərq xalqlarının dünya və insan haqqında, xeyirxahlıq, sevgi və ailə haqqında, ağıl və söz haqqında dərin düşüncələrini əks etdirirdi. Onlarda həm qədim sakinləri, həm də müasirlərimiz üçün eyni dərəcədə əhəmiyyətli olan əbədi mənəvi suallara cavab tapa bilərik.

Ədəbiyyat:

1. Beşbarmaq dağının ərazisi Dövlət Tarix-Mədəniyyət və Təbiət Qoruğuna çevrilir. Mədəniyyət.- 2020.- 10 iyun.- S.1;2.
2. Hacıyev Z. Fəlsəfə. 2012
3. Yusifov Y. Qədim Şərq tarixi. Bakı 2007
4. https://postnauka.ru/video/80506
5. https://www.coomaraswamy.ru/p/blog-page_11.html

Leyla MƏMMƏDLİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
memmedli.leyla.1998@gmail.com

ALMANLARIN AZƏRBAYCANDA MƏSKUNLAŞDIĞI ŞƏHƏRLƏRİN İNKİŞAF TARİXİ

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ГОРОДОВ ПОСЕЛЕНИЯ НЕМЦЕВ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

DEVELOPMENT HISTORY OF CITIES WHERE GERMANS SETTLED IN AZERBAIJAN

Xülasə: Məqalədə almanların Azərbaycana köçürülməsi tarixi və onların burada məskunlaşmasından sonra salınan yeni koloniyalar haqqında məlumat verilir. Almanların 1818-ci ildən etibarən Azərbaycanda yerləşdirilməsi və burada öz etnik ənənələrinə uyğun həyat tərzlərinə davam etmələri, həmçinin salınan yeni kənd və qəsəbələrdə alman memarlıq üslubunun tətbiq edilməsi, Azərbaycanın neft sənayesinə, üzümçülük, şərabçılıq, əkinçilik sahələrinə verdiyi töhfələr məqalənin əsas tədqiqat obyektidir.

Açar sözlər: *almanların Azərbaycana köçürülməsi, alman koloniyaları, alman məskənləri Azərbaycanda, tarix, mədəniyyət*

Абстракт: В статье представлены сведения об истории переселения немцев в Азербайджан и новых колоний, созданных после их поселения здесь. Поселение немцев в Азербайджане с 1818 года и продолжение ими образа жизни в соответствии со своими этническими традициями, а также применение немецкого архитектурного стиля в новых селах и поселках, их вклад в нефтяную промышленность Азербайджана, виноградарство, виноделие и сельское хозяйство. основные объекты исследования статьи.

Ключевые слова: *переселение немцев в Азербайджан, немецкие колонии, немецкие поселения в Азербайджане, история, культура*

Abstract: The article provides information about the history of the resettlement of Germans to Azerbaijan and the new colonies established after their settlement here. The settlement of Germans in Azerbaijan since 1818 and their continuation of their lifestyle in accordance with their ethnic traditions, as well as the application of German architectural style in new villages and settlements, their contributions to Azerbaijan's oil industry, viticulture, winemaking, and agriculture are the main research objects of the article.

Keywords: *relocation of Germans to Azerbaijan, German colonies, German settlements in Azerbaijan, history, culture*

Giriş

XIX əsrin əvvəllərində baş verən Napoleon müharibələri, durmadan artan vergilər almanların öz yurdlarından didərgin düşməsinə səbəb idi. Müharibədən daha çox əziyyət çəkənlər Almaniyanın cənub vilayətləri, Vürtemberq əhalisi idi. Həmçinin onlar dini məzhəb baxımından təqib olunurdular və buna görə vəziyyətdən çıxmaq üçün "bəşəriyyətin beşiyinə yaxın olan" Qafqaza köçmək istəyirdilər. Buna görə də almanlar kömək üçün 1816-cı ildə Vyana konqresindən qayıdan və yolüstü Ştutqart şəhərindən keçən Rusiya imperatoru I Aleksandra müraciət etmişdilər. I Aleksandr həm ailə bağları ilə almanlara yaxın idi, həm də onların separatçılıq ideologiyasını qəbul etmişdi və Vyana konqresində Almaniyanın mövqeyini müdafiə etdiyi üçün almanların rəğbətini qazanmışdı. Bütün bunların nəticəsi olaraq, çar I Aleksandr almanlara bir neçə vəd verdi: onları qəbul edəcəyini, onlara torpaq və dini azadlıq verəcəyini, vergilərdən və hərbi xidmətdən azad edəcəyini. Bundan başqa, Aleksandrın almanların Rusiyaya köçməyinə icazə verməsinin səbəblərindən biri də onun şəxsi planları idi. Belə ki, XIX əsrin əvvələrində Qafqazı işğal edən Rusiya hökumətinin burada həm strateji, həm də iqtisadi maraqları vardı. Onlardan ən başlıcası regionda möhkəmlənmək, buranın iqtisadi mənimsənilməsini həyata keçirmək, Qafqaz regionunu inkişaf etməkdə olan Rusiya sənayesinin xammal bazasına çevirmək idi. Bu strateji vəzifənin yerinə yetirilməsində Rusiya üçün maneələr yaradan əsas amil – həm Şimali, həm Cənubi Qafqazda yaşayan avtoxton müsəlman əhali idi. Belə ki, onlar rus işğalı ilə barışmaq istəmir və azadlıq mübarizəsini davam etdirirdilər. Məhz buna görə, bütün işğalçı dövlətlər kimi, Rusiya da bölgədə özünə sosial dayaq yaratmağa, ilk növbədə Qafqazın müsəlman əhalisinin sayının azaldılmasına, regionda Rusiyaya sadiq slavyan mənşəli və xristianlığa sitayiş edən xalqların məskunlaşmasına nail olmağa, Qafqazı Rusiyanın "təbii" ərazisinə çevirmək istəyirdi. Bu məqsədlə çar hökuməti Gülüstan (1813) və Türkmənçay (1828) müqavilələrindən sonra İrandan və Türkiyədən Cənubi Qafqaza təqribən 130 min erməni, 27 min kürd, 16 min aysor (assuriyalı) və s. millətlərin nümayəndələrini köçürmüşdü.

Azərbaycanda alman məskənlərinin salınması almanların bölgəyə köçünün tarixi konteksti ilə sıx bağlıdır. Almanlar Azərbaycanda XVIII əsrin sonu və XIX əsrin əvvəllərində, Rusiya imperiyasının Qafqaz regionunda möhkəmlənməsi zamanı məskunlaşmağa başladılar.

Hələ 12 dekabr 1801-ci il tarixdə çar I Aleksandrın imzaladığı fərmana görə dövlət kəndlilərinə, o cümlədən əcnəbi kolonistlərə xüsusi mülkiyyətə torpaq sahəsi almaq üçün geniş imkanlar açıldı. Çarın 20 fevral 1803-cü il tarixində imzaladığı "Azad əkinçilər haqqında" fərmanı da kəndlilər və kolonistlər arasında xüsusi mülkiyyətçilərin formalaşmasına xidmət edirdi [10].

Almaniyanın cənubundan – Vürtemberq vilayətindən olan alman kəndlilərinin də Cənubi Qafqaza köçürülməsi və onların Azərbaycan və Gürcüstan ərazilərində məskunlaşmaları 1816-1818-ci illərdə baş vermişdir[6].

XVIII əsrin sonu və XIX əsrin əvvəllərində Böyük Yekaterina və ondan sonrakı rus hökmdarları müxtəlif etnik qrupların, o cümlədən almanların Rusiya imperiyasının tabeliyində olan Azərbaycanın yeni ələ keçirdiyi hissəsinin də daxil olduğu ərazilərdə məskunlaşmasına qərar verdilər. Bu, regionlarda kənd təsərrüfatını və şəhərləşməni inkişaf etdirmək üçün atılan addımlardan biri idi.

Şimali Qafqazda almanların məskunlaşmasının ləng getməsinin səbəblərinə, şübhəsiz, bu işdə dəqiq təşkilatçılığın olmaması, kolonistlərin yeni miqrasiyası ilə bağlı zəif maarifləndirilməsi, Şimali Qafqazın mülki və hərbi dövlət orqanlarının bu regiona almanların köçürülməsinə mənfi münasibəti və sair kimi amilləri aid etmək olar. Ancaq bütün bu sadaladıqlarımız ikinci dərəcəli məsələlər idi. Qeyd etdiyimiz kimi, Qafqaz müharibəsi dövründə çar hökuməti Şimali Qafqaza, əsasən slavyanların kütləvi şəkildə yerləşdirilməsi xəttini həyata keçirirdi [1, s.39].

Əsas hissə

Almanların məskunlaşmaq üçün məhz Azərbaycanı seçmələrinin bir neçə əsas səbəbi var idi ki, bunların da təməlində rifah, firavan həyat arzusu dayanırdı. Onlar Azərbaycanı aşağıdakı səbəblərdən ötrü seçmişdi:

- Azərbaycan münbit torpaqları və əkinçilik potensialı ilə xüsusi olaraq tanınırdı və əkinçiliklə məşğul olan almanlar üçün bu ərazilər ideal seçim idi. Bir çox etnik qruplar kimi almanlar da iqtisadi səbəblərdən Azərbaycana köçürülüblər.
- XIX əsrin sonu və XX əsrin əvvəllərində Bakı qlobal neft sənayesinin əsas mərkəzinə çevrilmişdi. Şəhər neft mədənlərində, neft emalı zavodlarında işləmək üçün müxtəlif etnik mənşəli insanları özünə cəlb edirdi. Neft sənayesi əcnəbi səhmdarlara gəlirli iş imkanları təklif edirdi. Beləliklə, almanlar da neft sənayesində çalışmaq məqsədilə Azərbaycana gəlirdilər.
- Yuxarıdakı səbəblərlə yanaşı, sosial-ictimai məsələlər də almanların Azərbaycanın müxtəlif bölgələrinə üz tutmalarına səbəb olmuşdu. Zaman keçdikcə Azərbaycanda alman icmasının inkişafı digər almanların da mədəni, sosial və ya şəxsi səbəblərə görə bu torpaqlarda məskunlaşmasına zəmin yaratdı. Təbii ki, sözügedən alman icmaları da öz tarixi irsini və həyat tərzini, mədəniyyətini qorumaq məqsədilə burada müxtəlif müəssisələr, məktəblər və mədəni təşkilatlar yaratmağa müvəffəq oldular.

İkinci Dünya Müharibəsi illərində nasist rejimi müxtəlif strateji və ideoloji məqsədlər üçün işğal olunmuş ərazilərdə, o cümlədən Azərbaycanda bir neçə alman qəsəbəsi tikdirdi. Azərbaycanda və Sovet İttifaqının digər bölgələrində bu şəhərlərin salınması işğal olunmuş ərazilərdə almanların mövcudluğu üçün daha geniş səylərin bir hissəsi idi. Yəni almanların Azərbaycanda yerləşdirilməsinin arxasında duran əsas məqsədlər var idi ki, onları da aşağıdakı kimi qruplaşdıra bilərik:

- *Resursların istismarı*: Azərbaycan, xüsusilə Bakı və onun ətrafındakı regionlar böyük neft ehtiyatlarına görə mühüm strateji əhəmiyyətə malik idi. Neftin istismarını və çıxarılmasını asanlaşdırmaq üçün neft yataqlarının yaxınlığında alman şəhərləri salınmışdı.
- *Strateji Hərbi Bazalar*: Alman şəhərlərindən bəziləri hərbi bazalar kimi fəaliyyət göstərmək üçün nəzərdə tutulmuşdu. Onlar alman ordusunun bölgədəki əməliyyatlarını, həmçinin neft emalı zavodları kimi əsas infrastrukturun mühafizəsini dəstəkləmək üçün strateji baxımdan sözügedən ərazilərdə yerləşdirilmişdilər.
- *İdeoloji müstəmləkəçilik:* Almanların yeni işğal edilmiş ərazilərdə alman təsirini və mədəniyyətini genişləndirmək ideologiyası var idi. Təbii olaraq bu qəsəbələr onların işğal olunmuş rayonları almanlaşdırmaq planının bir hissəsi idi. Onların məqsədi alman mədəniyyətinin anklavlarını yaratmaq və yerli əhalinin alman həyat tərzinə assimilyasiyasını sürətləndirmək idi.
- *İşçi qüvvəsi*: Bu qəsəbələrin tikintisi və istismarı əhəmiyyətli işçi qüvvəsi tələb edirdi. Almanlar bu şəhərləri və onlarla əlaqəli infrastrukturu tikmək və saxlamaq üçün tez-tez məcburi əməkdən, o cümlədən hərbi əsirlərdən və yerli mülki əhalidən istifadə edirdi.

Almanların Azərbaycanda məskunlaşdığı şəhər və rayonların inkişaf tarixi. Azərbaycanda ilk alman şəhərlərinin salınması 1819-cu ildə Yelenendorf (Göygöl) və Annenfeldin (Şəmkir) adı ilə bağlıdır. Mənbələrdə XX əsrin əvvəllərinə qədər Azərbaycanda alman koloniyalarının sayının artdığı qeyd edilir. Onlar Georgsfeld (Şəmkirin şəhərinin Çinarlı qəsəbəsi), Alekseyevka, Qrünfeld (Ağstafa rayonunun Həsənsu kəndi), Eygenfeld (Şəmkir şəhərinin İrmaşlı kəndi), Traubenfeld (Tovuz şəhəri), Yelizavetinka (Ağstafa rayonu) və bu qəsəbələrin daxilində yerləşən kiçik kəndlər idi [3].

Yelenendorf Azərbaycandakı ən erkən alman məskənlərindən biri olub və əsası Şvab almanları tərəfindən qoyulub. Onlar şərabçılıq bacarıqları ilə tanınmış, rayonda üzümçülüyün inkişafına töhfə vermişlər. Şəhərin adı sonralar Xanlar, Azərbaycan Sovet İttifaqından ayrılaraq müstəqillik qazandıqdan sonra isə Göygöl adını almışdır. 1831-ci ildə Yelenendorf (Göygöl) ilə eyni bölgədə salınan digər alman məskəni də Katharinenfeld idi ki, buraya da köçürülənlər Şvab almanları idi və onlar ərazidə əkinçilik və üzümçülüyün inkişafında mühüm rol oynamışdılar.

Annenfeld 1819-cu ildə Alman mühacirləri tərəfindən qurulmuş və kənd təsərrüfatı, əkinçilik fəaliyyəti ilə məşhurlaşmışdı. Azərbaycan müstəqillik qazandıqdan sonra şəhərin adı dəyişdirilərək Şəmkir qoyulmuşdur.

Yuxarıda qeyd olunan yaşayış məntəqələrindən əlavə, Azərbaycanın müxtəlif yerlərində, xüsusən də qərbdə və Bakının ətraf rayonlarında çoxlu alman icmaları mövcud idi.

Almanlar Azərbaycanda yaşadıqları 123 il ərzində öz mədəniyyətlərinə, həyat tərzlərinə sadiq qalmaqla yanaşı, bu mədəniyyəti azərbaycanlı əhali arasında da təbliğ etmişlər. Köçürüldükləri illərdən etibarən onlar üçün ayrılan ərazilərdə almanlar tikinti işləri aparmış, alman üslubunda evlər inşa etmişlər. Həmin məhəllələr bu günə qədər adları çəkilən şəhər və rayonlarda qalmaqdadır.

XIX əsrin ikinci yarısında Azərbaycanda alman koloniyalarının inkişafının ikinci mərhələsi başlayır: iqtisadi inkişaf və çiçəklənmə. Artıq alman kolonistləri buraya uyğunlaşıb, yerli əhali ilə də qaynayıb qarışmışdılar [4, s.29]. Almanlar burada əsasən kənd təsərrüfatı və əkinçiliklə məşğul olmuşlar. Koloniyaların belə sürətlə inkişaf etməsi yeni qəsəbələrin salınmasına müsbət zəmin yaratmışdı. Nəticədə alman ailələrinin sayında da artım müşahidə olundu. 1928-ci ilin 1 yanvar statistikasına əsasən, Yelenendorfda 2115 (520 ailə), Georgsfelddə 903 (241 ailə), Annenfelddə 110 (20 ailə), Qrinfelddə 400, Traubenfelddə 400, Alekseyevkada 380, Yelizavetinkada 156, Eygenfelddə 175 nəfər alman yaşayırdı [2, s. 147-150].

Almanlar Azərbaycanda yaşadıqları müddətdə bir sıra yeniliklərə imza atmış və kənd təsərrüfatının, əkinçiliyin inkişafına xüsusi töhfələr vermişlər. Azərbaycanda üzümçülüyün və şərabçılığın inkişafında almanların böyük xidmətləri olmuşdur. Onlar 1828-ci ildən Yelenendorfda (indiki Göygöl şəhəri) üzümün şərabçılıqda istifadə üçün becərilməsini həyata keçirmişlər. O vaxta qədər yerli əhali tərəfindən üzümün bir neçə növü yetişdirilsə də, ondan şərab düzəltmək məqsədilə istifadə edilməyib.

Almanlar eyni zamanda XIX əsrin sonlarından Azərbaycanda konyakın istehsalı ilə də məşğul olmuşlar. Forerlər Azərbaycanda ilk dəfə pivə istehsalını həyata keçirmişdir. 1892-ci ildə "Forer qardaşları" Azərbaycanda ilk dəfə Yelenendorfda yerləşən və iki spirtçəkmə aparatı olan konyak zavodu tikmişlər. Onlar daha sonra 1905-ci ildə Azərbaycanda ilk dəfə cecədən spirt çəkmək üçün rektifikasiya zavodu inşa etmişlər. "Forer qardaşları"nın istehsal etdikləri şərablar və konyaklar fəaliyyətə başladıqları dövrdən 1914-cü ilədək dünyanın 81 ölkəsində keçirilən beynəlxalq sərgi və dequstasiyalarda 39 dəfə qızıl, gümüş medallara, diplom və fərmanlara layiq görülmüşdür [4, s.30].



Tarixi mənbələrə əsasən, almanların Azərbaycanın Qərb regionlarına köçməsi ilə həmin ərazilərdə böyük dəyişikliklər baş verdi. Onların burada məskunlaşmasından sonra qərb bölgəsində yaşayan yerli azərbaycanlı kəndlilər də almanlar kimi altı zirzəmili, üstü çardaqlı, damı kirəmitli evlər tikməyə başladılar. O dövrədək həmin bölgələrdə zirzəmili və çardaqlı evlər olmayıb [4, s.31].

Nəticə

Azərbaycana cins inəkləri ilk dəfə almanlar gətirib saxlamışlar. Sənaye üsulu ilə pendir və yağ istehsalı da məhz onlara məxsusdur. Azərbaycanda ilk yağ-pendir zavodu Ziqanter adlı alman tərəfindən Yelenendorfda tikilmişdir [4, s.32].

Almanlar Azərbaycanda bir çox sahənin inkişafına təkan vermişlər. Onlar dağlıq ərazilərdə elektrik enerjisindən istifadənin, elektriklə işləyən dəmir yolunun, həmçinin Şəmkir şəhərinin Dəllər qəsəbəsindən Gədəbəy rayonuna çəkilən ilk neft kəmərinin təməlini qoymuşlar. Gədəbəy misəritmə zavodlarının əsasını da Azərbaycanda yaşamış Simens qardaşları qoymuşlar [9].

Azərbaycandakı alman məskənlərinin taleyi XX əsrdə xeyli dəyişdi. İkinci Dünya Müharibəsinin başlaması ilə bir çox alman Sovet hakimiyyəti tərəfindən məcburi deportasiyaya məruz qaldı. Onların icmaları dağıdıldı və Azərbaycandakı alman əhalisi kəskin şəkildə azalmağa başladı. Müharibədən sonra bəzi almanların geri qayıtmasına icazə verilsə də, assimilyasiya və mühacirət səbəbindən onların sayı azalmağa davam etdi [8, s.170].

Bu gün Azərbaycanda ilk alman köçkünlərinin çox az nəsli qalmaqdadır və onların tarixi mövcudluğu ilə müqayisədə hazırki mədəni təsiri minimal səviyyədədir. Bununla belə, onların üzümçülük, əkinçilik, kənd təsərrüfatı və neft sənayesinə verdiyi töhfələrin izini hələ də Azərbaycanın müəyyən bölgələrində görmək mümkündür.

Problemin yeniliyi: Azərbaycana almanların köçürülməsi, alman şəhərlərinin salınması və onların inkişaf tarixi xüsusilə arxeoloji və tarixi memarlıq abidələrinin öyrənilməsi baxımından hazırda aktual mövzulardandır Bu istiqamətdə yeni ədəbiyyatların öyrənilməsi, təhlil edilməsi, ümumiləşdirilməsi yenilik kimi dəyərləndirilir.

Problemin praktik əhəmiyyəti: . Arxeoloji və tarixi memarlıq abidələrinin öyrənilməsi istiqamətində Azərbaycanda salınmış alman koloniyalarının və onların Azərbaycanın mədəni, sosial-ictimai və iqtisadi durumuna təsirinin araşdırılması problemin praktik əhəmiyyətini özündə ehtiva edir.

Ədəbiyyat:

1. Ağasiyev İ. Qafqazın Alman koloniyaları (ictimai-siyasi həyatı) 1860-1921. Bakı Biznes Universiteti nəşriyyatı, 2012, 319 s.
2. Ağasiyev İ. XVIII əsrin sonu-XIX əsrin əvvəllərində almanların Qafqazda məskunlaşması. Bakı, Təhsil, 2009, 304 s.
3. Əliyeva G. Azərbaycanda alman mədəniyyəti izləri // Xalq qəzeti 28 iyul 2019-cu il.
4. Hacıyeva R. Azərbaycan tolerantlığında alman irsinin izləri və memarlığı. Bakı-2019, 180 s.
5. İbrahimov N. Azərbaycan tarixinin alman səhifələri. Azərbaycan nəşriyyatı, 1997, 336 s.
6. Zeynalova S. Azərbaycanda alman məskənlərinin salınmasından 200 il keçir// Xalq qəzeti 5 oktyabr 2016-cı il.
7. Еленендорф в Азербайджане / Гос. ист. арх. Азерб. респ. [и др.]; [Сост.: С. К. Бабаева, С. Т. Олейникова]. - Одесса: Астропринт, 2001. - 262 с
8. Зейналова С. Немцы на Кавказе. Баку, 2008, 213 с.
9. Жизнь и работа Сименс в Азербайджане в 1864-1915 гг. // https://azerhistory.com/?p=29413
10. Новая работа о быте и культуре немцев, проживавших в Азербайджане // https://azertag.az/ru/xeber/Novaya_rabota_o_byte_i_kulture_nemcev_prozhivavshih_v_Azerbaidzhane-1267022

İranə AXUNDOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
i.axundova@atmu.edu.az

TÜRKİYƏ-AZƏRBAYCAN TURİZM ƏLAQƏLƏRİNDƏ ANİMASİYANIN ROLU

THE ROLE OF ANIMATION IN TOURISM RELATIONS TURKEY–AZERBAIJAN

TÜRKİYE-AZERBAYCAN TURİZM İLİŞKİLERİNDE ANİMASYONUN ROLÜ

Xülasə: Animasiya turizm sahəsində vacib xarakteriztikaları özündə birləşdirərək təşkil edilən malın spesifik formasıdır. Bununla da animasiyanın rolu zəruridir və turizm məhsulunun satılması prosesində tamamlayıcı rol oynayır. Türkiyə və Azərbaycanın turizm əlaqələrinin sürətli şəkildə inkişaf etməsi, iki ölkə arasındakı tarixi-mədəni bağlara görə həmçinində siyasi vəziyyətin üstünlüyü turistlərin ilk seçim etdikləri ölkələr siyahısındadır. Bu da özünü nəinki turizm, iqtisadi, təhsil, mədəni və bir çox sahələrdə əlaqələrin gedişatına yaxından təsir edir. Turizm əlaqələrində animasiyanın inkişaf etdirilməsi ölkələrin tarixinin dərindən öyrənilməsinə, mədəni əlaqələrin tanıdılmasına imkan verir. Turistlərin tarixi-mədəni abidələri ziyarəti və ölkələrin öz mədəniyyətinə xas olan fəaliyyətlərə qoşulması, fərqli turizm növlərindən istifadəsi, milli rəqslər və musiqilərin müxtəlif animasiya tədbirlərində turistlər üçün təqdim edilməsi starteji baxımdan turizmin mübadiləsində əsas rol oynayır. Beləliklə Azərbaycan və Türkiyənin turizm çərçivəsində əlaqələrin genişliyi, iki ölkə arasındakı turizm mübadiləsində animasiyanın rolunun vacibliyi və bütün bunların nəticəsində qazanılan mədəni əlaqələrin, turizm məhsulunun necə təqdim edilməsi haqqında məlumatlar verilmişdir.

Açar sözlər: *Türkiyə, Azərbaycan, turizm əlaqələri, animasiya, turizmdə animasiya*

Abstract: Animation is a specific form of the product organized by combining important characteristics in the field of tourism. In this way, the role of animation is necessary and plays a complementary role in the process of selling the tourism product. Due to the rapid development of tourism relations between Turkey and Azerbaijan, the historical and cultural ties between the two countries, as well as the advantage of the political situation, it is on the list of countries that are the first choice of tourists. This has a close influence on the course

of relations not only in tourism, but also in economic, educational, cultural and many other fields. The development of animation in tourism relations allows for the in-depth study of the history of countries and the introduction of cultural relations. Tourists visiting historical and cultural monuments and participating in activities specific to the countries' own culture, using different types of tourism, presenting national dances and music for tourists in various animation events play a key role in the exchange of tourism from a strategic point of view. Thus, information was given on the extent of tourism relations between Azerbaijan and Turkey, the importance of the role of animation in the tourism exchange between the two countries, the cultural relations gained as a result of all this, and how to present the tourism product.
Keywords: *Turkey, Azerbaijan, tourism relations, animation, animation in tourism*

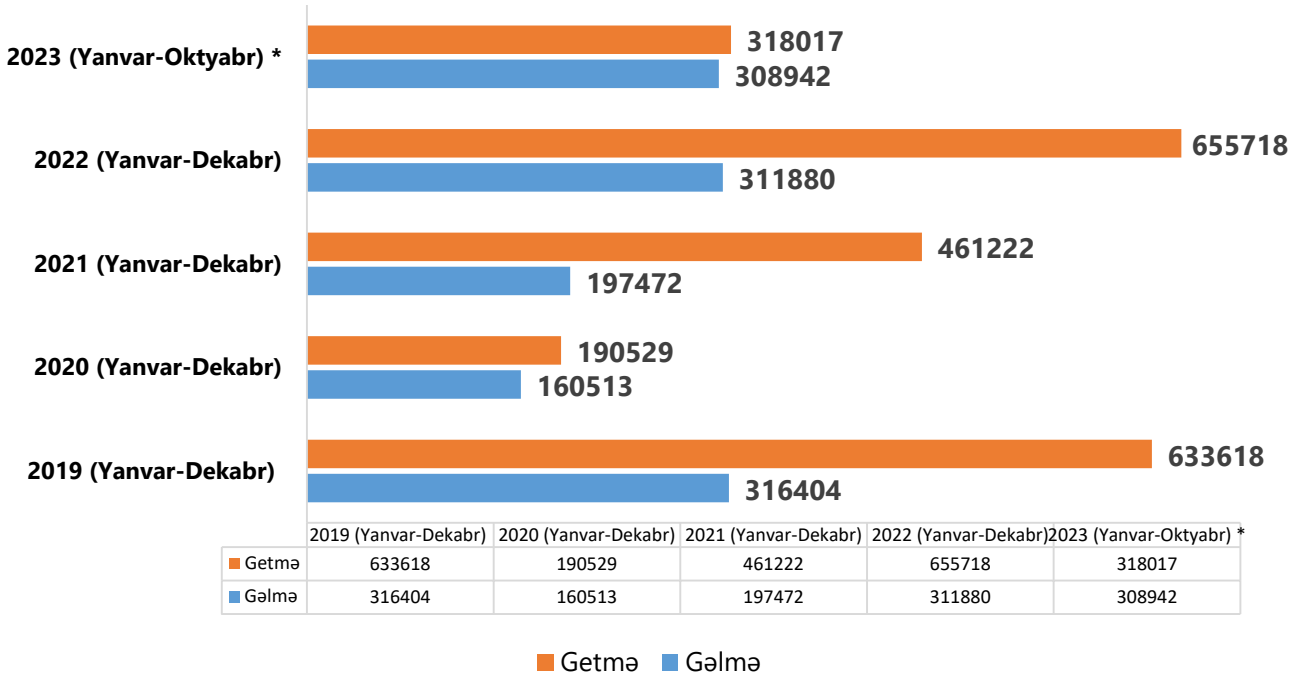
Özet: Animasyon, turizm alanında önemli özelliklerin bir araya getirilmesiyle düzenlenen ürünün belirli bir şeklidir. Bu nedenle turizm ürününün satış sürecinde animasyonun rolü gerekli ve tamamlayıcı bir rol oynamaktadır. Türkiye ve Azerbaycan arasındaki turizm ilişkilerinin hızla gelişmesi, iki ülke arasındaki tarihi ve kültürel bağların yanı sıra siyasi durumun avantajı nedeniyle turistlerin ilk tercihi olan ülkeler listesinde yer almaktadır. Bu sadece turizmde değil, ekonomik, eğitim, kültür ve daha birçok alanda ilişkilerin seyrini yakından etkiliyor. Turizm ilişkilerinde animasyonun gelişmesi, ülkelerin tarihinin derinlemesine incelenmesine ve kültürel ilişkilerin tanıtılmasına olanak sağlamaktadır. Tarihi ve kültürel anıtları ziyaret eden ve ülkelerin kendi kültürlerine özgü etkinliklere katılan, farklı turizm türlerini kullanan, ulusal dansları ve müzikleri çeşitli animasyon etkinliklerinde turistlere sunan turistler stratejik açıdan turizm alışverişinde kilit rol oynamaktadır. . Böylece Azerbaycan ile Türkiye arasındaki turizm ilişkilerinin boyutu, iki ülke arasındaki turizm alışverişinde animasyonun rolünün önemi, tüm bunların sonucunda kazanılan kültürel ilişkiler ve turizm ürününün nasıl sunulacağı hakkında bilgi verildi.
Anahtar Kelimeler: *Türkiye, Azerbaycan, turizm ilişkileri, animasyon, turizmde animasyon*

Giriş. Animasiya özündə canlanmaları ehtiva edir və sözün etimoloji mənşəyinə əsasən, animasiya turist tərəfindən arzu olunan xidməti canlandırmaq və ziyarətçilərə təklif edilən animasiya proqramlarında iştirakı üçün həvəsləndirmək məqsədi daşıyan fəaliyyətdir. Turizm animasiyası ziyarətçilərin səyahət etdikləri ölkədə və qaldıqları turizm müəssisəsində dinamik və aktiv şəkildə fəaliyyətlərdə iştirak etmək üçün həvəsləndirən müxtəlif idman, istirahət, əyləncə, mədəni, tarixi və s. məzmunları özündə birləşdirir. Ümumiyyətlə, animasiya, turist məzmununu genişləndirmək, zənginləşdirmək deməkdir. Animasiya tək halda satılan bir məhsul və ya xidmət deyildir. Hər bir xidmətin təklif edilməsində animasiyanın böyük rolu vardır və bununla da məhsulu təkmilləşdirərək satılmasında turistlər üçün maraq oyandıran fəaliyyətdir. Azərbaycan, turizmin inkişaf aspektlərində milli dəyərlərin, mədəni əlaqələrin həm ölkə miqyasında, həmçinin də dünya turizmində animasiya fəaliyyətini artıraraq dünya turizm bazarına çıxış əldə edir. Turizm sferasında animasiya birbaşa ziyarətçilərə xitab edir və əsas məqsədi ziyarət edən turistləri məmnun etmək, vaxtlarını dəyərli keçirməsini təşkil etməkdir. Buna görə də animasiyanın idarəedilməsi turizm sahəsinin yaradılmasında və digər sahələrdə fundamental xüsusiyyətləri özündə əks etdirir [7].

Əsas hissə. Türkiyə və Azərbaycan Respublikası həm iqtisadi-siyasi baxımdan, həmçinin də turizm sənayesində öz əməkdaşlıqlarını genişləndirməsi insanların qarşılıqlı olaraq həmin ölkələrin müxtəlif bölgələri haqqında dəyərli biliklərə yiyələnməsi və həmin ərazilərə məxsus mədəniyyətin fərqliliyi və rəngarəngliyi fikir mübadiləsinə gətirib çıxarır ki, bu da özlüyündə turizm əlaqələrin genişlənməsində və tanıdılmasında əsas rol oynayır. Hər iki dövlətin yüksək coğrafi ərazilərin perspektivliyi turizmdə animasiyadan istifadə etməyə və turizm baxımdan persektivli bölgələrdə müxtəlif ekoturların, yürüyüşlərin, təbiət qoynunda fərqli fəaliyyətlərin keçirilməsi imkanını yaradır [4]. Milli dəyərlərin qorunaraq ölkələrarası turizm dinamikasında müxtəlif yollarla ötürülməsi həm Türkiyə Respublikası, həm də Azərbaycan Respublikası üçün turizmdə animasiyanın əsasını təşkil edir. Türkiyə və Azərbaycanın turizm tarixinə nəzər salsaq, 1991-ci ildə imzalanmış "Turizm Əməkdaşlıq Müqaviləsi" və bunun ardı ilə turizm istiqamətində əməkdaşlıqların inkişaf etdirilməsi, ziyarətçilər üçün turist vizası, gömrük, turizm mübadiləsində əlverişliliyin olması kimi məsələlər aktuallığını qoruyub saxlamışdır [3]. Əlbəttə ki, hər iki dövlətin tarixindən bugünə qədər qoruyub saxladığı milli, mədəni, tarixi faktları və dəyərləri beynəlxalq arenaya tanıtmaq və bununla bağlı qonaqlama etdikləri müəssisə tərəfindən ətraflı məlumat verilərək göstərilməsi, gəzintilərin təşkil edilməsi həm turist məmnuniyyəti yaradır, həmçinin də "yerində görərək turizm məhsulunu hiss etmək" aspekti özündə turizm animasi-

yasını ehtiva edir. Bakının İçərişəhəri, İstanbulun Sultanahmet məscidi, Şuşanın Qala Qapıları, Bursanın Qala Qapıları kimi tarixi faktların ziyarətçilərə çatdırılması ölkədə turizmin inkişaf etdirilməsinə və həmin ərazilər haqqında qısa filmlərin göstərilməsi, tarixi faktların ərazini seyr edərkən müasir texnikalar vasitəsilə səsləndirilməsi, keçmişdən gələn tarix hissinin qorunub saxlanaraq nümayiş etdirilməsi ziyarətçilər üçün maraq doğurur və vaxtının keyfiyyətli dəyərləndirməsinə gətirib çıxarır. Ümumiyyətlə turistləri davamlı turizmə cəlb etmək üçün ən asan yol animasiyadır və rahatlıqla turizmdə animasiya bu anlayışları dərindən araşdırmaq və yeni ziyarətçilər cəlb etmək üçün mükəmməl bir vasitədir. Bu yolla həm Türkiyə,həm də Azərbaycan üçün həmin ərazilərin coğrafiyasını öyrənmək, həmin ölkədə yayğın turizm növlərini araşdırmaq, marketinq siyasətini nəzərdən keçirmək vacibdir. Çünki bilməliyik ki, biz gələcək qonağın və ya gedəcək turistin diqqətini necə çəkə bilərik və onun düşüncələrinin üstünə çıxa bilərik mi?! Əlbəttə mümkündür. Buna görə də həmin ölkənin milli ruhunu yaxından tanımaq və düzgün, dəqiq məlumatlar vermək vacibdir. Məlumat verərkən şifahi informasiya əvəzinə, müxtəlif videolardan, bukletlərdən, şəkillərdən istifadə etmək daha çox animasiyanın rolunun təbliğat zamanı necə də önəm daşığından xəbər verər. Son zamanlar Türkiyə Azərbaycanın birgə keçirdiyi festivalların sayı artmaqdadır. Buna ən başlıca nümunə "Qardaşlıq Dastanı" teartral rəqs göstərişi animasiya vasitəsilə dünyaya iki ölkənin qardaşlığının bir-birinə bağlılığından xəbər verir və bu yol ilə turizmin də inkişafında rol oynayır. Təkcə bunlar deyil, eyni zamanda qarşılıqlı şəkildə müxtəlif layihələrdə ev sahibliyi etmək, filmlərin qala gecələrinin keçirilməsi, konsertlərin təşkil olunması animasiyanın bir parçası olub, turizmdə təbliğatın həyata keçirilməsində özünü biruzə verir.

Universal animasiya turizmin hər bir istiqamətində özünü göstərə bilər və bunu hər dəfə fərqli yolarla ziyarətçilərə çatdıra bilər. Animasiya bir region haqqında ətraflı məlumat vermək üçün ən uyğun kanaldır. Bunun həyata keçməsi üçün ən zəruri amil ixtisaslı, professional, araşdırma bacarığı olan və yüksək təxəyyülə malik animatorun seçilməsidir. Çünki bilirik ki, turizm məhsulu var və bunun qonaqlara çatdırılması yolları animasiya və bunu çatdıracaq şəxsin-animatorun bacarığından çox şey asılıdır [6]. Turizmdə animasiyanın tətbiq edilməsi isə turizmin inkişafının, gəlmə-getmə turizmin artmasına və bununla da milli dəyərlərin, mental duyğuların mübadilə edilməsinə birbaşa təsir göstərir. Beləliklə, Azərbaycan Türkiyə arasında daima inkişaf edən turizm münasibətlərinin daha da tanıdılması və turist mübadiləsi üçün İstanbulda 1 mart 2016-cı ildə "Sən də Azərbaycanı gör" şüarı adı altında Azərbaycan Türkiyə Turizm Agentliyi fəaliyyətə başlamışdır [3]. Belə müəssisələrin həm Türkiyə, həm də Azərbaycanda açılması öncədən həmin ölkələrin görməli yerləri haqqında fikir sahibi olmağa və səfər zamanı turistin milli mətbəxdən nə yeyə biləcəyi, hansı abidələrə ziyarəti, həmin ölkə üçün önəm daşıyan yerlər ilə bağlı araşdırma aparması mümkündür. Bununla da ziyarət zamanı alınacaq zövq ilə bağlı gözləntini və fərqli turizm növlərindən istifadəni genişləndirmək aktual haldır. Azərbaycanın müxtəlif regionlarına təşkil edilmiş müxtəlif turların təşkil olunması üçün ziyarətçilərə animasiya tur proqramı haqqında geniş məlumat vermək lazımdır [5]. Hər bir tur proqramın hazırlığı və turistə satılması üçün isə izahedici videolar hazırlamaq, gözoxşayan mateiallardan istifadə etmək olar. Belə materiallardan nəinki birbaşa turistə, həmçinin internet resursların yaymaq və daima yenilənmək lazımdır. Yenilənməmiş məlumatlar ziyarət etməyi düşünən şəxslər arasında ilkin təəssüratı və turizm etibarını zədələyər. Türkiyə dövlətində turizm fəaliyyətlərinin internet resursları vasitəsilə daha geniş yayılması və təbliğatının güclü olması turistlərin üstünlük verməsinə də şərait yaradır. Beləliklə də Azərbaycandan Türkiyə Respublikasına səyahət edən turist sayı 2019-cu ildə 633 618 nəfər olmuşdur. Bu statistik göstərici 2020 və 2021-ci ildə aşağı rəqəmlərlə ifadə olunsa da 2022-ci ildə 655 718 nəfər olmuşdur. Türkiyə dövlətinə edilən ziyarətlərin çox hissəsi səyahət məqsədi daşıyır. Beləliklə Türkiyənin turizm potensialının yüksək olması və hazırki dövrdə səyahət edənlərin sayının günbəgün artması Türkiyə turizminin inkişafının hansı səviyyədə olduğunun göstəricisidir. Türkiyənin Azərbaycan vətəndaşları tərəfindən ilk səyahət ediləcək olan ölkələr sırasında geniş yer alması da bu ölkənin təbliğinin güclü olmasının sübutudur. Amma tək bununla yetinməyib Türkiyənin də az səyahət edilmiş bölgələrinə turlar təşkil edərək turizmə fərqli bir ruh qata, canlanma yarada bilərik. Hal-hazırda Qarabağ bölgəsinin, Şuşanın turizm potensialının olduğunu bilərək həmin ərazilərə səfərlərin təşkili və həmin regionların turizminin inkişaf etdirilməsi üçün davamlı şəkildə turistlərin qəbulu və mümkün ərazilərə səfərlər həm milli, həm də tarixi faktları özündə əks etdirir.



Qrafik *1:* *Türkiyə Respublikasının gəlmə və getmə turizm üzrə statistik göstəriciləri [2].*

Nəticə. Hal-hazırda Azərbaycan və Türkiyə turizm əlaqələrində çoxistiqamətli şəkildə turizm mübadiləsi vardır. Türkiyədən Azərbaycana gələn turistlərin sayı 2019-cu ildə 316404 nəfər olmuşdur. 2020 və 2021-ci illərdə statistik göstəricilər aşağı olmasında əlbəttə ki ən böyük amil pandemiya və 2-ci Qarabağ müharibəsi olmuşdur. 2023-cü ildə isə Türkiyə Respublikasından Azərbaycana gələn turistlərin sayı yanvar ayından oktyabr ayına qədərki müddətdə 308942 nəfər olmuşdur (qrafik 1). Nəzərə almalıyıq ki, hər bir turist ilk öncə səyahət etdiyi ölkə ərazisində sülh şəraiti və daha sonra isə maraqlı və cəlbedici turizm axtarır. İki ölkə arasındakı turizm siyasətini genişləndirmək üçün müxtəlif turpaketlər hazırlanmalı və bunun tanıdılması üçün müxtəlif yollardan istifadə etmək lazımdır. Hər iki ölkənin cəmiyyətinin bir-birinə yaxın mədəniyyətlərə sahib olması əslində animatorların işini asanlaşdırır. Amma nəzərə alınmalıdır ki, gələn turistlərin yaş göstəriciləri, Türkiyənin hansı ərazisindən gəlməsi, hansı məqsədlə gəlməsi önəm daşıyır. Buna görə də əsas başlıca qonaqpərvərliyin olmasıdır. Daha sonra isə ən başlıca Azərbaycan Respublika ərazisində yerləşən Türk dövlətinə aid olan Bakı Türk Şəhidliyi kimi səfərlərin təşkil olunması və bununla da həm milli ruhu, həm də özlərini qonaq kimi deyil də vətənpərvər biri olaraq hiss etmələrini hiss etdirmək mümkündür. Əlbəttə ölkənin tarixi haqqında məlumat verərək gəzinti təşkil etmək, milli musiqimiz olan muğamın peşəkarlar tərəfindən dinlənilməsi, Azərbaycanın müxtəlif regionlarına xas olan yeməkləri daddırmaq, müxtəlif şouların, konsertlərin olduğu turlar təşkil etmək, Xarıbülbül kimi fərqli festivalların olduğu turların hazırlanması və belə fəaliyyətlərdə turistlərin iştirakı həm turizmdən zövq almağa, həm də turizmdə animasiyadan müxtəlif yollar vasitəsilə istifadə etmək animasiyanın vacibliyi və mümkünlüyünü qoruyacaqdır. Gələn ziyarətçilərin artım dinamikasını davamlı şəkildə artmasını təşkil etmək üçün təbliğatı gücləndirmək və daha az kəşf edilmiş ərazilər üçün xüsusi turların hazırlanması zəruridir. Əlbəttə ki, danılmaz faktdır ki, turizm animasiyasız kəşf edilməmiş məkan, xəyallarda qurulan hekayədir. Biz turizmin inkişaf etdirilməsi və təbliğatının geniş miqyasda səs gətirməsini üçün animasiyanın turizmdə tətbiqini artırmalıyıq və bundan faydalanmalıyıq. Belə bir fayda ölkəmizə turist axını, ölkəmizin, tariximizin, milli dəyərlərimizin daha çox məşhurluq qazanması və turizmdən əldə olunan gəlirin artması deməkdir. Kompleks şəkildə hər birinin artımı güclü turizm sənayesinin təməlini hazırlamaqdır. Bütün bunların davamlı olmasının təməlində isə düzgün hazırlanmış və tətbiq edilmiş animasiya durur.

Təkliflər

1. Turmalın daha fərqli üsullarla təklif edilərək turistlərin cəlbedilməsindəki fəaliyyəti artırmaq;

2. Antropogen təsirə məruz qalmamış rekreasiya ərazilərin, mədəniyyətlərin araşdırılaraq gələcəyə daşınması;
3. Azərbaycan turanimasiya fəliyyətinin genişlənməsində Türkiyə təcrübəsindən istifadə imkanlarının artırılması;
4. Hər iki ölkənin birgə turmalların hazırlanmasında fəaliyyətlərin gücləndirilməsi;
5. Ölkəmizin turanimasiya sahəsində bilik və bacarıqlarının artırılmasındakı diqqətin ön planda tutulması;
6. Animasiya təklif edən qurumların və turanimatorların sayının və peşəkarlığının artırılması;
7. Animasiya fəaliyətinin inkişafında Azərbaycanın əlaqələrinin turizm sahəsində təşviqatın artırılması;
8. Animasiyası fəaliyyətinin nəticəsində marketinq strategiyasının hazırlanması və strateji inkişafa töhvəsi.

Ədəbiyyat:

1. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi – İnteraktiv məlumat baza paneli, Gəlmə və getmə turizm üzrə statistik göstəricilər https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiNDFhNzI5Y2EtMTEzNC00YTM4LWJiZTAtZmRlMGU5ODEwMTgyIiwidCI6ImEyYzYwMDliLWExNWQtNGMzMC05YzQzLWNiMTkxNjZjNGIwOCIsImMiOjl9&pageName=ReportSection100cf24774034bd28276
2. Dr. Erol EVCİN - Azerbaycan'da Türkiye'nin Turistik Tanıtım ve Propaganda Faaliyetleri Üzerine Bir Değerlendirme, Türkiyə, Bahar 2017, Cilt 2, №1, Dergipark - s 77 https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/326634
3. Gunhaber, Mehmet ÇINAR - Türkiye turizmde dünyada kaçıncı sırada? – 29 mart 2022 https://www.gunhaber.com.tr/haber/Turkiye-turizmde-dunyada-kacinci-sirada/498945#:~:text=ANTALYA%20Kent%20Konseyi%20Turizm%20%C3%87al%C4%B1%C5%9Fma,ile%20d%C3%BCnya%20d%C3%B6rd%C3%BCnc%C3%BCs%C3%BC%20oldu%C4%9Funu%20s%C3%B6yledi
4. Turizm və rekreasiya xxı əsrdə: problemlər və perspektivlər, Bakı, 3-4 may 2019, səh 77-82 https://beu.edu.az/root_panel/upload/files/beu_edu_az/documents/Kitab_Turizm.pdf
5. Növresli, T.N., (2010)"Azerbyacan Turizm Potensiyelinin Kalkınma Amaçlı Değerlendirilmesi".// Doktora Tezi. İzmir: "YÖK" https://acikerisim.deu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/20.500.12397/12170/274339.pdf?sequence=1&isAllowed=y
6. Növrəsli, T.N. (2018) Turanimator, Bakı: 2018, s. 5-127
7. Növrəsli, T.N., (2018) Unanimasiya, Bakı 2018, s. 38-89

Fidan QASIMOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
fidanqasimova040@gmail.com

ETNOQRAFİK TURİZMİN PROBLEMLƏRİ

PROBLEMS OF ETHNOGRAPHIC TOURISM

ПРОБЛЕМЫ ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Xülasə: Məqalədə etnoqrafiya anlayışından, etnoqrafik turizm və onun müasir problemlərindən bəhs edilir. Bu turizmin təşkili üçün əsas resurslardan biri etnoqrafik obyektlərdir. Etnoturizm təbiətə uyğun fəaliyyət olmaqla, ənənəvi sənət və sənətkarlığın inkişafına təkan verir və yerli sakinlər üçün gəlir mənbələrindən birinə çevrilə bilər. Etnik turizm təbii mühitlə harmoniyada yaşayan insanların həyatı, mədəniyyəti, adət-ənənələri ilə tanış olmaq məqsədi daşıyır. Etnik turizmin inkişafı mədəni irsin qorunub saxlanmasına töhfə verməli və yaşayış sahələrinin davamlı inkişafında amil olmalıdır. Onun planlaşdırılmasında əsas xüsusiyyətlər nəzərə alınmalı və inkişafına töhfə verəcək amillər düzgün yerinə yetirilməlidir. Etnoqrafik turizmin problemlərini nəzərə almaq və onların həll yollarını ortaya çıxarmaq bu turizmin daha da inkişaf etməsinə səbəb olacaq amillərdəndir.

Açar sözlər: *etnoqrafiya, turizm, etnoturizm, gəlir, problemlər*

Abstract: The article discusses the concept of ethnography, ethnographic tourism and its modern problems. One of the main resources for the organization of this tourism is ethnographic objects. Ethnotourism, being an activity in harmony with nature, promotes the development of traditional arts and crafts and can become one of the sources of income for local residents. Ethnic tourism aims to get acquainted with the life, culture, customs and traditions of people who live in harmony with the natural environment. The development of ethnic tourism should contribute to the preservation of cultural heritage and be a factor in the sustainable development of residential areas. In its planning, the main features should be taken into account and the factors that will contribute to its development should be properly implemented. Taking into account the problems of ethnographic tourism and coming up with their solutions is one of the factors that will lead to further development of this tourism.
***Keywords**: ethnography, tourism, ethnotourism, income, problems*

Абстракт: В статье рассматриваются понятие этнографии, этнографического туризма и его современные проблемы. Одним из основных ресурсов для организации этого туризма являются этнографические объекты. Этнотуризм, являясь деятельностью в гармонии с природой, способствует развитию традиционных декоративно-прикладных искусств и может стать одним из источников дохода местных жителей. Этнический туризм направлен на знакомство с бытом, культурой и традициями людей, живущих в гармонии с окружающей средой. Развитие этнического туризма должно способствовать сохранению культурного наследия и быть фактором устойчивого развития жилых территорий. При его планировании должны быть учтены основные особенности и правильно реализованы факторы, которые будут способствовать его развитию. Учет проблем этнографического туризма и поиск их решения является одним из факторов, которые приведут к дальнейшему развитию этого туризма.
***Ключевые слова:** этнография, туризм, этнотуризм, доходы, проблемы*

Giriş

Etnik turizm mədəni turizmin sahələrindən biridir. Müasir qlobal dünyada etnik turizm bir çox ölkələrdə xüsusi populyarlıq qazanır. Etnik turizm müxtəlif xalqların adət-ənənələrini və mədəniyyətini öyrənməyə imkan verir. Hər kəs müxtəlif etnik qrupların adət-ənənələrini, mədəniyyətini görə və tanış ola bilər. Etnik turizmin başqa bir xüsusiyyəti onların kökləri haqqında daha çox bilik əldə etmək və ya alimlərə və həvəskarlara tələb olunan insanların tarixini öyrənmək imkanıdır.

Müasir dünyanın fərqli xüsusiyyəti onun beynəlxalq turizmin inkişafı üçün ilkin şərtlər yaradan etnik və milli müxtəlifliyidir. Çoxlu sayda insan mədəni və təhsil səviyyəsinin yüksəlməsi ilə əlaqədar olaraq öz kökləri haqqında məlumat əldə etməyə, az qalan naməlum xalq və ya milliyyət haqqında bir sıra tarixi faktorları öyrənməyə çalışır. Buna ancaq xarici ölkələrə səfər etməklə nail olmaq olar. Beynəlxalq turizm başqa xalqların həyatını bilmək vasitəsidir.

Etnoqrafiyanın əsas predmeti dünya xalqlarının, onların mənəvi və maddi mədəniyyətlərinin, tarixi inkişafının öyrənilməsi olan bir elm olduğundan, etnik turizm çox vaxt etnoqrafik adlanır. Etnik turizmdə isə səyahətçi bilavasitə bu xüsusiyyətlərlə tanış olur və müəyyən dərəcədə onları öyrənir.

Bu gün etnoqrafik turizmdə olan problemləri aradan qaldırmaqla onun ilk öncə yerli, daha sonra isə qlobal cəhətdən tanınmasını və inkişaf etməsini təmin etmək olar. Bunun üçün ilk öncə etnik azlıqlar arasında maarifləndirici tədbirlər həyata keçirmək, turizmin bu növünün inkişafı nəticəsindən əhalinin maddi vəziyyətinin yaxşılaşması və həyat səviyyəsinin yüksəlməsi haqqında məlumatları aşılamaq lazımdır.

1. Etnoqrafiya anlayışı və terminləri- Etnoqrafiya müəyyən bir qrup insan və ya icmanın mədəniyyətlərini, adət-ənənələrini, davranışlarını və inanclarını öyrənmək və sənədləşdirmək üçün antropologiya və digər sosial elmlərdə istifadə olunan tədqiqat metodudur. Etnoqraflar çox vaxt iştirakçı müşahidələri, müsahibələr və digər keyfiyyətli tədqiqat üsulları vasitəsilə öyrəndikləri mədəniyyətə qərq olurlar. Etnoqrafiya müxtəlif mədəniyyətlər və icmalar haqqında dərin anlayış əldə etmək üçün güclü bir üsuldur.

Etnoqrafiya (yunanca “etnos” xalq, “qrafis" təsvir etmək, yazmaq) etnik qrupların (xalqların) mənşəyini və məskunlaşmasını, məişətini və mədəniyyətini öyrənən elmdir.

Etnos, ümumi mənşəyini tanıyan, eyni dildə danışan, adət-ənənələr kompleksinə, həyat tərzinə, qorunub saxlanmış və təqdis edilmiş ənənələrə malik olan və onu digər xalqlardan fərqləndirən, tarixən formalaşmış sabit insanlar qrupudur [3. səh 397].

Etnoqrafiyanın obyekti anlayışına və etnosun tərifl ərinə əsaslanaraq “etnoqrafik obyekt” anlayışını təqdim etmək olar. Etnoqrafik obyekt – ənənəvi məişət mədəniyyətinin etnik təzahürləri haqqında məlumatları ehtiva edən mədəni-tarixi obyektdir. Etnoqrafik obyekt etnosun mədəniyyətini onun ilkin və spesifik konkret formaları ilə vəhdətdə xarakterizə edən əlamətlər sistemi kimi qəbul edilir.

2. Etnoqrafik turizm – Mədəni turizm və ya irs turizmi kimi də tanınan etnoqrafik turizm, müəyyən bir icmanın və ya insanlar qrupunun mədəniyyətini, adət-ənənələrini və həyat tərzini yaşamağa və dərk etməyə yönəlmiş səyahət formasıdır. Bu, yerli adət-ənənələrə, rituallara, incəsənətə, sənətkarlığa, musiqiyə, rəqsə, mətbəxə və cəmiyyətin mədəni irsinin digər aspektlərinə qərq olmağı əhatə edir [4. səh 58].

Etnoqrafik turizm səyahətçilərə yerli icmalarla birbaşa əlaqə saxlamağa və onların adət-ənənələri və həyat tərzini öyrənməyə imkan verməklə mədəniyyətlərarası anlaşma və qiymətləndirməni təşviq etmək məqsədi daşıyır. O, festivallar, dini mərasimlər, ənənəvi tamaşalar və gündəlik işlər kimi mədəni fəaliyyətlərin şahidi olmaq və iştirak etmək imkanı təqdim edərək, ziyarətçilərə yerli mədəniyyətə daha dərindən nəzər salmaq imkanı verir.[2. səh 165]

Bu turizm növü çox vaxt ziyarətçilərin nəsildən-nəslə ötürülən orijinal mədəni təcrübələri yaşaya biləcəyi kənd və ya yerli icmalarda baş verir. O, turizm fəaliyyətləri vasitəsilə gəlir əldə etməklə bu icmalara iqtisadi fayda verir ki, bu da onların mədəni irsinin qorunub saxlanmasına və yerli yaşayış vasitələrinin yaxşılaşdırılmasına kömək edə bilər.

Etnoqrafik turizm müxtəlif formalarda ola bilər, məsələn, bələdçili turlar, ailə yanında qonaqlamalar, mədəni seminarlar və icma əsaslı turizm təşəbbüsləri. Etnoqrafik turizmlə məşğul olan səyahətçilər üçün ona hörmətlə, həssaslıqla və yerli ictimaiyyətdən öyrənmək istəyi ilə yanaşmaq vacibdir. Etnoqrafik turizmin uzunmüddətli davamlılığını təmin etmək üçün yerli biznesin dəstəklənməsi, mədəni normalara riayət edilməsi və ətraf mühitə təsirin minimuma endirilməsi kimi məsuliyyətli turizm təcrübələri vacibdir.[7]

Bütövlükdə, etnoqrafik turizm səyahətçilər üçün müxtəlif mədəniyyətləri daha dərindən dərk etmək və mədəni irsin qorunması və təbliğinə müsbət töhfə vermək üçün unikal imkan təqdim edir.

3. Azərbaycanda etnoqrafik turizm – Azərbaycanda etnoqrafik turizmin inkişafı üçün böyük potensial var, bunun üçün lazım olan hər şey var – böyük ərazi, zəngin tarixi və mədəni irs, böyük etnik müxtəliflik. Mədəni özünəməxsusluq Azərbaycan sakinlərinin görünüşündə, inancında, dillərində, mentalitetində və adət-ənənələrində əks olunur, digər xalqların marağına səbəb olur və bununla da ölkədə etnoqrafik turizmin inkişafına təkan verir. Azərbaycanın demək olar ki, hər bir bölgəsində bu gün etnoqrafik turizm sahəsində layihələr hazırlanır.[6]

Azərbaycanda etnoqrafik turizm ziyarətçilərə ölkə daxilində müxtəlif etnik qrupların zəngin mədəni irsini və ənənəvi həyat tərzini araşdırmaq imkanı verir. Azərbaycan hər birinin özünəməxsus ənənələri, adət-ənənələri və sənətkarlıqları olan bir neçə fərqli etnik icmaya malik multikultural cəmiyyəti ilə tanınır.

Azərbaycanda etnoqrafik turizmin bəzi aspektləri bunlardır:

Mədəniyyət festivalları: Azərbaycan il ərzində müxtəlif etnik qrupların musiqisini, rəqsini, sənətkarlığını və mətbəxini nümayiş etdirən çoxsaylı mədəniyyət festivallarına ev sahibliyi edir. Məsələn, mart ayında keçirilən Novruz bayramı yazın gəlişini qeyd edir və ənənəvi musiqi ifaları, rəqs müsabiqələri və xüsusi bayram yeməklərinin hazırlanmasını əhatə edir.

Ənənəvi sənətkarlıq: Azərbaycanda bir çox etnik icmalar öz ənənəvi sənətlərini nəsillər boyu qoruyub saxlayıblar. Şəki və Qəbələ kimi rayonlarda nəfis xalçaların, dulusçuluğun, ipəkçiliyin, misgərliyin, ağac sənətinin yaradılmasının şahidi olmaq turistləri cəlb edən ünsürlərdəndir. Bəzi sənətkarlar qonaqları öz emalatxanalarında salamlayırlar, burada onları öz texnikaları ilə tanış edir və hətta sənətkarlıqda turistlərin iştirakını təşkil edirlər.

Kənd Evləri: Azərbaycanın etnik icmalarının orijinal həyat tərzini yaşamaq üçün turistlər Lahıc, Laza və ya Xınalıq kimi kəndlərdə kənd evlərini seçə bilərlər. Bu icmalar özünəməxsus memarlıq üslubları, ənənəvi geyimlər və kənd təsərrüfatı təcrübələri daxil olmaqla, ənənəvi həyat tərzini qoruyub saxlamışlar. Yerli ailə ilə qalmaq turistlərə onların adət-ənənələrinə qərq olmağa, ənənəvi yeməklərdən həzz almağa və gündəlik fəaliyyətlərdə iştirak etməyə imkan verir.

Mədəni irs abidələri: Azərbaycan müxtəlif etnik qruplarla əlaqəli çoxsaylı tarixi və mədəni obyektlərə malikdir. Məsələn, Bakıdakı Şirvanşahlar Sarayı şirvanlıların memarlıq irsini, Qəbələ və Şəkidəki alban xristian kilsələri isə bölgənin qədim xristian tarixini əks etdirir. Bu ərazilərə səyahət etmək ölkənin müxtəlif etnik mədəniyyətləri haqqında məlumat verir.

Ənənəvi Musiqi və Rəqs: Musiqi və rəqs Azərbaycan mədəniyyətində mühüm rol oynayır. Etnik icmaların klassik musiqi janrı olan muğam və ənənəvi şeir və nəğmə forması olan aşıq ifası kimi özünəməxsus musiqi ənənələri var. Yerli musiqiçilərin və rəqqasların çıxışlarına qatılmaq Azərbaycanın zəngin musiqi irsinə immersiv təcrübə təqdim edir.

Azərbaycanda etnoqrafik turizmlə məşğul olarkən yerli adət-ənənələrə, adət-ənənələrə və insanların şəxsi həyatına hörmətlə yanaşmaq vacibdir. Yerli tur operatorları və ya bələdçilərlə işləmək orijinal və mədəni cəhətdən həssas təcrübə təmin etməyə kömək edə bilər.

4. Etnoqrafik turizmin problemləri – Etnoqrafik turizm çox vaxt yerli və ya ənənəvi icmaların yaşadığı kənd və ya ucqar ərazilərdə həyata keçirilir. Bu, mədəni irsin qorunub saxlanması və təbliği üçün bir yol kimi nəzərdən keçirilə bilər, çünki o, yerli icmalar üçün iqtisadi imkanlar təmin edir, eyni zamanda səyahətçilər və yerli əhali arasında mədəni mübadiləni gücləndirir. Bu həm turistlər, həm də ev sahibi icmalar üçün dəyərli və zənginləşdirici təcrübə ola bilsə də, burada bəzi problemlər meydana çıxa bilir. Etnoqrafik turizmlə bağlı bəzi ümumi məsələlər bunlardır:

1. Yetərincə öyrənilməmiş etnik turizm.
2. Etnosların yaşadığı bəzi ərazilərə əlçatanlığın çətin olması,infrastrukturun inkişaf etməməsi
3. Müəyyən bir kəndin yerli sakinlərinin yerlərdə işsizlik probleminin həllinə kömək edəcək etnoturizmin təşkili imkanları haqqında məlumatsızlığı.
4. Etnoqrafik turizmin daha da inkişaf etməsi üçün müxtəlif reklam kompaniyalarının, xüsusəndə sosial şəbəkələrdə yetərincə geniş yer almaması.

Bunlardan əlavə etnoqrafik turizmin yerli xalq üçündə yarada biləcəyi bəzi problemlər ilə qarşılaşmaq olar:

İstismar və əmtəələşdirmə: Etnoqrafik turizm bəzən yerli mədəniyyətlərin istismarına və əmtəələşməsinə səbəb ola bilər. Mədəni təcrübələri, adət-ənənələri və həyat tərzini turistlər üçün sadəcə attraksiona və ya əyləncəyə çevirmək riski var. Bu, ziyarət edilən mədəniyyətin həqiqiliyini və bütövlüyünü poza bilər.

Ənənəvi həyat tərzinin pozulması: Turistlərin axını və kənar təsirlərin tətbiqi yerli icmalarda ənənəvi həyat tərzini poza bilər. Ənənəvi təcrübələr turistlərin gözləntilərinə cavab vermək üçün dəyişdirilə və ya tərk edilə bilər ki, bu da mədəni irsin itirilməsinə və mədəni kimliyin aşınmasına gətirib çıxarır.

Ətraf mühitə təsir: Artan turizm yerli icmaların təbii mühitinə və resurslarına gərginlik yarada bilər. Otellər və nəqliyyat sistemləri kimi infrastrukturun inkişafı yerli icmaların güvəndiyi ekosistemlərin həssas tarazlığına təsir edərək yaşayış mühitinin məhvinə, çirklənməsinə və resursların həddindən artıq istehlakına səbəb ola bilər.

Məlumatlı razılığın və hörmətin olmaması: Turistlərin ziyarət etdikləri icmaların mədəni həssaslıqlarını və protokollarını anlamadan şəxsi məkanları zəbt etməsi, müqəddəs yerləri pozması və ya hörmətsiz davranışlar göstərməsi halları olmuşdur. Bu hörmətsizlik həm turistlər, həm də yerli icmalar üçün gərginliyə, münaqişələrə və mənfi təcrübələrə səbəb ola bilər.

İqtisadi sızma: İqtisadi fayda potensialına baxmayaraq, etnoqrafik turizm tez-tez iqtisadi sızma problemi ilə üzləşir, burada turizm gəlirlərinin əhəmiyyətli bir hissəsi yerli icma daxilində qalmır. Böyük tur operatorları və ya vasitəçilər yerli icmalar üçün birbaşa iqtisadi faydaları məhdudlaşdıraraq, mənfəətin əhəmiyyətli bir hissəsini əldə edə bilərlər.

Bütün bu problemlərlə yanaşı etnoqrafik turizm bir sıra potensial faydalar təklif edir. Bunlara nümunə olaraq:

Mədəni mübadilə və anlaşma: Etnoqrafik turizm turistlər və yerli icmalar arasında mənalı mədəni mübadiləyə imkan verir. O, müxtəlif mədəniyyətləri başa düşməyi, qiymətləndirməyi və hörmət etməyi, mədəniyyətlərarası dialoqu və öyrənməyi təşviq edir.

İqtisadi inkişaf: Etnoqrafik turizm yerli icmaların iqtisadi inkişafına töhfə verə bilər. Öz unikal mədəni təcrübələrini nümayiş etdirməklə, ənənəvi sənətkarlıq və məhsullarını satmaqla və bələdçili turlar və ya mədəni tamaşalar kimi xidmətlər təklif etməklə icmalar gəlir əldə edə və həyat standartlarını yaxşılaşdıra bilərlər.

Mədəni irsin qorunması: Etnoqrafik turizm ənənəvi mədəni təcrübələrin və adətlərin qorunub saxlanılmasında və canlandırılmasında rol oynaya bilər. İcmalar öz mədəni irsinin iqtisadi dəyərini dərk etdikdə, onun qorunub saxlanmasına və gələcək nəsillərə ötürülməsinə daha çox sərmayə qoyacaqlar.

Gücləndirmə və öz müqəddəratını təyinetmə: Etnoqrafik turizm yerli icmalara öz hekayələrini, biliklərini və perspektivlərini öz şərtləri ilə dünya ilə bölüşmək imkanları təmin etməklə onları gücləndirmək potensialına malikdir. Bu, onlara öz mədəni təmsilləri üzərində nəzarəti saxlamağa və öz müqəddəratını təyin etmələrini təsdiq etməyə imkan verir.

Davamlı inkişaf: Etnoqrafik turizm ətraf mühitin mühafizəsini, ictimaiyyətin cəlb edilməsini və faydaların ədalətli bölüşdürülməsini vurğulayan davamlı inkişaf prinsipləri ilə uyğunlaşdırıla bilər. O, ətraf mühitə nəzarəti və yerli mülkiyyəti təşviq edən ekoturizm və icma əsaslı turizm kimi təşəbbüsləri dəstəkləyə bilər.[5]

Bunları nəzərə alaraq deyə bilərik ki, etnoqrafik turizmlə bağlı potensial problemlər və mənfi təsirləri nəzərə almaq vacibdir. Məsuliyyətli və davamlı təcrübələr turizmin potensial mənfi nəticələrini minimuma endirərkən faydalarının maksimuma çatdırılmasını təmin etmək üçün çox vacibdir.

Nəticə

Araşdırmalarımız bizə onu göstərir ki, qloballaşan dünyada cəmiyyətimizin maraq dairəsini zəbt edən hər nə qədər yeni trendlər , axınlar olsa da insanlar hər zaman bəşəriyyət tarixinin qədim və müxtəlif hissələrini araşdırmağa maraq göstərirlər. Bu səbəbdən etnoqrafik turizm öz aktuallığını saxlayır və insanları keçmişə və dünyanın yüzlərlə müxtəlif sahəsinə yönəldir. Eyni zamanda Azərbaycanda etnoqrafik turizmi inkişaf etdirmək üçün yetərli resurslar mövcutdur.Qədim tarixə malik olan və Avropa ilə Asiyanin kəsişməsi kimi mühim coğrafi bir zonada yerləşən Azərbaycan müxtəlif xalqlara ev sahibliyi etməkdədir . Müasir dövrdə etnoqrafik turizmdəki problemləri aradan qaldırmaqla,onun daha da inkişaf etməsinə, həmçinin regional səviyyədə tanınmasına nail olmaq olar. Etnik turizmin inkişafı-nın bütün ortaya çıxan problemlərini həll etmək üçün turizm biznesini və turizm bazarı iştirakçılarının qarşılıqlı əlaqəsini tənzimləmək, yəni turizm kompleksinin hüquqi bazasının gücləndirilməsini təmin etmək lazımdır. Ölkələr üçün turizmin bu növünün inkişafının əhəmiyyəti göz qabağındadır. Bir tərəfdən etnoturizm xalqların etnik-mədəni, sosial-psixoloji və ümumiyyətlə, koqnitiv ehtiyaclarını ödəməyə kömək edə bilər, həmçinin onların daha yaxından etnik tanışlığına və mədəniyyətlərarası qarşılıqlı əlaqəyə kömək edə bilər. Digər tərəfdən, etnoturizm ölkə iqtisadiyyatına təsir göstərmək, onu ilkin mərhələdə regional və yerli miqyasda, sonra isə milli miqyasda inkişaf etdirmək üçün effektiv vasitə ola bilər.

Ədəbiyyat:

1. Bilalov.B., Turizm Tarixi ., Bakı 2008
2. Əlirzayev Ə. (2018), Müasir turizmin inkişaf istiqamətləri, Bakı (Af poliqraf)
3. İsmayılov V.İ (2019) Turizmin iqtisadiyyatı, Bakı, İndigo.
4. İsmayılova E. Tarixi və Mədəni turizm. Bakı-2017
5. А.Д.Чудновский, М.А.Жукова. – М.: Федеральное агентство по туризму,. 2014
6. Птуха Н.И , “Этнографический туризм: учебное пособие”, Грифон 2019

https://medeniyyet.az/page/news/6106/Etnoqrafik-turizm-marsrutlari:-Lahic.html
https://studfile.net/preview/4113519/page:37/
https://studbooks.net/1570392/turizm/zaklyuchenie#331

Nərmin ALIYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
narmin.aliyeva1986@yandex.ru

DİALOQ: MƏDƏNİYYƏTLƏRARASI KOMMUNİKASİYA KİMİ – AZƏRBAYCAN TƏCRÜBƏSİ

DIALOGUE: AS INTERCULTURAL COMMUNICATION – AZERBAIJANI EXPERIENCE

ДИАЛОГ: КАК МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ОПЫТ АЗЕРБАЙДЖАНА

Xülasə: Məqalədə qloballaşma proseslərinin sürətlə inkişaf etdiyi müasir dövrdə dövlətlərarası münasibətlərdə dialoq imkanları, eləcə də müxtəlif mədəniyyətlərə malik olan toplumlar arasında qarşılıqlı anlaşmanın formaları, Azərbaycanın mədəniyyətlərarası dialoq proseslərində yeri və rolu təhlil edilir. Qloballaşma şəraitində çoxlu sayda yeni kommunikasiya formaları meydana gəlmişdir ki, bu prosesdə də qarşılıqlı anlaşma vacib rol oynayır. Müxtəlif mədəniyyətlərə malik olan insanlar arasında qarşılıqlı anlaşmanın əsas şərtlərindən biri dialoqdur. İnformasiya texnologiyalarının, elm, təhsil və turizmin sürətli inkişafı, eləcə də qlobal miqyasda baş

verən miqrasiya prosesləri də mədəniyyətlərarası dialoq imkanlarını genişləndirir və bu prosesin həyata keçirilməsi üçün əlverişli şərait yaradır. Bu gün mədəniyyətlərarası dialoqa öz töhfəsini verən ölkələrdən biri Azərbaycandır. Azərbaycan beynəlxalq səviyyədə müxtəlif mədəniyyətlər arasında yaxınlaşmaya və qarşılıqlı anlaşmaya təkan verən bütün prosesləri dəstəkləyir. Ölkəmiz həm də dünyanın multikulturalizm mərkəzlərindən biridir. Belə ki, 2008-ci ildə Azərbaycanın təşəbbüsü ilə başlamış "Bakı prosesi" mədəniyyətlərarası dialoqun möhkəmləndirilməsi sahəsində atılmış mühüm addım idi.
Açar sözlər: *dialoq, inteqrasiya, qloballaşma, "Bakı prosesi", forum*

Abstract: The article analyzes the possibilities of dialogue in interstate relations, as well as the forms of mutual understanding between societies with different cultures, the place and role of Azerbaijan in intercultural dialogue processes in the modern era, when globalization processes are developing rapidly. In the conditions of globalization, many new forms of communication have appeared, in which mutual understanding plays an important role. One of the main conditions for mutual understanding between people of different cultures is dialogue. The rapid development of information technologies, science, education and tourism, as well as migration processes occurring on a global scale, expand the opportunities for intercultural dialogue and create favorable conditions for the implementation of this process. Azerbaijan is one of the countries that contributes to intercultural dialogue today. Azerbaijan supports all processes that promote rapprochement and mutual understanding between different cultures at the international level. Our country is also one of the centers of multiculturalism in the world. Thus, the "Baku process" initiated by Azerbaijan in 2008 was an important step taken in the field of strengthening intercultural dialogue.
Key words: *dialogue, integration, globalization, "Baku process", forum*

Абстракт: В статье анализируются возможности диалога в межгосударственных отношениях, а также формы взаимопонимания между обществами с разными культурами, место и роль Азербайджана в процессах межкультурного диалога в современную эпоху, когда процессы глобализации стремительно развиваются. В условиях глобализации появилось множество новых форм общения, в которых важную роль играет взаимопонимание. Одним из главных условий взаимопонимания между людьми разных культур является диалог. Стремительное развитие информационных технологий, науки, образования и туризма, а также миграционные процессы, происходящие в глобальном масштабе, расширяют возможности межкультурного диалога и создают благоприятные условия для реализации этого процесса. Азербайджан сегодня является одной из стран, которая вносит свой вклад в межкультурный диалог. Азербайджан поддерживает все процессы, способствующие сближению и взаимопониманию между различными культурами на международном уровне. Наша страна также является одним из центров мультикультурализма в мире. Таким образом, «Бакинский процесс», инициированный Азербайджаном в 2008 году, стал важным шагом, предпринятым в сфере укрепления межкультурного диалога.
Ключевые слова: *диалог, интеграция, глобализация, «Бакинский процесс», форум.*

Dünya tarixinin bütün inkişaf mərhələləri qitələrarası, regionlararası, dövlətlərarası və xalqlararası əlaqələrin genişlənməsi və inteqrasiya proseslərinin dərinləşməsi ilə müşayiət olunur. Bunun nəticəsi olaraq müxtəlif toplumların və mədəniyyətlərin qarşılıqlı münasibətləri məsələsi daha da aktuallaşır. Qloballaşma şəraitində isə çoxlu sayda yeni kommunikasiya formaları (miqrasiya, mədəni diplomatiya, mütəxəssislərin, tələbələrin mübadiləsi və s.) meydana gəlir ki, bu prosesdə də qarşılıqlı anlaşma vacib rol oynayır. Belə ki, qloballaşma prosesi mədəniyyətlərin qarşılıqlı şəkildə uzlaşması və zənginləşməsi ilə yanaşı, həm də müxtəlif xalqların mədəni özünəməxsusluğuna təhdid yaradır.

Bu gün bir çox xalqları, etnosları düşündürən problemlərdən biri də onların milli mədəniyyətlərinin, milli-mənəvi dəyərlərinin qorunub saxlanılmasıdır. Bu baxımdan əminliklə deyə bilərik ki, müasir dövrdə beynəlxalq səviyyədə dövlətlər arasında mədəni dialoqun qurulması qlobal gündəmin əsas məsələlərindən biridir.

Müxtəlif mədəniyyətlərə malik olan insanlar arasında qarşılıqlı anlaşmanın əsas şərtlərindən biri dialoqdur. Həyatımızın bütün sahələrini əhatə edən dialoq mədəniyyətlərin qarşılıqlı əlaqəsi və ümumilikdə dövlətlərarası münasibətlərin inkişafı üçün ən əlverişli vasitədir. Müasir dünyada sürətlə cərəyan edən qloballaşma prosesləri də mədəniyyətlərin dialoquna geniş töhfə verir. Bunun nəticəsində dialoqa açıqlıq problemləri və müasir dünyada qarşılıqlı anlaşma məsələləri dərin xarakter alır. Qloballaşma prosesləri ilə əlaqədar olaraq milli mədəniyyətlər arasında əvvəllər mövcud olmuş maneələr aradan qalxır və bu da mədəniyyətlərin qarşılıqlı əlaqə və təsir formalarının və səviyyələrinin genişlənməsinə səbəb olur.

İnformasiya texnologiyalarının, elm, təhsil və turizmin sürətli inkişafı, eləcə də qlobal miqyasda baş verən miqrasiya prosesləri də mədəniyyətlərarası dialoq imkanlarını genişləndirir və bu prosesin həyata keçirilməsi üçün əlverişli şərait yaradır.

S.Əhədova haqlı olaraq qeyd edir ki, "Dialoq, tamamilə yeni mədəni-tarixi proses olub, mədəniyyətlər, sivilizasiyalar, xalqlar, ölkələr arasındakı münasibətlərin yeni paradiqması, sülh və dinc yanaşı yaşamaq uğrunda hərəkatdır. Dialoq müxtəlif dövlətlər arasında qarşılıqlı anlaşma və əməkdaşlıq, mədəniyyətlər arasındakı münaqişə və toqquşmaların qarşısının alınması, XXI əsrdə bəşəriyyət qarşısında duran qlobal problemlərin uğurlu həlli vasitəsidir". [4, s. 225]

Qloballaşan dünyada müxtəlif mədəniyyətlərin qarşılıqlı dialoqu məsələsi önəmli yer tutur. Bu gün dialoq prosesi cəmiyyət həyatının demək olar ki, bütün sahələrini – iqtisadiyyat, siyasət, texnika, texnologiya və digər sahələri əhatə edir. Həmçinin bir çox mürəkkəb qlobal problemlərin (demoqrafik, ekoloji, geosiyasi, iqtisadi, sosial-mədəni problemlərin) qarşısının alınmasında da dialoq prosesi önəmli amil kimi çıxış edir. Dialoq həm də dini, etnik, dil və mədəni ayrı-seçkilik problemlərinin yaranmasının qarşısını almağa imkan verir.

Avropa Şurasının Xarici İşlər Nazirlərinin Strasburqda keçirilən 118-ci sessiyasında (07 may 2008-ci il) qəbul olunmuş "Mədəniyyətlərarası dialoqa dair Ağ kitab"da qeyd edilir ki, "Mədəniyyətlərarası dialoq qarşılıqlı anlaşma və ehtiram əsasında müxtəlif etnik, mədəni, dini, linqvistik, mənşə və irsə malik fərdlər və qruplar arasında mövcud olan açıq və səmimi fikir mübadiləsini əhatə edən proses kimi başa düşülür. O, başqalarının fikirlərini dinləmək istəyi və bacarığını tələb etdiyi kimi, özünüifadəetmə sərbəstliyi və qabiliyyətini də tələb edir. Mədəniyyətlərarası dialoq müxtəlif mədəniyyətli cəmiyyətlərin siyasi, sosial, modern və iqtisadi inteqrasiyasına və birləşməsinə imkan yaradır. O, bərabərlik, insan ləyaqəti və ümumi məqsəd düşüncəsinin yaranmasına kömək edir. Mədəniyyətlərarası dialoq müxtəlif dünyagörüşü və təcrübələrin dərindən anlaşılması prosesini təbliğ etdirmək, əməkdaşlığı və iş birliyini (və ya seçim azadlığını) genişləndirmək, şəxsi inkişafa və transformasiyaya şərait yaratmaq və başqasına qarşı dözümlülük və ehtiramı inkişaf etdirmək məqsədi daşıyır" [3, s. 17].

Bu gün mədəniyyətlərarası dialoqa öz töhfəsini verən ölkələrdən biri Azərbaycandır. 1991-ci ilin oktyabrında öz dövlət müstəqilliyini bərpa edən Azərbaycan əlverişli imkanlar əldə edərək dünyada gedən inteqrasiya proseslərinə uğurla qoşulmuşdur. Ölkəmizin Şərqlə Qərbin kəsişdiyi coğrafi strateji məkanda, qədim İpək yolunun üzərində yerləşməsi də onun dünyaya inteqrasiyasında xüsusi rol oynamışdır.

Azərbaycan Respublikasının Ümummill lideri Heydər Əliyev yeni 2001-ci il, yeni əsr və üçüncü minillik münasibətilə Azərbaycan xalqına müraciətində belə vurğulayır: "Azərbaycanın taleyi belə gətirmişdir ki, coğrafi-siyasi mövqeyinə görə o, həmişə sivilizasiyaların qovuşuğunda olmuş və istər Qərbin, istərsə də Şərqin çox güclü təsirini öz üzərində hiss etmişdir. Məlumdur ki, Azərbaycan insanlığın, bəşəriyyətin beşiyi olan unikal ölkələrdən biridir. Burada həyat çox erkən yaranmışdır və Azıx mağarasında tapılmış Azıxantrop Azərbaycanın ən qədim ibtidai insan məskənlərindən biri olmasını sübut edir. Qobustandakı və Gəmiqayadakı qayaüstü təsvirlər və petroqliflər, Kür-Araz və Xocalı mədəniyyətinə aid maddi-mədəniyyət nümunələri, kurqan tapıntıları sübut edir ki, hətta miladdan əvəlki minilliklərdə də Azərbaycanda inkişaf etmiş mədəniyyət mövcud olmuşdur". **[2, s. 9]**

Azərbaycan tarixən mədəniyyətlərin təsir arenası olmuş, ölkənin milli mədəniyyətonin inkişafı Yaxın və Orta Şərqin qonşu ölkələrinin mədəniyyəti ilə sıx əlaqədə inkişaf etmişdir. Məlumdur ki, Azərbaycanın tarixi ərazisi müasir Azərbaycan Respublikasının sərhədləri ilə məhdudlaşmayıb, daha geniş ərazini əhatə edir. Ona görə də Azərbaycan mədəniyyətini yalnız Azərbaycan dövlətinin ərazisi ilə məhdudlaşdırmaq düzgün olmazdı, onlar müxtəlif mənəvi-ideoloji, kulturoloji regionlarda, mühitlərdə inkişaf etsələr də, genotipinə və etnik məzmununa görə vahid və bütöv hadisədir. **[1, s. 85]**

Məlumdur ki, Azərbaycan mədəniyyəti mahiyyət etibarilə türk-islam mədəniyyətinin tərkib hissəsidir. Lakin buna baxmayaraq tarixin müxtəlif dövrlərində dünya mədəniyyətinin də hərtərəfli təsirlərinə məruz qalmışdır. Bu proses qarşılıqlı şəkildə davam etmişdir. Bunun nəticəsində Azərbaycan xalqı müxtəlif etnoslarla, mədəniyyətlərlə qarşılıqlı münasibət və inkişaf təcrübəsi qazanmışdır. Məhz buna görə də bu gün dövlətimiz zəngin tarixi inkişaf xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla dünyada gedən mədəniyyətlərarası dialoq proseslərində fəal iştirak edir.

Azərbaycan beynəlxalq səviyyədə müxtəlif mədəniyyətlər arasında yaxınlaşmaya və qarşılıqlı anlaşmaya təkan verən bütün prosesləri dəstəkləyir. Ölkəmiz həm də dünyanın multikulturalizm mər-

kəzlərindən biridir. Belə ki, 2008-ci ildə Azərbaycanın təşəbbüsü ilə başlamış "Bakı prosesi" mədəniyyətlərarası dialoqun möhkəmləndirilməsi sahəsində atılmış mühüm addım idi.

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin 04 noyabr 2008-ci il tarixli sərəncamına uyğun olaraq 2008-ci il dekabrın 02-03-də Bakıda Avropa Şurasına üzv dövlətlərin mədəniyyət nazirlərinin "Mədəniyyətlərarası dialoq Avropa və onun qonşu regionlarında davamlı inkişafın və sülhün əsasıdır" mövzusunda konfransında İslam və Qərb sivilizasiyaları, eləcə də xalqlar və mədəniyyətlər arasında dialoq və əməkdaşlığın inkişafı məqsədilə Azərbaycan Respublikası Prezidenti tərəfindən "Bakı Prosesi" təşəbbüsü irəli sürülmüşdür. Konfransda "Mədəniyyətlərarası dialoqu təşviq etmək naminə Bakı bəyannaməsi" qəbul edilmişdir. **[7]**

Bu tədbir təkcə Azərbaycanın deyil, eyni zamanda, Şərq və Qərb dövlətlərinin mədəni həyatında əlamətdar hadisə olmuşdu. Avropa və ona qonşu regionlardan 48 ölkənin, 8 beynəlxalq təşkilatın və bir sıra beynəlxalq qeyri-hökumət təşkilatlarının yüksək səviyyəli nümayəndələrinin iştirak etdiyi bu konfransda yeni bir istiqamətin – "Bakı prosesi"nin əsası qoyulmuşdu. Avropalı siyasətçilər Avropa ilə İslam dünyası arasında dialoqun inkişaf etdirilməsində Azərbaycanın vasitəçi kimi fəaliyyətinin sivilizasiyalar arasında əməkdaşlığın möhkəmlənməsinə böyük töhfə verəcəyinə əminliklərini vurğulamışdılar. **[6]**

Göründüyü kimi, "Bakı prosesi"nin təşəbbüskarı məhz Azərbaycan olmuşdur. Bunun səbəbi Azərbaycan ərazisində tarixən müxtəlif dini mənsubiyyətlərə malik olan icmaların, etnik qrupların və zəngin mədəni müxtəlifliyin mövcudluğu dayanır.

"Bakı prosesi"nin məqsədləri aşağıdakılardır:

- mədəniyyətlər arasında anlaşmanın, dialoq və tolerantlığın inkişafı;
- müsəlman və Qərb cəmiyyətləri arasında əməkdaşlığın inkişafı;
- xalqlar arasında dini və mədəni gərginliyi azaltmaq məqsədilə sülhpərvər qüvvələrə dəstək vermək yolu ilə mədəniyyətlər arasında qarşılıqlı hörmət və anlaşmanın qurulması;
- mədəniyyətin, mədəni irsin və incəsənətin imkanlarını müəyyən etməklə, onların potensialından mədəniyyətlərarası dialoqun və əməkdaşlığın həyata keçirilməsində daha səmərəli istifadəsi;
- mədəni və bədii fəaliyyətlərin dəstəklənməsi;
- qarşılıqlı anlaşma və dialoqun qurulması prosesində yaradıcılıq və incəsənət adamlarının təkanverici qüvvə kimi tanınması;
- üzv ölkələr və vətəndaş cəmiyyətlərinin cəlb olunması ilə səlahiyyətli beynəlxalq və regional təşkilatlar arasında dialoqun inkişaf etdirilməsi. **[6]**

İlkin mərhələlərdə daha çox regional təşəbbüs kimi formalaşan "Bakı prosesi" sonrakı dövrlərdə, daha dəqiq desək, 2010-cu ildən sonra daha qlobal əhəmiyyət daşımağa başladı. Belə ki, 23 sentyabr 2010-cu il tarixdə keşirilən BMT Baş Assambleyasının 65-ci sessiyasında Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev Bakıda Ümumdünya Mədəniyyətlərarası Dialoq Forumunun keçiriləcəyini bəyan etdi.

2011-ci ilin 07-09 aprel tarixlərində baş tutan forumda dünyanın bütün qitələrindən gəlmiş siyasi liderlər və ictimai xadimlər, beynəlxalq təşkilatların rəhbərləri, dövlət və hökumət nümayəndələri, mədəniyyət nazirləri və mədəniyyət məsələləri üzrə səfirlər, deputatlar, diplomatlar, yerli icra hakimiyyəti orqanlarının rəhbərləri, qeyri-hökumət təşkilatlarının nümayəndələri, jurnalistlər, mədəniyyət üzrə ekspertlər və tanınmış ziyalılar iştirak etmişdirlər. **[7]**

Forumun açılış sessiyasında nitqlə çıxış edən dövlət başçısı demişdir: "Təsadüfi deyil ki, bu forum məhz Azərbaycanda keçirilir. İki ildən artıqdır ki, "Bakı prosesi" gedir. "Bakı prosesi"nin təməli Azərbaycanda qoyulmuşdur. 2008-ci ildə Avropa Şurasına üzv olan ölkələrin mədəniyyət nazirlərinin toplantısında Azərbaycan tərəfindən İslam ölkələrinin nümayəndələri dəvət olunmuş və birgə keçirilmiş tədbirdə çox səmimi və açıq fikir mübadiləsi aparılmışdır. O tədbirin sonunda "Bakı bəyannaməsi" qəbul edilmişdir. İlk dəfə olaraq, bu formatda beynəlxalq tədbir keçirilmişdir. 2009-cu ildə isə İslam Konfransı Təşkilatına üzv olan ölkələrin mədəniyyət nazirlərinin Bakıda keçirilmiş toplantısında Avropa ölkələrinin nümayəndələri dəvət olunmuş və bir daha bu formatda görüş keçirilmişdir. Keçən il – 2010-cu ildə Bakıda dünya dinləri liderlərinin zirvə görüşü keçirilmişdir. Həmin zirvə görüşünün çox böyük əhəmiyyəti olmuşdur və o toplantının müsbət nəticələrini biz bu gün də görürük.

Bu il – 2011-ci ildə Mədəniyyətlərarası Dialoq Forumu Bakıda keçirilir. Bu ilin payızında Azərbaycanda birinci beynəlxalq humanitar forum keçiriləcəkdir. Yəni bütün bu tədbirlər onu göstərir ki,

güclü iradə olan yerdə mədəniyyətlərarası dialoqun məzmunu da dolğun olur və bu görüşlər bütün xalqları bir-birinə daha da yaxınlaşdırır və bizi daha da birləşdirir. Bizim niyyətimiz bundan ibarətdi-r". **[7]**

Bu çıxışın ardınca dövlət başçısı İlham Əliyev 27 may 2011-ci il tarixində "Azərbaycan Respublikasında Ümumdünya Mədəniyyətlərarası Dialoq Forumunun təşkili barədə" Fərman imzaladı. Fərmanda qeyd edilir ki, "2011-ci il 07-09 aprel tarixlərində Azərbaycan Respublikasında 102 dövlətin və 10-dan artıq beynəlxalq təşkilatın nümayəndələrinin iştirakı ilə Ümumdünya Mədəniyyətlərarası Dialoq Forumu keçirilmişdir. Mədəniyyətlərarası dialoqun müxtəliflik və plüralizmlə səciyyələnən müasir cəmiyyətlərdə ayrı-ayrı aspektlərinin nəzərdən keçirilməsi və yerli, regional və qlobal səviyyələrdə gücləndirilməsinə təşviq edilməsi Forumun əsas məqsədi olmuşdur" **[5]** Fərmanda həmçinin Azərbaycan Respublikasında 2011-ci ildən başlayaraq hər iki ildən bir Ümumdünya Mədəniyyətlərarası Dialoq Forumunun təşkil ediləcəyi də vurğulanır.

Qeyd edək ki, ötən illər ərzində "Bakı prosesi" çərçivəsində indiyə qədər 5 Ümumdünya Mədəniyyətlərarası Dialoq Forumu (2011, 2013, 2015, 2017 və 2019-cu illər) keçirilmişdir. Bununla yanaşı, digər mühüm beynəlxalq tədbirlər də təşkil olunmuşdur: Dünya dini liderlərinin I Bakı sammiti (26-27 aprel 2010-cu il); 6 Bakı Beynəlxalq Humanitar Forumu (2011, 2012, 2013, 2014, 2016 və 2018-ci illər); Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Sivilizasiyalar Alyansının 7-ci Qlobal Forumu (25-27 aprel 2016-cı il). **[6]**

2024-cü ilin may ayında Bakıda növbəti - VI Ümumdünya Mədəniyyətlərarası Dialoq Forumunun keçirilməsi nəzərdə tutulmuşdur.

Bu gün beynəlxalq arenada gedən mürəkkəb siyasi proseslər bir daha göstərir ki, dünyada əmin-amanlığın, sülhün bərqərar edilməsi üçün qarşılıqlı anlaşma, müxtəlif mədəniyyətlərə, dinlərə hörmət, multikulturalizm və tolerantlığın təşviqi olduqca vacib məsələlərdir. Bu istiqamətdə atıla biləcək ən uğurlu addım müxtəlif mədəniyyətlər arasında dialoq imkanlarının genişləndirilmısidir. Çünki məhz mədəniyyətlərarası dialoq bir çox problem və münaqişələrin qarşısını alır, demokratik prinsiplərə, qanunun aliliyinə, insan hüquq və azadlıqlarına hörmətin artırılmasında mühüm rol oynayır.

Ədəbiyyat:

1. Cəfərov Nizami. Azərbaycanlılar: etnokulturoloji birliyin siyasi-ideoloji üfüqləri. Bakı, 2001, "XXI əsr-Yeni nəşrlər evi", 174 s.
2. Heydər Əliyev. Azərbaycan Respublikasının Prezidenti Heydər Əliyevin yeni 2001-ci il, yeni əsr və üçüncü minillik münasibətilə Azərbaycan xalqına müraciəti. Bakı, 2001, "XXI əsr-Yeni nəşrlər evi, 56 s.
3. Mədəniyyətlərarası dialoqa dair Ağ kitab: Ləyaqətlə Bərabər Birgəhüquqlu Yaşama, Strasburq 2008, 58 s.
4. Sevda Ağamirzə qızı Əhədova. Müasir dünyada mədəniyyətlərarası münasibətlər. Bakı, 2014, 348 s.
5. e-qanun.az
6. multikulturalizm.gov.az
7. president.az

Nuray RÜSTƏMOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
rustamova.nuray.2201@atmu.edu.az

MULTİKULTURALİZM VƏ MƏDƏNİYYƏTLƏRARASI DİALOQUN BEYNƏLXALQ TURİZM VƏ MƏDƏNİ DİPLOMATİYADA ROLU

THE ROLE OF MULTICULTURALISM AND INTERCULTURAL DIALOGUE IN INTERNATIONAL TOURISM AND CULTURAL DIPLOMACY

РОЛЬ МУЛЬТИКУЛЬТУРАЛИЗМА И МЕЖКУЛЬТУРНОГО ДИАЛОГА В МЕЖДУНАРОДНОМ ТУРИЗМЕ И КУЛЬТУРНОЙ ДИПЛОМАТИИ

Xülasə: Turizm və diplomatiya arasındakı əlaqə hər iki sahənin ölkələr arasında əlaqələrin yaxşılaşdırılmasında oynadığı rola əsaslanır. Bundan əlavə, turizm sayəsində iqtisadi və mədəni mübadilə artır ki, bu da ölkələr arasında diplomatik əlaqələri gücləndirir. Diplomatiya isə beynəlxalq münasibətlərdə rəsmi yol təqdim

edir, turizm sektorunun inkişafı üçün zəruri olan siyasi və iqtisadi sabitliyin təmin olunmasına kömək edir. Turizm, xüsusən də mədəni turizm vasitəsilə insanların fərqli mədəniyyətləri yaşamasına və dərk etməsinə şərait yaradır. Bu, mədəni həssaslığı və qarşılıqlı hörməti artırmaqla beynəlxalq anlaşmanı yaxşılaşdırır. Digər tərəfdən, diplomatik əlaqələr birbaşa turizm sektoruna təsir edir. Bundan əlavə, diplomatik səylər turizm sektorunun üzləşdiyi problemlərin həlli və beynəlxalq əməkdaşlığın yaxşılaşdırılması üçün də istifadə edilə bilər. Diplomatik qarşılıqlı əlaqələr də turizm siyasətinin formalaşmasında mühüm rol oynayır və beynəlxalq turizm standar-tlarının və qaydaların müəyyən edilməsinə töhfə verir. Nəticə etibarı ilə turizm və diplomatiya arasında əlaqələr qarşılıqlı fayda və əməkdaşlıq üzərində qurulur. Hər iki sahə mədəni mübadilə, iqtisadi inkişaf və beynəlxalq əlaqələrin təkmilləşdirilməsinə mühüm töhfələr verir.

Açar sözlər: *diplomatiya, turizm, mədəniyyət, mədəni mübadilə, turizm sənayesi, qlobal tendensiyalar*

Abstract: The relationship between tourism and diplomacy is based on the role that both fields play in improving relations between countries. In addition, tourism increases economic and cultural exchange, which strengthens diplomatic relations between countries. Diplomacy provides an official way in international relations, helps ensure political and economic stability necessary for the development of the tourism sector. Tourism, especially through cultural tourism, enables people to experience and understand different cultures. It improves international understanding by increasing cultural sensitivity and mutual respect. On the other hand, diplomatic relations directly affect the tourism sector. In addition, diplomatic efforts can also be used to solve problems faced by the tourism sector and improve international cooperation. Diplomatic relations also play an important role in the formation of tourism policy and contribute to the establishment of international tourism standards and regulations. As a result, the relationship between tourism and diplomacy is based on mutual benefit and cooperation. Both fields make important contributions to cultural exchange, economic development and improvement of international relations.

Keywords: *diplomacy, tourism, culture, cultural exchange, tourism industry, global trends*

Абстракт: Взаимоотношения между туризмом и дипломатией основаны на той роли, которую обе области играют в улучшении отношений между странами. Кроме того, туризм увеличивает экономический и культурный обмен, что укрепляет дипломатические отношения между странами. Дипломатия обеспечивает официальный путь в международных отношениях, помогает обеспечить политическую и экономическую стабильность, необходимую для развития туристического сектора. Туризм, особенно посредством культурного туризма, позволяет людям познакомиться и понять различные куль-туры. Это улучшает международное взаимопонимание за счет повышения культурной чувствительности и взаимного уважения. С другой стороны, дипломатические отношения напрямую влияют на туристический сектор. Кроме того, дипломатические усилия также могут быть использованы для решения проблем, с которыми сталкивается туристический сектор, и улучшения международного сотрудничества. Дипломатические отношения также играют важную роль в формировании туристической политики и способствуют установлению международных стандартов и правил туризма. В результате отношения между туризмом и дипломатией основаны на взаимной выгоде и сотрудничестве. Обе области вносят важный вклад в культурный обмен, экономическое развитие и улучшение международных отношений.

Ключевые слова: *дипломатия, туризм, культура, культурный обмен, туристическая индустрия, мировые тенденции*

Qlobal trendlərdə turizmin və diplomatiyanın geniş rol oynadığı XXI əsrdə bu iki sahəni bir-biri olmadan tamamlamaq olduqca çətindir. Müasir tendensiyalar diplomatiyanı beynəlxalq turizmin ayrılmaz parçasına çevirir. Diplomatiya xarici siyasətin tərkib hissəsi, mədəni diplomatiya isə adət-ənənələr, incəsənət, fikir, bilik, eləcə də dini və dünyəvi dəyərlər mübadiləsinə, xalqlar, dövlətlər, sivilizasiyalar arasında əlaqələrin inkişafına, stabilliyin, sülhün bərqərar olmasına yardım edən vasitədir. [7, s.1-2] Beynəlxalq turizm və mədəni diplomatiya müxtəlif yollarla bir-birinə bağlıdır. Mədəni diplomatiya müxtəlif dövlətlər və onların xalqları arasında anlaşmanı təşviq etmək və əlaqələr qurmaq üçün incəsənət, dil, adət-ənənələr və digər mədəni ifadə formaları kimi mədəni elementlərdən və platformalardan istifadəni nəzərdə tutur. Beynəlxalq turizm isə bir ölkədən digər ölkəyə istirahət, işgüzar və ya başqa məqsədlərlə səyahət edən insanları əhatə edir. Beynəlxalq turizm və mədəni diplomatiya arasındakı əlaqəni aşağıdakı şəkildə başa düşmək olar:

Mədəniyyət mübadiləsi: Beynəlxalq turizm mədəni mübadilə üçün platforma rolunu oynayır. Turistlər xarici ölkəyə səfər edərkən yerli mədəniyyət, adət-ənənələr və irslə tanış olmaq imkanı əldə

edirlər. Bu əlaqələr stereotipləri dağıtmağa və mədəni diplomatiyanın əsas məqsədi olan qarşılıqlı anlaşmaya kömək edir.

Mədəni İrsin nümayişi: Dövlətlər turistləri cəlb etmək üçün tez-tez tarixi yerlər, muzeylər, festivallar və tamaşalar kimi mədəni sərvətlərindən istifadə edirlər. Turistlər bu attraksionları ziyarət etdikdə ev sahibi ölkənin mədəni zənginliyi ilə tanış olur, onun mədəni irsini beynəlxalq sferada effektiv şəkildə nümayiş etdirirlər.

Mədəni Tədbirlər və Festivallar: Bir çox ölkələrdə turistləri cəlb etmək üçün mədəni tədbirlər, festivallar və sərgilər keçirilir. Bu tədbirlər mədəni diplomatiyanın tətbiqi üçün imkan yaradır, çünki onlar xalqların öz mədəniyyətlərini və adət-ənənələrini qlobal auditoriya ilə bölüşməsi üçün platforma rolunu oynayır. Belə tədbirlərə qatılan turistlər müxtəlif mədəni təcrübələrlə tanış olurlar və qayıtdıqdan sonra ev sahibi ölkənin mədəniyyətinin "səfir"i hesab edilirlər. Nəticədə, müxtəlif mədəniyyətlərlə tanış olmuş turist bu təcrübəni öz həyat fəaliyyətində doğru şəkildə istifadə edə bilər. Misal olaraq, Azərbaycanda keçirilmiş milli mətbəxin nümayiş olunduğu festivalları göstərmək olar. Bu festivallarda iştirak etmiş turist nəinki milli mətbəx, həmçinin Azərbaycanın tarixi və mədəni irsi barədə maariflənir və bu informasiyanı gələcəkdə digər bir mədəniyyətlərarası dialoqda istifadə edir.

İnsanlardan İnsanlara Əlaqələr: Turistlər və yerli sakinlər arasında qarşılıqlı əlaqələr insanlar arasında emosional bağlar yaradır. Turistlər yerli əhali ilə ünsiyyət qurarkən onların adət-ənənələri, inancları və həyat tərzləri haqqında məlumat alır və bu mədəniyyət modellərindən müəyyən yöndə təsirlənirlər. Bu qarşılıqlı əlaqələr mədəni diplomatiya səylərinə töhfə verərək müsbət mədəniyyətlərarası əlaqələri inkişaf etdirə bilər [5, s.23-24].

Soft Power və Nation Branding: Turizm beynəlxalq münasibətlərdə çox vaxt "yumşaq güc" vasitəsi hesab olunur. Mədəni görməli yerləri və irsi təbliğ etməklə ölkələr öz qlobal imicini və nüfuzunu artıra bilərlər. Bir millətin mədəniyyətinin müsbət qavranılması diplomatik təsirin artmasına və beynəlxalq münasibətlərin yaxşılaşmasına səbəb ola bilər[6].

Təhsil və Akademik Turizm: Tələbə mübadiləsi proqramları da daxil olmaqla təhsil və akademik turizm də mədəni diplomatiyanın bir forması ola bilər. Tələbələr xaricdə təhsil aldıqları zaman yeni mədəniyyətlər və dünyagörüşləri ilə tanış olurlar ki, bu da qlobal problemlərin daha dərindən dərk edilməsinə və beynəlxalq əməkdaşlığın inkişafına səbəb ola bilər. Məsələn, təhsil turizmi üçün inkişaf etmiş ölkələrə getmiş gənc nəsil burada öyrəndiyi bilik və bacarıqları öz ölkəsinə geri qayıtdıqdan sonra yerli təhsil sisteminin tərəqqisi yönündə tətbiq edə bilər.

Mədəni Diplomatiya Təşəbbüsləri: Bəzi ölkələr turizm vasitəsilə mədəni diplomatiya ilə fəal məşğul olurlar. Onlar çox vaxt turizm təşəbbüslərinin dəstəyi ilə mədəniyyətlərarası anlaşmanı artırmaq üçün nəzərdə tutulmuş mədəniyyət sərgilərini, incəsənət mübadilələrini və ya təhsil proqramlarını maliyyələşdirə bilərlər.

Qısacası, beynəlxalq turizm və mədəni diplomatiya bir-biri ilə sıx bağlıdır, multikulturalizm və mədəniyyətlərarası dialoq beynəlxalq turizm və mədəni diplomatiyanın ayrılmaz hissəsidir, çünki turizm mədəni mübadiləni asanlaşdırmaq, əlaqələr qurmaq və xalqlar arasında qarşılıqlı anlaşmanı təşviq etmək üçün müəyyən vasitə təmin edir[Azərbaycanda turizm beynəlxalq əlaqələrin bir forması kimi inkişaf etdirilir, Mehparə Əliyeva, "Respublika"]. Mədəni sərvətlərini nümayiş etdirməklə və ziyarətçilərlə əlaqə saxlamaqla ölkələr turizmdən mədəni diplomatiya səylərini gücləndirmək və qlobal səhnədə mədəniyyətlərini təbliğ etmək üçün bir vasitə kimi istifadə edə bilərlər. Onlar mədəni müxtəlifliyin qorunub saxlanmasına və qiymətləndirilməsinə töhfə verməklə, anlaşma, iqtisadi artım və qlobal əməkdaşlığı təşviq edirlər. Bununla belə, bu proseslərin etik və hörmətlə aparılmasını təmin etmək üçün onları ehtiyatla idarə etmək vacibdir.

Multikulturalizm və onun tətbiqi

Multikulturalizm cəmiyyət daxilində müxtəlif fərqli mədəni və ya etnik qrupların mövcudluğunu tanıyan və onlara hörmət edən sosial və ya mədəni siyasətin bir hissəsidir. Multikulturalizm müxtəlif mədəni qrupların yanaşı dinc yaşaya bilməsi və cəmiyyətin ümumi zənginliyinə və dinamizminə töhfə verə biləcəyi ideyasını təbliğ edir. Multikulturalizm müxtəlif qrupları dominant mədəniyyətə assimilyasiya etməkdənsə, mədəni fərqlərin tanınmasının, qiymətləndirilməsinin və qeyd olunmasının vacibliyini vurğulayır.

Mədəniyyətlərarası dialoq isə fərqli mədəniyyətlərə malik insanlar arasında ünsiyyət və qarşılıqlı əlaqəni nəzərdə tutur. Bu dialoq müxtəlif formalarda ola bilər: söhbətlər, mübadilə proqramları, bə-

dii əməkdaşlıqlar, təhsil təşəbbüsləri və s. Mədəniyyətlərarası dialoqun məqsədi müxtəlif mədəniyyətlərə malik insanlar arasında qarşılıqlı anlaşma, hörmət və dəyərləri inkişaf etdirməkdir.

Multikulturalizmin və mədəniyyətlər arasında dialoqun əsas aspektlərinə aşağıdakılar daxildir:

Müxtəlifliyin tanınması: Cəmiyyət daxilində mədəni mənşəylərin, adət-ənənələrin, dillərin və adətlərin müxtəlifliyini tanımaq və qiymətləndirmək.

İnklüzivlik: Mədəni mənşəyindən asılı olmayaraq bütün fərdlərə hörmət edən və dəyər verən inklüziv mühitin yaradılması və hər kəs üçün bərabər imkanların təmin edilməsi.

Tolerantlıq və Hörmət: Fərqli mədəni perspektivlərə və təcrübələrə, hətta onların özününkündən fərqli olmasına baxmayaraq, tolerantlığı və hörməti təşviq etmək.

Mədəniyyətlərarası Ünsiyyət: Boşluqları aradan qaldırmaq və anlaşılmazlıqları azaltmaq üçün müxtəlif mədəniyyətlərdən olan insanlar arasında effektiv ünsiyyət və anlaşmanın təşviqi.

Mədəniyyət Mübadiləsi: Çox vaxt tədbirlər, festivallar və təhsil proqramları vasitəsilə mədəniyyətlər arasında ideyalar, ənənələr və təcrübə mübadiləsini asanlaşdırmaq.

Siyasət və Qanunvericilik: Multikulturalizmi dəstəkləyən və müxtəlif mənşəli şəxslərin hüquqlarını qoruyan siyasət və qanunvericiliyin həyata keçirilməsi.

Multikulturalizm və mədəniyyətlərarası dialoq müxtəlifliyi qiymətləndirməyi önə çıxarmaqla və müxtəlif mədəni mənşəli insanlar arasında müsbət qarşılıqlı əlaqələri təşviq etməklə daha inklüziv və harmonik cəmiyyət qurmaq məqsədi daşıyır. Bu anlayışlar müxtəlif mədəniyyətlər arasında qarşılıqlı əlaqələrin getdikcə daha çox yayıldığı müasir qloballaşan dünyada xüsusilə aktualdır.

Azərbaycan fəqli sivilizasiyaların və mədəniyyətlərin qovuşduğu məkan olaraq tarix boyu milli və mədəni rəngarənglik mühitinin formalaşdığı, müxtəlif millətlərin sülh və əmin-amanlıq, qarşılıqlı anlaşma və dialoq şəraitində yaşadığı ölkə olaraq tanınır. Bir sözlə, multikulturalizm Azərbaycan xalqının həyat tərzinə çevrilmişdir.

Multikulturalizm siyasəti dedikdə ölkə ərazisindəki çoxsaylı etnik qrupların birlikdə dinc yaşaması və həyat tərzlərini, mədəniyyətlərini çəkinmədən, azad şəkildə ifadə etməsi və bunu hüquqi olaraq qoruyub saxlaması nəzərdə tutulur.

Azərbaycanda multikulturalizm ənənəsinin əsasları Xalq Cumhuriyyəti dövründən də əvvələ gedib çıxır. Həmin dövrdən əvvəl də Azərbaycan ərazisində yaşayan etnik xalqlar və dini qruplar sülh içində öz mövcudluqlarını qoruyub saxlamışlar. Multikulturalizm XX əsrin sonlarında Ümummilli lider Heydər Əliyev tərəfindən dövlətçilik ideologiyası formasına çevrilmiş, tolerantlıq və multikulturalizm ənənələri bərpa edilmişdir. Azərbaycanda multikulturalizminin siyasi əsasları Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasının bəndlərində, qanunvericilik aktlarında, fərman və sərəncamlarda öz əksini tapmışdır. Heydər Əliyevin rəhbərliyi ilə Azərbaycan xalqının multikultural ənənələrinin qorunması sahəsində həyata keçirilən siyasi xətt hazırda Prezident İlham Əliyev tərəfindən inamla davam və inkişaf etdirilir. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 11 yanvar 2016-cı il tarixli Sərəncamı ilə 2016-cı il "Multikulturalizm ili" elan edilmişdir. [3]

Hal-hazırda dünyada qarşılıqlı mədəni münasibətlərin inkişafı üçün qarşılıqlı anlaşma olduqca vacibdir. Çünki qarşılıqlı anlaşmanın, mədəniyyətlərarası dialoqun mövcud olmadığı yerdə turizm heç vaxt inkişaf edə bilməz. Multikultural cəmiyyət sülhün və sabitliyin başlıca zəmanətidir. Sülh və sabitlik isə inkişafa zəmin yaradır. Bu sahədə Azərbaycan hökumətinin atdığı addımlar olduqca təqdirəlayiqdir.

Mədəniyyətlərarası dialoq və onun diplomatiyada rolu

Azərbaycan bu günə qədər kifayət qədər böyük idman yarışlarına – "Formula-1", Avropa Oyunları, "Avroviziya", İslam Həmrəylik Oyunları – Beynəlxalq Astronavtika Konqresi, Beynəlxalq Humanitar Forum kimi beynəlxalq tədbirlərə ev sahibliyi edib.

Günümüzdə, Azərbaycan hökuməti dövlət brendinin yaradılması və təbliği istiqamətində fəal iş aparır. Müstəqilliyini yenicə bərpa etmiş Azərbaycan üçün düzgün brendinq strategiyasının qurulması strateji əhəmiyyət kəsb edən məsələdir. "Yumşaq güc" nöqteyi-nəzərindən brendinq strategiyasının formalaşmasında humanitar amilin potensialı daha çox maraq doğurur. Ölkənin müsbət imicinin formalaşmasında və beynəlxalq əlaqələrin inkişafında humanitar amildən maksimum səmərəli istifadə etmək üçün dövlət siyasəti bir neçə istiqamətdə fəaliyyət göstərir.

Bu kontekstdə Azərbaycanda qlobal imicin formalaşmasında rol oynayan tədbirlərinin keçirilməsi istiqamətində məqsədyönlü fəaliyyətin praktiki əhəmiyyəti var. Son illər Azərbaycan çoxlu say-

da beynəlxalq əhəmiyyətli mədəni, idman, iqtisadi və siyasi tədbirlərin təşəbbüskarı və təşkilatçılığı ilə fəal şəkildə çıxış edir.

Azərbaycan ifaçılarının "Avroviziya 2011" beynəlxalq musiqi müsabiqəsində qələbəsi Azərbaycanın beynəlxalq tədbirlərə lazımi səviyyədə ev sahibliyi etməyə hazırlığının unikal göstəricisi oldu.

Müvafiq infrastrukturun yaradılması da daxil olmaqla, rekord müddətdə "Avroviziya 2012" müsabiqəsini ən yüksək səviyyədə təşkil edən Azərbaycan nəticədə ölkənin beynəlxalq platformada özünü tanıtması, son illərdə əldə etdiyi siyasi və iqtisadi nailiyyətləri nümayiş etdirməsi üçün böyük tədbirlər keçirməyə gücü və resursları olduğunu bütün dünyaya sübut etdi.

Təbii ki, belə məşhur beynəlxalq mahnı müsabiqəsinin Azərbaycanda keçirilməsi gənc dövlətin bütün dünyada tanıdılması üçün böyük media imkanları açıb. Saysız tamaşaçı auditoriyası olan bir çox ölkədən minlərlə jurnalistin bu tədbiri işıqlandırması sayəsində çoxları Azərbaycan və onun zəngin musiqi mədəniyyəti haqqında məlumat əldə etdi.

Azərbaycan xalqı üçün Avroviziyada qazanılan uğur təkcə musiqi mədəniyyətinin tanınması üçün yox, həm də digər milli incəsənət növlərinin daha geniş beynəlxalq səviyyəyə çıxışının stimullaşdırılması kontekstində mühüm əhəmiyyət kəsb edirdi.

Mədəniyyətlərarası Dialoq üzrə Bakı Prosesi çərçivəsində Azərbaycan hökumətinin YUNESKO, BMT-nin Sivilizasiyalar Alyansı, Avropa Şurası, Şimal-Cənub Mərkəzi, İSESCO ilə birgə keçirdiyi Ümumdünya Mədəniyyətlərarası Dialoq Forumu millətlərarası və dinlərarası ahəngin möhkəmləndirilməsində və multikulturalizm ideyalarının təbliğində beynəlxalq hökumət və ictimai strukturların səylərini birləşdirməkdən ibarətdir.

Diasporla İş üzrə Dövlət Komitəsinin, Nizami Gəncəvi Beynəlxalq Mərkəzinin və Madrid Klubunun dəstəyi ilə Dünya Elmlər və Mədəniyyət Akademiyası, BMT və İsgəndəriyyə Kitabxanası ilə əməkdaşlıq çərçivəsində keçirilən Açıq Cəmiyyətlərin Qlobal Forumunda 100-ə yaxın ölkədən nüfuzlu siyasi liderlər, hazırkı və keçmiş dövlət başçıları, aparıcı siyasətçilər və alimlər beynəlxalq münasibətlərdə mövcud tendensiyaları, beynəlxalq sülh və təhlükəsizliyə əsas təhdidləri və onların aradan qaldırılması yollarını müzakirə etmək üçün hər il bir araya gəlirlər.

Qlobal əhəmiyyətli idman tədbirlərinin Azərbaycanda keçirilməsi Ermənistanı təmsil edən idmançıların da bu yarışlarda iştirakına imkanlar açır. Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, Olimpiya diploma-tiyasının xarakterik xüsusiyyəti onun sülhməramlı missiyasıdır. Ermənistanı təmsil edən idmançıların Bakıda keçirilən Avropa Oyunlarında iştirakı onlara Azərbaycanın inkişafını öz gözləri ilə görməyə, həmçinin bir çox mənfi stereotiplərdən qurtulmağa imkan verdi. Bu kontekstdə Avropa Oyunlarında idmançıların mükafatlandırılması hadisəsini xatırlatmaq yerinə düşərdi ki, bu zaman Azərbaycan Prezidenti tamaşaçılara əl jesti ilə müraciət edərək onları idman etikasına riayət etməyə və yarış zamanı erməni idmançıya lazımi hörmət göstərməyə çağırdı. Prezidentin bu hərəkəti yerli və xarici, o cümlədən Ermənistan KİV-lərində olduğu kimi işıqlandırılmış və dünya əhalisinin ictimai rəyinə müsbət təsir etmişdir.

Ölkələr	Cəmi, nəfər 2022	Cəmi, nəfər 2017	% dəyişməsi 2022-2021	% dəyişməsi 2022-2019
Rusiya	853082	446831	⇑ 73%	⇓ – 52%
Türkiyə	301553	311880	⇑ 58%	⇓ – 1%
İran	362597	170553	⇑ 37%	⇓ – 33%
Səudiyyə Ərəbistanı	33273	96231	⇑ 990%	⇓ – 10%
Gürcüstan	537710	82225	⇑ 32%	⇓ – 89%
Hindistan	60731	14173	⇑ 966%	⇓ – 7%
Pakistan	51700	17558	⇑ 1659%	⇑ – 11%
BƏƏ	102360	41085	⇑ 138%	⇓ – 40%
Qazaxıstan	36115	30350	⇑ 339%	⇓ – 36%
Ukrayna	57756	27746	⇑ 59%	⇓ – 53%
Özbəkistan	26309	15900	⇑ 526%	⇑ – 12%

Yuxarıdakı cədvəldə 2017 və 2022-ci illərdə Azərbaycan Respublikasına gələn turistlərin sayı və 2019-2022-ci illərdə həmin sayların faiz nisbəti göstərilmişdir. [1] [2]

Diplomatiyanın turizmə təsiri

Rusiya Federasiyası nümunəsindən istifadə edərək, beynəlxalq əlaqələrin müəyyən bir ölkənin turizm strategiyasına necə təsir etdiyini görə bilərik. 2015-ci il noyabrın 24-də Rusiya Müdafiə Nazirliyinin nümayəndələri Suriyada Rusiya bombardmançısının yerdən 6 min metr yüksəklikdə vurul-duğunu və Bayırbukjak bölgəsində Suriya ərazisinə düşdüyünü açıqlamışdı. Bu zaman həmçinin Su-24 döyüş təyyarəsi eksklüziv olaraq Suriya hava məkanında yerləşirdi. Türkiyə mətbuatının məlumatına görə, Rusiya təyyarəsi bir neçə dəfə Türkiyənin hava məkanını pozmuş, ona bir neçə dəfə xəbərdarlıq edilmiş, bundan sonra da Türkiyə Hərbi Hava Qüvvələri tərəfindən vurulmuşdur. Rusiya Federasiyası ilə Türkiyə arasında münasibətlərin pozulma dövrü bir il davam etdi. Rusiya ilə Türkiyə arasında münasibətlərin pozulmasının nəticəsi Rusiyanın Türkiyənin bütün turizm sənayesinə birbaşa təsir edən sanksiyalar tətbiq etməsi oldu. Bu sanksiyalar turizm agentliklərinin və otellərin fəaliyyətinin işinin dayanmasına səbəb oldu [4]. Bütün bunlar Türkiyə iqtisadiyyatına təsirsiz ötmədi. Bu hadisəyə qədər il 4 milyon rusiyalı turist Türkiyə kurortlarını ziyarət edirdi. Türkiyə prezidenti Rəcəb Tayyib Ərdoğanın Rusiya təyyarəsinin Türkiyə Hərbi Hava Qüvvələri tərəfindən vurulmasına görə üzr istəməsindən xeyli sonra Rusiya ilə Türkiyə arasında münasibətlər normallaşmağa başladı.

Dünya iqtisadçılarının fikrincə, həmin dövrdə Türkiyə iqtisadiyyatı rus turistlərin azlığından gündəlik 4 milyon dollara qədər pul itirib.

Digər tərəfdən, Türkiyəyə istiqamətlərin bağlanması sayəsində 2015-ci il Rusiya daxili turizmi üçün qazanclı il oldu. Bu vəziyyəti həmçinin Avropa Birliyinin Rusiyaya qarşı sanksiyalar tətbiq etməsi ilə də əlaqələndirmək olar. Həmin ərəfədə Rusiya Federasiyasından Avropaya turist axını təxminən 35-40% azalmışdı. Avropa ölkələri üçün isə rusiyalı turistlərin regiona axını elə də əhəmiyyətli deyil. Beləliklə, Avropa ölkələrinə turist axının azalmasına ilk növbədə Qərblə siyasi münasibətlərin mürəkkəbləşməsi təsir edir. Nəticə etibarı ilə belə qənaətə gəlmək olar ki, siyasi və iqtisadi sahədə beynəlxalq münasibətlər beynəlxalq turizmə və turist axınına böyük təsir göstərir.

Ədəbiyyat:

1. Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi https://www.stat.gov.az/
2. Azərbaycan Turizm Bürosu https://www.tourismboard.az/
3. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin İşlər İdarəsinin Prezident Kitabxanası, https://multiculturalism.preslib.az/
4. Brevnova Y.A., Beynəlxalq Münasibətlərin Turist Orientasiyasının Dəyişməsinə Təsiri, 2017, s. 12-15
5. Cherevichko T.V., Turizm ictimai diplomatiya vasitəsi kimi, 2014, s.23-24
6. Seib F., Real Zaman Diplomatiyası. Sosial Media Erasında Siyasət və Güc (Nyu York: Palgrave, 2012)
7. Vəliyev A., Azərbaycanın mədəni diplomatiyası, 2014, s.1-2

Leyla FƏTƏLİYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
leylafataliyeva00gmail.com

İOSİF PLOŞKONUN YARADICILIĞINDA İSMAİLİYYƏ BİNASININ ROLU

THE ROLE OF THE ISMAILIAN BUILDING IN THE CREATION OF IOSIF PLOSKO

РОЛЬ ИСМАИЛИЙСКОГО ЗДАНИЯ В ТВОРЧЕСТВЕ ИОСИФА ПЛОСКО

Xülasə: Məqalədə Azərbaycanın paytaxtı Bakı şəhərində mühüm tikililərdən biri olan İsmailiyyə sarayının tarixi, köhnə və bərpadan sonrakı yeni fasadının dəyişdirilməsi prosesində siyasi və dini təsirlərin əlaqəsi araşdırılır. Musa Nağıyevin 1908-1913-cü illərdə tikdirdiyi bu saray müxtəlif dövrlərdə tarixi hadisələrin şahidi olub. 1918-ci ilin mart hadisələri zamanı ermənilər tərəfindən talan edilərək yandırılan bina demək olar ki, tamamilə dağıdılıb. SSRİ bir neçə ildən sonra binanın sökülməsinə qərar versə də, yerli əhalinin etirazı ilə binanın bərpasına başlanılıb. Həmçinin, məqalədə binanın yanğından əvvəlki vəziyyəti ilə yanğından sonrakı vəziyyət müqayisə edilmiş, kəmiyyət elmi tədqiqat metodlarından biri olan səbəb-müqayisəli üsulla tədqiq edilmişdir.

Açar sözlər: *saray memarlığı, Azərbaycan memarlığı, mədəniyyət, simvolizm, İosif Ploşko, qotika*

Abstract: The article examines the relationship between political and religious influences in the process of changing the historical, old and post-restoration facade of the Ismailiyya Palace, one of the important buildings in Baku, the capital of Azerbaijan. Built by Musa Nagiyev in 1908-1913, this palace witnessed historical events in different periods. During the events of March 1918, the building was looted and burned by Armenians and was almost completely destroyed. Although the USSR decided to demolish the building after a few years, the restoration of the building was started due to the protest of the local population. Also, in the article, the condition of the building before the fire was compared with the condition after the fire, and it was studied by the causal comparative method, which is one of the methods of quantitative scientific research.
Keywords: *palace architecture, Azerbaijani architecture, culture, symbolism, Iosif Ploshko, Gothic*

Абстракт: В статье рассматривается соотношение политических и религиозных влияний в процессе изменения исторического, старого и послереставрационного фасада Дворца Исмаилия, одного из важных зданий Баку, столицы Азербайджана. Этот дворец, построенный Мусой Нагиевым в 1908-1913 годах, был свидетелем исторических событий разных периодов. Во время мартовских событий 1918 года здание было разграблено и сожжено армянами и практически полностью разрушено. Хотя через несколько лет в СССР было принято решение о сносе здания, восстановление здания было начато из-за протеста местного населения. Также в статье состояние здания до пожара сравнивалось с состоянием после пожара и изучалось причинно-сравнительным методом, который является одним из методов количественного научного исследования.
Ключевые слова*: дворцовая архитектура, азербайджанская архитектура, культура, символизм, Иосиф Плошко, готика*

Giriş

Azərbaycan Cümhuriyyətinin tarixində mühüm hadisələrə şahidlik edən İsmayıliyyə sarayı, Bakının aparıcı iqtisadi liderlərindən olan Ağa Musa Nağıyev tərəfindən Müsəlman Xeyriyyə Cəmiyyəti (qurum) üçün gənc yaşlarında dünyasını dəyişən oğlu İsmayılın xatirəsinə tikilmişdir. 1908-1913-cü illərdə polşalı memar İosif Ploşko tərəfindən tikilmiş və saray 1945-ci il yanvarın 23-dən 1991-ci ilə kimi Azərbaycan SSR Milli Elmlər Akademiyası kimi istifadə olunub. 1991-ci ildən (müstəqillik əldə etdikdən sonra) bu günə kimi Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının Prezident Binası kimi fəaliyyət göstərir [1].

1918-ci ilin mart hadisələri zamanı Bakıya nəzarəti ələ keçirən ermənilər işğal etdikləri yerlərdə təkcə şəhər əhalisinə deyil, həm də mədəni sərvətlərə malik tikililərə zərər vurmağa cəhd göstərmişlər. O dövrdə ən çox zərər görən binalardan biri də İsmailiyyə sarayı idi. Saray əvvəlcə talan edildi, sonra yandırıldı. Sarayda baş verən yanğın zamanı binaya dəyən ziyanla yanaşı, sarayda fəaliyyət göstərən qurumların arxivləri, o cümlədən sarayın özü də yanğın nəticəsində məhv olub.

Bakı işğaldan azad edildikdən sonra Qafqaz İslam Ordusu İsmailiyyə sarayının qarşısında fəxri parad keçirib. Azərbaycanda sovet hakimiyyəti qurulduqdan sonra sarayın yararsız olduğu əsas gətirilərək sökülməsinə qərar verilmiş, lakin yerli əhalinin etirazı ilə 1923-cü ildən binanın bərpasına başlanılmışdır. Bina 1922-1923-cü illərdə Aleksandr Dubovun iştirakı ilə bərpa edilmiş və bir müddət Türk Mədəniyyəti Sarayı adlandırılmışdır. Binanın bərpası zamanı İsmayıliyyə adı əvəzinə "Намят Нагиевым" (Nağıyevin xatirəsinə) yazılmışdır. 1923-cü ildən indiyədək heç bir təmir və ya dəyişikliyə məruz qalmayan bina 2020-ci ildə dəymiş ziyanı aradan qaldırmaq üçün bərpa edilib. İdeologiyaların və siyasi strukturların bu qədər təsirli olduğu bu coğrafiyada binalarda simvolizmdən istifadə qaçılmazdır [7].

Əsas hissə

İsmailiyyə sarayı 1907-ci ildə dövrünün qabaqcıl təsərrüfat rəhbərlərindən olan, sovet hakimiyyəti dövründə Azərbaycanda 98 bina tikdirmiş, Azərbaycana faydalı işlər görmüş Ağa Musa Nağıyev tərəfindən tikilmişdir. Dövrün sağalmaz xəstəliyi sayılan vərəm xəstəliyindən gənc yaşlarında dünyasını dəyişən oğlu İsmayılın xatirəsinə bina tikdirən Ağa Musa Nağıyev bu binanı polşalı memar İosif Ploşkoya tikdirib. İsmailiyyə sarayı haqqında Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin qurucusu Məhəmməd Əmin Rəsulzadə Türkiyədə nəşr olunan "Azərbaycan Cümhuriyyəti" kitabında belə demişdir: "Bəlkə də bu, belə bir məqsədlə tikilən binaların möhtəşəmliyindən irəli gəlir". Bina İslam dünyasında bir ilkdir. " [4].

Tarixçi – yazıçı Manaf Süleymanovun "Eşitdiklərim, oxuduqlarım, gördüklərim" kitabında belə bir maraqlı epizod var: Hacı Zeynalabdin fürsət qatıb soruşur: "Ağır Musa oğlunun adını əbəsiləşdirmək istəyirsən? Müsəlman xeyriyyə cəmiyyətinin öz binası yoxdur, mənim tikdirdiyim qızlar məktəbindən bir az

ağaıda isə əla boş yer var. Orada ev tikdir. "İsmaıliyyə" adlandıraq. Onda sənin bəxtsiz oğlunun adı bizim yaddaşımızdan silinməz". Musa Nağıyev ruhlanıb deyir: " Nə deyirəm, yaxşı təklifdir. Razıyam."

Hacı Zeynalabdin Tağıyev, Murtuza Muxtarov, Şəmsi Əsədullayev, İsa bəy Hacınski, Dadaşovların və böyük bir külənin iştirakı ilə 1908 - ci il 21 dekabrda ilk daşın təməli qoyuldu.

Tikintisi 1913-cü ildə başa çatdırılan binaya ilk olaraq Müsəlman Xeyriyyə Cəmiyyətinin rəhbərliyi köçüb. Sonra Bakıdakı bütün təhsil cəmiyyətləri binaya köçdü. Lakin bir il sonra Birinci Dünya Müharibəsinin başlaması ilə əlaqədar bina xəstəxana kimi istifadə olunmağa başladı [10].

1920-ci ildə Azərbaycanda Sovet Sosialist Respublikaları İttifaqı yaradıldıqdan sonra İsmayıliyyə sarayının sökülməsi qərara alınsa da, yerli əhali binanın qarşısına toplaşaraq buna etiraz etdiyi üçün onun bərpasına başlanılıb. Binanın bərpası üçün erməni memar Vartan Sarkisov tapşırılıb. Bərpa zamanı binanın baş planında heç bir dəyişiklik edilməsə də, fasadında müəyyən dəyişikliklər edilib. Əldə olan yazılı mənbələrdən göründüyü kimi, indi Qurani-Kərimdən ayələrin və hədislərin yer aldığı medalyonların üzərində SSRİ-nin qızıl beşguşəli qırmızı ulduzu görünür. 1924-cü il yanvarın 21-də SSRİ-nin qurucusu Vladimir İliç Ulyanov (Lenin) vəfat etdikdən bir gün sonra "İsmailiyyə sarayı" Leninin adını daşısa da, bina ictimaiyyət arasında "İsmailiyyə" kimi qalıb və elmə xidmət edir. 1924-cü ildən sonra "Azərbaycan Tədqiqat və Araşdırma Dərnəyi Türk Mədəniyyəti Sarayı" kimi fəaliyyətə başlayan bina SSRİ Elmlər Akademiyasının Zaqafqaziya Bölməsinin Azərbaycan şöbəsi kimi istifadə edilmişdir. Bina 1945-ci ildən sonra Azərbaycan SSRİ Milli Elmlər Akademiyası adlandırılmışdır. Hazırda bina Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının Prezident Binası kimi istifadə olunur. Bu binanın iclas zalında tez-tez elmi konfranslar, ədəbi müzakirələr keçirilir. Maksim Qorki, Vladimir Mayakovski, Nazım Hikmət kimi yazıçılar bu binanın iclas zalında oxucuları ilə görüşüblər [9].

Erməni memar Vartan Sarkisov tərəfindən bərpa edilən binanın baş planında heç bir dəyişiklik edilməsə də, fasad dizaynında müəyyən dəyişikliklər edilib. Bərpa zamanı binanın fasad dizaynında "siyasi" və "dini" dəyişikliklər edilib. Bundan əlavə, Qotika dövrü memarlığının ortaya çıxdığı coğrafiyadan uzaqda inşa edilmiş bir əsər olsa da, Qotika memarlığının fasad elementlərindən də simvolik mənada istifadə edilmişdir [14].

Məlumdur ki, qotik üslublu binalar əsasən çox pəncərəli şaquli meylli olur. Bu üslubdan "İsmaıliyyə" sarayında istifadə olunub. Lakin Ploşko Bakı memarlıq üslubuna xələl gətirməyəcək tərzdə binanı inşa etdi.

Binanın dekorativ elementləri antik və intibah dövrü memarlıq elementlərini özündə birləşdirir. Binanın memarlıq dəyərini qiymətli edən xüsusiyyətlərdən biri odur ki, eksteryerində qotika memarlıq ənənələrinin izini daşıyan memarlıq formaları interyerdə klassik forma əvəzlənib. Binanın həm eksteryer, həm də interyerində iti formaların olduqca zəif formalarla əvəzlənməsi isə İsmayıl N. Erkən ölümü və nakam həyatına işarədir [6].

Siyasi məzmunlu dəyişikliklərdən biri də binanın tikintisi zamanı fasadda Qurani-Kərimdən ayələrin və hədislərin əks olunduğu medalyonlarda edilib. Bu medalyonlar çıxarılıb və qırmızı fonda sarı xətlərlə tərtib edilmiş SSRİ-nin beşguşəli ulduzundan istifadə edilib. İsmailiyyə Sarayı yanğından əvvəl, arxiv mənbələrindən məlumdur ki, ilkin olaraq 1913-cü ildə tikilmiş binanın ön hissəsindəki medalyonlarda Qurani-Kərimdən ayələr və hədislər var idi. Memar Vartan Sarkisov bərpa zamanı SSRİ-nin simvollarından biri olan beşguşəli qırmızı ulduzu bu medalyonlara əlavə edib [15].

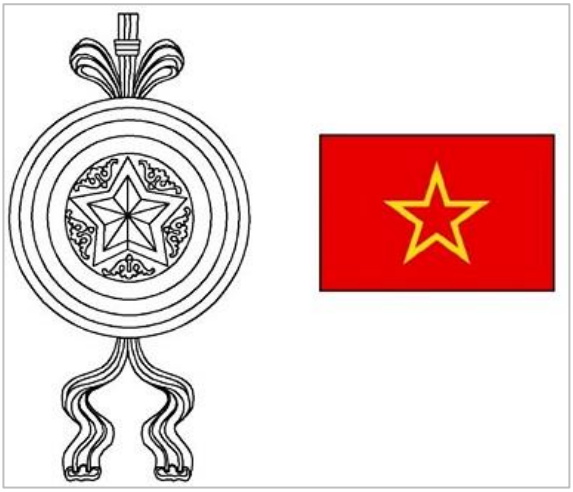
Bir çox nəzəriyyəçilər müxtəlif dövrlərdə meydana çıxan formaların cəmiyyətlərdə hökmranlıq edən siyasətin davamı olduğunu iddia edirlər. Məsələn, kvadrat demokratiyanı, piramida oliqarxiyanı və ya mərkəzi plan mərkəzi idarəetməni göstərir [2].

Beşguşəli qırmızı ulduzdan başlayaraq, hər yerdə eyni ulduzu görən insanlar indi bu ulduzu öz simvolu kimi qəbul etməyə başlayıblar və bu ulduzu və oxşar sovet simvollarını görmək insanlar üçün adi hala çevrilib. O dövrdə yaşamış, məktəblərdə, inzibati binalarda, televiziya kanallarında, küçələrdə, demək olar ki, hər yerdə eyni simvolları görən insanlar arasında hələ də sovetlərin təsirindən çıxa bilməyənlər var [13].

Qırmızı ulduza adətən qədim Roma müharibə tanrısı Marsdan sonra Marsın ulduzu deyilir. Mars beşbucağından əvvəlcə Rusiya İmperator ordusunda, sonra isə Sovet Sosialist Respublikaları İttifaqında istifadə edilib [11].



Şəkil 1: İsmailiyyə sarayının bərpadan sonra fasadında SSRİ-nin beşguşəli qırmızı ulduzu (2023)



Şəkil 2: Bərpadan sonra İsmayıliyyə sarayının fasadında SSRİ qırmızı ulduzu əlavə edilmiş medalyon və SSRİ Qızıl Ordusu bayrağının təsviri

Siyasi məzmunlu daha bir dəyişiklik binanın fasadındakı ad lövhəsində baş verib. Binanın bərpasından sonra Azərbaycan üçün mühüm yeri olan İsmayıliyyə Sarayının fasad dizaynında təkcə dekorasiyalarda deyil, həm də binanın adında dəyişikliklər edilib. 1913-cü ildə tamamlanan binanın ön hissəsindəki "İsmailiyyə sarayı" mətni bərpadan sonra binanın fasad dizaynına əlavə edilməmiş və binanın adı dəyişdirilmişdir. Sonralar saray yuxarıda qeyd olunduğu kimi müxtəlif adlar altında müxtəlif qurumlar üçün fəaliyyət göstərmişdir [12].

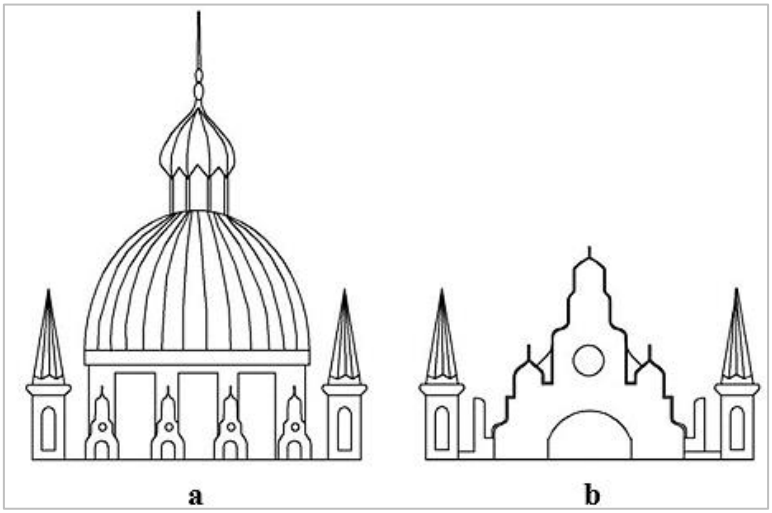
Binanın birinci mərtəbəsində uzun dördbucaqlı formada vestibul yerləşir, daha sonra isə iri ironik sütunlu foye açılır. Sonra geniş üçmarşlı giriş pilləkənləri gəlir və bu pilləkənlərə paralell isə xidməti otaqlar yer alır. Bina Venesiya qotikası üslubunda tikilsə də burada avropa klassikasının memarlıq xüsusiyyətlərini görmək mümkündür. Bu xüsusilədə 2-ci mərtəbədəki korinf sütunlarda özünü göstərir. Həmçinin hissələrin incəliyi və detallardakı cizgilərin sadəliyi baxımından burada imperiya dövrü Ronasansin əks sədası hiss olunur. Binanın 1-ci mərtəbəsi rəsimlərlə bəzədilmiş həcmli çatma tağlardan ibarətdir.



a b

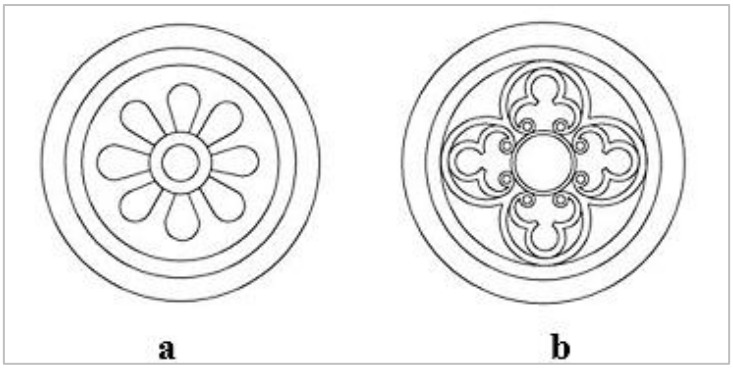
Şəkil 3: Fasad görünüşündə "a" şəkildə 1991-ci ilə qədər kiril əlifbası ilə yazılmış binanın adı (Азербайчан ССР Элмлер Акаdемиясы), "b" şəklində 1991-ci ildən sonrakı binanın adı (Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası)

Binanın fasad dizaynında edilən dini dəyişiklik, bərpadan sonra memar Ploşkonun layihələndirdiyi günbəzlərin olmaması və günbəzlərin yerinə binanın əsas siluet motivləri kimi çıxış edən piramida formalı tağlar tətbiqi olmuşdur [4]. Aşağıdakı çertyojlardan sovet dövründə bərpa prosesində binanın fasadında edilən dini dəyişiklikləri görmək mümkündür. Memar binada müxtəlif örtüklü günbəzləri olan yumru belvederler yerləşdirmişdir.



Şəkil 4: "a" rəsmindəki günbəzşəkilli tağlar Ploskonun layihəsinə uyğun olaraq çəkilmişdir, lakin bərpadan sonra "b" rəsmindəki piramidavari tağlar hazırlanmışdır

Yüksək Orta Əsrləri əhatə edən Qotika dövrü papalıq və krallıq arasında bir güc əlaməti olaraq görünür. Bir sənət anlayışı və ya üslub kimi tanınan Qotik İncəsənətin yarandığı gündən etibarən özündən sonra gələn sənət üslublarına və hərəkətlərinə təsir göstərdiyini İsmayıliyyə Sarayının fasad dizaynında görmək olar [8].



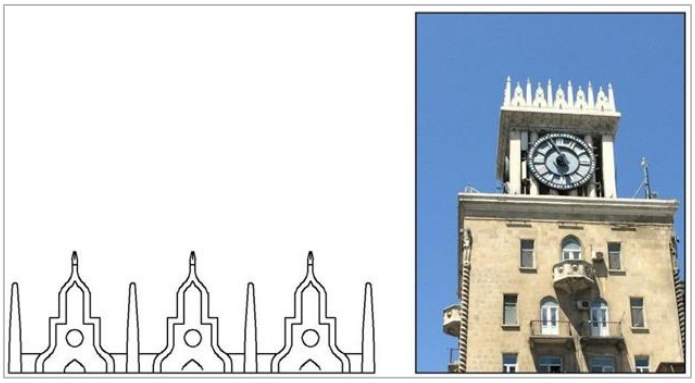
Şəkil 5: "a" şəklindən daha möhtəşəm olan "b" şəklindəki qızılgül bənzəyən ornament bərpadan sonra binanın ikinci mərtəbəsinin fasad dizaynına əlavə edilmişdir

Başlanğıcda ortaya çıxan qotika memarlığının ümumi xüsusiyyətlərinə uclu tağlar, qızılgül pəncərələrin istifadəsi, pəncərə və açılışlara vurğu kimi bəzi xüsusiyyətləri İsmayıliyyə Sarayının fasadında da rast gəlinir [5]. Bu nümunəni aşağıdakı şəkildə görmək mümkündür.



Şəkil 6: İsmailiyyə sarayının ön fasadındakı pəncərələrdən birinin təsviri və Venesiyada qotika üslubunda tikilmiş "Kontarini Della fiquru" sarayının vizual təsviri

Sarayın fasadındakı qotik memarlıq nümunələrindən biri də binanın əsas siluet motivləri rolunu oynayan piramida formalı tağlara bənzər dizaynlardır. Bu cür dizaynları bir çox qotik memarlıq nümunələrində görmək mümkündür. Qotika memarlığının binaların uzununa böyüməyə meylli olması bu motivlərdə öz əksini tapmışdır [3].



Şəkil 7: İsmailiyyə sarayının fasadının əsas siluet motivləri olan frontonlara oxşar dizaynın və Bakıda qotika üslubunda tikilmiş "Saatlı bina"nın əyani təsvirinin çəkilməsi

Nəticə

Tədqiqatda 1923-cü ildə Bakıda İsmailiyyə sarayının restavrasiya zamanı fasad dizaynında istifadə olunan simvolizm anlayışı və simvolların təsiri araşdırılıb. Binanın bərpası zamanı fasad dizaynındakı dini, siyasi və qotik memarlıq dəyişiklikləri və binanın fasadındakı ad dəyişiklikləri rəsm və şəkillərlə araşdırılıb.

Sovet dövründə aparılan restavrasiya zamanı SSRİ-nin memar Ploskonun layihəsi ilə hazırlanmış günbəzlərin yerinə beşguşəli qırmızı ulduz və piramida formalı dizaynların əlavə edildiyini, həmçinin qotik memarlıq təsirini görmək mümkündür. Binanın ən vacib hissələrindən biri olan və ilk dəfə baxıldığında belə bina haqqında təəssürat yaradan fasad dizaynında istifadə olunan simvollar həmişə forma vasitəsilə insanlara ötürülüb.

Tədqiqatda tədqiq edilən İsmailiyyə sarayında SSRİ-nin forma və simvollar vasitəsilə öz izini qoymağa çalışdığı görünür. Bu rəmzlərə nəzər saldıqda belə düşünmək olar ki, bu tikililər Sovetlər İttifaqı dövründə tikilib və hələ də sovetlər ölkə üçün faydalı işlər görürlər.

Restavrasiyadan sonra memar Ploşkonun layihəsinə uyğun hazırlanmış günbəzlərin olmaması simvolizm kontekstində fasadda edilən mühüm müdaxilələrdən biridir.

İsmayılın xatirəsinə Müsəlman Xeyriyyə Cəmiyyətinin istifadəsinə verilən binanın bərpadan sonra adı və istifadəsinin dəyişdirilməsində Sovet İttifaqının gələcəyə iz qoyma səyləri aydın görünür.

Tədqiqat nəticəsində məlum olur ki, tədqiq etdiyimiz bina SSRİ-nin hakimiyyətdə olduğu 71 il ərzində fasadında edilən dəyişikliklər sayəsində bir çox binalara tətbiq etdiyi simvollarla özünü yaddaşlara həkk edib.

İsmailiyyə sarayı kimi dəyişikliklərə məruz qalmış strukturlar haqqında daha çox məlumat və sənədlər araşdırılmalı, lazımi məlumatlar gələcəyə və yeni nəsillərə çatdırılmalıdır.

1923-cü ildə restavrasiyadan sonra İsmailiyyə sarayının timsalında göründüyü kimi fasad dizaynında bəzi dəyişikliklər edilmişdir. Görünür ki, 19-cu əsrin sonlarında ortaya çıxan simvolizm əslində gözardı edilə bilməyəcək bir reallıqdır. Tədqiqat nəticəsində İsmailiyyə sarayının fasad dizaynında simvolizmin təsirləri açıq şəkildə görünüb.

Ədəbiyyat:

1. Azərbaycan Respublikasının Memarlar İttifaqı, Bakının Memarlıq Ensiklopediyası. Bakı: Şərq-Qərb, 2013.
2. Alodalı A., Mimarlıkta sembolizm. Fatih Sultan Mehmet Üniversitesi. 2015, s. 3-5.
3. Aydeniz H., Dini semboller ve etkilerine gelenekselci, 2011, s. 75-90.
4. Dianat S., Mimarlıkta sembolizm. Yıldız Teknik Üniversitesi 2015. s. 5-7.
5. Fətullayev F.Ş., Memar İ. K. Ploşko - "İsmailiyyə" - nin memarı. Bakı: Şərq - Qərb, 2013.
6. İbrahimov R., Bizim yol. 2014 23 fevral, s. 13.
7. Gülcan N., Ortaçağ Avrupasında gotik mimari. Turkish Studies Social Sciences 2019, s. 2225-2234.

8. Hasanlı K., Mirzabeyov'un binası, Bakü 2021. s. 5-7.
9. Mədəniyyət. 2009 7 oktyabr. s. 16.
10. Yıldız Ş., Gotik dönem mimarisi. 2015. s. 2148-1148.
11. https://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0smailiye_Saray%C4%B1
12. https://www.kultura.az/az/article/2654/
13. https://victorymuseum.ru/about/museum-collection/numismatics/medal-zolotaya-zvezda-geroya-sovetskogo-soyuza/
14. https://encyclopedia.mil.ru/encyclopedia/history/more.htm?id=12175625@cmsArticle
15. https://www.google.com/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Fhopa.am%2Fuploads%2F

Zümrüd İMANOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
imanovazumrud544@gmail.com

NAXÇIVANIN DİNİ TİKİLİLƏRİNİN BƏDİİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ

ARTISTIC FEATURES OF RELIGIOUS BUILDINGS OF NAKHCHIVAN

ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕЛИГИОЗНЫХ СООРУЖЕНИЙ НАХЧЫВАНА

Xülasə: Azərbaycanın qədim diyarlarından olan Naxçıvan ərazisi özünəməxsus memarlıq abidələri ilə vətənimizin digər regionlarından fərqlənir. Təsadüfü deyil ki, burada Əcəmi Naxçıvaninin dəsti-xətti hər bir memarlıq abidəsində özünü göstərir. Orta əsr memarlıq abidələrinin böyük bir hissəsini təşkil edən dini tikililər də bu qəbildəndir. Bu dini tikililər Naxçıvanın digər memarlıq abidələri kimi möhtəşəmliyi və özünə xas bədii xüsusiyyətləri ilə diqqəti cəlb edir.

Açar sözlər: *Naxçıvan, dini tikililər, məscidlər, türbələr, xanəgahlar, orta əsrlər*

Abstract: The territory of Nakhchivan, one of the ancient lands of Azerbaijan, differs from other regions of our country with its unique architectural monuments. It is no coincidence that here the lines of the Ajami Nakhchivan show itself in every architectural monument. Religious buildings, which make up a large part of medieval architectural monuments, are also of this type. These religious buildings, like other architectural monuments of Nakhchivan, attract attention with their magnificence and unique artistic features.

Keywords: *Nakhchivan, religious buildings, mosques, tombs, khanaghahs, middle-age century*

Абстракт: Нахчыван, одна из древних земель Азербайджана, который отличается от других регионов нашей страны своими уникальными архитектурными памятниками. Неслучайно стиль Аджами Нахчивани проявляется здесь в каждом памятнике архитектуры. К этому типу относятся и религиозные постройки, составляющие значительную часть памятников средневековой архитектуры. Эти религиозные сооружения, как и другие архитектурные памятники Нахчывана, привлекают внимание своим великолепием и уникальными художественными особенностями.

Ключевые слова: *Нахчыван, религиозные сооружения, мечети, гробницы, ханаги, средневековье*

Azərbaycanın ayrılmaz və özünəməxsus hissəsi olan Naxçıvan ərazisi öz memarlıq abidələri ilə zəngindir. Qədim Naxçıvan diyarında keçmiş zamanlardan müasir dövrümüzədək bir-birindən fərqli memarlıq abidələri, tikinti texnikası və bəzək kompozisiyaları ilə seçilən çoxlu sayda tarixi, dini memarlıq abidələri inşa edilmişdir. Bütün bunlar qədim diyarda 5000 illik şəhər mədəniyyətinin formalaşdığını bir daha sübut edir.

Naxçıvan ərazisində dünya və ölkə əhəmiyyətli memarlıq abidələri çoxluq təşkil edir. Bu abidələrin qorunması və gələcək nəsillərə çatdırılması, abidələrin bölgəyə gələn turistlərə tanıdılması məqsədi ilə keçmiş Naxçıvan Muxtar Respublikası Ali Məclisinin Sədri olmuş Vasif Talıbovun imzaladığı "Naxçıvan MR ərazisində tarixi və mədəniyyət abidələrinin qorunması və pasportlaşdırılması işinin təşkili haqqında" 2005-ci il 6 dekabr tarixli sərəncamına əsasən respublika ərazisində 1200-dən çox dünya, ölkə və yerli əhəmiyyətli tarixi abidə qeydə alınmış və pasportlaşdırılmışdır.

XII-XIII əsrlərdə Naxçıvan Azərbaycanın əsas memarlıq mərkəzlərindən biri kimi məşhur olmuşdur. Naxçıvan orta əsrlərə aid memarlıq abidələri öz möhtəşəmliyi, qeyri-adi gözəlliyi və zərifliyi ilə diqqəti cəlb edir. Bu dövrdə Naxçıvanda şəhərsalma, qalatikmə, körpüsalma, monumental çoxmərtəbəli sarayların, türbələrin, məscidlərin inşası, təsviri və tətbiqi sənət çox yüksək səviyyədə inkişaf tapmışdır.

Naxçıvan memarlığı özünəməxsus orijinial xüsusiyyətləri ilə diqqəti cəlb edir. Bişmiş kərpicdən və rəngarəng kaşılardan həndəsi motivlərdə, monumental kompozisyalarda qurulmuş memarlıq ornamentləri zərifliyi və yüksək bədii tərtibatı ilə zövq oxşayır [3- s. 51, 52].

Məşhur səyyahlardan Ö.Çələbi, Tavernye, Dübua de Monpere, Şarden öz yazılarında qədim Naxçıvan şəhəri, əhalisi və onun memarlıq abidələri haqqında məlumatlarını qeyd etmişdilər.

Türk səyyahı Övliyyə Çələbi məlumatlarında Naxçıvan şəhərinin memarlıq tikililərindən bəhs edərkən 40 məscid, 20 karvansaray, 1000-ə qədər dükan, 7 gözəl hamam, 33 minarənin adını qeyd edir [1-s. 12].

Naxçıvan memarlıq məktəbi Azərbaycan memarlığının inkişafına xüsusi töhfələr vermişdir. Yeni memarlıq və kompozisiya üsullarının yaradılması memarlıq sənətinin inkişafını sürətləndirmişdir. Həmin dövrün müasir konstruksiya və inşaat üsullarının tətbiqi, həm də yaradılması işində bu məktəbin sənətkarlarının xidməti çox böyük olmuşdur.

Tikintilərin tipologiyası ölkədə, cəmiyyətdə baş verən sosial-iqtisadi və ideoloji dəyişikliklərə qarşı daha həssas olmaq etibarı ilə, təbii ki, müsəlmanlığın yaranması ilə əlaqədar müvafiq dəyişikliyə uğramışdır. Məscidlər və digər mədəni tikintilər, karvansaralar, bazarlar, hamamlar inşaatın ən geniş yayılmış tiplərinə çevrilirdilər. Hələ ərəblərə qədər meydana çıxmış yerli inşaat ənənələri yeni memarlıq – inşaat üsüllarının formalaşmasında əsas rol oynamışdır. Bu üsullardan biri tikintidə çaydaşı ilə kərpicin kobinasiya edilmiş hörgüsünün geniş tətbiqindən ibarət olmuşdur. Bu səciyyəvi üsulda kərpicin rolu günbəzli-tağlı konstruksiyalarda daha da artır. Şübhəsiz ki, ayrı-ayrı məbədlərin məscidə çevrilməsi ilə yanaşı yeni məscidlər də tikilirdi. Onların plan quruluşu Azərbaycanda ilk məscidlər qapalı həyət sahəsi ilə günbəz-tağ ünsürlərini özündə birləşdirən tikililərdən ibarət olmuşdur [6-s. 49, 50].

Azərbaycan memarlıq tarixində mühüm əhəmiyyət kəsb edən orta əsr abidələrinin böyük bir hissəsini dini tikililər təşkil edir. Bunların sırasına məscidlər, xanəgah kompleksləri, kilsələr, sövmələr və s. daxildir. Azərbaycana islam dinin gəlişi ilə əlaqədar olaraq müsəlman adət-ənənələrinə riayət məqsədilə məscidlərin inşasına böyük əhəmiyyət verilməyə başlandı.

İslam dinin əsas ayinlərindən biri olan gündəlik namaz, dua etmək üçün xüsusi məkanın yaradılmasına zəruriət var idi. İslamın qəbul edildiyi ilk dövrlərdə və yayıldığı ərazilərdə məscidlər yeganə memarlıq tikililəri idilər və bu səbəbdən dini təyinatla bağlı bütün funksiyaları yerinə yetirirdilər.

İslam dinin yayılması və təsdiqindən sonra məscidə xas olan müxtəlif funksiyaların mürəkkəbləşməsi və inkişafı baş verirdi. Bu səbəbdən bir tikilidə bütün funksiyaların yerinə yetirilməsi mümkün olmadığından onlara uyğun dini tikililərin yaranmasını tələb edirdi. Beləliklə, dini tikililərin tipologiyası mürəkkəbləşirdi. İslam dünyasının bütün ölkələrində olduğu kimi, orta əsrlərdə Azərbaycanda da islamın yayılması cəmiyyətin yeni tələblərini irəli çıxartdı. Bu tələblərdən isə dini tikililərin yeni memarlıq tiplərinin yaranmasına ehtiyac yarandı. Azərbaycanın islam dini memarlığı öz inkişafında iki mərhələ keçmişdir. Birinci mrəhələdə özündən əvvəlki dinlərə mənsub tikililərdən istifadə edilməklə və yeni dini tələblərə uyğun olaraq onlarda müəyyən dəyişiklər aparılması və formalaşması, ikinci mərhələdə isə yerli memarlıq-inşaat ənənələrinin əsasında yeni dini tikililərin inşası həyata keçmişdir.

İslamdan əvvəlki dinlərin də rolu yetərincə idi, buna dini tikililərə mənsub konstruktiv fəndlər, planlaşma həlləri və həcm-fəza kompazisiyaları əyani sübutdur. Qeyd etmək lazımdır ki, islamlaşma dövründə Azərbaycan memarlığında məhz əvvəlki dinlərdən bir çox şey mənimsənilmişdir.

Azərbaycan ərazisindəki erkən orta əsrlər dövrünün dini tikililərində rast gəlinən texniki və konstruktiv fəndlər: xaçlı- günbəzli tektonik struktura malik təntənəli zalların dördsütunlu kompozisiyaları üç, iki və birnefli örtmələr, həyətlər-tağbənd eyvanlar bütün bunlar islamlaşma dövründəki məscidlərdə rast gəlinir.

Ərəblər işğal etdikləri ərazilərdə başqa dinlərə mənsub məbədləri məscidlər kimi istifadə etməyə başlamışlar. İşğal etdikləri digər dövlətlərdə olduğu kimi, Azərbaycanda da ərəblər inşa sənətində heç bir inqilab etmədilər. Bu səbəbdən inşa sənəti ənənəvi metodlara əsəslanaraq, mövcud konstruktiv və kompozisiya həllərini inkişaf etdirərək, təkminləşdirərək öz yolu ilə gedirdi.

Bu dövrdə yeni memralıq formaları və bəzəkləri yaranmağa başladı. XII əsrdə mərkəzi günbəzli məbədlər məscidlərin bir tipi kimi tam formalaşdı. Bunların sırasına Culfa yaxınlığında Kırnə kəndindəki məscidi və memar Əcəmi tərəfindən inşa olunmuş, lakin dövrümüzə gəlib çatmamış Naxçıvan şəhərindəki Cümə məscidini aid etmək olar [3- s. 29, 30, 85].

Yazılı mənbələrdən Naxçıvana gələn səyyahların, tədqiqatçıların nəzərini Atabəylər kompleksində özünəməxsus yer tutan, kompleksin əsasını təşkil edən Cümə məscidi cəlb etmişdir. Bu Cümə məscidinin böyük həcm – məkan tutumundan irəli gəlir. XVII əsrdə Naxçıvana gəlmiş fransız səyyahı Tavernye şəhərin abidələrindən olan yalnız Cümə məscidinin adını qeyd edir. O, bu məscidi Asiyada ən möhtəşəm məscidlərdən biri kimi qiymətləndirməklə, artıq o dövrdə binanın dağınıq olduğunu göstərir. XX əsrin əvvəllərində tamamilə uçub dağılmış bu bina haqqında təsəvvürlərin yaranmasına XIX əsrdə Naxçıvana gəlmiş səyyah J.Dyelafuanın çəkdiyi rəsmlər, XIX əsrin sonlarında Yakobstalın çəkdiyi və bəzi şəxslərin yol qeydləri kömək edir.

V.A.Enqelqardt XIX əsrin ortalarında Naxçıvan Cümə məscidini nəzərdə tutaraq yazırdı: " ...Bu, yonulmuş daşdan hörülmüş tağlara malik nəhəng bir binadır. Onun daxilində qəşəng qabarıq oyma izləri hələ də qalmaqdadır. Binanın bir hissəsi uçub tökülmüş, qalan hissəsi isə dağılmaq təhlükəsi altındadır."

Dahi Əcəmi yaradıcıllığının nümunəsi olan Cümə məscidi XII-XIII əsrlərdə Azərbaycan məscidləri arasında əndiqqətəlayiqlisi olmuşdur. Fotoşəkillərə görə o, mərkəzi günbəzli örtük konstruksiyasına malik olmuş, plan kompozisiyasının əsasını keçid qalereyaları (portik) və əlavə otaqlarla əhatələnmiş geniş ibadət salonu təşkil etmişdir. Salon böyük diametrli sferik günbəzlə örtülmüşdür. Günbəzdə açılmış kiçik pəncərələr, daxildə işıqlanmanı təmin etmişdir [1-s. 59, 60, 61]

Culfanın iri kəndlərindən olan Kirnədə bir təpə üstündə, İlandağın ecazkar fonunda yarımçıq bir abidə ucalır. Plan-məkan quruluşu, yerləşmə tərzi, ən başlıcası isə yüksək memarlıq keyfiyyəti onun əhəmiyyətli dini binanın mərkəzi hissəsi – Cümə məscidi olduğunu müəyyənləşdirir.

Bəzi tədqıqatçılar Kirnə abidəsini türbə hesab etmiş, onun ilkin dövründə bayırdan çadırvari günbəzlə örtüldüyünü irəli sürmüşlər. Ölçü və nisbətləri, xüsusilə plan-məkan quruluşu onu xatirə tikilisi hesab etməyə heç bir əsas vermir. Abidənin dam örtüyü tamam dağılsa da, daxili və xarici quruluşu, xüsusilə günbəzaltı keçid qurşağı onun kubvari gövdəsinin çadırvarı deyil, bu tip tikililər üçün məntiqli olan sferokonik formalı günbəzlə tamamlandığına şübhə yeri qoymur.

Kirnə Cümə məscidinin qalmış məqsurəsi planda kvadrat biçimlidir. Giriş hissəsi ortadakı enli olan üç qatma tağ aşırımı şəklində həll edilmişdir. Qarşı tərəfin memarlıq bölgüsü də buna oxşardır. Məqsurənin yan tərəflərinin bölgüsü asimetrik olub bir az mürəkkəbdir. Kirnə məscidinin plan-məkan quruluşundan hiss edilən bu özünəməxsusluq onu dövrələyən yerləşgələrlə, Cümə məscidinin ümumi quruluşu ilə bağlı yaranmışdır.

Abidənin günbəzə keçidi kubdan səkkizüzlüyə, səkkizüzlüdən onaltıüzlüyə və ondan da günbəzə keçmə prinsipi üzrə həll edilmişdir. Belə pilləli keçid məscidin həcm kompozisiyasına məntiqi və ifadəli görünüş vermişdir. İçəridə isə bu ikiqatlı keçid tağlar və tromplarla çox incə işlənmişdir. Kirnə Cümə məscidi bu konstruktiv həllinə görə səlcuq memarlığının şah əsərlərindən sayılan İsfahandakı günbədi Xaki məscidinə bənzəyir. Ancaq ondan bir az sadə biçimlidir.

Kirnə məscidinin salamat qalan başqa elementləri da incə formalı olub bir-biri ilə tam qarşılıqlı ahəngdarlıqdadır. Üstündəki tikinti kitabəsi indiyə qalmasa da, uyğun abidələrlə müqayisə Kirnə Cümə məscidinin XII əsrdə tikildiyini irəli sürməyə imkan verir [3-s, 101-102].

Naxçıvan ərazisində orta əsr sənətkarları tərəfindən inşa edilən memarlıq abidələri sırasında sufiliklə bağlı mərkəzlər – xanəgah kompleksləri xüsusi yer tutur. Dini memarlıqq abidələri qrupuna daxil olan belə komplekslərdən biri XII-XV əsrlərdə inşa olunan və zəmanəmizədək salamat vəziyyətdə gəlib çatan Xanagah Memarlıq Kompleksidir. Xanagah Memarlıq Kompleksi Culfa rayonunun Xanəgah kəndindən təxminən bir kilometr şimal-şərq tərəfdə yerləşir. Kompleks türbə, məscid və bəzi tikililərdən ibarətdir. Kompleksin əsasını təşkil edən türbənin kitabəsindən məlum olur ki, türbə əmir, isfəhsalar (baş komandan), böyük alim Uluğ Qutluğ Lələ bəyin əmri ilə Xacə Camələddin tərəfindən inşa edilmişdir. Türbə memarlıq quruluşuna görə XII əsrə aid edilir [8-s. 25].

Türbənin yuxarı künclərindəki irihəcmli tromp (memarlıqda konus hissəsi, tağvarı konstruksiya) qurşağı onun daxilinə arxaik görkəm verir. Tromplar səkkizbucaqlıdır. Stalaktik (memarlıqda prizmavari fiqur şəklində dekorativ detal) qurğusu isə onaltıbucaqlıya keçid təşkil edir ki, bu da çadırvarı günbəzin oturacağını əmələ gətirir. Türbənin günbəzi dağılmışdır. Xanəgahın giriş qapısının hər iki tə-

rəfində şərti olaraq “mehrab” adlandırılan düzbucaqlı pannolar gəcdən oyulmuş qabarıq naxışlar və dini məzmunlu kitabələrlə bəzədilmişdir. Bunlar gəc üzərində plastik oymanın ən gözəl nümunələrindəndir. Türbənin giriş baştağının memarlıq elementləri Möminə xatun türbəsinin ayrıntılarına oxşayır. Onun inşasında kərpiclə yanaşı, firuzəyi kaşıdan da istifadə olunmuşdur. Türbənin baştağına bitişik tikilmiş məscid 2 dayaqla 6 hissəyə bölünmüş və hər hissə günbəzlə örtülmüşdür.[5-s. 128]

Türbənin daxilində bir qəbir vardır. Mənbələrdə göstərilir ki, həmin qəbirdə XIV əsrdən etibarən Azərbaycanda geniş yayılan hürufilik təliminin banisi Fəzlullah Nəimi dəfn edilmişdir. Buna görə də kompleks bərpa olunarkən qəbirin üstünə qoyulan sinədaşının səthində belə bir kitabə yazılmışdır: “Şeyx Fəzlullah Nəimi. 1338-1394”.

Birinci türbəyə bitişik, ondan cənub tərəfdə inşa edilmiş türbə-məscid Şeyx Hacı Lalə Məlikin xaatirəsinə Həvva Bədr Bikə xatının səyi ilə 901-ci ildə (1496-cı il) inşa olunmuşdur.

Xanəgah kompleksində orta əsrlər zamanı Naxçıvan bölgəsində fəaliyyət göstərən müxtəlif sufi təriqətlərinə mənsub dərvişlər yaşamış və fəaliyyət göstərmişlər. Orta əsrlər zamanı əhalinin müxtəlif təbəqələri arasında böyük təsir gücünə malik olan, şərq ölkələrində mövcud olan sufiliklə bağlı mərkəzlərlə bir sırada duran bu xanəgahda yaşayan sufi təriqəti mənsubları bölgənin ictimai-siyasi həyatında, xarici müdaxilələr zamanı ərazinin işğalçılardan qorunması üçün əhalinin təşkilatlanmasında xüsusi rol oynamışlar.

Naxçıvan Muxtar Respublikası Ali Məclisi Sədrinin tapşırığı ilə kompleks 2005-ci ildə yüksək səviyyədə bərpa olunmuş, ətrafı abadlaşdırılmış, oraya gedən yola asfalt salınmışdır. 2016-cı ildə kompleksin ətrafında yenidənqurma işləri aparılmışdır.[8-s. 28, 29]

Naxçıvan Muxtar Respublikası ərazisində “imamzadə” adı ilə tanınan ən məşhur ziyarətgahlardan biri Naxçıvan şəhərində, yerli əhali tərəfindən “imamzadə” adlandırılan memarlıq kompleksidir. Şəhərin cənub tərəfində yerləşən və əhalinin böyük ehtiram bəsləyərək ziyarətə gəldiyi bu kompleks üç binadan ibarətdir. Kompleksin əsas özəyini cənub tərəfdə yerləşən türbə təşkil edir. Aşaöıdan kvadrat şəklində inşa edilən abidənin yuxarı hissəsində, silindir şəkilli gövdəsində memar çox ustalıqla qırmızı rəngli bişmiş kərpicləri üfüqi, tünd bənövşəyi rəngli kaşılı kərpicləri isə şaquli şəklidə simmetrik düzərək Bərdə türbəsində olduğu kimi xalını xatırladan bəzək ünsürü və kufi xətlə dəfələrlə təkrarlanan epiqrafik motiv – “Allah” sözünü yazmışdır.

Türbənin içərisində bir qəbir vardır. Qəbrin üstü sənduqə formasında düzəldilmiş, sementlə suvanmış, üstünə qara parçadan örtük salınmışdır. Şəhərin yaşlı əhalisinin söylədiyinə görə bu qəbirdə şiələrin VIII imamı Rzanın oğlu dəfn edilmişdir. 1926-cı ildə Naxçıvanda olan rus alimi V.M.Sısoyev muxtar respublikaya səfərinin yekunlarına həsr olunmuş elmi hesabatında bu imamzadədən danışarkən həmin qəbir haqqında da bəhs edir. Alim qeyd edir ki, deyilənlərə görə burada VIII imam Rzanin oğlu dəfn edilmişdir. Qəbrin üzərində epitafiya –məzar kitabəsi olmadığı üçün onun mənsubiyyəti, kimə aid olması haqqında dəqiq fikir söyləmək mümkün deyildir. Ancaq abidənin xalq tərəfindən “imamzadə” adlandırılmasından da göründüyü kimi qəbirdə dəfn edilən şəxs şiə imamları ilə əlaqəlidir. Görünür ki, Abbasilər xilafəti hakimləriinin təqibləri üzündən didərgin düşmüş imam övladlarından hansı isə biri Naxçıvanna gələrək orada yaşamış, əhali arasında yüksək nüfuza malik olmuşdur. Vəfatından sonra orada da dəfn edilmişdir. Yerli əhali tərəfindən ziyarətgaha çevrilən həmin qəbrin üstündə sonralar türbə inşa edilmişdir.

Bu memarlıq kompleksi, o cümlədən türbə tədqiqatçılar tərəfindən müxtəlif vaxtlarda qismən də olsa öyrənilmişdir. Ə.Salamzadə və K.Məmmədzadə Naxçıvan imamzadə kompleksinin XVI-XVII əsrlərdə yaranması fikrini irəli sürürlər. Ancaq kompleksə daxil olan binaların heç birinin üzərində inşaat kitabəsi olmadığı üçün onun təyinatı və inşa tarixi haqda dəqiq fikir söyləmək çətindir [7-s. 100, 101].

Tarix-mədəniyyət abidələri ilə çox zəngin olan Ordubad şəhərində Naxçıvan ərazisinin digər yerlərində rast gəlinməyən nadir memarlıq abidərinə də rast gəlinir. Belə abidələrdən biri şəhərin Mingis məhəllləsində yerləşən səqqaxanadır. Abidənin belə adlanması ərəbcə səqqa (su satan, su paylayan, su verən, su çəkən) və farsca xane (ev) sözlərinin birləşməsindən yaranmışdır. Səqqaxanalarda insanların istifadəsi üçün su saxlanılırdı və həmin su insanlara paylanırdı. Səqqaxanalar dini xarakterli tikililər qrupuna daxildir və vəqflər hesabına maliyələşdirilirdi. Bu məkanlar əksərən yaşıl rəngə boyanır və ya üzəri yeddi rəngdə kaşı ilə örtülürdü. Kaşı işləmələrində Kərbala müsibəti, Həzrət Abbas at belində, yaxud piyada, əynində zireh, sağ əlində nizə. Sol çiynindən asılmış su tuluğu və s. təsvir olu-

nurdu. Bundan başqa, səqqaxanın daxili divarlarında imamların və dini ziyarətgahların çərçivəyə salınmış şəkli vurulur, ələm və qıfıllar asılır, həmçinin buraya müxtəlif rəngli parçalar niyyət edib düyünlənirdi. Bu şəkillər onlara tamaşa edən hər kəsdə dini hissləri oyadırdı [4- s. 240].

Ordubad şəhərində, Mingis məscidinin şimal tərəfində yerləşən bu səqqaxanaya yerli əhalinin dediyinə görə kəhrizdən su gəlir və tikilinin ortasında olan hovuza dolurdu. Bu su insanların istifadəsi üçün saxlanılırdı. Səqqaxana bişmiş kərpiclə hörülmüşdür. Cənub tərəfdə çatma tağlı geniş giriş vardır. Ordubad şəhərinin böyük məscidlərindən olan Mingis məscidinə namaz qılmağa gələnlər burada dəstəmaz alarmışlar. Ehtimal ki, Səqqaxana Mingis məscidi XVII əsrdə bərpa olunarkən inşa edilmişdir. Orta əsrlər zamanı Azərbaycan şəhərrlərində səqqaxanalar geniş yayılmışdır. Məsələn vaxtilə Təbriz şəhərində 1400 səqqaxana olmuşdur. [4-s. 240]. Ancaq Naxçıvan bölgəsində bu qəbil abidə demək olar ki. yox dərəcəsindədəir. Ordubad səqqaxanası bu cəhətdən Naxçıvan bölgəsində yeganədir. Sonrakı dövrlərdə abidədə əhali tərəfindən bəzi bərpa və abadlıq işləri aparılmışdır [7- s. 160, 161].

Əshabi-Kəhf Naxçıvan Muxtar Muxtar Respublikasının Babək rayonu ərazisində Haça və Nəhəcir dağları arasında Naxçıvan şəhərindən 12 km aralı məsafədə olan dağdır. Əshabi-Kəhf ziyarətgahı burada yerləşir. Əshabi-Kəhf ərəb dilində "mağara adamları" deməkdir. Bu ziyarətgahdan 55-60 metr aralı, eyni istiqamətdə 15 metr uzunluğunda çox qədim tarixə malik olan məscidin divar qalıqları aydın şəkildə görünməkdədir. Bəzi yerlərdə 40 sm hündürlüyündə qalan divar əhəng məhlulu ilə hörülmüşdür. Tədqiqatçılar əhənglə işləmənin 3000 ildən artıq tarixə malik olduğunu söyləyirlər.

"Əshabi-Kəhf ocağı müqəddəs bir yer, Tanrıya inam mənbəyi kimi, ona ümid bəsləyən ilahi gücünə inanan insanların ümidgahı kimi tanınır. Bu müqəddəs yer dini turizmin əsas istiqamətlərindən sayılır [2-s. 1, 8].

Bu qədim diyar – Naxçıvan öz tarixi, dini və memarlıq abidələri ilə nəinki Azərbaycan ərazisində bütün müsəlman türk dünyasında şöhrət qazanmışdır. Dahi Əcəmi yaradıcılığının əsasını müsəlman fəlsəfi nəzəriyyəsi təşkil etmişdir. O möhtəşəm əsərlərində müqqəddəs kitabımızın Quranın ayələrindən sitatlardan gətirmişdir. Abidələrin estetik görkəmlərini bu ayələrin kufi xətlə yazılması ilə daha da zənginləşdirmişdir. Bütün bunlar bir daha sübut edir ki, onun yaradıcıllığı vahid Allaha inam əsasında formalaşmışdır.

Qeyd etdiyimiz kimi, Naxçıvan memarlıq məktəbi özünəməxsus memarlıq üslubu və tikmə texnikası ilə fərqlənsə də, islam memarlığının xüsusiyyətləri ilə daha da zənginləşmişdir. Bu abidələr bizim və türk müsəlman dünyasının mədəni irsinin gözəl incilərindəndir. Abidələri qorumaq və gələcək nəsillərə saxlamağa borcluyuq.

Ədəbiyyat:

1. Əliyeva Rahibə "Memar Əcəmi Əbubəkr oğlu Naxçıvani". Bakı,2013. 76 səh.
2. Əshabi-Kəhf ziyarətgahı. Naxçıvan, 2005. 28 səh.
3. Məmmədova Gülçöhrə, Məmmədova Zahidə "Orta əsrlər memarlığı (VIII-XIV əsrlər)".(2 cilddə). Cild 2. Bakı, 2013. 316 səh.
4. Məmmədova İ. "Təbriz şəhərinin maddi-mədəniyyəti". Bakı, 2016. 500 səh.
5. Naxçıvan ensiklopediyası. Bakı, 2002. 594 səh.
6. Salamzadə Ə.B, Məmmədzadə K.M "Azərbaycan memarlığının Naxçıvan məktəbi abidələri". Bakı, 1985. 265 səh.
7. Səfərli Fəxrəddin "Naxçıvan – türk islam mədəniyyəti abidələri". Naxçıvan, 2017. 216 səh.
8. Səfərli Fəxrəddin "Naxçıvan türbələri". Naxçıvan, 2018. 39 səh.

Səmayə HÜSEYNOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
huseynovasemaye10@gmail.com

XX ƏSRİN 20-30-CU İLLƏRİNDƏ BAKI MEMARLIĞININ İNKİŞAF XÜSUSİYYƏTLƏRİ

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ АРХИТЕКТУРЫ БАКУ В 20-30-Е ГОДЫ 20 ВЕКА

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF BAKU ARCHITECTURE IN THE 20S-30S OF THE 20TH CENTURY

Xülasə: Məqalədə XX əsrin 20-40-cı illərində Bakının memarlıq abidələri bu dövrün memarlıq tələbləri baxımından araşdırılmışdır. 20-30 -cu illərin konstruktivizm memarlığı və xüsusiyyətləri, ”Bakı konstruktivizmi”, Baki şəhərinin Baş planlarının hazırlanması və tətbiqi, yeni yaşayış massivləri, görkəmli sovet memarları, onların yaradıcılığı, müxtəlif memarlıq təmayülləri Bakının sovet dövrü memarlıq abidələri əsasında tədqiq edilmişdir.

Açar sözlər: *Bakının memarlıq abidələri, şəhərin Baş planı, konstuktivizm, yeni qəsəbələr, Azərbaycan memarları*

Abstract: In the article, the architectural monuments of Baku in the 20s-40s of the 20th century were examined in terms of the architectural requirements of this period. Constructivism architecture and features of 20-30 years, "Baku constructivism", development and implementation of Baku city master plans, new housing estates, outstanding Soviet architects, their creativity, various architectural trends were studied on the basis of Baku's Soviet-era architectural monuments.

Keywords: *architectural monuments of Baku, Master plan of the city, constructivism, new settlements, Azerbaijani architects*

Абстракт: В статье архитектурные памятники Баку 20-40-х годов XX века были рассмотрены с точки зрения архитектурных требований этого периода. На основе памятников архитектуры Баку советской эпохи изучены архитектура конструктивизма 20-30-х годов и его особенности , «бакинский конструктивизм», разработка и реализация генеральных планов города Баку, новые жилые массивы, выдающиеся советские архитекторы, их творчество, различные архитектурные направления. .

Ключевые слова: *архитектурные памятники Баку, генеральный план города, конструктивизм, новые поселения, Азербайджанские архитекторы*

Giriş

Bakı haqqında yazmağa başlar-başlamaz Qurban Səidin dünyaca məşhur “Əli və Nino” romanı yadıma düşür. Əsərin ilk səhifəsində yazılanları qısa şəkildə ümumiləşdirirəm. Bakıda rus humanitar imperator gimnaziyasının professoru Sanin dərs zamanı Əlixan Şirvanşirgilin sinfində sakini olduqları şəhərin – Bakının mədəni cəhətdən yaxşı inkişaf etdiyini, onun Avropaya aid hesab edildiyini söyləyir. Sonra sinfə sual verərək soruşur ki, siz doğma şəhərinizi Avropaya, yoxsa Asiyaya aid edirsiniz? Şagirdlər Asiyada qalmaq, asiyalı olmaq istədiklərini söyləyirlər və professorun başlatdığı bu diskussiya birdəfəlik yekunlaşır[7, s.5].

Əslində XX əsrin ilk onilliklərinin hadisələrini əhatə edən bu əsər paytaxtımızın- doğma Bakımızın həmin dövrlərdə bütün dünyadakı mövqeyini bir neçə abzaslıq sətirləri ilə aydınlaşdırır. Bakının əsrlər boyu hər iki qitənin – Avropa və Asiyanın bütün məziyyətlərini həm daxili pafosunda, həm də xarici simasında yaşatdığını ifadə edir.

“Memarlıq fenomeni”[4, s.8] hesab olunan Bakının şəhər kimi formalaşma tarixini e.ə XI əsrə aid hesab edirlər[2, s.10].Tarixin səhifələrində Bakının ən qədim dövrlərdə –Sasani imperiyası, erkən islam mədəniyyəti, Şirvanşahlar dövləti, çar Rusiyasının tərkibinə daxil edildikdən sonrakı illərdə qərarlaşan memarlıq siması haqqında zəngin məlumatlar var.

Cild qabığında T.Teylorun 1880-1881-ci illərdə çəkdiyi “Bakı və Bayıl burnu” qravürü olan “Bakı – tarixin səhifələri” kitabından oxuyuruq ki, Bakının ilk fototəsvirləri 1861-ci ildə A.Ulski tərəfindən çəkilmişdir (Bakı şəhərinin küçələri, liman, admirallıq binası). Adını qeyd etdiyim şəxs Rusiya tərəfindən Xəzər dənizinin öyrənilməsi məqsədilə ekspedisiyanın tərkibində gəlmiş donanma kapitan-

leytenantı idi.1870-ci ildə D.Yermakovun "Qafqaz" kataloqunda da Bakıya aid bir sıra fotoşəkillər var. Neft Bakısına maraq həmin dövrdə bir çox Avropa şəhərlərində çap edilən açıqçalar və fotoşəkillərdə öz əksini tapıb [2, s.13].

1920-ci ildən təxminən bir əsr əvvəl də Azərbaycan İran və Rusiya tərəfindən iki hissəyə parçalanmışdı. İstər Bakıda, istərsə də bölgələrdə inşa olunan müxtəlif təyinatlı tikililər--Azərbaycan bənna, usta və memarlarının əl işləri göz önündə idi. 1822-ci ildə Bakıda memar Hacı Məhərrəmin ərsəyə gətirdiyi Cümə məscidinin hasarları, 1839-cu ildə Bilgəhdə memar Zeynal və Rəcəb tərəfindən inşa olunan məscid, memar Zeynalabdinin 1844-cü ildə tikdiyi Binə kəndindəki məscidi, mühəndis-memar Zirvərbəy Əhmədbəyovun Bakıdakı Təbriz məscidi bu uğurların bir hissəsi idi [5].

Neft sənayesinin inkişafı nəticəsində artıq XIX əsrin sonu, XX əsrin əvvəllərində Bakı tərkibi müxtəlif millətlərdən təşkil olunmuş sənaye şəhərinə çevrilmişdir.Tarixi sənədlərdən, fotoşəkillərdən aydın olur ki, milli və dini tərkibi müxtəlif olan əhalinin ibadət etməsi üçün inşa olunan nəhəng tikililərin yer aldığı Bakıda memarlıq sənətinin də fərqli istiqamət və xüsusiyyətlərlə inkişaf etməsinə şərait vardı. "Təzə Pir" məscidi, Aleksandr Nevski pravoslav kilsəsi, Lüteran kirxası, Katolik kostyolu (polyak kilsəsi), Qriqoryan kilsəsi, Yəhidi sinaqoqunun fəaliyyət göstərdiyi şəhərdə [2,s.34]. Bakı əhalisinin milli tərkibini müəyyənləşdirmək də çətin deyil.

Əsas hissə

Bakı XIX əsrin sonu XX əsrin əvvəllərində sənaye şəhəri idi, elmi nailiyyətlərin inkişafı baxımından durmadan böyüyür, öz zahiri görkəmini, sənaye potensialını artırırdı.

Araşdırmamın məzmununa uyğun olaraq uzaq keçmişdən yaxın keçmişə – XIX əsrin sonlarına boylanacaq, memarlıq tarixinin "mavi gözlü" ," od ürəkli" "əsilzadəsini" yeni dövrün yenilikçi baxışları ilə nəzərdən keçirəcəyəm. Lakin hələ ki, Bakının nəzərdə tutulan "Baş plan"larının tarixinə nəzər salaq:

Bakı şəhərinin ilk Baş planı 1796-cı ildə rus qoşunları tərəfindən Bakının ələ keçirilməsindən sonra hazırlansa da, II Yekaterinanın ölümü çar qoşunlarının Bakını tərk etməsinə səbəb olmuş, plan baş tutmamışdı.**[**5]

Bakı Rusiya İmperiyasının tərkibinə daxil edildikdən(1806) sonrakı -1807, 1822 və 1835-ci illərdə nəzərdə tutulan Baş planlar da kağız üzərində qalmış, icra olunmamışdır.

Lakin həmin dövrdə rabad ərazisində (İşərişəhərdən kənar, bayır şəhərdə)" karvansaralar, məscidlər, hamamlar inşa edilmiş, böyük yaşıl massiv – şəhərkənarı "Xan bağı" yaradılmışdır" [6].

1859-cu ildən bu cür planlar həm rus, həm də yerli mühəndislərin layihələri əsasında yaranırdı. İlk milli mühəndis-memar Qasım bəy Hacıbababəyovun layihələri də xüsusi diqqət çəkirdi [2, s.39].

Bakının ilk Baş planı mülki mühəndis N.A. Fon der Nonne tərəfindən 1898-ci ildə hazırlandı[2, s.28]. Artıq bu dövrlərdə Rokfeller kompaniyasının məşhur neft firması, "Nobel qardaşları" şirkəti, "Rotşild "Mazut" ticarət firması kimi nəhəng şirkətlərin kapitalının Bakıya axını bu şəhəri dünya neft paytaxtına çevirmişdi [2, s.38]. Təfsilatdan çəkinəcək, Samil Fətullayev-Fiqarovun həmin Baş plan haqqında dediklərini nümunə gətirəcəyəm: "Özünün bütün nöqsanlarına baxmayaraq, fon der Nonnenin planı, M.H.Hacınskinin planı və 1920-ci illərdə İvanitski tərəfindən işlənib hazırlanmış Bakının Baş planı da daxil olmaqla, gələcək planlaşdırma işləri üçün işin kökü oldu" [4,s.67].

Qərbin neft sənayeçiləri ilə Bakı milyonçularının neft gəlirlərinin müəyyən hissəsi Bakının abadlaşdırılmasına, memarlıq quruluşunun zənginləşdirilməsinə xidmət edirdi. Əvvəl Bakıya milliyətcə polyak olan memarlar qrupu – İ.Qoslavski, E.Skibinski, İ.Ploşko dəvət edildi, sonra yerli memar kadrların fəaliyyətindən də yaradıcı şəkildə istifadə olundu. Zivər bəy Əhmədbəyov, Qafar İsmayılovun layihələri əsasında inşa edilən əzəmətli binalar və malikanələr Bakının memarlıq ansamlını daha da zənginləşdirdi. H.Z.Tağıyevin maliyyə dəstəyi, alman mühəndisi V.Lindsleyin rəhbərliyi ilə Bakıya çəkilən Şollar suyu kəməri 1911-ci ildə Bakının su təchizatına, 1887-ci ildə inşasına başlanan birinci ictimai şəhər nəqliyyatının – konkanın 1892-ci ildə istismara buraxılması da Bakının inkişaf səviyyəsinə xeyli təsir etdi [2, s.42-43, 44].

1859-cu ildə ilkin planlı "Qubernator bağı" (yunan Drakopulonun rəhbərliyi ilə), indiki Filarmoniya bağı) 1878-ci ildə Sisianov bağı ("Mətbuat evi" nin yanındakı bağça), "Parapet" ("Fəvvarələr meydanı"), "Malakan bağı" (Xaqani bağı) Bakının yaşıllıq görkəmini xüsusi ilə gözəlləşdirdi [2, s.47].

1909-cu ildə M.Hacinskinin təşəbbüsü və köməyi ilə özülü qoyulan Dənizkənarı bulvar isə şəhərin yaşıllaşdırılmasında məxsusi yerə sahib oldu.

Vaxtı ilə Şirvan – Abşeron memarlıq məktəbinin ən unikal üslublarını özündə birləşdirən Bakı memarlığı XX əsrin əvvələrində müxtəlif üslubların sintezi şəklində öz memarlıq görünüşündə dəyişikliklərlə yadda qalırdı.

Rəna Əfəndizadə isə oz kitabında 1920-ci iləqədərki Bakını çar Rusiyasının tikinti nöqteyinəzərindən ən uğursuz şəhəri hesab edir. Şəhər iki əsas hissədən ibarət idi: tipik Şərq üslubunda inşa olunmuş bu hissə dar küçəli, kiçik evlərdən və köhnə tikililərdən təşkil olunmuşdur, ərtafı qala divarları ilə əhatələnmişdir. Neft sənayesinin inkişafı ilə əlaqədar artıq XIX əsrdə Bakı şəhərin mərkəzi küçələrində sahibkarların şəxsi hesabına tikilmiş keyfiyyətli və çoxmərtəbəli daş binalar vardı [11,s.3].

1920-ci ilin aprelin 28-də Sovet hakimiyyətinin Bakını və Azərbaycanı işğalı altına aldıqdan, neft sənayesi imkanlarını öz xeyrinə dəyişdikdən sonra Azərbaycana "Müsəlman Şərqində nümunəvi Sovet respublikası" statusunun verilməsinə yönəldilmiş tədbirlər həyata keçirilməyə başladı. Bu məqsədlə də Sovet Rusiyasının ən yaxşı memarlıq qüvvələri: memarlıq üzrə akademik A.Şusev, professorlardan L.İlyin, A.İvanitski, L.Rudnev, A. və V.Vesnin qardaşları və b. Bakıya ezam olundular [2, s.59].

Memarlar birliyi Bakı şəhərinin yeni Baş planını konstruktivizm stilində geniş və hərtərəfli yaradıcılıq diapozonunun verdiyi imkanlar sayəsində həll etdilər. Bu görkəmili sənət adamlarının devizi "qənaət, fayda, gözəllik" idi.Onların tikdiyi binalar memarlıqda etalona çevrildi [3,s.138].

Əvvəl "Konstruktivizm nədir?" sualına Elçin Əliyevin cavabı ilə aydınlıq gətirib, sonra Bakının yeni" Baş plan"ları ilə mövzuya davam edəcəyəm.

Konstruktivizm dövrü memarlığı cəmiyyətdə ictimai formasiyanın təcəssümünün ifadəsi kimi meydana çıxıb.O, çağdaş memarlığın dizayn və konstruksiya sahəsində yeni ideyalarının bədii həlli kimi yaranıb.Yeni dövr özünə yeni obraz tələb edirdi.

Elçin Əliyev konstruktivizmə belə tərif verir: "XX əsr avanqardının əsas istiqamətlərindən biri olan, öz estetika və bədii təcrübəsinin mərkəzinə konstruksiya kateqoriyalarını qoyan istiqamət konstruktivizm adlanır" [3,s.19]

Bu üslubda romantikliyə yer yox idi. Məntiqə uyğun olaraq məqsədyönlülükdə konstruksiyaya və funksionallığa əsaslanılırdı. Bu istiqamətin tərəfdarları yeni texnika və ətraf mühitdə mövcud olan materiallardan (metal, şüşə, ağac) tez bir zamanda istifadə edərək məkana uyğun yaşayış şəraiti qurmağa çalışırdılar. Memar Le Korbuzye konstruktivizmin mahiyyətini "Ev- yaşayış üçün maşındır " ifadəsi ilə xarakterizə edirdi [3,s.20].

Nisbətən qısa vaxt ərzində, yəni 1924-cü ildən 1937-ci ilədək şəhərin Baş planının 3 variantı işlənib hazırlanmışdı [2, s.68].

Birinci plan memar A.İvanitski, A.Vesnin və V.Vesnin qardaşlarının layihəsi əsasında hazırlanmışdı, bu layihədə şəhərin relyefi və təbii xüsusiyyətləri nəzərə alınırdı. İkinci variantda (V.Semyonovun rəhbərliyi altında bir qrup Moskva memarı tərəfindən işlənib hazırlanmış) Bakı aqlomerasiyası sərhədlərinin yerləşdirmənin prinsipləri yaradılmış, üçüncü planda (professor L.İlyinin rəhbərliyi altında bir qrup Leninqrad memarı tərəfindən işlənib hazırlanmış) "İçərişəhər"in yarısıx mərkəzində şəhərin özəyinin yaradılması, Bakının sahilboyu hissəsinin memarlığının təşkili, şəhərin əsas magistrallarının möhkəmləndirilməsi məsələlərinə diqqət yetirilmişdir. [2, s.68-69].

Bretanitski Sovet Azərbaycanının memarlıq tarixini 3 mərhələyə bölür: 1)1920- ci illərin əvvəllərindən – 1930-cu illərin ortalarnaqədərki dövr, 2) 30-cu illərin ortalarından 50-ci illərin əvvəllərinəqədərki dövr, 3) 50-ci illərin ortalarından 1960-cı illərin sonunaqədərki dövr [10,s.40].

Bretanitski kitabda A. P. İvanitskinin Bakı üçün nəzərdə tutulmuş Baş planını Moskva və Leninqrad şəhərlərinin Baş planından sonra (Sankt-Peterburq) ittifaqdakı ən böyük məqsədyönlü plan adlandırır [10,s.50]. Baş planda ilk dəfə olaraq şəhər mərkəzinin dənizə doğru inkişafı, baş magistral yoldakı sahənin – Hökümət Evi ansamblının tikinti kompozisiyasının nəqliyyat yolu ilə əlaqələndirilməsi nəzərdə tutulmuşdur [3,s.52].

Rəna Əfəndizadə yazır ki, Bakı 1920-ci ildən sonra ittifaq miqyasında birinci şəhər idi ki, onun Baş planı hazırlanmışdı və A. P. İvanitskinin başçılığı ilə işçi qrupu 1923-cü ildə işin icrasına başlayıb, işə 1927-ci ildə bitirməli idilər. İlk növbədə yeni qəsəbələrin ,yaşayış evlərinin tikintisi nəzərdə tutulurdu [11,s.13].

Bretanitski konstruktivizmin liderləri olan L.B.A Vesnin qardaşlarının, M.Ginzburqun, K.Melnikovun, İ.Leonidovun yalnız öz estetik zövqlərinin deyil, öz yaradıcılıq konsepsiyalarının da geniş

müdriklik düşüncəsi olaraq irəli sürürdükləri qənaətindədir. O, Vesnin qardaşlarının layihəsi əsasında inşa olunan Mədəniyyət evlərini (Bayılda, Qara şəhərdə, Suraxanıda, Zabratda və Binəqədidə) çox uğurlu hesab edir[3,s.52].

Əslində rus konstruktivistləri formanı təşkil edərkən ənənəvi bədii obrazlardan imtina edirdilər. Konstruktivizm memarlığı sözdə milli memarlıqdan tamamilə imtina demək idi, ancaq işə gəlincə iradələrindən asılı olmayaraq Abşeron milli memarlıq məktəbinin irsinə də əsaslanan əsərlər yaradırdılar [1, s.7].

Bakının yeni üslubda tikintisindən danışarkən Sovet imperiyasının hələ yerlərdə kök salmamışdan əvvəl başlatdığı dağıntılardan da söhbət açmaq yerinə düşər. Ateist mövqeyə malik sosialist cəmiyyəti bütün dinlərdən imtina edirdi. Bu daha çox "şəhərsalmada" dağıdıb-yox etmə" prinsiplərinə də əsaslanırdı və nəticə olaraq 1921-1922-ci illərdə Azərbaycanda məscidlərin kütləvi bağlanması kompaniyasına başlandı (Şəhla 118). 1929-cu ildə respublikada 1720 məscid vardı. Elə həmin ildə 313 məscid, 60 kilsə bağlandı" [8,s.123].

Lakin bununla belə əhali Bakının mərkəzi küçələrində iki məscid tikdi. 20-ci illərdə məscidlərdən mədəni-maarif evləri kimi istifadə edilir, 30-cu illərdə artıq onlar dağıdılırdı. 1935-ci ildə Bakının ən iri – Təzə Pir, Məhəmmədli, Hacı Baba, Qasım bəy, Şirvanlılar məscidləri kitabxana, uşaq evi, yataqxanaya verildi (Şəhla səh 25). 1931-ci ildə Bakıdakı Roma-katolik kilsəsi bağlandı, keşiş Stepan Demurov güllələndi [8,s.126].

Bütün bu proseslərin fonunda Bakının yenidən qurulması prosesi də davam edirdi.

Elçin Əliyev öz kitabında dünya konstruktivizminin iki mərhələsi haqqında ətraflı yazır. Birinci mərhələ – qeyri-tətbiqi konstruktivizm mərhələsi hələ praktik olaraq həyata keçməyən proyektlərə əsaslanır və mahiyyətin mücərrəd qurması kimi dəyərləndirilir. İkinci mərhələdə artıq əməli-tətbiqi konstruktivizm meydana çıxır ki, bu da haqqında söhbət açacağımız Sovet dövrü konstruktivizmi ilə birbaşa əlaqələnir[3,s.72].

1924-cü ildə M.Y.Ginzburqun "Üslub və dövr" kitabı sovet konstruktivizminin manifesti hesab edildi [3,s.81].

1920-ci illərin ortalarında Abşeronda qəsəbə-bağ tikintisi üzrə işlər, [3,s.144] 20-ci illərin sonuna yaxın "yaşıl şəhər" ideyası genişləndi [3,s.149]. "Şəhər-bağ" ideyalarını [3,s.152] ilk dəstəkləyənlər İosif Ploşko və Z. Əhmədbəyov oldu. Tez bir zamanda Bakı ətrafında, Abşeronda neft verməyən torpaqlardan istifadə olundu. Təbii ki, bu layihə mərhələli şəkildə həyata keçirildi [3,s.152].

1923-cü ildə Razin adına ilk fəhlə qəsəbəsinin əsası qoyuldu. Vestnin qardaşlarının layihələndirdiyi 10 min mənzillik Razin qəsəbəsi Yeni Qroznı neft fəhlələri üçün layihələndirilmiş qəsəbədən üç dəfə böyük idi [3,s.142].

1923-25-ci illərdə Vorovski, Artyom adına və Yeni Ramanı qəsəbələri meydana gəldi, 1923-29-cu illərdə Ağ şəhərdə, Zabratda, Suraxanıda, Şubanıda fəhlə qəsəbələri tikildi. 1930-cu ildə Yeni Suraxanı, 1932-1934-cü illərdə Binə və Lökbatanda qəsəbələri salındı [3,s.153].

"Bakının dənizkənarı hissəsi ilə şimal-qərb ətrafı tramvay xətti ilə bağlandı və bu SSRİ-də bütöv yaşayış rayonunun kompleks tikintisinin ilk nümunəsi oldu "[3,s.154].

Ev-kommuna tikililəri (hava limanı təyyarələri üçün nəzərdə tutulan) də geniş vüsət aldı [3,s.157] . Məktəblərin, uşaq bağçalarının tikintisi xüsusilə yaddaqalan idi.

1927-ci ildəAzərbaycan Dövlət nəşriyyatı mətbəə binası üçün layihə müsabiqəsi elan olunanda müsabiqəyə 42 layihə təqdim olunmuşdu [3,s.128]. 30 yaşlı memar S.Penin layihəsi müsabiqədə qalib gəldi.1931-ci ildə bu layihə əsasında indiki "Azərnəşr" in binası tikildi. Çox maraqlıdır ki, bu tikinti keçmiş Sisianov bağının yerində inşa olundu.(1806-ci ildə Sisianov orada öldürülmüşdü). [3,s.230]

30-cu illərin əvvəllərində Vesnin qardaşlarının mədəniyyət evləri, onların layihəsi əsasında Bakıda Bayıl, Qara şəhər və Suraxanıdakı fəhlə klubları,1932-ci ildə Şaumyan adına Mədəniyyət sarayı tikilmişdi. Bu zaman E.Nobel və "Nobel qardaşları" cəmiyyətinin şəxsi vəsaitləri hesabına tikilmiş Müqəddəs İlya peyğəmbərin möhtəşəm Qara şəhər pravoslav kilsəsi sökülmüşdü [3,s.111].

Sadıq Dadaşov və Mikayıl Hüseynovun Bayıldakı fabrik-mətbəxi, Semyon Penin Mətbuat sarayı, Q.Ter-Mikelovun S.M.Kirov adına Fizioterapevtik Balneoloji İnstitutu, Dövlət Bankının binası, A, Şusevin "İnturist"mehmanxanası, İ.Nikitinin sovet ticarət işçilərinin mədəniyyət sarayı, K.Şençix və M.Qusmanın "Dinamo" idman sarayı Bakının memarlıq simasının bəzəyi idi [3,s.239]. L.İlyin 30-cu illər Bakısını "damsız renessans" adlandırıdı [11,s.49].

1930-cu illərdə konstruktivizmdə üslub dəyişikliyi baş verdi və termin kimi "postkonstruktivizm" dən istifadə etdilər [3,s.82].

1930-cu illərin sonunda artıq tikintidə rasionalizm və funksionalizm cərəyanları irəliyə keçmişdi. Lakin fərdi tikinti sahəsində yenə konstruktivizmin ifadəsi qalmaqda idi. ("İnturist" mehmanxanası 1988-ci ildə sürüşmədən sonra bərpa edildi. Ancaq təəssüf ki, 2002-ci ildə söküldü) [3,s.229].

"Bakı konstruktivizmi" sovet konstruktivizminin kökləri əsasında yaransa da, öz mahiyyətində həcm klassikasını, təbii iqlim və məkan mühitinə görə fərdi əlamətləri ilə özünəməxsusluq daşıyır [3,s.239]. Keçmiş SSRİ-nin müxtəlif şəhərlərindəki konstruktivizm dövrü abidələri ilə müqayisə olunanda Bakı koloriti öz yüngül və cəlbediciliyi ilə məxsusilik nümayiş etdirir. Rüfət Ağazadə bu barədə belə yazır: "Sosialist Şəhərsalma üslubunun sovet dövründə dəbdə olan konstruktivzm və rassionalizmlə yanaşı milli memarlığın " eklektika" və "bərpaçılıq" meyillərini bir araya gətirən nümunələri mövcuddur" [1, s.7].

1932-ci ildə Mərkəzi Komitənin "Ədəbi-bədii təşkilatların yenidən qurulması barədə qərarından sonra bütün incəsənət qrupları ləğv edildi.

Konstruktvizm devizini "Səmimiyyət" və "Düzgünlük" adlanan yeni memarlıq şüarı əvəz etdi. Bir tərəfdən qısa vaxt ərzində faydalı və səmərəli həyat şəraiti yaratmağa xidmət edən konstruktivizm artıq "memarlıq yalanı" hesab olunmağa başladı.

Bu da əsassız deyildi, çünki yeni sosialist cəmiyyətin estetik ideyaları dəyişilirdi [2,s.254]. 1940-cı illərdə həyat şəraiti əsaslı surətdə yaxşılaşdı, sosializm bütün sahələrdə qələbə çaldı. Bunu bütün sahələrdə, memarlıqda da əks etdirmək və əbədiləşdirmək lazım idi. İ.Stalin əmin idi ki, abstrakt incəsənət kütləyə aydın deyil, sosialist realizmi incəsənəti yaratmaq lazımdır [3,s.258]. İncəsənət xalqa məxsusdur" süarı vasitəsilə memarlıqda keçmişin – tağlı, sütünlu, təkəbbürlü formaları artıq Stalinin "neoklassizmi" hesab olunurdu. Bir tərəfdən SSRİ-də "burjua formalizmi" kimi qədim abidələr tənqid olunur, digər tərəfdən "XIV Lüdovikin zamanında olan saraylar "proletarsayağı" hesab olunurdu.

1932-1936-ci illər "postkonstruktivizm" dövrü olaraq tarixə keçdi, müəyyən zaman kəsiyində konstruktivizmin izləri memarlıq sahəsində görünməkdə davam etdi, çünki mövcud və adət edilmiş formalardan birdəfəlik imtina etmək hədsiz çətin idi. Əslində bu, Azərbaycan memarlığının yeni bədii üslubunun formalaşması üçün əlverişli oldu [3,s.261].

1936-cı ildə Azərbaycan Memarlar İttifaqı yarandı. "Yeni yaradıcılıq imkanlarını müasir konsepsiyaya uyğunlaşdırmağı bacaran gənc azərbaycanlı memarlar – Sadıq Dadaşov və Mikayıl Hüseynov yeni şəraitə tez uyğunlaşdılar.

Qeyd etmək lazımdır ki, 1929-cu ildə Azərbaycan Politexnik İnstitutu inşaat fakültəsinin ilk buraxılışı oldu. Fəal yaradıcılıq fəaliyyətinə başlayan gənc memarlardan S.Dadaşov və M.Hüseynov qısa müddət ərzində bir çox binaların layihəsini hazırladılar və onların tikilməsinə nail oldular. "Bunlardan Bayıldakı fabrik-mətbəx (indiki doğum evi), Azərbaycan Sənaye İnstitutunun (indiki Azərbaycan Neft Akademiyası) yeni tədris korpusu (hər ikisi 1932), İncəsənət İşçiləri Evi, bir sıra yaşayış binaları kompleksi, bu memarların qısa zaman ərzində altına imza atdıqları incəsənət əsərləri idi.

Onların Şirvanşahlar saray- kompleksinin ölçmə uvrajları , bu abidələrin öyrənilməsi, milli element və motivlərdən müasir binaların inşasında istifadə etmələri də xüsusi qeyd edilməlidir [5].

1930-1950-ci illər iki milli memarın Sadıq Dadaşov və Mikayıl Hüseynovun yaradıcı axtarışları, uğurları, milli memarlıq elementlərindən istifadə qabiliyyətləri Azərbaycan memarlığının ən peşəkar nailiyyətləri idi [1, s.9].

XX əsr Bakı memarlığı 200-dən artıq birgə layihəyə imza atmış, şəhəri "məzmunca sosialist, formaca milli" memarlıq gülüstanına çevirən Sadıq Dadaşova və Mikayıl Hüseynova borcludur.

1930-cu illərin sonundan başlayaraq 1950-ci illər SSRİ memarlığının Stalin dövrüdür. Bu illər boş qalmış ərazilərdə tikintinin sürətini artırmağa hesablanmışdı. Çünki şəhərin mərkəzi hissəsi kifayət qədər obyektlərlə əhatə olunmuşdu [3,s.262]. "Bakı şəhərində Azərbaycan SSR-nin Sovetlər Sarayı binasının eskiz layihəsinin tərtibi" üçün elan olunmuş müsabiqədə L.Rudnev, V.Munts və K.Tkaçenkonun layihəsi birinci yeri tutdu. Halbuki həmin müsabiqəyə təqdim olunan layihələr içərisində müəllifləri Sadıq Dadaşov və Mikayıl Hüseynovun olduğu "Hökumət Evi " ansamblının ən layiqli nümunəsi də vardı.

Dadaşov və Hüseynovun ən gözəl memarlıq layihələri "Nizami" kinoteatrı, "Milli Elmlər Akademiyası binaları kompleksi", Üzeyr Hacıbəyli adına Bakı Musiqi Akademiyası, Cəfər Cabbarlı meydanında ADNA-nın korpusu, ATU-nun, AMİU-nin Memarlıq fakültəsinin korpusları, Sabir adına

ADPK, Elitar Gimnaziya, Bakı Türk Anadolu Liseyi, Üzeyir Hacıbəyli, Nizami, Səməd Vurğun abidələrinin memarlıq həlli idi [1, s.10].

30-cu ildə şəhər qəbirstanlığı ərazisində məcburi iməçilik vasitəsilə S.M.Kirov adına Dağüstü parkın salınması da bu dövr memarlığının nümunəsi idi. Əslində sürüşkən əraziyə malik yerdə park salmaq professor İ.İlyinin layihəsi idi. Bu bir tətəfdən inşaata yararsız zonanın yaxşılaşdırılması, digər tərəfdən paytaxtın ümumi arxitektura kompozisiyasında mühüm rol oynayacaqdı. Köhnə qəbirstan həm də 1918-ci il hadisələrinin qurbanlarının uyuduğu müqəddəs məkan idi.(İndi həmin ərazidə Azərbaycan İstiqlal Muzeyi və 1990-cı il Qara Yanvar qurbanlarının və Qarabağ müharibəsində həlak olanların uyuduğu Şəhidlər xiyabanı yerləşir) [2, s.70-71].

Nəticə

Sovet hakimiyyətinin ilk illərində Bakıda həyata keçirilən şəhərsalma və quruculuq işləri, şəhərin Baş Planının hazırlanması, ilkin variantlar, şəhərətrafı fəhlə qəsəbələrinin salınması 20-30-cu illər Bakının memarlıq həyatında baş verən köklü dəyişikliklər idi. Həmin dövr tarixə "konstruktivizm memarlığı" kimi daxil olub. Bu memarlıq cərəyanının mahiyyəti, işlənmə və fəaliyyət mexanizmi, Bakı şəhərinin və ətraf qəsəbələrin inkişafı, infrastrukturun bərpası, neft fəhlələrinin həyat şəraitini yaxşılaşdılması üçün nəzərdə tutulan işlərin gedişatı, təbii ki, XX əsrin 20-30-cu illərinin memarlıq sahəsindəki çox böyük uğuru idi."Bakı konstruktivizminin"nin nümayəndələrinin yaradıcılığı, milli kadrların fəaliyyəti, onların Azərbaycan memarlığına təqdim edib yadigar qoyduğu möhtəşəm sənət nümunələri indi də doğma Bakımızın fəxri və bəzəyidir. Nəticə olaraq "Bakı-tarixin səhifələri" kitabının müəl-liflərinin təbiriycə desək, "20-30-u il memarlığı "konstruktivizm","sosrealizm",yaxud "Stalin üslubu" olmasından asılı olmayaraq Bakı memarlığının şanlı davamı idi" [2, s.75].

Ədəbiyyat:

1. Ağazadə R. Azərbaycan memarlığı inkişaf yollarında. Bakı, Şərq-Qərb, 2013, 383 s.
2. Dadaşova S, Qasımzadə E, Məmmədov Q. Bakı – tarixin səhifələri (Əlavə edilmiş və yeniləşmiş II nəşri). Bakı, Şərq-Qərb, 2013,188s.
3. Əliyev E. Konstruktivizm dövrü. Şərq-Qərb,2013,266s
4. Fətullayev-Fiqarov Ş. Bakının memarlıq ensiklopediyası . Bakı ,Şərq-Qərb.-2013.- 524s.
5. XX əsrdə Azərbaycan memarlığının inkişafi https://azerbaijan.az/related-information/48
6. Memarlıq. Sovetlər dövrü. https://bakucity.preslib.az/az/page/UYJmhAxvzO
7. Mikayılova M. Sovet dövrü Bakıda yaşayiş evlərinin memarliq üslubu
8. https://www.elibrary.az/docs/jurnal/jrn2018_639.htm
9. Nuruzadə Ş. XX əsrin 20-30-cu illərində Azərbaycanda Etnokonfessional şərait. Bakı, Xəzər Un-ti, 2010. – 216 s.
10. Səid Qurban. Əli və Nino.Bakı, Şərq-Qərb, 2006,208 s.
11. Бретаницкий Л., Саламзаде А. Архитектура Советского Азербайджана. Москва, Издательство "Искусство",1970
12. Эфендизаде Р. М. Архитектура Советского Азербайджана, Москва, Стройиздат, 1986,319 с.



Şəkil 1. Nizami kinoteatrının binası. İnşa tarixi 1934. Memarlar S.Dadaşov və M.Hüseynov



Şəkil 2.”Mətbuat sarayı”. İnşa tarixi 1933. Memarı Pen Semyon Samoyloviç



Şəkil 3.Beşmərtəbə binası (1929).



Şəkil 4.Hökumət evi binası (1924-1952). Müəlliflər: Lev Rudnev və Vladimir Munts.

Xədicəxanım ƏLİYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant xdcalieva@gmail.com

AZƏRBAYCANDA MƏDƏNİ İRS NÜMUNƏLƏRİNDƏN QONAQPƏRVƏRLİK SƏNAYESİNDƏ İSTİFADƏ PROBLEMLƏRİ

PROBLEMS OF USE OF CULTURAL HERITAGE EXAMPLES IN THE HOSPITALITY INDUSTRY IN AZERBAIJAN

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИМЕРОВ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Xülasə: Məqalədə Azərbaycanın mədəni irs nümunələrindən qonaqpərvərlik sənayesində istifadə problemlərindən, necə və hansı istiqamətlərdə istifadə olunmasından bəhs olunur. Mədəni irs resurslarından istifadə etməklə qonaqpərvərlik sənayesi məhsulunun yaradılması barədə müxtəlif misallar onu göstərir ki qonaqpərvərlik sənayesi üçün bu mənbə yaradıcı və innovativ strategiyaların tətbiqi sahəsində bir tükənməz sahədir. Mədəni irs elementləri qonaqpərvərlik sənayesi məhsulu kimi inkişaf etdirilərkən ilk əvvəl onun əhəmiyyəti öyrənilərək qiymətləndirilir, səyahətçinin onu görməsi, təcrübə etməsi üçün lazımi bütün xidmətlər və infrastruktur ehtiyacları yaradılır, qonaqpərvərlik sahəsində ərazinin təbliğat işləri aparılır. Bu kimi problemlər və həll yolları, atılan addımlar məqalədə öz əksini tapmışdır. Həmçinin elmi məqalədə Azərbaycanda mövcud olan maddi və qeyr-maddi irs nümunələri haqqında informasiya azlığı bələdçi problemi kimi məsələlərə də toxunulmuşdur.

***Açar sözlər**: qonaqpərvərlik sənayesi, mədəni irs nümunələri, maddi və qeyri-maddi mədəni irs, problem*

Abstract: The article talks about the problems of using examples of Azerbaijan's cultural heritage in the hospitality industry and how and in which directions they are used. Various examples of the creation of a hospitality industry product using cultural heritage resources show that this resource for the hospitality industry is an inexhaustible area for the application of creative and innovative strategies. When cultural heritage elements are developed as a product of the hospitality industry, first of all, its importance is studied and evaluated, all necessary services and infrastructure needs are created for the traveler to see and experience it, promotion of the area is carried out in the field of hospitality. Such problems and solutions, steps taken are reflected in the article. Also, in the scientific article, issues such as lack of information about material and non-material heritage examples in Azerbaijan were touched upon.

***Keywords**: hospitality industry, examples of cultural heritage, tangible and intangible cultural heritage, problem*

Абстракт: В статье говорится о проблемах использования примеров культурного наследия Азербайджана в индустрии гостеприимства, о том, как и в каких направлениях они используются. Различные примеры создания продукта индустрии гостеприимства с использованием ресурсов культурного наследия показывают, что этот ресурс является неисчерпаемой областью для применения индустрии гостеприимства творческих и инновационных стратегий. При разработке элементов культурного наследия как продукта индустрии гостеприимства в первую очередь изучается и оценивается его значимость, создаются все необходимые услуги и инфраструктурные потребности для того, чтобы путешественник мог его увидеть и ощутить, осуществляется популяризация территории. сфере гостеприимства. Такие проблемы и решения, предпринятые шаги отражены в статье. Также в научной статье были затронуты такие вопросы, как отсутствие информации об образцах материального и нематериального наследия в Азербайджане.

***Ключевые слова:** индустрия гостеприимства, примеры культурного наследия, материальное и нематериальное культурное наследие, проблема*

Mədəni irs bir qrup və ya cəmiyyətin keçmiş nəsillərdən miras qalmış maddi və qeyri-maddi irs sərvətlərinin irsidir. Keçmiş nəsillərin bütün irsi "miras" deyil; daha doğrusu, irs cəmiyyətin seçdiyi məhsuldur. Hər bir xalqın mədəni irsi özündə maddi və mənəvi mədəni irsi əks etdirir. Mədəni irsə malik olmaq hər bir xalqın toxunulmaz hüququdur. Ümumdünya mədəni irsin və təbii sərvətlərin qorunması haqqında "YUNESKO-nun 16 noyabr 1972-ci il tarixli Konvensiyasında (Azərbaycan bu sənədə 1993-cü il dekabr ayının 6-da qoşulmuşdur) "mədəni irs" anlayışının dəqiq tərifi verilmişdir:

“Abidələr – tarixi baxımdan əhəmiyyətli, universal dəyərə malik memarlıq nümunələri; ansambllar – tarixi baxımdan əhəmiyyətli universal dəyərə malik əlahiddə və ya bir-biri ilə əlaqəli tikililər qrupu”, 1976-cı il noyabr ayının 26-da Nayrobi şəhərində keçirilmiş BMT-nin təhsil, elm və mədəniyyət məsələləri üzrə baş konfransının qəbul etdiyi “Tarixi ansamblların mühafizəsi və müasir rolu haqqında” tövsiyələrində bildirilir: “Tarixi və ya ənənəvi ansambllar” dedikdə, toxunulmazlığı və dəyəri arxeoloji, memarlıq, tarixi, estetik və sosial-mədəni baxımdan tanınan, şəhərlərdə yaşayış məskənlərini təşkil edən istənilən bina, tikili qrupları, şəhərlərdə yaşayış məskənlərini təşkil edən istənilən bina, tikili qrupları, arxeoloji qazıntı yerləri də daxil olmaqla, açıq məkanlar nəzərdə tutulur. Bir-birindən fərqlənən bu ansambllar arasında tarixi şəhərlər, qədim şəhər məhəllələri xüsusilə seçilir". Mədəni irs elə bir sərvətdir ki, onun mühafizəsi, qorunması və təbliği öz vətəndaşları, beynəlxalq birlik qarşısında müvafiq öhdəliklər götürmüş dövlətin vəzifəsidir.

Xalqları mədəni irs qədər, milli-mənəvi ənənələr qədər, dəyərlər qədər birləşdirən başqa bir vasitə yoxdur. Biz bu vasitələrdən daim istifadə etməliyik.

Azərbaycanlı milli mənlik şüurunun və ləyaqət hisslərinin tükənməz mənbəyi bizim qədim və zəngin mədəni irsimizdir. Ağır sarsıntıları və qələbələri, taleyüklü dönüşləri, əsrlərin ibrətamiz dərslərini, zamanın fırtınalarına tab gətirmiş mədəniyyət abidələrini istər eyni və ya qohum etnosların, istərsə də, əsrlər boyu eyni ərazidə mehribanlıqla yaşamış müxtəlif etnoslara mənsub əhalinin ümumi sosial yaddaşına çevirən tarix, mədəni irs zaman keçdikcə bir-birini əvəz edən ayrı-ayrı nəsillərə vahid bir toplum keyfiyyəti verir, onun nümayəndələrinə soy-kökünü, dost-düşmənini tanıdır. Tarix, mədəni irs ən qüdrətli milli özünüdərk məktəbidir. Sovet hakimiyyəti illərində məqsədyönlü, məkrli niyyətlərlə Azərbaycan tarixi ideoloq-alimlər tərəfindən saxtalaşdırılmışdır. Bu gün, heç şübhəsiz ki, tarixi oğurlanmış azərbaycanlılar üçün keçmişini bilmək yalnız onunla fəxr etmək deyil, habelə, azərbaycançılıq tərbiyəsində mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Mədəni irs resursları avtomatik olaraq qonaqpərvərlik sənayesinin məhsulu demək deyil. Mədəni irs resurslarından istifadə etməklə qonaqpərvərlik sənayesi məhsulunun yaradılması planlaşdırma, marketinq, investisiyanın cəlb edilməsi ilə ortaya çıxan mürəkkəb bir prosesdir. Mədəni irs resursunu turistin ziyarət etməsi üçün yol infrastrukturu və daşınma xidməti, iaşə və qonaqlama xidməti, ərazini təhlükəsiz və rahat şəkildə kəşf etməsi üçün lazım olan xidmətlər, turistin məmnuniyyəti üçün təhlükəsiz və rahat hərəkət etməsi, bütün ehtiyaclarına cavab verən tədbirlərin cəmi görüldükdə qonaqpərvərlik sənayesi məhsulu formalaşdırmaq mümkün olur. Dünya praktikasında qonaqpərvərlik sənayesi məhsulunun yaradılması prosesi əsasən 3 müxtəlif mərhələdən keçir. Hər şeydən əvvəl mədəni irs resursunu qonaqpərvərlik sənayesinin məhsuluna çevirmək istəyən maraqlı tərəf (dövlət, yerli hakimiyyət orqanı, özəl şirkət və s.) bazar araşdırması edir və nəzərdə tutduğu mədəni irs resursunu potensialı haqqında ilkin məlumatları toplayır, iqtisadi və sosioloji metodlarla təhlil edərək gələcək məhsulun bazarda rəqabətliliyini və cəlbediciliyini qiymətləndirir. Əgər mədəni irs resurslarının turizm potensialının həqiqətən də böyük olduğu aşkara çıxarsa, o zaman qonaqpərvərlik sənayesi məhsulunun inkişaf etdirilməsi mərhələsi başlayır. Bu zaman mədəni irs resursuna əlçatanlıq, iaşə və qonaqlama vasitələri, təhlükəsiz hərəkət, ərazinin mədəni irs dəyərlərini izah edən materialların və vəsaitlərin hazırlanması və s. işlərə start verilir. Mədəni irs resursu bu zaman daha dərindən tədqiq edilir, turizm hekayələri hazırlanır, turistlərin hərəkəti, təhlükəsizliyi və sağlamlığı üçün lazım olan bütün birbaşa investisiyalar həyata keçirilir. Üçüncü mərhələdə isə markentinq və təbliğat işlərinə start verilir və turizm məhsulunun hazır olması barədə məlumatlar yerli və beynəlxalq turizm bazarına, əlaqədar qonaqpərvərlik sənayesi nümayəndələrinə çatdırılır. Son iki mərhələ adətən paralel şəkildə həyata keçirilə bilir, belə ki, qonaqpərvərlik sənayesi məhsulunun inkişaf etdirilməsi prosesi bəzən uzun müddətə başa çatır və buna görə də təbliğat və marketinq işlərinə bəzən daha əvvəl start verilə bilir [5; s.124].

Azərbaycan kontekstində mədəni irs resursları əsasında qonaqpərvərlik sənayesi məhsulunun hazırlanması prosesinə “Basqal” Dövlət Tarix-Mədəniyyət qoruğunda 2019-2022-ci illərdə həyata keçirilmiş layihələr uğurlu bir misal kimi göstərilə bilər. Belə ki, “Basqal” Dövlət Tarix-Mədəniyyət Qoruğu haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 3 oktyabr 2018-ci il tarixli 518 nömrəli sərəncamına əsasən Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi tərəfindən “Basqal” Dövlət Tarix-Mədəniyyət Qoruğu (Qoruq) ərazisində 3 müasir turizm infrastrukturunun yaradılması, həmçinin uzunmüddətli bərpa və konservasiya işləri baş tutmuş, Qoruğun mədəni irs dəyərlərinin qorunması, təbliği istiqamətində addımlar

atılmışdır. İlk öncə onu vurğulayaq ki, bölgədə "Basqal" Qoruğu ilə oxşar memarlıq abidələri, şəhərsalma quruluşu ilə seçilən "Lahıc" Dövlət Tarix-Mədəniyyət qoruğunun artıq uğurlu bir qonaqpərvərlik sənayesinin destinasiyasına çevrilməsi Basqalın da bu mənada böyük potensiala sahib olduğunu göstərdi. İlkin araşdırmalara görə Basqalın zəngin mədəni irs nümunələrinin – qədim ənənəvi kəlağayı sənətinin burada yaşaması, 5 əsrlik yaşı olan tarixi şərq çinarı və XVII əsrə aid tarixi hamamın olması, Basqalın Azərbaycanın şimal-qərb turizm dəhlizi üzərində yerləşməsi və həmçinin yaxınlığında 5 ulduzlu hotelin olması kimi xüsusiyyətləri burada qonaqpərvərlik sənayesinin inkişafı üçün zəngin potensialın olduğunu göstərdi. Demək, turizm bazarında "Basqal" kimi bir qonaqpərvərlik sənayesi məhsuluna olan tələbat təsbit edilmiş və məhz bundan sonra Prezident Sərəncamı ilə (2018) birbaşa dövlət investisiyası hesabına "Basqal" qoruğu ərazisində turizmin inkişaf etdirilməsi prosesi başa çatmışdır [1].

İlk öncə Basqal ərazisi ilə bağlı Dövlət Turizm Agentliyinin sifarişi ilə üç vacib sənəd hazırlanmışdır:

1. Basqalın mədəni irs resursları, qəsəbədə olan sosial-iqtisadi dinamikası, infrastrukturunun mövcud vəziyyəti, bərpa və yenidənqurmaya olan ehtiyaclar və s. barədə "Baza tədqiqat işi" hazırlanmışdır.

2. "Baza tədqiqat işi"ndə əksini tapan problemlərin həlli, icma əsaslı xırda biznesin inkişafı, turizm məhsulunun inkişaf istiqamətləri ilə bağlı bütün qarşıda duran tapşırıqların əks olunduğu "Biznes və Turizm inkişaf Planı" hazırlanmışdır [2].

3. Basqalın turizm konsepsiya sənədi funksiyasını daşıyan, "Biznes plan"da əksini tapan məsələləri vizuallaşdıran və gələcəkdə necə görünəcəyini əks etdirən "Master Urban Plan" sənədi hazırlanmışdır. Bundan başqa, "Basqal" Qoruğu ərazisində başladılmış təmir-bərpa, konservasiya və rekonstruksiya işlərinin elmi-nəzəri bazasının formalaşdırmaq, həmçinin aparılacaq tikinti-inşaat işləri üçün tövsiyə və təlimatlar hazırlamaq üçün "Basqal Mədəni İrsi : Təmirbərpa kitabı" ərsəyə gətirilmişdir. Azərbaycanın mədəni irsinin qorunması sahəsində ilk kompleks elmi-praktiki dərslik kimi bu kitab "Basqal" qoruğunda aparılacaq bütün bərpa işləri üçün memarlıq tipologiyaları təklif edir, bərpa işlərinin mədəni irsin və yerli memarlıq ənənələrinin tələblərinə uyğun şəkildə aparılması üçün müvafiq normaları təklif edir [3].

Ümumiyyətlə, əgər mədəni irs ərazi barədə dərin elmi tədqiqatlar mövcud deyilsə, qonaqpərvərlik sənayesinin inkişaf etdirilməsi zamanı paralel olaraq mədəni irs elementləri haqqında elmi tədqiqatların aparılması çox vacibdir. Bu, xüsusən arxeoloji və çox hissəsi dağılmış abidələrdə qonaqpərvərlik sənayesinin inkişaf etdirilməsi zamanı çox vacib bir məqamdır. Həqiqətən də, vizual olaraq dərin məlumatları əks etdirməyən arxeoloji abidələrin tarixi, mədəni irs dəyərləri, artefaktların bədii və semyotik izahı dərin elmi tədqiqatların təqdim etdiyi məlumatlar əsasında əlçatan ola bilər. Bu barədə 2011-ci ildə Atəşgah məbədində aparılan bərpa və konservasiya işlərini xüsusilə vurğulamaq lazımdır.

"Basqal" qoruğu kimi digər analoji misal Balaxanı kəndində aparılmış bərpa və konservasiya işləridir. Bakının tarixi kəndlərindən biri olan Balaxanı kəndinin küçələri yenidən qənbər daşları ilə döşənərək ev və hasarların fasadları yenilənmiş, karvansaray, hamam və tarixi Bakı evləri kimi bir sıra tarixi abidələr bərpa edilmiş, bir sıra sənətkarlıq emalatxanaları və orqanik məhsullar satılan dükanlar bərpa edilmiş, parkinq xidməti yaradılmış, tarixi ərazi içərisində avtomobillərin hərəkəti məhdudlaşdırılmışdır. Yeri gəlmişkən bunu vurğulamaq lazımdır ki, "Tarix və mədəniyyət abidələri" haqqında qanunun 12. maddəsinə görə "abidələrə yaxın olan və ya onların mühafizə zonasından keçən yol sahələrində nəqliyyat vasitələrinin hərəkəti abidələrin qorunması üçün təhlükə yaradarsa" onların hərəkəti məhdudlaşdırıla və ya qadağan edilə bilər". Təsadüfi deyildir ki, turistlərin çox ziyarət etdiyi İçərişəhərdə, həm də Lahıc qəsəbəsində avtomobil vasitələrinin hərəkəti kənardan gələn şəxslər üçün məhdudlaşdırılmışdır. Lahıc qəsəbəsini ziyarət edən turistlər avtomobil və avtobusları tarixi hissədən kənarda yerləşən parkinq hissələrinə qoyaraq əraziyə ancaq piyada daxil olub gəzə bilirlər.

Azərbaycanda Lahıc, Basqal, Ordubad, İçərişəhər, Xınalıq, Şəki, İlisu kimi bir sıra mədəni turizm destinasiyaları tək-tək abidələri ilə yanaşı memarlıq və şəhərsalma quruluşu, öz autentik görünüşü ilə, bir sözlə Ənənəvi Şəhər Landşaftı (Historical Urban Landscape) ilə seçilir. Bu tipli yaşayış məntəqələrində qonaqpərvərlik sənayesinin inkişaf etdirilməsi küçə strukturu, fasadların qorunmasını, bütün şəhərsalma elementlərinin kompleks halda nəzərə alınmasını tələb edir [11].

Yuxarıda bəhs etdiyimiz Balaxanı kəndi ilə yanaşı Bakıda Ramana kəndi, Bibiheybət kəndlərinin ərazisi də abadlıq və yenidənqurma işləri sayəsində tarixi kəndlər kimi yeni mikro turizm destina-

siyalarına çevrilmişdir. Bu tipli bərpa və mədəni irsin qorunması proyektlərində tək-tək tarixi abidələr deyil, bütün tikililər, onların ətrafı, küçələr, oturacaqlardan tutmuş bulaq aksessuarlarına qədər bütün elementlərə bütöv şəkildə vahid yanaşma tətbiq edilir [8].

Mədəni irs resurslarının yerləşdiyi ərazidə qonaqpərvərlik sənayesinin inkişaf etdirilməsinin həmin ərazidə yaşayan əhali üzərində mənfi və ya müsbət təsiri ola bilər. Hər şeydən əvvəl, qonaqpərvərlik sənayesi kiçik kənd və ya ucqar yerlərdə yaşayan əhali, azsaylı etnik azlıqlar, maddi cəhətdən limitli resurslara sahib bölgələrdə sosial-iqtisadi inkişafın mühərriki ola bilər. Yerli sakinlərin turizmə cəlb edilməsi turizm nümayiş obyektlərinin mülkiyyət hüquqlarından, xırda suvenir satışından, kənd evlərinin kirayə verilməsindən, iaşə xidməti göstərilməsindən, yerli bələdçi xidmətləri göstəril-məsindən, suvenir və mədəni irs nümunələri istehsalı və onların kommersiyalaşdırılmasından və s. gələ bilər. Yerli əhalinin qonaqpərvərlik sənayesinə cəlb edilməsi həm də həqiqi turizm təcrübəsi yarada, turistlərə mədəni irsin məzmununu dərindən dərk etməyə kömək edə bilər. Məsələn, Xınalıq kəndindən olan keçmiş çobanlar rahatlıqla eyni zamanda dağ bələdçisi funksiyasını yerinə yetirməyə, turistlərə və alpinistlərə dağ cığırları ilə haykinq xidməti göstərməyə başlayıblar. Hazırda Lahıc qəsəbəsində qonaqpərvərlik sənayesinin inkişaf etməsi ilə əlaqədar onlarla yerli sakin kənd evlərində gecələmək xidmətlərini təklif edirlər. Kənd evlərində gecələmək həm turistlərə yerli əhalinin mədəniyyətini, məişətini, bölgənin etnoqrafiyasını daha dərindən başa düşməyə kömək göstərir, həm də yerli əhaliyə əlavə qazanc yeri əldə etməyə şərait yaradır.

Turistlər mədəni irs məzmunu ilə yerli əhali vasitəsi ilə tanış olduqda onu daha dərindən dərk edə və dərin turizm təcrübəsi qazana bilirlər. Bu mənada xüsusən interaktiv turizm təcrübəsinin əhəmiyyəti qeyd olunmalıdır. Məsələn, Basqalda, "Kəlağayı İpək Mərkəzi" emalatxanasında turistlər kəlağayı istehsalı, onun tarixi ilə tanış olarkən yerli ustanın birbaşa kəlağayı qəlibləri ilə işləməsinin şahidi olur və ziyarətçinin özü də basmaqəlib üsulu ilə naxışların ipək parçaya vurulmasını edir. Bununla ziyarətçi kəlağayı istehsalının əvvəlindən sonuna qədər baş verən bütün prosesi (ipək parçanın sarağan ilə rənglənməsi, zəy duzundan istifadə edilməsi, qəliblərdən istifadə, qurudulma, mum/parafin ilə qaynadılma və s.) canlı olaraq görür və sonda məhsulu almağa daha çox meylli olur. Oxşar interaktiv turizm təcrübəsini biz "Lahıc" Dövlət Tarix-Mədəniyyət qoruğu ərazisində, misgərlik dükanlarında görə bilərik. Belə ki, turistlər satın almaq istədikləri mis qabların istehsal prosesini birbaşa ustanın emalatxana-dükanında görürlər. Həmin prosesin şahidi olan turistlər həm misgərlik sənəti kimi ənənəvi sənətkarlıq sahəsini daha dərindən başa düşür, həmçinin kütləvi suvenirlərdən qaçan turistlər həqiqi (authentic) və əl məhsulu olan misgərlik məmulatını satın almağa meylli olurlar. İnteraktiv turizm təcrübəsinə digər uğurlu misal isə Şəki şəhərində olan ABAD keramika mərkəzidir. Burada saxsı məmulatlarının istehsalı ilə yerində tanış olan turistlər müəyyən məbləğ ödəməklə özləri üçün şəxsən saxsı qab istehsal etməyi öyrənə bilərlər [7].

Qonaqpərvərlik sənayesi, deməli, yerli mədəniyyəti qorumaqla yanaşı onun inkişafına da müsbət təsir göstərir, bəzən isə turistlərin marağı və tələbatı ölməkdə olan xalq sənətkarlığı sahəsini dirçəldə bilir. Azərbaycan kontekstində Lahıc qəsəbəsində qonaqpərvərlik sənayesinin inkişafı ilə əlaqədar dabbaqlıq sənətinin (dəridən müxtəlif əşyaların hazırlanması, dəriişləmə sənəti) yenidən dirçəlməsi bu mənada ən müvafiq misal ola bilər. Rusiyalı turistlərin inək və quzu dərisindən hazırlanmış suvenirlərə marağı və onu həvəslə alması bazar tələbi yaratmış, nəticəsində bəzi Lahıclı ailələr yenidən dabbaqçılıq sənəti ilə məşğul olmağa başlamışlar. Həmçinin Lahıclı yerli sakinlər turistlərdə təbii dağ bitki və çiçəklərinə olan marağa görə onu toplayaraq turistlərə satmağa başlayıblar. Basqal qəsəbəsində isə qonaqpərvərlik sənayesinin inkişafı ilə əlaqədar ənənəvi halva istehsalçıları turistlərə halva bişirərək satmağa başlamışlar.

Qonaqpərvərlik sənayesi icma əsaslı turizm dəyər zənciri formalaşdıra, yəni məhz yerli əhalinin turizm gəlirlərindən faydalanmasına kömək ola bilər. Bundan başqa, qonaqpərvərlik sənayesinin inkişaf etdirilməsi sayəsində yerli əhali üçün yeni iş yerləri yaradıla, əraziyə iri birbaşa investisiyalar cəlb edilə bilər. Həmçinin, turizm axınından gələn gəlir tarix-mədəniyyət abidələrinin qorunmasına və konservasiyasına yönəldilə bilər. Məsələn, Şəki ərazisində yerli qastronomiyanın ən ümdə nümunəsi olan Şəki halvası əsasən su yerli dəyirmanında üyüdülən düyü unundan, gül suyundan (gülab), yerli qoz və fındıq əzməsindən, keşniş toxumu və zəfəran suyundan hazırlanır. Xatırlatmaq lazımdır ki, Şəkinin tarixi hissəsindəki Qurcana çayının bir qolu olan Dəyirmanarx adlı bir arxın üzərində hazırda iki ədəd dəyirman vardır və onlardan biri çox yaxşı işlək vəziyyətdədir və Şəkidəki halva istehsalçılarını düyü

unu ilə təmin edir. Şəki halvasının tərkibindəki hər bir maddə Şəki və ətraf bölgələrdə yaşayan kəndlərdən gətirilir. Şəki halvası məhz buna görə də birbaşa dəyər zənciri yaradan yerli şirniyyat növüdür. Onun kommersiyalaşdırılması və turistlər tərəfindən satın alınması bir sıra xırda yerli istehsalçı və kəndlilərə əlavə qazanc yeri yaradır [6; s. 48].

Qonaqpərvərlik sənayesinin inkişaf etdirilməsi və turist axınının kütləvi xarakter daşıması yerli əhalinin gündəlik həyatı ilə yanaşı abidənin özünün də dayanıqlığına birbaşa təsir göstərir. Buna görə də qonaqpərvərlik sənayesi məhsulu yaradılması prosesində qonaqpərvərlik sahəsinin gələcəkdən həm yerli əhali, həm də mədəni irs resurslarına necə təsir göstərəcəyi haqqında strateji sənədlər hazırlanmalıdır.

Azərbaycanda Böyük İpək Yolunun qonaqpərvərlik sənayesi potensialı böyük olsa da, onun mədəni irs resurslarına əsaslanan kifayət qədər ciddi qonaqpərvərlik sənayesi məhsulu hazırlanmayıb. İpək yolu üzərində təkcə xammaddə və satış üçün nəzərdə tutulmuş məhsullar deyil, həm də dəyər və adət-ənənələr, sənətkarlıq, musiqi və mətbəx nümunələri karvanlar ilə, ticarət yolları vasitəsi ilə müxtəlif ölkələrə və regionlara yayılıb. Nəticədə, İpək yolunun üzərində yerləşən bir bölgənin mədəni irsi həmin yol üzərində yerləşən digər ölkələrin mədəni irsinin təsirinə məruz qalır, müxtəlif ölkələrin mədəni irsləri bir-birini zənginləşdirirdi. Buna görə də, tarixi İpək yolu üzərində yerləşən Azərbaycan kimi ölkələrin mədəni irsində elə çoxsaylı elementlər vardır ki, onların digər İpək yolu üzərindəki ölkələrdəki mədəni irs elementləri ilə oxşar tərəfləri vardır. Azərbaycan qonaqpərvərlik sənayesi məhsulu kimi İpək Yolu layihəsini inkişaf etdirərkən məhz belə mədəni elementləri irəli çəkilməli, İpək yolu üzərində yerləşən digər ölkələrin mədəni irs elementləri ilə oxşar və ya eyni tərəflər vurğulanmalıdır. Azərbaycan mədəniyyətinin digər dünya mədəniyyətlərinə təsiri və digər ölkələrin mədəni irsinin, mətbəx və ədəbiyyatının Azərbaycan mədəniyyətinə tarixən göstərdiyi təsiri göstərməklə Azərbaycan xalqının Antik dövrdən bəri dünya ilə necə sıx şəkildə bağlı olduğu, nəticədə multikulturalizm və tolerantlığın ölkəmizdə çox qədim tarixə malik olduğu önə çəkilə bilər. İtaliyadan tutmuş Koreya yarımadasına qədər Böyük İpək Yolu üzərində yerləşən müxtəlif ölkələrdən Azərbaycana gələn turistlər ölkəmizdə həm Şərq, həm də Qərb mədəni irs elementlərinin təsirini hiss edəcək, öz doğma ölkələri ilə Azərbaycan arasındakı oxşar mədəni irs elementlərini görə bilər. Nəticədə, onlar ilə bu yeni destinasiya arasında doğmalıq hissi yarana, həm də bu tanışlıq və yaxınlıq hissi nəticəsində turist məmnuniyyəti arta bilər.

Azərbaycanın min illiklər ərzində şərq ilə qərb arasında körpü rolunu oynadığı, mədəniyyətlərin qovuşduğu və bir-birini zənginləşdirdiyi yer olması fikrinə üstünlük verilir. Böyük İpək Yolunda bu turizm ideyasının tətbiqi humanizm, xalqlar və millətlər arasındakı əməkdaşlıq, universal ümumbəşəri dəyərlər, sivilizasiyalar və mədəniyyətlərin bir-birinə sıx şəkildə bağlı olub bir-birini inkişaf etdirməsi fikrini önə çıxardacaq. Azərbaycanın həm maddi, həm də qeyri-maddi mədəni irsinin çoxsaylı elementləri Böyük İpək Yolu tarixinin yadigarıdır.

- **Maddi-mədəni irs:** ölkəmizdə olan çoxsaylı karvansaraylar, körpülər, ovdanlar, ticarət yolları üzərindəki türbələr və xanəgahlar və digər memarlıq abidələri
- **Qeyri-maddi mədəni irs:** ipəkçiliyin müxtəlif tətbiq sahələri (kəlağayı, xalçaçılıq və s.), həmçinin misgərlik və dəmirçilik kimi müxtəlif ixrac yönümlü sənətkarlıq sahələri, miniatür sənəti və s [8; s. 65].

"İpək Yolu Azərbaycan" bu yeni qonaqpərvərlik konsepsiyasına əsasən həm maddi-mədəni irsimiz, həm də qeyri-maddi mədəni irsimizə aid olan elementlər ilə İpək yolu üzərində yerləşən digər ölkələrin mədəni irsinin oxşar tərəflərinə vurğu ediləcək. Bunun üçün aşağıdakı metoddan istifadə edilə bilər:

1. Böyük İpək Yolu nəzəri baza kimi götürülə, əslində isə Azərbaycanda qədim dövrlərdən bu günə kimi digər dünya xalqları və regionları ilə qarşılıqlı əlaqə sayəsində əldə edilmiş mədəni nailiyyətlər (maddi və qeyri-maddi) önə çıxarıla bilər. Böyük İpək Yolu fikri altında Azərbaycan ərazisinin Şimal-Cənub-Qərb-Şərq istiqamətində dünya ölkələri və mədəniyyətləri ilə əlaqəsi, onların mədəni irsinə Azərbaycan mədəniyyətinin təsiri əsas fokus nöqtəsi olacaqdır. Bu mənada Böyük İpək yolunun özünün nəzəri tarixi yox, ümumiyyətlə Azərbaycanın digər dövlət və regionlar ilə saxladığı ticarət münasibətləri diqqət mərkəzinə gətiriləcək.

2. Dekorativ memarlıq elementlərindən tutmuş bir sıra ənənəvi idman növləri və musiqi alətlərinə qədər, Azərbaycanın mədəni irsi ilə dünyanın müxtəlif ölkələrinin mədəni irsi arasında tarixən mövcud olmuş qarşılıqlı təsir mövzusunu önə çıxarmaq üçün tarixi sənədlər, fotolar və arxiv material-

ları tədqiq ediləcək, gələcəkdə müxtəlif turizm broşurlarının hazırlanması zamanı bu tədqiqat işinin məzmunu əsas götürüləcək.

3. Digər regionlardan idxal edilmiş və Azərbaycan ərazisində tapılmış, hal-hazırda Azərbaycan muzeylərində və mədəniyyət müəssisələrinin elmi fondlarında olan maddi-mədəniyyət nümunələrinin kataloqu tutula, onlardan həm təbliğat-təşviqat işlərində, həm də suvenir sənayesi də daxil olmaqla vizual-simvolik vəsait kimi konsepsiyanın əsaslandırılması üçün istifadə edilə bilər.

4. "İpək Yolu Azərbaycan" konsepsiyasına uyğun olaraq Azərbaycan ərazisində olan maddi-mədəni və qeyri-maddi mədəni irs resurslarının interaktiv xəritəsi hazırlana, mədəni turizm marşrutunun dəqiq pasportu qonaqpərvərlik sənaye nümayəndələrinə təqdim edilə bilər.

5. "İpək yolu Azərbaycan" konsepsiyasına uyğun olaraq Azərbaycan ərazisində İpək yolunun mədəni irsinin daha yaxşı şəkildə qorunması və inkişaf etdirilməsi üçün hətta dövlət proqramı qəbul edilə bilər [9; s. 72]

Turizm hekayəsi sadəcə turistlərə ərazi ilə bağlı danışılan və ya ötürülən mədəni irs məzmunu demək deyil. Turizm hekayəsi dedikdə mədəni irs ərazisinin özünün maddi-mədəni tarixi ilə bağlı olan, tarixi həqiqət payı danılmaz olan, nisbətən məşhur şəxsiyyətlər, hadisələr, kəşflər, döyüşlər ilə əlaqədar tarixi faktların anlaşıqlı turizm mətninə çevrilməsi nəzərdə tutulur. Azərbaycanda qonaqpərvərlik sənayesində mədəni irs nümunələrindən istifadə problemlərindən biri məhz informasiya əksikliyi bələdçi xidmətinin yüksək səviyyədə inkişaf etməməsidir. Azərbaycanımızda qonaqpərvərlik sənayesi daima inkişafdadır. Qonaqpərvərlik sahəsində yeni innovasiya və texnologiyalardan istifadə olunsa da, xalqımız adət-ənənələrini, milli dəyərlərini, mədəni irsini qoruyub saxlamış, keçmişinə sadiq qalmış, qonaqpərvərlik sənayesinə də tətbiq etmişdir. Beynəlxalq arenada milli mədəni irs nümunələri ilə seçilən ölkəmiz gəzməli-görməli yerləri, tarixi-mədəniyyət abidələri, maddi və qeyri-maddi irsi ilə zəngindir. Onları qorumaq hər birimizin borcudur. Lakin həm mövcud olan, həm də artıq qalıqları qalan tarixi-mədəni abidələrimizin çox hissəsini bəzilərimiz tanımır, bu barədə məlumatımız yoxdur. Təklifim odur ki, tanınmayan milli irs nümunələri ilə bağlı ekskursiyalar təşkil olunsun. Bakı və ətraf kəndlərinə ,digər bölgələrimizə təşkil olunacaq bu ekskursiya səfərlərində təkcə turistlər yox, məktəblilər, tələbələr və digər cəmiyyət üzvləri də iştirak edə bilsinlər. Bu ərazilərdə olan maddi və qeyri-maddi irs nümunələri haqqında məlumatlı olan bələdçilər səfərlərə başçılıq etsin. Məsələn, Bakı ətrafı bir çox kəndlərdə (Ramana, Nardaran, Mərdəkan) keçmiş dövrlərdən bu günümüzə özü, qalıqları qalan qəsr və qalalar mövcuddur. Demək olar, onlar haqqında bir çoxumuz məlumatsızıq. Bu səfərlərin təşkil olunmasında məqsəd tariximiz haqqında məlumatlı olmağımız, digər turistlərə də informasiya çatdırmaqdır. Beləliklə, Azərbaycan xalqına məxsus tarix və mədəniyyət abidələri haqqında həm öz millətimiz, həm də xarici turistlər informasiya alacaq, bizim keçmişimizi, abidələrimizi dağıdan, mənimsəyən, adət-ənənələrimizi özününkü kimi göstərməyə çalışan digər millətlərin çabası boşa çıxacaq, hərkəs bizi tanıyacaqdır.

Ədəbiyyat:

1. Abadov M., Azərbaycan turizmi və onun inkişafı, Bakı, 2014, səh. 248
2. "Basqal" Tarix və Mədəniyyət Qoruğunu Baza Tədqiqatı, Dövlət Turizm Agentliyi, 2018
3. Basqal Mədəni İrsi : Təmir-bərpa məsələləri üzrə təlimat kitabı, Dövlət Turizm Agentliyi, 2019
4. "Basgal Urban Master Plan", DTA, 2018
5. Bilalov B., Gülalıyev Ç. "Turizmin əsasları". Bakı, 2015, səh 248
6. Əlirzayev Ə., Aslanova S. "Turizmin inkişafının sosial-iqtisadi problemləri". Bakı, 2006, səh 164
7. Hüseynov İ., Əfəndiyeva N., Turizmin əsasları, Bakı, 2007, səh. 441
8. Mahişov E., Azərbaycanda mədəni turizmin perspektivlərinə dair Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universitetinin elmi əsərləri, Bakı, 2012, səh. 182
9. Məmmədov C., .Bilalov B. "Azərbaycanda gəlmə turizm və onun inkişaf yolları". Bakı, 2004, səh. 162
10. "Şəki Biznes və Turizm inkişaf planı", DTA, 2019
11. "Ramana kəndinin Turizm inkişaf konsepsiyası", DTA, 2021
12. Azərbaycan Respublikasının Mədəniyyət Nazirliyi yanında Mədəni İrsin Qorunması, İnkişafı və Bərpası üzrə Dövlət Xidmətinin rəsmi internet saytı : www.heritage.gov.az
13. Azərbaycan Respublikası Dövlət Turizm Agentliyinin rəsmi internet saytı: www.tourism.gov.az
14. Azərbaycan Turizm Bürosu: https://www.tourismboard.az/az
15. https://medeniyyet.az/page/news/12872/Medeni-irs-ve-turizm.html

16. http://www.anl.az/down/meqale/medeniyyet/
17. https://report.az/turizm/balaxani-yeni-turizm-mekanina-cevrilir/
18. https://ulduztourism.az/azerbaycan/tarixi-abideler/lahic-qesebesi
19. https://culture.gov.az/az/umumi-xeberler/boyuk-pek-yolunun-uzerinde-movcud-olan-tarixi-seherlerin-dunya-irsinde-yeri

Əzizə HƏMİDOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
hamidliaziza@gmail.com

QOBUSTAN QAYAÜSTÜ SƏNƏTİNİN ÖYRƏNİLMƏ TARİXİ

HISTORY OF THE LEARNING OF GOBUSTAN ROCK

ИСТОРИЯ ИЗУЧЕНИЯ ГОБУСТАНСКОГО НАСКАЛЬНОГО ИСКУССТВА

Xülasə: Bu gün Azərbaycanda "arxeologiya" sözü deyiləndə insanların əksəriyyətinin ağlına avtomatik olaraq "Qobustan Qaya Sənəti" gəlir. Bakıdan təqribən 54 km cənub-qərbdə yerləşən Qobustan Milli Parkı və onun qədim qayaüstü təsvirləri, 5000-10000 il əvvəl bu ərazidə məskunlaşan insanların ətraf mühitlə necə qarşılıqlı əlaqədə olduğuna dair parlaq sübutlar verir.

Məqalədə Qədim insanların dünyagörüşünü, iqtisadiyyatını və mədəniyyətini əks etdirən Qobustan qayaüstü rəsmləri və petroqliflər haqqında ətraflı məlumat verilib. Qobustan qayaüstü rəsmləri incəsənətimizin ayrılmaz bir parçası və tarixi yaddaşımızın bir hissəsi hesab olunur.

Açar sözlər: *Qobustan, qayaüstü rəsmlər, petroqliflər, açıq səma altında muzey, incəsənət*

Abstract: Today, when the word "archaeology" is mentioned in Azerbaijan, most people automatically think of "Gobustan Rock Art". Gobustan National Park, located approximately 54 km southwest of Baku, and its ancient petroglyphs provide vivid evidence of how early humans interacted with their environment, perhaps as early as 5,000 to 10,000 years ago.

The article provides detailed information about Gobustan rock paintings and petroglyphs, which reflect the outlook, economy and culture of ancient people. Gobustan rock paintings are considered an integral part of our art and our historical memory.

Keywords: *Gobustan, rock paintings, petroglyphs, open-air museum, art*

Абстракт: Сегодня, когда в Азербайджане упоминают слово «археология», большинство людей автоматически думают о «Наскальном искусстве Гобустана». Гобустанский национальный парк, расположенный примерно в 54 км к юго-западу от Баку, и его древние петроглифы служат ярким свидетельством того, как ранние люди взаимодействовали с окружающей средой, возможно, еще 5 000-10 000 лет назад.

В статье приведены подробные сведения о наскальных рисунках и петроглифах Гобустана, отражающих мировоззрение, экономику и культуру древнего народа. Наскальные рисунки Гобустана считаются неотъемлемой частью нашего искусства и нашей исторической памяти.

Ключевые слова: *Гобустан, наскальные рисунки, петроглифы, музей под открытым небом, искусство*

Giriş

Azərbaycan dünyanın qədim sivilizasiya mərkəzlərindən biri kimi unikal mövqeyə malikdir. Burada tarix boyu bəşər övladının inkişafının sübutlarını tapa bilmək olar.

Qobustan Azərbaycanın ən məşhur və yaxşı öyrənilmiş qayaüstü sənətinin vətənidir. Qobustan dağlarında insanların daş dövründə və sonrakı dövrlərdə yaşadığına dair mühüm dəlillər aşkar edilmişdir.

Haqqında bəhs edəcəyim Qobustan qayaüstü rəsmləri Azərbaycan arxeologiyasının ən çox öyrənilmiş və unikal mənbələrindən biri hesab olunur.

Qobustan ərazisi 40.000 illik qaya sənətinə şəhadət verən 6000-dən çox qayaüstü təsvirlərdən ibarət möhtəşəm kolleksiyaya sahibdir.

Qobustan qayaüstü rəsmləri Böyük Daş, Kiçikdaş, Cingirdağ, Yazılı Təpə, Şonqar və Şıxqaya dağlarının ərazisini əhatə edir. Qobustan Dövlət Tarix-Bədii Qoruğu açıq səma altında muzey hesab olunur. Qoruq Qobustan qayaüstü təsvirlərini öyrənir, qeydə alır və mühafizə edir.

Qobustan qayaüstü təsvirləri 1939-cu ildə Cingirdağ dağının ətəyində və Yazılı Təpənin zirvəsində aşkar edilmişdir. Bu qayaüstü rəsmləri ilk dəfə azərbaycanlı arxeoloq İshaq Cəfərzadə aşkar edib. Bu gün 1000-dən çox qaya və daş üzərində 6000-dən çox oyma və işarə qeydə alınmışdır. Onlar öz mövzularının müxtəlifliyinə görə bir-birindən fərqlənirlər.

Əsas hissə

Bakıdan 54 km aralıda, Böyük Qafqaz silsiləsinin cənub-şərqində yerləşən və dağlıq ərazi olan Qobustanın başqa adı "Petroqliflər Muzeyi"dir. Arxeoloqlar Qobustan ərazisində ibtidai insanların qədim məskənlərini tapıblar. Qobustan ərazisində yaşayan ibtidai insanların müxtəlif rəsm çizgiləri və petroqlifləri bugünkü günümüzdə də böyükdən kiçiyə əksər insanların marağı ilə qarşılanır. Bu ibtidai sənət qədim insanların mədəniyyətini, iqtisadiyyatını, dünyagörüşünü, adət və ənənələrini əks etdirir [11].

Qobustan təkcə qayaüstü rəsmləri ilə deyil, həm də daş dövrünə aid bölgədə insan məskəni və fəaliyyətinin sübutlarını üzə çıxaran arxeoloji abidələri ilə məşhurdur. [3, s.46] Arxeoloqlar qədim əmək alətləri, saxsı qablar və digər artefaktlar aşkar edərək, ərazidə insan təkamülünün tarixinə işıq salmışlar.

Qobustan qayaüstü rəsmləri 1930-cu illərdə tapılıb. Qobustanın arxeoloji hissəsi bir qrup insanın çınqıl mədəninə getməsi zamanı aşkar edilmişdir. Zona daş və daş birləşmələrlə zəngin olduğu halda, mədən işçiləri qayalarda müqəddəs oymalara diqqət yetirmişdilər.

Həmin vaxt yaxınlıqdakı daş karxanasında aktivlik var idi və ərazi nəhəng daş qayalarla üst-üstə yığılmışdı. Ərazi təmizləndikcə görüntülər daha çox nəzərə çarpırdı. Yaxınlıqdakı mağaralarda da bir çox sənət əsərləri aşkar edilmişdir.

Qobustan qayaüstü rəsmlərinin elmi tədqiqində tanınmış alim, arxeoloq İshaq Cəfərzadənin rolu böyükdür. Qayaüstü rəsmlər ilk dəfə 30-cu illərin sonlarında aşkar edilsə də təcrübəli alim onların elmi tədqiqinə nisbətən gec başlayıb.

1938-ci ilə qədər Azərbaycan ərazisindəki qayaüstü təsvirlər haqqında heç bir məlumat yox idi. Buna görə də ərazinin tədqiqi elm adamlarının xüsusi diqqət mərkəzində idi. Qobustan ərazisinə ilk elmi səfər 1939-cu ildə təşkil olunmuş və səfərin müddəti 1 gün çəkmişdi. [1, s.12]

İlk səfərin iştirakçıları bir sıra çətinliklərlə üzləşsələr də, bir çox qayaüstü rəsm haqqında məlumat toplamış, hətta onları qeydə almışdılar. Tədqiqatçıların qeydə aldığı ilk rəsmlər arasında iri ölçülü keçi təsvirləri var. [3, s.11]

Qobustan qayaüstü təsvirlərinin aşkar olunması, tədqiqi əsasən, İshaq Cəfərzadənin adı ilə bağlanır. Əlbəttə ki, qayaüstü təsvirlərin öyrənilməsində Cəfərzadənin rolu danılmazdır. Lakin qayaüstü təsvirlərin tədqiqində Cəfərzadə ilə yanaşı bir çox tədqiqatçıların adları çəkilir. Bu tədqiqatçılar arasında N.K.Vereşakin və N.O.Burçak-Abramoviç var. (3, səh.14) Bu paleantoloqlar Qobustan haqqında birgə məqalə yazıblar. Onlar qayaüstü təsvirlər haqqında maraqlı məlumatlar veriblər.

Qayaüstü təsvirlərin 1938-ci ildə aşkar olunması və ora ilk elmi səfərlərin təşkil edilməsinə baxmayaraq, ərazinin elmi cəhətdən öyrənilməsi o qədər də asan olmamışdır. II Dünya Müharibəsinin başlaması ərazinin elmi tədqiqin aparılmasına mane olmuşdur. Dünya Müharibəsinin bitməsindən sonra İshaq Cəfərzadə əraziyə səfər planlaşdırır. 1947-ci ildə Qobustan ərazisinə Azərbaycan Tarix İnstitutun ilk ekspedisiyası təşkil olunur. [1, s. 12]

Qayaüstü təsvirlərin tədqiq olunmasında yerli əhalinin də az rolu olmamışdır. İ.Cəfərzadə öz qeydlərində yazırdı ki, ilk dəfə maldarlar və onların ailələri tədqiqatçılara yaxın gəlmək istəmirdilər. [3, s.13] Lakin yerli əhali onların məqsədini başa düşdükdən sonra ərazi haqqında məlumat veriblər. Yerli əhali hətta ekspedisiya üzvlərinə ərazi haqqında əfsanə danışıb.

İ.Cəfərzadə ərazinin tədqiqində danışarkən, oradakı çətinliklərdən də danışıb. Cəfərzadə bildirirdi ki, ilk ekspedisiya xüsusilə çətin olub. Hava şəraitinin xüsusilə isti keçməsi, ərazidə müxtəlif həşəratlar və sürünənlərin olması ekspedisiyanın üzvlərini çətin vəziyyətə salırdı. [1, s. 16]

Cəfərzadənin Qobustan ərazisində tədqiqatları 1965-ci ilə qədər davam edib və alim xəstəlik səbəbi ilə əraziyə bir daha səfər edə bilməyib. Əvvəldə qeyd etdiyim kimi Qobustan ərazisinin tədqiqində Cəfərzadə ilə birlikdə bir çox alimlərin adını qeyd etmək olar. Cəfərqulu Rüstəmov, Firuzə Mura-

dova, Ömər İsmizadə, Nina Minkeviç, Səfiyyə Səfərzadə (İ.Cəfərzadənin həyat yoldaşı) və başqaları Qobustan ərazisində araşdırmalar aparıb. [3, s. 14]

İ.Cəfərzadənin rəhbərliyi ilə Qobustan ərazisində 20 ilə yaxın ardıcıl sistemli arxeoloji tədqiqatlar aparılmışdır. [4, s.48] Cəfərzadə Qobustanda 730 daş üzərində 5300-dən artıq müxtəlif qayaüstü təsvirlər qeydə almışdır. Qeydə alınmış rəsmlərin hər biri Cəfərzadə və həyat yoldaşı tərəfindən kağız köçürülüb. [10, s.68]

1965-ci ildən tanınmış alim Cəfərzadə səhəti ilə bağlı ərazidə tədqiqatlar apara bilməyib. Alimdən sonra isə ərazidə sistemli araşdırmalar Firuzə Muradova və Cəfərqulu Rüstəmov tərəfindən aparılıb. Tədqiqatçıların birgə səyi nəticəsində Qobustan ərazisində 16 düşərgə, dörd tunc dövrü yaşayış yeri, 40-a qədər kurqan aşkar edilib. Ümumilikdə 1965-ci ildən sonra Qobustanda 400-ə yaxın, abidə - təsvir, yalaq və s. olan daş və qaya aşkar edilərək qeydə alınıb. [1, s. 14)]

Qayaüstü təsvirlər haqqında. 537 ha ərazini əhatə edən qayaüstü təsvirlər böyük Qobustan qoruğunun bir hissəsidir. [12] Qayaüstü təsvirlərin əksəriyyətində ibtidai insanlar, heyvanlar, döyüş hissələri, ritual rəqslər, öküz döyüşləri, silahlı avarlı qayıqlar, əllərində nizə olan döyüşçülər, dəvə karvanları, günəş və ulduz şəkilləri təsvir edilmişdir.

Qobustan qayaları ağacları, kolları və otları istidən və küləkdən əla qoruyurdu. Bitki örtüyünün ardınca vəhşi heyvanlar – yırtıcılar burada sığınacaq tapmışdılar. Təbii ki, vaxtilə bu yerlərə gələn qədim ovçular da təbiət tərəfindən yaradılmış və burada həvəslə məskunlaşan nəhəng "yaşayış məhəlləsi"nin bütün üstünlüklərini yüksək qiymətləndirmişlər. Qobustanda məskunlaşma minillikləri əhatə etmişdir. [2, s.19] Təbiət qoruğunu təşkil edən ərazidə arxeoloqlar altı mindən çox qayaüstü rəsm, yaşayış məskənləri, kurqanlar, əvvəllər məskunlaşmış mağaralar, meqalit tikililər, yaşayış məskənlərinin və türbələrin izlərini aşkar ediblər.

Qobustan qayaüstü təsvirlərinin keyfiyyətinə və sıxlığına görə müstəsna universal dəyərə malikdir. Bu, insanların sərt iqlimə uyğunlaşdırılmış mədəni və fizioloji davranışlarını inkişaf etdirərək bu ərazidə necə yaşadığını göstərir.

Qobustan qayaüstü rəsmləri müxtəlif dövrlərə aiddir və eramızdan əvvəl 10-cu minillikdən orta əsrlərə qədər olan çox uzun bir dövrü əhatə edir. Təkcə bu özəlliyinə görə Qobustan daş kitabı dünyada mövcud olan digər qayaüstü rəsmlər kolleksiyasında unikal hesab olunur. Çox vaxt qədim rəssamlar kişiləri təsvir edirdilər: ovçular, balıqçılar və ya avarçəkənlər. Sonrakı mağara rəsmlərində də atlılara rast gəlmək olar. [9, s.28] Eyni zamanda bəzi tədqiqatçılar bu Qobustan təsvirləri ilə Şərqi Afrikada tapılan petroqliflər arasında oxşarlıqları qeyd edirlər.

Rəsmlərin müxtəlif mövzuları, üslubları, tərtibatları, icra üsulları, eləcə də qədimdən müasir dövrə kimi üst-üstə çəkilməsi Qobustan petroqliflərinin təkamül mərhələlərindən xəbər verir. İnsan həyatı adətən bu sənət əsərlərinin mövzusudur.

Rəsmlər insanın bütün təkamülünü aydın şəkildə əks etdirir. Bu rəsmlərdə dağ keçisi ovunun səhnələri, nizə ilə mərasim rəqsləri, döyüşlər, kollektiv iş, məhsul yığımı, odun yanında qadın təsvirlərini görə bilərsiniz. Bu rəsmlər bizim eranın ilk əsrlərini – sosial quruluşun yeni səviyyəsinə keçidi əks etdirir. Orta əsrlərə yaxınlaşdıqca rəsmlərin ölçüləri azalır və daha sxematik olur.

Qayaüstü rəsmlər orada son 10 min il ərzində yaşamış heyvanların – ceyran, çöl keçisi, maral, çöl donuzu, at, şir və s. fiqurlarını əbədiləşdirib. Burada quşların, balıqların, ilanların, kərtənkələlərin və həşəratların təsvirləri də var. [8, s.28]

Rəsmlərin bolluğu arasında avarçəkənlərlə qayıqların təsvirləri xüsusi yer tutur. Bu, qədim Qobustan sakinlərinin yaxşı dənizçi olduqlarının sübutudur. [5, s.33]

Qaya rəsmləri (qaya sənəti) bəşəriyyətin tarixdən əvvəlki həyatı haqqında unikal məlumat mənbəyidir. Onlar tarixçilər, arxeoloqlar, sənət tarixçiləri, etnoqraflar, dilçilər, folklorşünaslar, zooloqlar və digər alimləri cəlb edirlər.

Bu tarixi məkanda atlı və piyada ov səhnələri, döyüş səhnələri, kollektiv əmək səhnələri, məhsul yığımı səhnələri aşkar edilmişdir. Qayalarda Azərbaycanın indiki Yallı xalq rəqsini xatırladan solo və qrup mərasim rəqslərini əks etdirən rəsmlər qorunub saxlanılmışdır.

Bu rəsmlərdən bəzilərinin yaradıldığı dövrdə Qobustan çox güman ki, tropik iqlimə, müxtəlif flora və canlı alətə malik idi. Burada əvvəlki 10 000 il ərzində yaşamış canlıların, o cümlədən ceyran-

ların, çöl keçilərinin, maralların, qabanların, atın və şirlərin, eləcə də quşların, balıqların, ilanların, kərtənkələlərin və digər həşəratların təsvirlərini görmək olar.

Qobustan rəsmləri insan obrazlarını kişi və qadın siluetlərinə ayırmaqla məşhurdur. Təxminən canlı ölçülü insan silueti rəsmlərinin daha qədim olması güman edilir ki, bu da matriarxatın qəbilə həyatını idarə etdiyi və anaların qəbilə başçıları kimi hörmət edildiyi Erkən Neolit dövrünə aiddir. [7, s.73]

İnsan siluetlərindən əlavə, bəzilərinin uzunluğu 240 santimetr və hündürlüyü 140 santimetr olan vəhşi öküzlərin real ölçülü kontur rəsmləri var. Vəhşi öküzlərin iri və bir qədər kiçildilmiş kontur cizgiləri, eləcə də oxlarla silahlanmış insanların miniatür təsvirləri ovçuluğun insanların dolanışığının əsas hissəsini təşkil etdiyi eramızdan əvvəl VII-IV minilliklərə aiddir. [7, s.71]

Qədim insanların dini və mənəvi inancları qayaüstü rəsmlərdə də öz əksini tapmışdır. Günəş, ay və müxtəlif səma cisimləri ilə əlaqəli simvollar tez-tez təsvir edilir və onların inanc sistemində səma ibadətinin əhəmiyyətinə işarə edir. Petroqliflər həmçinin fövqəltəbii ilə dərin mənəvi əlaqəni göstərən ritual rəqsləri, şamanist təcrübələri və mistik varlıqları nümayiş etdirir. (6, səh.9)

Rəsm üslubları zamanla inkişaf etmişdir. Onlar adətən əvvəlki rəsmlərdən fərqli olaraq Tunc dövrü boyu ölçülərini azaltmağa başladılar. Daha müasir alətlərdən, məsələn, metal alətlərdən istifadə təsviri sənətin inkişafına kömək etdi.

Orta əsrlərdə ovçuluğun təsərrüfat əhəmiyyətinin azalması və dulusçuluq və metal üzərində təsviri sənətin yaranması ilə əlaqədar (VIII əsrdən sonra) Qobustanın qayaüstü təsvirləri sxematik xarakter alır və ölçüləri durmadan azalırdı.

Qobustan petroqlifləri eramızdan əvvəl XV–VIII minilliklərə (yaxud bəzi digər mütəxəssislərə görə XV–X minilliklərə), eləcə də onların bir hissəsi orta əsrlərə aiddir. Onlar bu qədər geniş bir dövrə malik olduqları üçün dünyada unikal qaya kolleksiyaları sırasındadırlar.

Qədim rəsmləri nəzərə almasaq, Qobustandakı Böyükdaş dağının ətəyində əlamətdar latın yazısı tapılmışdır. Bu yazı eramızın I əsrinə aiddir və Roma qoşunlarının Bakı yaxınlığında qalmasından xəbər verir. [8, s.180]

Qobustandan tapılan qayada Roma yazısı var ki, bu da Fulminant kimi tanınan 12-ci Roma legionunun yüzbaşısının varlığını sübut edir.

Yazı unikallığına görə latın epiqrafiyası, qədim Roma və Zaqafqaziyanın tarixi üzrə mütəxəssislərin diqqətini cəlb etmişdir. [8, səh.181]

Qədim Qafqaz Albaniyası ərazisində tapılan yeganə latın yazısıdır. Əksər mütəxəssislər bu yazını eramızdan əvvəl I əsrin sonlarında Zaqafqaziyanın şərq hissəsində Roma qoşunlarının mövcudluğunun təkzibolunmaz sübutu hesab edirlər.

Yazının gizli kəşfiyyat və ya diplomatik missiya yerinə yetirən Roma yüzbaşısı tərəfindən qaldığını göstərən başqa bir nəzəriyyə də var.

Qobustan ərazisinin tarixi dəyəri nəzərə alınmaqla 1966-cı ildən həmin əraziyə milli qoruq statusu verilmişdir. Müasir dövrdə Qobustan açıq səma altında muzey hesab olunur. Hər il bu daş şəkil qalereyasını dünyanın hər yerindən minlərlə insan ziyarət edir. [1, s.15]

Qobustan qayaüstü sənətinin mədəni mənzərəsi və qoruğun bütün dünya üçün əhəmiyyəti nəzərə alınaraq 2007-ci ildə YUNESKO-nun Ümumdünya İrs Siyahısına daxil edilmişdir. [12]

Nəticə

Qayaüstü incəsənətin mədəni irsinin zənginliyi və arxeoloji qalıqlar, ekosistemin, faunanın, floranın və bataqlıq ərazilərin təbii müxtəlifliyi Qobustan ərazisini unikal edir.

Qobustan qayaüstü təsvirlərinin keyfiyyətinə və sıxlığına, tarixdən əvvəlki dövrlərdə ovçuluq, fauna, flora və həyat tərzi üçün təqdim olunan qayaüstü təsvirlər kolleksiyası, tarixdən əvvəlki və orta əsrlər arasında mədəni davamlılıq üçün əsaslı sübutlara görə müstəsna universal dəyərə malikdir. Müxtəlif dövrlərə aid rəsmlərin və qayaüstü təsvirlərin təsir edici silsiləsi əraziyə dünya şöhrəti verir. Qədim dini təcrübələrin və ictimai həyatın təsvirləri insan yaradıcılıq dühasının şah əsəridir. Qaya təsvirləri ərazinin iqliminin və bitki örtüyünün indikindən daha isti və rütubətli olduğu bir vaxtda ovçuluq və balıq ovu ilə bağlı fəaliyyətləri qrafik şəkildə təmsil etdiyi şəkildə yoxa çıxmış həyat tərzinin müstəsna sübutudur. Aşınmış daşlar, dağlar və palçıq vulkanları ilə Qobustan məşhurdur. Qobustanın geoloji konformasiyası və ərazidə tapılan bütün qalıqlar, o cümlədən heyvan sümükləri böyük paleocoğrafi və paleo-ekoloji maraq doğurur.

Ədəbiyyat:
1. Rüstəmov C. "Qobustan Dünyası", Azərbaycan Dövlət Nəşriyyatı, Bakı-1994, səh.130
2. Rüstəmov C. "Qobustan Petroqlifləri", Kooperasiya, Bakı-2003, səh.104
3. Rüstəmov C., F.Muradova. "QOBUSTAN. Kiçik daş dağı abidələri." "E.L." Nəşriyyat və Poliqrafiya şirkəti MMC, Bakı, 2008, səh.229
4. Avşarova İ., Pirquliyeva Q. "Qafqaz Arxeologiyası", Bakı-2010, səh.203
5. Fərəcova M. "Qobustan Qayaüstü İncəsənətində Qayıq Təsvirləri", səh.41
6. Fərəcova M. "Qobustan Çalaları", Bakı-2007, səh.127
7. Şirinli S. "Qayaüstü İncəsənət Arxeoloji İrs kimi", Khazar University Press, səh.74
8. Məmmədova S.V. "Qobustanda Qədim Roma Kitabəsi", Bakı-2015, səh.179-184
9. Baxşəliyev V. "Azərbaycan Arxeologiyası I cild", Şərq-Qərb, Bakı-2008, səh.236
10. Muradova F. "Qobustan tunc dövründə", "Elm" nəşr, 1979, səh.117
11. Nəsibov F., Şükürov V. "Qobustanın qayaüstü təsvirləri", 2022, internet resursu
12. "Gobustan Rock Art Cultural Landscape", unesco.az (internet resursu)

Aytən QURBANOVA
Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universiteti, magistrant
qayten785@gmail.com

MƏDƏNİ TURİZMİN İNKİŞAFINDA MƏDƏNİ-TARİXİ RESURSLARIN ROLU

THE ROLE OF CULTURAL-HISTORICAL RESOURCES IN THE DEVELOPMENT OF CULTURAL TOURISM

РОЛЬ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В РАЗВИТИИ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА

Xülasə: Mədəni turizm dil, din, incəsənət, memarlıq nümunələri, adət-ənənələr, festivallar, qastronoiya kimi bir çox sahələrin qarşılıqlı təsiri nəticəsində meydana gəlir. Mədəni turizm turistlərin əsas motivasiyasının bir turizm məkanında maddi və qeyri-maddi mədəni tarixi resursları öyrənmək, tanımaq, təcrübə etmək və istehlak etmək olduğu bir turizm fəaliyyət növü olaraq qiymətləndirilir. Mədəni turizm hal-hazırda beynəlxalq turizm 40%-ni təşkil etməklə (ÜTT-nin məlumatlarına əsasən) beynəlxalq turizm istehlakının əsas elementi olaraq təsdiqini tapmışdır. Belə qənaətə gəlmək mümükündür ki, tarixi mədəniyyət obyekləri dünya turizm sektorunda mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Açar sözlər: *mədəni turizm, strategiya, marketinq, mədəniyyət, turizmin inkişafı*

Abstract: Cultural tourism is formed as a result of the interaction of many areas such as language, religion, art, architectural examples, traditions, festivals, gastronomy. Cultural tourism is considered as a type of tourism activity where the main motivation of tourists is to learn, recognize, experience and consume tangible and intangible cultural historical resources in a tourist destination. Cultural tourism has been confirmed as the main element of international tourism consumption, making up 40% of international tourism (according to UNWTO data). It is possible to conclude that historical cultural objects are of great importance in the world tourism sector.

Keywords: *cultural tourism, strategy, marketing, culture, tourism development*

Абстракт: Культурный туризм формируется в результате взаимодействия многих областей, таких как язык, религия, искусство, образцы архитектуры, традиции, фестивали, гастрономия. Культурный туризм рассматривается как вид туристической деятельности, в котором основной мотивацией туристов является изучение, признание, опыт и потребление материальных и нематериальных культурно-исторических ресурсов в туристическом направлении. Культурный туризм подтвержден как основной элемент международного туристического потребления, составляя 40% международного туризма (по данным ВТО). Можно сделать вывод, что историко-культурные объекты имеют большое значение в мировой туристической сфере.

Ключевые слова: *культурный туризм, стратегия, маркетинг, культура, развитие туризма*

Giriş

Müasir dövrdə turizm sektoru ölkəmizdə sosial və iqtisadi münasibətlərin inkişaf istiqamətlərinin ən başlıcalarından hesab olunur. Belə ki, Azərbaycan Respublikası müstəqillik əldə etdikdən sonra beynəxalq turizmin inkişafı üçün xarici ölkələrin turizm nazirlikləri və depertamentləri ilə ikitərəfli əməkdaşlıq haqqında sazişlər imzalamış xarici ölkələrdə turizm nümayəndəlikləri açmış, 2001-ci ildən etibarən BMT-in xüsusi agentliyi olaraq 1975-ci ildə əsası qoyulmuş Dünya Turizm Təşkilatına (UNWTO) üzv olmuşdur. 2011-ci il prezident İlham Əliyev tərəfindən ölkəmizdə turizm ili elan edilmişdir. 2018-cu ildə Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi əsasında Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət Nazirliyi və Azərbaycan Respublikası Dövlət Turizm Agentliyi fəaliyyətə başlamışdır.

"Mədəni turizm" termininin yaranması XX əsrin 80-ci illərinə təsadüf edir və "miras" turizmi adlanan fenomen əsasında yaranmışdır. Bu fenomen XX əsrin 70-ci illərindən bütün dünyada qlobal miqyasda məşhurlaşmışdır. Mədəni turizm termini özündə bütün görməli yerlərlə tanışlığı ehtiva etsə də, daha çox bədii irslə (incəsənət, memarlıq) bağlı hesab edilir [1].

Mədəni turizmi yanlız turizm növlərindən biri kimi deyil, həm də şəhər ərazisinin inkişafı ilə sıx əlaqədə olan şəhərin mədəniyyət sahəsinin inkişafı üçün ixrac strategiyası hesab etmək olar.

Bu gün "mədəni" turizmin bir çox tərifləri mövcuddur, ancaq onların mənasını ümumiləşdirərək deyə bilərik ki, mədəni turizm bir yerin mədəniyyətini və spesifikliyini formalaşdıran və bu kimi xüsusiyyətləri ilə tanış olmaq məqsədini daşıyır. Üstəlik, cəlbedici obyektləri təkcə ərazinin incəsənəti, mənzərəsi, mədəni-tarixi irsi deyil, həm də bu bölgədə yaşayan insanların adət-ənənələri, sosial mühiti, yaşayış tərzini özündə cəmləşdirir. Mədəniyyət sahəsində nüfuzlu təşkilatlardan biri sayılan ICOMOS – həm ərazinin keçmişinin (irsinin), həm də bu gününün dəyərlərinə və xüsusiyyətlərinə əsaslanaraq mədəni turizmin geniş formada tərifin verir. Belə ki, mədəni turizm turizmin elə bir formasıdır ki, onun məqsədi ziyarət yerinin mədəniyyəti və mədəni mühiti, o cümlədən landşaftı, sakinlərinin adət-ənənələri, incəsənəti, həyat tərzi ilə tanışlığı özündə ehtiva edir. Bu turizm növü özündə cəmiyyətin maddi və mənəvi dəyərlərini cəmləşdirir: dil, din, incəsənət və memarlıq nümunələri, musiqi, adət-ənənələr, festivallar, qastronomiya kimi bir çox sahələrin qarşılıqlı təsiri nəticəsində əmələ gəlir və yeni təcrübələr əldə etmək, müxtəlif mədəniyyətləri tanımaq arzusu ilə turizm fəaliyyətinin bir hissəsinə çevrilmişdir. Adams özünün turizm ensiklopediyasında mədəni turizmi "Şəxsi inkişaf məqsədilə səyahət etmək" kimi müəyyən etmişdir [4].

Mədəni turizm M.D.Şuşinskaya görə "ayrı-ayrı şəxslərin daimi yaşayış yerindən kənarda hərəkəti, tamamilə, və ya qismən həvəsləndirilmiş, mədəni tədbirlərə, tarixi və incəsənət obyektlərinə, muzeylərə baş çəkməsidir" [7, s 8].

Mədəniyyətə aid müasir ədəbiyyatda onun maddi komponenti (binalar, tikililər, əsərlər və s.) və onun qeyri-maddi hissəsi (adət-ənənələr, davranış normaları, inanclar, dil və s.) vurğulanır. Bu baxımdan mədəni turizm hər bir insan üçün yalnız mədəniyyət obyekti ilə tanış olmaq imkanı deyil, həm də onun mənəvi mühitinin atmosferini başa düşmək, digər sözlə yerin və onun sakinlərinin qeyri-maddi mədəniyyətini öyrənməyi kəsb edən turizm növüdür.

Mədəni turizm fenomenini daha dolğun başa düşmək və onun inkişafı üçün çoxşaxəli plan hazırlamaq məqsədi ilə turist motivasiyasında mədəni malların və istehlakının həcmindən və prioritetindən asılı olaraq mədəni turizmin bir neçə səviyyəsini ayırmaq vacibdir:

– Peşəkar təmaslara əsaslanan mədəni turizm;

– İxtisaslaşmış mədəni turizm (burada, turistin əsas məqsədi mədəni ehtiyacları ödəməkdir);

– Qeyri-ixtisaslaşdırılmış mədəni turizm (burada, mədəni malların istehlakı turizmin ayrılmaz hissəsini təşkil edir, lakin əsas məqsədi hesab olunmur);

– Müşayiət edən mədəni turizm (əsas məqsədi təhsil, elmi, işgüzar və idman turizmi olan turistlər qalma proqramlarını mədəni malların istehlakı ilə tamamlaya bilərlər);

– Motivlərdən biri mədəni malların istehlakı olan müəyyən bir ərazinin sakinlərinin hərəkətini əhatə edən mədəni turizm [5].

Turizm sektorunda maraq dairələrinin toqquşması, bu xidmət bazarında çox sayda iştirakçı ilə əlaqədardır. Maraqları olan turizm bazarının iştirakçılarının siyahısı ilə tanış olaq:

– Federal və regional hökümət orqanları;

– Yerli özünüidarəetmə orqanlarının inzibati və siyasi məqsədləri;

– İqtisadiyyatın dövlət və özəl bölmələri;
– Yerli turizm bazarı və beynəlxalq operatorlar;
– Əhali və yerli idarəetmə;
– Müxtəlif submənsubiyyət qrupları [6].

Mədəni turizm sferasının çox geniş iştirakçıların maraq dairəsi olduğundan, mədəni turizmin inkişafına sahələrarası yanaşma tələb olunur. Turizmin davamlı inkişafının zəruri şərt kimi, müasir ədəbiyyatda və bir çox əsaslı sənədlərdə turizm fəaliyyətində yerli əhalinin iştirakı getdikcə daha çox göstərilir. Davamlı inkişaf konsepsiyasının əsas ideyalarını turizmlə bağlı belə izah etmək olar: turist axını istənilən halda icmalarda, onların yaşayış mühitində dəyişiklikərə gətirib çıxarır. Davamlılıq anlayışı insanların bu dəyişikliklərə münasibəti ilə birbaşa əlaqəli hesab olunur. Mədəni turizmi kütləvi turizmdən fərqləndirən ən mühüm xüsusiyyət məhz davamlı olmasıdır. Davamlı mədəni turizmdə məqsəd odur ki, bütün turizm maraqlı tərəfləri ilə birlikdə gələcək nəsillərin ehtiyacına məhəl qoymadan, cəmiyyətin mövcud ehtiyaclarını təsirli, ədalətli, ətraf mühitə həssas bir şəkildə təmin etmədən inkişafına töhfə vermək. Kozakın fikrinə görə, unudulmuş mövcud mədəni dəyərləri qorumaq və onları cəmiyyətə qaytarmaq mədəni turizmin başlıca məqsədlərindən hesab olunur [8].

Mədəni turizm insanların həyat tərzini mütəmadi olaraq təcrübədən keçirmək, onların keçmişdə və bu gün necə yaşadıqlarını öyrənmək istəyindən irəli gəlir. Bu atmosfer və mədəni fərqlilikdən istifadə edərək, başqa xalaqların mədəniyyətlərini öyrənmək naminə səyahət etmək və alınan təəsüratları başa düşmək yolu ilə öz mədəniyyətini başqası ilə müqayisə edərək öyrənmək, öz mədəniyyətini öyrənməkdir.

UNWTO-nun araşdırmalarına əsasən mədəni irsin və mədəni ifadələrin qorunmasında v ə iqtisadi inkişafı səhəsində rolu olan, "səyahət edənlər"in təxminən 40%-i özlərini mədəni turistlər kimi tanıyırlar. Bu gün müxtəlif beynəlxalq təşkilatlar mədəni turizmi təbliğ olunmasında əhəmiyyətli dərəcədə fəaliyyət göstərirlər.

Azərbaycan Respublikasında mədəni turizm regionların irsini, əhalinin həyat tərzini, tarixini, incəsənətini, memarlığını, dinini və s. əhatə edən turizm növü kimi müəyyən olunur. Mədəni turizm şəhərlərdə, həmçinin kənd yerlərində tarixi məkanlara, mədəniyyət obyektləri olan qoruqlara, abidələrə, muzeylərə, teatrlara, köhnə və yeni memarlıq nümunələrini, eləcə də yerli əhalinin həyat tərzini və milli dəyərlərini əks etdirən festivallara və bayramlara ziyarəti nəzərdə tutan turizm növüdür. Araşdırmalara əsasən, mədəni turizm məqsədilə ölkəyə gələn şəxslər adi turistlərlə müqayisədə daha çox xidmət sahəsinə pul xərcləyirlər. Turizmin bu növü artıq bütün dünyada geniş miqyasda məşhurlaşmışdır. Ölkənin mədəni turizm potensialına tarixi və memarlıq abidələri, Bakıda incəsənət qalereyaları, milli musiqi növü – muğam, yaxşı inkişaf etmiş caz musiqisi, milli və xarici rəqslər, ləziz dada malik zəngin mətbəx, bütün fərqli dini və dünyəvi görüşlərə tolerant yanaşma nümunə kimi göstərilə bilər [9].

Ölkəmizin zəngin mədəni tarixi resurslarının turizm sənayesində istifadəsi dövlət siyasətinin aparıcı istiqamətlərindən biri kimi dəyərləndirilir. Bu məqsədlə görülən tədbirlər sırasında tarixi abidələrin təmiri-bərpası, yerli və beynəlxalq əhəmiyyətli turizm marşurutlarının hazırlanmasını xüsusilə qeyd etmək vacib hesab olunur. Göstərilən bu tədbirlər Azərbaycan turizminin dünya turizm bazarına inteqrasiyasını təmin etməyə, paytaxt və bölgənin tarixinin, mədəni irsinin, eləcədə milli mətbəx zəninliyinin tanıtımı və təbliğinə xidmət edir.

Turizm sektorunda marketinq sadəcə iqtisadi idarəetmənin bir kataqoriyası olmayıb, həmçinin, istehlakçı ehtiyaclarını əsas götürən sosial kataqoriya kimi qiymətləndirilir. Belə olan halda qeyd olunan istehlakçı ehtiyaclarını ödəmək təkcə turistlərin xarici ölkələrdə istirahət etmələri deyil, onların mədəni maraqlarının qarşılanması, mədəni-tarixi resursların tanınması, mədəni müxtəlifliyin təmin olunması da vacib bir məsələ olaraq dəyərləndirilir.

Qeyd etmək lazımdır ki, mədəni tarixi resurslara marketinq yanaşmasının tətbiqi mədəni turizm üçün bir sıra faydaları təmin edir. Marketinq yanaşması mədəni-tarixi resursları turistlərin istəyindən asılı olaraq ziyarətçilərə təqdim etmək imkanına malikdir. Bəzən bir marketinq yanaşmasının qəbul edilməsi bəzi fəaliyyətlərin qadağan olunmasını ehtiva edə bilər, ancaq bu amillər, birmənalı olaraq mədəni resurslara dəyər qatacaq şəkildə olmalıdır. Xüsusilə də internet patformasını vurğulamaq olar ki, son illərdə universal marketinq alətinə çevrilmişdir. ATLAS-ın apardığı araşdırmalar göstərir ki, 2017-ci ildə Avropa və Asiyada mədəni turizm obyektlərinə səfər edən turistlərin 50%-dən çoxu ziyarət etdikləri mədəni-tarixi reurslar haqqında məlumat əldə etmək məqsədilə internetdən istifadə etmiş-

lər. Bu səbəbdən də mədəni turizm obyektləri haqqında məlumat verən internet saytlarının yaradılması, xüsusilə beynəlxalq bazara çıxmaqda son dərəcə əhəmiyyətli hadisə hesab olunur [2].

Avropa İttifaqına daxil olan ölkələrin əhalisinin yarıdan çoxu özlərini bir şəkildə mədəni irslə əlaqəli hesab edirlər. Belə ki, Avropa vətəndaşlarının 31%-nin ən çox etdiyi mədəni irs ilə bağlı fəaliyyət növü mədəni-tarixi abidələri, muzeyləri, festivalları, konsertləri və digər irs sahələrini və tədbirləri ziyarət etməkdir. Bu ayrı-ayrı ölkələr üzrə müxtəlif cür qeydə alınmışdır, məsələn Hollandiyada 59%, İsveçdə 56%, Danimarkada 49%-ni təşkil edir. Araşdırmalara əsasən Avstraliya və Kanada kimi ölkələrdə mədəniyyət və turizm yerli xalqlar üçün iqtisadi imkanların inkişafı ilə əlaqələndirilmişdir. Afrika, Latın Amerikası və Asiya mədəni turizm, ümumiyyətlə, yerli gəlirləri artırmaqla yanaşı, irsin qorunmasına dəstək vasitəsi kimi qəbul edilir. Məsələn Avropada Avropa Komissiyası mədəni turizmi Avropa birliyi əhalisinin "müxtəliflik içində birlik" olaraq dayaq vasitəsi kimi təbliğ edir, eləcə də başqalarının mədəniyyətini görmək və anlamaq üçün səyahət etmək turistlərə və ev sahiblərinə mədəni əlaqələrlə yanaşı, mədəni müxtəlifliyi qiymətləndirməyə şərait yaradır [3].

ATLAS tədqiqatları son illərdə spesifik bir mədəni turizm motivasiyasına sahib olan mədəni turizm ziyarətçilərinin nisbətinin artığını göstərir.

Mədəni-tarixi resurslar bütün özəllikləri ilə seçilən məkanın seçilmiş ərazidə yaşayan əhalinin bir xüsusiyyəti kimi başa düşülə bilər. Bu resurslar cəlbedici turizm elementlərini özündə birləşdirərək gələn qonaqlar və turistlər arasında müəyyən dərəcədə maraq doğurur. Turizm ehtiyatları arasında mədəni-tarixi resurslar əhəmiyyətli rola malikdir və mədəni turizmin təşkilində istifadə olunur. İstifadə olunma xüsusiyyətlərindən asılı olaraq maddi mədəni-tarixi resursları aşağıdakı kimi təsnif etmişlər:

Mədəni-tarixi memarlıq abidələri;
Milli mədəni irs nümunləri;
Müasir şəhərsalma və arxitektura nümunələri;
Mədəniyyət müəssisələri və muzeylər;
Dini abidələr [3].

Nəticə

İstər bölgələrdə, istərsə də regional inkişafda mədəniyyət və irsin əhəmiyyəti getdikcə daha aydın görünür. Mədəni-tarixi resurslar şəhərin, infrastrukturun, mədəniyyət təşkilatının inkişafını təşviq edərək bölgələrin cəlbediciliyini artırır. Ölkənin mədəni-tarixi potensialı turizm sənayesinin əsas və mühüm amillərindən hesab olunur. Belə ki, mədəniyyət, tarix və irslə tanışlıq buraya səfər edən ziyarətçiləri cəlb etmək üçün əsas vasitədir; Mədəniyyət və tarixi abidələr müasir şəhərlərin qazanc əldə edəcək və iatisadi inkişafa əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərəcək mühüm sərvətidir; Sosial sahədə mühüm əhəmiyyət kəsb edir və mövsimi dalğalanmaları tənzimləyir, eləcə də turizm axınlarını ölkə regionlarında eyni çəkidə, bərabər paylayır; Bölgənin əlverişli imicini, turizm arenasında liderliyin mənimsənilməsinin təsirli vasitəsi kimi istifadə olunan mədəni-tarixi resursların markasını yaradır.

Belə bir nəticəyə gəlmək mümükündür ki, mədəni turizm bilavasitə yerli icmanın inkişafı, onun mədəniyyət və həyat tərzi səviyyəsi ilə bağlı olur. Bu gün mədəni turizm inkişafı üçün yalnız zəngin mədəni irsə sahib olmaq kifayət etmir, belə ki, həm də yerli əhalinin şəhərin mədəni həyatında fəal iştirakı vacib hesab olunur. Mədəni turizm elə inkişaf səviyyəsinə çatmalıdır ki, həm sakinlərin, həm də turistlərin həyat səviyyəsindən məmnunuluğunun artmasına töhfə versin.

Ədəbiyyat:

1. Ashworth G.J. (2001), "Conservation of the built environment in the Netherlands", in: Phelps, Ashworth & Johannson (eds), The construction of Built heritage: a north European perspective on policies, practices and outcomes, Ashgate, London.
2. Cultural Tourism Research Group (atlas-euro.org)
3. Dallen J. Timothy Cultural Heritage and Tourism: An Introduction. New York: 2011, 509 p
4. Jafari, J. (2000) Encyclopedia of Tourism. London and NewYork, Routledge.
5. Гордин В.Э., Сущинская М., Яцкевич М. Теоретические и практические подходы к развитию туризма./ Культурный туризм: конвергенция культуры и туризма на пороге XXI века. СПб., Изд-во СПбГУЭФ, 2001
6. Зырянова М., Горошков П. КГИОП пытается взять контроль над наружной рекламой в центре Петербурга. // Деловой Петербург, 27.10.2008 http: //www.advertology.ru/article67046.htm

7. Сущинская М.Д. Культурный туризм: учебное пособие / М.Д. Сущинская. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 128 с.
8. KODAŞ, Davut ve Sü Eröz Sibel (2012). "Kırsal Turizm ile Kültürel Turizmin Bütünleşmesi", KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14(22), 169-174.
9. Turizm sənayesinin inkişafına dair strateji yol xəritəsi (mida.gov.az)

Firuzə BAĞIŞLI
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
baghishli.firuza.2201@atmu.edu.az

TOURISM OPPORTUNITIES IN EUROPEAN UNION COUNTRIES

AVROPA İTTİFAQI ÖLKƏLƏRİNDƏ TURİZM İMKANLARI

ВОЗМОЖНОСТИ ТУРИЗМА В СТРАНАХ ЕВРОСОЮЗА

Abstract: The European Union (EU) is a popular tourist destination for people all over the world because of its remarkable landscapes, varied cultures, and rich history. This article explores the wide range of tourism options found in EU nations, providing readers with an overview of the exceptional adventures, priceless historical sites, mysterious cuisine, and breath-taking scenery that await travellers. Europe offers a wide range of activities, from touring the famous sites of Paris to venturing through the ancient ruins of Rome to taking in the beautiful beauty of the Greek islands. EU nations entice travellers with a plethora of travel options that skilfully combine cultural diversity, in-depth historical context, breath-taking architecture, and alluring natural attractions. Every location reveals a different story, beckoning investigation, gastronomic delight, and a deep bond with various environments. The harmonic combination of these components creates the abstract allure, offering visitors a rich and varied experience throughout the European tapestry.
Keywords: *adventure, culinary, sustainable tourism, cultural significance, marketing strategy*

Abstrakt: Avropa İttifaqı (Aİ) gözəl mənzərələri, müxtəlif mədəniyyətləri və zəngin tarixi ilə bütün dünyada insanlar üçün məşhur turizm məkanıdır. Bu məqalə Aİ ölkələrində tapılan geniş turizm variantlarını araşdırır, oxuculara müstəsna sərgüzəştlər, qiymətsiz tarixi yerlər, əsrarəngiz mətbəx və səyahətçiləri gözləyən nəfəs kəsən mənzərələr haqqında ümumi məlumat verir. Avropa, Parisin məşhur yerlərini gəzməkdən tutmuş, Romanın qədim xarabalıqlarını gəzməyə və Yunan adalarının gözəl gözəlliklərini seyr etməyə qədər geniş fəaliyyətlər təklif edir. Aİ ölkələri səyahətçiləri mədəni müxtəlifliyi, dərin tarixi konteksti, nəfəs kəsən memarlığı və cəlbedici təbii attraksionları məharətlə birləşdirən çoxlu səyahət variantları ilə cəlb edir. Hər bir yer fərqli bir hekayə, təhqiqat, qastronomik ləzzət və müxtəlif mühitlərlə dərin bağı ortaya qoyur. Bu komponentlərin harmonik birləşməsi mücərrəd cazibə yaradır, ziyarətçilərə Avropa qobelenində zəngin və müxtəlif təcrübə təklif edir.
Açar sözlər: *macəra, kulinariya, davamlı turizm, mədəni əhəmiyyət, marketinq strategiyası*

Абстракт: Европейский Союз (ЕС) является популярным туристическим направлением для людей всего мира из-за его замечательных пейзажей, разнообразия культур и богатой истории. В этой статье рассматривается широкий спектр вариантов туризма в странах ЕС, предоставляя читателям обзор исключительных приключений, бесценных исторических мест, загадочной кухни и захватывающих дух пейзажей, которые ждут путешественников. Европа предлагает широкий спектр мероприятий: от экскурсий по знаменитым местам Парижа до прогулок по древним руинам Рима и наслаждения прекрасной красотой греческих островов. Страны ЕС соблазняют путешественников множеством вариантов путешествий, которые умело сочетают в себе культурное разнообразие, глубокий исторический контекст, захватывающую дух архитектуру и манящие природные достопримечательности. Каждая локация раскрывает свою историю, манящую исследование, гастрономическое наслаждение и глубокую связь с различными средами. Гармоничное сочетание этих компонентов создает абстрактное очарование, предлагая посетителям богатые и разнообразные впечатления от европейских гобеленов.
Ключевые слова: *приключение, кулинария, устойчивый туризм, культурная значимость, маркетинговая стратегия*

Introduction

Europe remains the most visited region in the world, receiving half of all foreign tourist arrivals due to its rich cultural heritage and diversity, as well as its location near some of the world's most popular attractions and primary source markets. For many nations and areas, tourism is vital. In addition to generating employment, tourism fosters social cohesion among societies. Europe continues to dominate the world travel industry. The tourism industry has proven to be very resilient and flexible in its ability to maintain its position as one of the fastest growing sectors of the economy in Europe.

Throughout its member nations, Europe, a continent abundant in natural beauty, history, and culture, provides a wide range of tourism choices. The European Union (EU) offers a vast array of vacation destinations that suit the interests of every kind of visitor, from famous sites like the Eiffel Tower in France to breath-taking fjords in Norway [5, p.42]. This article will examine the best travel options available in several EU nations, emphasizing the distinctive experiences, historical landmarks, delectable cuisine, and breath-taking scenery that draw travellers from all over the world to Europe.

Today's tourism is a significant economic driver and an integral part of our lives. It is crucial in fostering greater unity among people, nations, and regions. Europe is the world's most popular travel destination, and it plays a major role in the process of uniting Europe. In light of signs that Europe may be lagging behind in the increasingly fierce global competition, national and European policymakers ought to pay more attention to developing tourism development strategies. Significant economic and cultural significance is woven throughout the fabric of EU tourism. Notwithstanding the obstacles presented by the epidemic, the industry demonstrates adaptability and tenacity. To deal with seasonal and conjuncture fluctuations in the need for jobs in the tourism sector, Europe views the establishment of private sectors in the tourism industry and the ongoing removal of obstacles to free movement of people as critical. The member states of the Council of Europe should give particular attention to training staff in small and medium-sized tourism-related businesses and fostering innovative business ventures, in accordance with the political recommendations of the European Union regarding employment support and tourism [5, p. 48].

Tourism in EU countries

Europe has long been the most popular travel destination in the world, and it has profited from the money, employment, and increased global knowledge it provides. However, unless Europe makes a determined effort to protect and strengthen the situation, this position may deteriorate in the face of growing competition from other regions of the world. As a result, national and European policymakers ought to give tourism development initiatives greater consideration. Making sure that the Council of Europe's member states are quickly included in their national tourist initiatives is one of the primary concerns. In light of the threats that mass tourism poses to the environment and cultural heritage, the Assembly is in favour of a quality-focused, well-balanced approach to tourism growth. It consists of a legislative and financial structure that supports the preservation of landmarks and other cultural properties, the fostering of interregional collaboration, and the establishment of private-public partnerships for high-quality tourism.

The European Union provides a diversified range of tourism options that appeal to a wide range of interests. These opportunities include historical, cultural, and natural experiences. We will explore the many attractions, changing patterns, and the pandemic's effect on tourism in the EU in this piece, which will close with recommendations and consequences for sustainable growth.

The European Union offers a wide range of travel experiences, catering to all tastes, from the spectacular natural landscapes and vibrant urban centres to the ancient beauty of cultural monuments.

Adventure and outdoor activities: The European Union provides adventure seekers with a vast playground consisting of ski resorts, scenic beaches, and a range of nature-based activities.

For thrill-seekers and nature lovers, Europe's different temperatures and landscapes provide a wealth of outdoor activities and adventure. The EU countries offer a playground for the naturally adventurous, whether their goals are to conquer mountains, explore waterways, or unearth hidden treasures [7, p. 97]. The following are a few of the best outdoor pursuits and experiences available throughout the continent:

1. Terrain: All skill levels can find something to suit them on the vast network of hiking routes that crisscross Europe. Hikers can experience magnificent natural beauty on roads ranging from the rocky paths of the Scottish Highlands to the picturesque routes of the Cinque Terre in Italy.

2. Skiing and snowboarding: The Alps in nations like France, Austria, and Switzerland offer amazing winter sports experiences. The EU has world-class skiing and snowboarding locations. There are slopes for every skill level, so don't worry.
3. Water Sports: Sailing, windsurfing, snorkelling, and scuba diving are all very popular water sports in coastal areas like Greece, Croatia, and Spain. The pristine waters of the Mediterranean offer a haven for underwater exploration.
4. Cycling: A lot of EU nations allow bicycles, and those who enjoy the sport can ride their bikes along well-kept bike routes to see beautiful scenery. Cycling culture is particularly well-known in the Netherlands.
5. Rock Climbing: Rock climbers can encounter difficulties in a number of EU locations, such as the UK's gritstone edges, Malta's limestone cliffs, and Italy's Dolomites.
6. Paragliding and Hang Gliding: Take in breath-taking vistas from above when you hang glide in the Spanish Pyrenees or paraglide in the Swiss Alps.
7. Cannoning and Caving: Discover natural canyons and underground worlds in places like Slovenia. Here, you may go on exhilarating excursions in canyons filled with water and underground caves.
8. Adventure Parks: There are adventure parks in several EU nations that offer thrilling activities for both adults and kids, like zip lines and tree canopy courses.
9. Camping: Camping is a great way to get closer to nature, whether you want to do it in the chilly Nordic wilderness or the balmy Mediterranean [7, p. 99].

Whatever your hobbies or ability level, Europe's varied topography guarantees an adventure or outdoor activity for everyone. So gather your belongings and get set to discover the European Union's vast outdoors.

Gastronomy and culinary experiences: Wine festivals and unique food experiences are combined with regional cuisines from all EU member states to provide a window into cultural subtleties [2, p. 83].

Travelers are increasingly interested in gastronomic and culinary tourism, as the European Union has a rich and varied culinary scene to offer. The culinary diversity of the EU is well-known. Every nation in the European Union has its own distinct cooking customs, ingredients, and cuisine. There is something for every palate, from the robust and substantial foods of Germany to the delicate nuances of French cuisine.

Some of the most well-known wine and cuisine regions in the world are found in EU member states. For example, France is well known for its Bordeaux and Burgundy wine regions, while Italy is home to vineyards and olive groves in Tuscany [2, p. 95]. Travelers who want to experience the flavours of the area authentically are drawn to these areas. Cities across the EU are renowned for their thriving street food and local market cultures. Travelers can visit these markets to taste specialty street food, cheeses, and fresh fruit. Markets that offer this type of culinary experience include the Naschmarkt in Vienna and La Boquerón in Barcelona.

There are a lot of Michelin-starred restaurants in the European Union. Culinary tourists looking for exquisite dining experiences are drawn to these places because of their reputation for producing dishes of outstanding quality and innovation. Throughout the year, several food and wine festivals and culinary events are held in EU nations. These gatherings honour regional customs, products, and culinary prowess. Celebrated events include the Fête de la Gastronomy in France and the Oktoberfest in Munich, Germany [8, p. 36].

Finally, for those who like to see the world through their palates, gastronomic and culinary tourism in EU nations offers an enthralling experience. The EU is a well-liked travel destination for foodies from all over the world because of its rich and varied gastronomic scene as well as its emphasis on sustainability and authenticity.

Emerging trends and sustainable tourism: In response to shifting consumer needs, technology advancements and sustainable practices are gaining traction. Initiatives for community engagement foster local cultures and enhance experiences.

Developments in technology, shifting consumer preferences, and environmental concerns all have an impact on new trends in sustainable tourism in EU member states. To better manage tourism destinations, cut down on resource consumption, and improve visitor experiences, EU nations are utilizing data analytics and digital technology more and more. Green hotels, treehouses, and camping areas are examples of sustainable lodging options that are becoming more and more popular. Energy-efficient equipment and renewable energy sources are among the many green initiatives that hotels are implementing.

EU nations are making investments in environmentally friendly modes of transportation, such as effective public transportation systems, bike-sharing schemes, and infrastructure for charging electric vehicles. Certifications such as the EU Ecolabel, Green Key, and others are essential for locating and endorsing sustainable travel suppliers [9, p. 42]. With an emphasis on lessening the environmental impact of tourism-related activities, initiatives to decrease waste and encourage recycling are gaining traction.

As part of their larger environmental and economic objectives, EU nations are dedicated to advancing sustainable tourism, and they frequently work together on regional projects to exchange best practices and guarantee that tourism continues to be beneficial for both tourists and host communities.

EU's cultural and historic significance: By celebrating the EU's rich history and artistic traditions, UNESCO World Legacy Sites and cultural events help to build a feeling of shared legacy [1, p.12].

The cultures, languages, and customs that make up the EU are diverse. A multitude of knowledge about different literary works, artistic mediums, and cultural legacies has been made possible by this diversity. These many cultural expressions are supported and preserved by the EU. Rich historical archives found in several EU member states provide precious insights into Europe's past. To aid in historical research, the EU supports efforts to digitize and make these archives publically available. The European Union produces copious amounts of information, ranging from policy papers and laws to publications and studies [1, p,17]. This abundance of information is accessible through the official EU website and repositories, enabling citizens to remain up to date on EU policies and operations.

The EU gives research and education a high priority. Initiatives such as Erasmus and Horizon 2020 promote research and innovation while easing the flow of information and knowledge across participating nations [3, p. 9]. Historic sites, relics, and manuscripts are all part of the cultural legacy that the EU has taken action to safeguard. This attempt at preservation makes sure that important historical data is preserved for next generations. The European Union supports open governance and freedom of information. It has passed laws to guarantee citizens' access to public information from the government, promoting transparency and well-informed decision-making. The European Union is in favour of a varied media environment, encompassing print, broadcast, and internet media. These platforms are essential for spreading knowledge, influencing public opinion, and strengthening the idea of a common European identity.

All things considered, the EU's cultural and historical relevance in terms of information is intimately related to its dedication to protecting and disseminating the rich cultural and historical heritage of its member states and to fostering free and open access to information.

COVID-19's effects on EU travel: The impact of COVID-19 on travel and tourism in EU member states differed. Travel habits have changed due to the pandemic [3, p. 2]. The tourism industry is being led towards a new normal by the governments through their recovery and strategic support measures that prioritize safety and adaptability. Travel restrictions and safety concerns caused a substantial drop in tourism for many [4, p. 270]. Lockdowns and border restrictions caused a sharp decline in foreign visitors, which had an effect on industries and enterprises that depended on tourism.

Numerous nations enacted steps to contain the virus, which had an impact on the hospitality sector and created financial difficulties for the travel and tourism business.

Marketing and promotional strategies: The EU has modified its marketing strategy to reflect changing consumer behaviours in the digital age by utilizing digital platforms, partnerships, and niche targeting [6, p.11].

EU nations use a variety of promotional strategies to boost travel. Their reach is increased via influencers, social media interaction, and digital campaigns. Promoting cultural diversity, historical landmarks, and scenic beauty continues to be a top priority. A variety of passengers are drawn in by

themed promotions, discounts, and specialized packages. foreign visibility is fostered through participation in foreign travel events and collaborations. Stressing ethical and sustainable tourism has grown essential in recent years, in line with the desires of increasingly eco-aware tourists. Effective communication of safety precautions and strategy adaptation to changing trends are key components of successful EU tourism promotion [6, p. 13].

Several marketing and promotional techniques are used by EU nations to increase tourism. Among these include social media platform optimization, digital marketing campaigns, exhibiting cultural attractions, and working with travel influencers to reach a larger audience. You may draw them in by providing exclusive deals, packages, and focused marketing [6, p. 14]. To further highlight the distinctive experiences that every nation has to offer, participation in international travel fairs and events is encouraged. In order to successfully market tourism in the EU, it is now essential to continuously adapt to changing market trends and to prioritize safety and sustainability.

Conclusion

The EU's ability to bounce back from difficult times is a testament to their dedication to sustainable tourism and the preservation of their wide range of products. A bright future for EU tourism is made possible by a combination of creative thinking, cultural diversity, and flexibility.

A key component of the economic integration of the European regions and the enhancement of their own natural and cultural endowments is tourism. The establishment of long-lasting quality standards in tourism locations is becoming more and more dependent on professional training. The information society will give the travel industry the chance to operate more network-based and competitively. The goal of traveling in an uncongested manner and with minimal delays must be balanced with the growing prospective of air traffic in order for European tourism to succeed. The locations' attraction is enhanced when sustainable development ideas are put into practice. In actuality, the maintenance and even improvement of the resources necessary for tourism operations is the only way to ensure their efficiency and viability over the medium and long terms.

It is crucial to keep funding eco-friendly operations, technological integration, and community-focused projects in order to promote sustainable growth. Fostering international cooperation can enhance Pan-European travel experiences. Furthermore, putting an emphasis on adaptation, safety precautions, and flexible travel policies might strengthen the industry's resilience to unpredictability in the future.

As a result, travel options in all EU member states provide a wide range of experiences, combining historical significance, magnificent natural settings, rich cultural legacy, and architectural wonders. The EU offers a diverse experience for every tourist looking to create a tapestry of life-long memories, whether they choose to explore historic ruins, enjoy regional cuisine, or indulge in colourful customs.

References

1. Andrzej J., Francesca F., Kristin H. (2019) Cultural Heritage in the European Union. (p. 9-36)
2. Culinary Explorer. (2020). Taste of Europe: A Guide to Culinary Adventures. Foodie Publications. (p. 80-110)
3. Gosling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). "Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19." Journal of Sustainable Tourism, 29(1), p. 1-20.
4. Hassan, G., & Ibrahim, Y. (2020). "Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research." Tourism Recreation Research, 45(3), p. 269-272.
5. I. Florek, (2018) The role of tourism in European Union - selected issues. Journal of Modern Science, 3(38), p. 41-52
6. Masaaki (Mike) K., Kristian H. (2020) Global Marketing Management. (p. 10-14)
7. Simon P., Michael G. (2018) Effective Leadership in Adventure Programming. (p. 96-101)
8. Smith, J. (2021). European Delights: A Culinary Journey Across the EU. Culinary Press. (p. 20-60)
9. Steve’s, R. (2018). Rick Steve’s' Europe Through the Back Door. Avalon Travel. (p. 30-80)

Pərvanə ƏBİLOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
pervaneebilova2000@gmail.com

ABŞERON QALALARININ TARİX VƏ MEMARLIQ BAXIMINDAN ÖYRƏNİLMƏSİ

HISTORICAL AND ARCHITECTURAL STUDY OF ABSHERON CASTLES

ИСТОРИКО-АРХИТЕКТУРНОЕ ИЗУЧЕНИЕ АБШЕРОНСКИХ ЗАМКОВ

Xülasə: 800 ildən daha artıq bir dövr ərzində Azərbaycan mədəniyyətinə, hərb tarixinə, memarlıq ənənələrinə öz varlığı ilə şərəf qatan Abşeron qala-istehkamları həm də müxtəlif dövrlərdə ərəb və rus mənbələrində, Azərbaycan bədii söz ustalarının əsərlərində, Qərbi Avropa alim və səyyahlarının gözlərində, əcnəbi rəssamların təsvirlərində yaşayıb.

Məqalədə qədim mənbələrlə yanaşı, həm sovet tarixşünaslığı və arxeologiyası, həm də yeni dövr tarixçi-memarları, arxeoloq və epiqrafiyaçılarının tədqiqatları bir araya gətirilib. Müdafiə tikililərinin öyrənilməsinin ən son qənaətləri orta əsrlər Bakısının liman-qala xüsusiyyətləri zəminində təhlil edilib.

Açar sözlər: *Abşeron qalaları, istehkamlar, Şirvanşahlar, tarix, memarlıq*

Abstract: For more than 800 years, the Absheron castle-fortifications, which have brought honor to the culture, military history, and architectural traditions of Azerbaijan, have also lived at different times in Arabic and Russian sources, in the works of Azerbaijani artistic wordsmiths, in the eyes of Western European scientists and travelers, and in the depictions of foreign artists. In addition to ancient sources, the article brings together both Soviet historiography and archeology, as well as the researches of modern historians-architects, archaeologists and epigraphers. The latest conclusions of the study of defense buildings were analyzed on the basis of the port-fortress characteristics of medieval Baku.

Keywords: *Absheron castles, fortifications, Shirvanshahs, history, architecture*

Абстракт: На протяжении более 800 лет Апшеронские замки-крепости, прославившее культуру, военную историю и архитектурные традиции Азербайджана, в разное время находили отражение в арабских и русских источниках, в произведениях азербайджанских художественных мастеров, западноевропейских ученых и путешественников, а также в изображениях зарубежных художников. Помимо древних источников, в статье рассматриваются как советская историография и археология, так и исследования современных историков-архитекторов, археологов и эпиграфистов. Последние заключения по поводу исследования оборонительных сооружений были проанализированы на основе портово-крепостных характеристик средневекового Баку.

Ключевые слова*: Апшеронские замки, фортификационные сооружения, Ширваншахи, история, архитектура*

Tikmədim özüm qalam,
Tikdim ki, izim qala…

Milli dəyərlərimizi, milli ənənələrimizi yaxşı bilməyən gənc vətənpərvər ola bilməz.

Heydər Əliyev

Giriş

Bakı və Abşeron yarımadası " Azərbaycan" adlanan məmləkətin ayrılmaz hissəsi ,tarixi beşiyi, ana Xəzərə açılan qapı, dünya su ticarətinin əsas liman şəhəridir.

Şərq-Qərb dəniz ticarətinin sosial-iqtisadi həyatında "qoca şərqin qapısı" rolunu öz üzərinə alan Bakı həm də tarixin qaranlıq və keşməkeşli gədiklərində iz buraxan şəhərsalma mədəniyyətinin mövcudluğunu, yurd qoruyuculuq təəssübkeşliyinin izlərini qalaların soyuq divarlarında, dənizin amansız sularında, yalçın qayaların daş qoynunda, daş kitabələrin gizli yaddaşında qoruyur, nəsillərə tarixi nağıllar qədər əsrarəngiz bir çox dəfinə, xəzinə, abidə ərmağan edir.

Haqqında bəhs edəcəyim Abşeron qalaları, onların tarix və memarlıq baxımından öyrənilməsi məsələsi də orta əsrlər Azərbaycan tarixinə qiyabi səyahətin əyani nümunələrinə bu yurdun övladları

və müxtəlif vaxtlarda Bakıya hansısa məqsədlə gələn alim və səyyahların, geoloq və tarixçilərin, hərbçi və yaradıcı şəxsiyyətlərin qeydləri, yazıları, çəkdikləri şəkillər vasitəsilə mümkün olmuşdur. Açıq səma altında tarix qoxan ətri ilə keçmişlə bu gün arasında bağlanan körpünün həm dənizaltı, həm yerüstü dirəklərinin möhkəm özüllərə sahib olduğunun əyani göstəricisi olan "tarix şəbəkəsi" XX əsr tarixçilərinin, memarlarının ,numizmat və geoloqlarının diqqətindən kənarda qalmamışdır.

Əsas hissə

VIII-IX əsr mənbələrində Bakının adına yaşayış məntəqəsi kimi rast gəlmək mümkündür [7, s.5]. Bakının əhəmiyyətli şəhər olmasını isə XI-XII əsrlərdə bu şəhərdə və onun ətrafında tikilən müdafiə istehkamları sübut edir.

Bakı tarixi haqqında ən əsaslı məlumata XX əsrdə rast gəlinir. Həmin əsər 85 səhifədən ibarətdir və 1928-ci ildə V.M.Sısoyev tərəfindən yazılaraq nəşr etdirilib. Bu fikri Sara Aşurbəyli "Bakı şəhərinin tarixi" əsərində irəli sürür. Sısoyevin bu əsərində Bakıda mövcud olan bir sıra memarlıq abidələrindən danışılır [1, s.13].

Aşurbəyli öz əsərində Bakının tarixi qalaları haqqında ilk dəfə məlumat verən müəllifin XV əsrin tarixçisi Əbdürrəşid əl- Bakuvi olduğunu qeyd edir[1, s.6]. Bakuvinin həmin əsəri "Təlxis əl-asar və əcaib əl-məlik əl-qəhhar" (yazılma tarixi 1403, üzü köçürülmüş nüsxəsinin saxlandığı yeganə əlyazma Paris Milli Kitabxanasındadır) dır.Əsəri akademik Ziya Bunyadov rus dilinə tərcümə edib və 1971-ci ildə nəşr etdirilmişdir **[**1, s.6].

Akademik Şamil Fətullayev-Fiqarovun "Abşeron memarlığı" monoqrafiyasına əsaslanaraq Abşeron qalalarının tarix və memarlıq baxımından öyrənilməsinə XX əsrin 20-ci illərindən başlanıldığını deyə bilərik [9, s.14].

Bakı-Abşeron qalalarının ən məşhurları Qız qalası, Bayıl qalası, Mərdəkandakı iki qala, Ramana qalası, Nardaran ,Şağan və Qala kəndindəki bürc-qaladır.Lakin araşdırma nəticəsində XX əsrin 30-40-cı, hətta 50-ci illərində belə Bakı kəndlərinin bir çoxunda uçulub-dağılmış qala-donjonların varlığı diqqət çəkdi.Hətta XX əsrin 90-cı illərində indi neft buruqları ilə əhatələnmiş bir qalanın qalıqlarının üzə çıxarıldığı barədə də məlumat almış oldum.

Tarixi ,adətən, maddi mədəniyyət abidələri , daş kitabələr, qədim əlyazmalar, bədii əsərlər, rəssamlıq və heykəltaraşlıq nümunələri, arxeoloji qazıntılar və digər mənbələrdən öyrənmək mümkündür.

Qeyd etdiyim kimi yazılı mənbələrdən heç də geri qalmayan çox dəyərli təsviri mənbələr Bakı qalaları haqqında məlumat verir.Buraya ilk növbədə Bakı və Azərbaycan haqda xarici səyyah,rəssam və yazıçıların qeydlər daxildir.

1683-cü ildə Bakıda olan ,1712-ci ildə səfər təəssüratları haqqında iki kitab yazan alman səyyahı və təbiətşünası Engelbert Kempfer Abşeron yarımadasını, Bakı ətrafındakı "əbədi od sahələri"ni (Yanardağı) ziyarət etmiş, bu barədə Avropa elminə ilk məlumatı çatdırmış, Bakı qalasının Xəzər dənizinin içinə gedən dövrümüzə çatmamış divarını təsvir edən çox nadir bir qravür çəkmişdir [8], [6, s.10], [1, s.10].

Rus alimi və şərqşünası Samuel Qmelinin 1770-ci ildə çəkdiyi "Bakı şəhəri" qravürü tarixi təsvir baxımından çox dəyərlidir.Şəkil XVIII əsr Bakısının memarlıq quruluşunu sərgiləyir [7, s.28], [1, s.12], [8].

Artemi Araratskinin 1796-ci ildə Bakı şəhəri [7, s.221]. və B.A. Dornun 1895-ci ildə Xəzər dənizinin çənub sahili qravürlərində də dənizə doğru uzanan başqa bir qalanın mövcudluğu öz əksini tapıb [7, s.119-221] [8].

Başqa bir topoqraf-rəssam Qabriel Sergeyeviç Sergeyevin "Bakı şəhərinin görüntüsü", Qala", "Bakı" əsərləri də (1796) Bakı şəhərinin mənzərəsinə XVIII əsrin rəssamının gözü ilə baxmaq imkanı yaradır [8].

1858-1859-cu illərdə dahi fransız yazıçısı Aleksandr Düma və onun özü qədər məşhur fransız memar və rəssam Jan Pyer Muanenin Qafqazı gəzdikdən sonra birgə yaratdıqları (kitabdakı rəsmlərin müəllifi Muanedir) Qafqaz səfəri " kitabı 1861-ci ildə Tiflisdə rus dilində çap olundu [8].

1858-ci ilə aid olan Bakı mənzərəsi, Atəşgahın təsvir edildiyi iki əsəri və Şamaxı mənzərələri Muanenin Azərbaycana səfəri zamanı yaratdığı işlərə aiddir [6, s.12].

Bakı ilə bağlı tarixi təsvirlərin müəllifi olan Aleksey Petroviç Boqolyubovun yaradıcılığını əhatə edən "Dənizçi – rəssamın qeydləri" kitabında rəssamın 1861-ci ildə şəhərin sahilboyu fərqli sahillərinin təsvirlərini əks etdirən "Günorta saatlarında Bakı", "Bakı", 1874-cü ildə "Bakının mənzərəsi",

“Bakı. Qız qalası” əsərləri də, “Bakı şəhərini çox bəyəndim. Dənizin sahilində gözəl və bir o qədər də əfsanəvi olan qədim qala yerləşir. Məscidin yaxınlığında kiçik olmasına baxmayaraq, gözəl bir bazar da var. Ümumiyyətlə, Şərq mədəniyyəti burada olduqca yaxşı hiss olunur” sözləri də Bakının tarixi təsvirlərinin əhəmiyyəti qədər maraqlı və dəyərlidir [8].

Pyotr Petroviç Vereşşaginin 1872-ci ildə yaratdığı “Dənizdən Bakının mənzərəsi” əsəri (həmin əsər hazırda Azərbaycan Milli İncəsənət Muzeyinin daimi ekspozisiyasında nümayiş olunur) haqqında söhbət açdığımız məsələlərlə birbaşa əlaqələnir [8], [6, s.12] .

Sovet qrafik rəssamı, kitab dizayneri, konstruktivizmin parlaq nümayəndəsi Solomon Beneditoviç Telinqaterin Azərbaycanla bağlılığı, Azərbaycan Foto-Kino Şurasının loqosunu hazırlamağı, 1958-ci ildə çəkdiyi “Köhnə və yeni Bakı”, “Bakı qalası” əsərləri də Bakı tarixi üçün böyük əhəmiyyətə malikdir [8].

Araşdırmamıza dünya şöhrətli və Abşeronda istehkam-müdafiə tikililəri içərisində yaşca ən qədimi hesab oluna “Qız qalası”ndan başlayacağıq. Qız qalası unikal-konstruktiv quruluşuna görə nəinki Azərbaycanda, eləcə də yaxın Şərqdə analoqu olmayan bir abidədir, əzəməti və qədimliyi ilə möhtəşəmlik və məğlubedilməzlik simvoludur.

Bütün tədqiqatçıların ümumi rəyi nəticəsində belə demək olar ki, qalanın tikilmə tarixi dəqiq deyil. Lakin bu tarix haqqındakı müxtəlif mülahizələrin içində aşağı hissənin daha əvvəllər V-VI əsrlərə tikildiyi ehtimalını irəli sürənlər də var. Bəzi qaynaqlarda qalanın gözətçi məntəqəsi, müdafiə istehkamı, qədim məbəd, hətta rəsədxana kimi fəaliyyət göstərdiyinini deyənlər var [1, s.147]. Fərziyyələrin əksəriyyəti müxtəlif dəlillərə də söykənir.

1403-cü ildə Bakuvi yazırdı ki, Bakı şəhərində iki möhtəşəm qala var. Biri dənizin sahilindədir, ləpələr onun divarlarını yuyur, daha böyüyünün üst tərəfini isə monqollar mancanaq vasitəsilə dağıdıblar [2, s.70]. Yəqin ki, “daha böyüyü” söhbəti Qız qalası” haqqındadır.

Akademik Qmelinin (XVIII əsr) də çəkdiyi şəkildə qalanın yuxarı hissəsi qismən dağınıq şəkildə görünür [1, s.139], [7, s.224]. Lakin tədqiqatçıların bir qismi indiki quruluşun XIX əsrdə ərsəyə gətirildiyi qənaətindədirlər [13, s.19].

Bir sıra qalalardan fərqli olaraq qalanın yeganə kitabəsində yalnız “Davudun oğlu Məsudun günbəzi” sözləri yazılıb. Bu ad müxtəlif ehtimallara yol açıb.Tədqiqatçıların bəzisi bu adın qalanı tikdirən feodal hakiminə, bəziləri ustaya, memara aid edir. Lakin son nəticə olaraq kitabədə qalanın ustasını adı olduğu ehtimalı üzərində dayanılıb. Kitabə qalanın qapısının sağındadır və XI-XII əsrlərdə işlənən kufi dəst-xətti ilə yazılıb.

2015-ci ildə Qız qalası, onun tarixi, tikintinin xüsusiyyətlərindən bəhs edən başqa bir ədəbiyyat işıq üzü gördü. Siyasi xadim və tarixçi Həsən Həsənov elm aləminə üçcildlik “Qız qalası” adlı kitab təqdim etdi [11]. Bu kitabda qalanın tikintisi ilə əlaqəli başqa bir tarixlə qarşılaşırıq. Həsən Həsənov yazır ki, qala eramızdan əvvəl VII əsrdə tikilib, belə bir qənaətə gəlməyə arxeoloji cəhətdən əsaslar var. Qalanın hansı xalqın nümayəndələri tərəfindən tikilməsi məsələsinə gəlincə, Həsən Həsənov qalanın türk əsilli bütpərəst kimmer və skif tayfaları tərəfindən inşa edilməsi, od tanrısı Tabutiyə həsr olunması, hər mərtəbənin ayrıca məbəddən ibarət olması fikirlərini irəli sürüb. H. Həsənova görə, əvvəllər bu qala yalnız məbəd idi. Eramızın VII əsrdən – islam Azərbaycana yol tapandan sonra abidənin məbəd funksiyası sonlandırılıb və təxminən 300 il istifadəsiz qalıb. Bakının X əsrdə məbəd statusundan şəhər statusuna keçməsi X əsrdə baş verib, ərəb səyyahı İstəxrinin bu barədə qeydləri mövcuddur. Tarixçi dediklərini Misir məbələrindən topladığı məlumatlar, qalanı tədqiq edərkən əldə etdikləri qənaətlər və arxeoloji məlumatlara istinadən gəldiyi nəticələrlə izah edir. Belə bir nəticə Qız qalasının tikilmə çağı ətrafında mübahisələrin zaman fərqini bir neçə il, bir neçə əsr də deyil, 3000 ildən artıqdır bir dövrü əhatə etməsi fikrini ortaya atır.

Qız qalasının memarlıq quruluşu özünəməxsus xüsusiyyətləri ilə fərqllənir. Qalanın yuxarı tərəfinin hörgüsünün (aşağı hissənin əksinə olaraq cərgələrdən birinin irəli istiqamətdə hörülməsi, digərinin isə içəriyə doğru batıq qalmasını) Şabran rayonundakı Çıraq qalanın hörgüsü ilə bənzədildiyini deyən və hər iki abidənin eyni dövrdə tikilməsini vurğulayanlar var [4, s.69]. Qalanın iki hissəsi (silindirik və uzunsov hissələri) var. Hal-hazırkı quruluş bu unikal qalanın passiv müdafiə qurğusu olması haqqında fikir irəli sürməyə əsas verir.

Qədimlərdə qalanın üst hissəsi müdafiə üçün aktiv quruluşa malik imiş. Qalanın dənizə doğru uzanan uzunsov dayaq divarının hansı məqsədlə tikildiyi məlum deyil, (Salamzadə, Dadaşov) bəzilərinə görə bu hissə dayaq yolunu oynayır. (salamzadə 19) Silindrik hissənin aşağı divarlarını qalınlığı 5 metrə qədərdir. Bütövlükdə 8 mərtəbəni əhatə edən qala öz içərisinə xeyli adamı ala və düşməndən müdafiədə mühafizə xarakteri daşıya bilərdi. Qala divarlarının qalınlığı yuxarı hissələrdə 4 metr təşkil edir.

Qalanın daxili hissəsi 8 mərtəbəyə bölünüb. Hər mərtəbə yonma daşlarla tikilmiş, günbəz formalı tavanla örtülmüşdü. Mərtəbələr arası əlaqə yaratmaq yalnız tavanda olan dairəvi deşikdən nərdivan və ya ip vasitəsilə mümkündür. Qalaya yeganə giriş yolu onun qərb tərəfindən, yerin əvvəlki səthindən 2 metr hündürlükdə və 1.10 metr enində olan tağlı qapı yeridir. Qalanın qapısı da keçmişdə bir neçə qatdan ibarət olmuşdur. Qalanın cənub və cənub şərq tərəflərini, xüsusilə dənizi nəzarət altında saxlamaq üçün mazğallar düzəldilmişdir. Mazğallar qalanın içərisinə təmiz hava daxil olmaq işinə də xidmət edirdi.

1924-ci ildə qalada arxeoloji qazıntı işləri aparılıb. Tədqiqatçı V.M.Sısoyev tərəfindən aparılan qazıntı nəticəsində şimal tərəfə şəhərin içərilərinə dogru gedən yeraltı yolun qalıqları üzə çıxarılmışdı [1, s.148].

1962 – 1963 -cü illərdə qalanın birinci mərtəbəsində arxeoloji qazıntı işləri aparılmışdır. 5 metr dərinliyə qədər davam etdirilən həmin qazıntı nəticəsində məlum olmuşdur ki, abidə nəhəng bir qayanın üzərində tikilmişdir [1, s.145].1964-cü ildə qalada tədqiqat işləri aparılanda bünövrədən içəriyə doğru 14 metrlik böyük ağac tirlərinin olduğu müəyyən olunmuşdur. Lakin bu tirlərin nə zaman qoyulub, nə məqsədlə istifadə edilməsi hələ də məlum deyil.

Qız Qalasının bu gündə hansı məqsədlə tikilməsi tədqiqatçıları düşündürən məsələlərdən biridir. Bununla əlaqədar olaraq qala haqqında bir çox rəvayətlər mövcuddur.

Abşeron qalaları içərisində dənizə batmış – Bayıl qalası, yaxud "Bayıl daşları da diqqəti cəlb edir. Orta əsrlər dövrünün bu abidəsi (Bayıl daşları) dəniz suyunun çökməsi nəticəsində XIX əsrdə üzə çıxıb. Su səviyyəsinin düşüb-qalxması müxtəlif nəsillərə həmin abidənin qalıqlarını görüb-görməmə imkanı yaradır.Bu qəsr haqqında məlumatları rus alim və şərqşünasları – İ.Berezin, S.Qmelin, B, Dorn, V.Bartold və başqaları verib [6, s.12]. Fransız yazıçısı A.Düma da XIX əsrdə Bakıya gəlişi zamanı bu abidə ilə maraqlanıb [4, s.72].

Bayıl qalasının sirli daşları ilə yanaşı çoxsaylı adları da var: "Bayıl qəsri", Bayıl daşları", "Səbayıl", "Bənd", "Sualtışəhər", "Karvansara", "Kömürxana",Qala", "Nouşəhr", "Müdafiə istehkamı".

Təbii ki, tikintinin inşası zamanı (XII əsr) Xəzər dənizi indiki səviyyədən xeyli aşağı olmuşdur və bu istehkam quruda-təpə üzərində inşa olunmuşdur. Xəzər dənizinin səviyyəsi ilə maraqlanan rus kartoqrafçıları 1782-ci ildə Bakı limanında Bayıl daşlarının üzə çıxdığını yazırdılar [13, s.22] .

1830-cu ildə Bakıya gələn akademik S.Lente yazırdı ki, illər əvvəl dəniz sahildən 20 verst uzaqda idi. Sonralar suyun səviyyəsi qalxıb və Böyük Zirə, Daş Zirə, Pirallahı və Çilov adaları qurudan ayrılıb [4, s.74].

İlk dəfə bu daşların bir neçəsini 1861-ci ildə Xəzərdə tədqiqat işləri aparan ekspedisiya rəisi A.İvanşintsev tapıb, onları Peterburq Arxioloji cəmiyyətinə göndərib [4, s.75].

Cəfər Qiyasi "Nizami dövrü memarlıq abidələri" kitabında yazır ki, Bakı Şirvanşahların orta çağ yürüşlərindən qıraqda olan dayanıqlı sığınacaq və Xəzər sahildən Dərbənddən sonra ikinci güclü qalasına çevrildi. Xəzər korfəzindəki Bayıl qəsri Bakının müdafiə sisteminin ən əsas qalası idi [12, s.19].

1927-ci ildə kanalizasiya işləri aparılarkən Qız qalası rayonunda 2.75 m dərinlikdə qaladan dənizə tərəfə uzanan divar qalığı aşkar edilib. [1, s.139]. XX əsrin 20-30-cu illərində su çəkilməyə başlayıb. 30-cu illərin sonuna doğru bu çəkilmə iki metrə qədər olub. 1939-cu ildən etibarən dənizin səviyyəsinin aşağı düşməsi nəticəsində Bayıl daşları görünməyə başlamış. Görkəmli Azərbaycan arxeoloqu, tədqiqatçı alimi İshaq Cəfərzadə dörd tərəfdən Xəzərin dalğaları ilə yuyulan "Şəhri Səbayıl" tədqiqatları zamanı ağır və gərgin zəhmət hesabına dənizin dibindən 250-dən artıq iri ölçülü yazılı daş kitabə çıxara bilmiş və onun araşdırmaları nəticəsində məlum olmuşdur ki, burada ətrafı divarlarla əhatələnmiş və hər döngəsində qüllələr inşa edilmiş tikili var.Həmin tikili Şirvanşah III Fəriburzun dövründə limanda yüksək təpə üzərində uzunsov düzbucaqlı şəklində uzunluğu 175-180 ,eni 35-40 metrə bərabər olan bir qəsrdir [4, s.74].Tikintinin divar qalınlığı 1.2-1.5 metrə qədərdir. Burada 15 qüllə var və həmin qüllələr 16-38 metr məsafələrlə divara birləşdirilib: iki qüllə dairəvi (şimal-qərb və cənubda),

12 qüllə yarımdairə formasındadır. Qəsr əhəngdaşından tikilib (daş layların ölçüləri hündürlük 70, qalınlıq 12-15,en 25-50 sm.).

Quruya çıxarılan bəzi daşların üzərində Şirvanşahların Kəsranilər sülüləsinə mənsub olan şəxslərin adı, hətta "Bakı", "nəqqaş" sözləri aydın şəkildə oxunmaqdadır. Bayıl daşları abidəsinin bayaq adını çəkdiyimiz rus xəritəçilərinin "karvansara" adlandırdıqları məlum olduğundan ,bəzi karvansaraların da müdafiə məqsədi daşıyan istehkam xarakterli inşa edildiyindən Ə.Salamzadə bu ehtimalın üzərində dayanır [13, s.23] .

1939-1969-cu illərdə 700-ə qədər belə daş çıxarılıb, üzərlərində ərəb və fars dillərində (daha çox farsca) yazılar, bəzək elementləri, nəbati bəzəklər var [4, s.75], [10, s.82]. Qalanın XIII əsrə aid olması və orta əsrlərdə Azərbaycanın iqtisadi-mədəni əlaqələrində mühüm yer tutması aydınlaşmışdı.

Maraqlı burasıdır ki, burada tapılan tapıntılar içərisində Fəribürzün adı həkk olunmuş mis pul, Yezid, Mühəmməd, Gərşəsb (hökmdar adları), ustalar Zeynəddin bin Əbu-Rəşid, Əbu-Rəşid bin Zeynəddin kimi sənətkarlar sülaləsinin adları da yazılıb [4, s.76]. Tikintini inşa edən memarın--ustanın adı da aşkar olunub. Müəyyən olunub ki, qəsr 1232-1233-cü illərdə Şirvanşah Güştasb Gərşəsbin oğlu II Fəribürz (1225-1243) dövründə inşa edilib, (bəzi mənbələrdə inşaatın tarixinin 1235- ci il kimi göstərilir) usta Əbdülməcid oğlu Zeynəddin Şirvanidir. Burada memar Əbdül Məcid Məsudun adı da var ki, deyilənə görə o, Mərdəkan dairəvi qalasını da inşa edib [10, s.82], [15, s.134]. [4, s.76]. Həmin daşlar indi Şirvanşahlar sarayında nümayiş etdirilir, təxminən eyni ölçülüdür, üzərləri müxtəlif yazılarla oyulmuşdur.

Bayıl qalası haqqında bədii ədəbiyyat nümunələrində də müxtəlif fərziyyələr mövcuddur. Arif Ərdəbili (XIV əsr) yazırdı ki, Bakıda suya qərq olmuş bir qala vardır,o dənizin qarşısını alırmış [4, s.73]. A.Bakıxanov Bakıda mövcud olan tarixi tikililərə istinad edərək 400-500 il əvvəl Bakıda gözəl, abad bir şəhərin var olması, sonralar dənizə qərq olması fikrini də irəli sürür və yazırdı: "...inkar etmək olmaz ki, Bakı ölkəsində Bilgəh, Zirə, Bibiheybət və s. kəndlərdə bəzi adalarda daşlar üzərində dənizə doğru gedən araba yolları görünür. Bakı şəhərində Hacı ağa oğlu Hacı Babanın otağının yerində quyu qazdıqları zaman dəniz səthindən aşağıda daşla döşənmiş bir yol çıxmışdır" [5, s.23].

Bayıl qalası bir qala kimi müxtəlif deformasiyalar uğrasa da hələ ki, suyun altında öz hayatını yaşayır, ancaq təbii ki, bu həyat uzunömürlü olmayacaq, onu xilas etmək, yaxud ömrünü uzatmaq üçün nəyin lazım olduğuna isə mütəxəsslər və Azərbaycan dövləti qərar verəcək.

Abşeron qalaları haqqında bir çox tədqiqatçıların fikirləri mövcuddur Abşeronda Şirvanşahların Kəsranilər sülaləsi dövründə ictimai, dini, hərbi müdafiə qalaları tikilib. Bakuvi yazırdı :"Şəhər yaxınlığında çoxlu kənd, hər kəndin möhtəşəm qalası var [8, s.11]. T.Səlimov "Qala" kitabında yazır: "XIX əsrin 40-cı illərində Bakıda olmuş məhşur rus şərqşünası İ.Berezin qeyd edir di ki, bəzi kəndlərdə (məsələn, Mərdəkan, Buzovna) iki, üç qala vardır" [14, s.19].

Tədqiqatçı fikrinə davam edərək: "Qalalar Bakının bütün kəndlərində olmuşdur. XX əsrin 40-cı illərində A.B.Şarıqin adlı rus müəllifi Abşeron qalalarının yerləşmə məkanını əks etdirən sistematik xəritə çəkmişdi. Xəritəyə nəzər salanda görürük ki, Abşeronun şimalında yerləşən yaşayış məntəqələri – Şüvəlan, Mərdəkan, Şağan, Bilgəh, Buzovna, Nardaran - ümumilikdə 10 qala göstərilir və bu günə qədər həmin qalaların qalıqları qalmaqdadır",-deyə qeyd edir [14, s.19].

Şirvanşahlar, xüsusən Axsitan 1160-cı ildən düz 40 ilə yaxın hakimiyyəti dövründə Azərbaycana şimaldan-rus qoşunların basqınalarından müdafiə etmək üçün müdafiə qalalarının tikdirilməsi göstərişi vermişdir. Xaqani yazırdı ki, Axsitan 1175-ci ildə belə bir basqının qarşısını alaraq "basqınçıların 73 gəmisini məhv etmişdir [1, s.54].

S.Aşurbəylinin yazdığına görə, 1191-ci il Şamaxı zəlzələsindən sonra Axsitan Bakını öz iqamətgahlarından birinə çevirdi və bunun nəticəsində şəhərin müdafiəsini möhkəmləndirmək üçün müəyyən tədbirlər gördü [1, s.46, 154]. Tarixçi belə hesab edir ki, bu hadisə, yəni Şirvanın paytaxtının Şamaxıdan Bakıya köçürülməsi 1191-ci ildə baş vermişdir. Bütün bunların əyani sübutu kimi həmin tarixdən etibarən XVI əsrə qədər Bakı və Abşeron ətrafında inşa edilmiş müdafiə obyektləri – qala divarlarından tutmuş qala, qəsr, bürc, hətta möhkəm yaşayış evlərini misal göstərir [1, s.142,158]. Daha sonralar XV əsrdə Şirvanşah Xəlullilahın zamanında Bakı ətrafındakı qalaların, Şirvanşahlar kompleksinin, körpülərin tikintisi icra edilmişdir.

Bakı və Abşerondakı çoxsaylı memarlıq abidələri XI-XII əslərə aiddir. Qalalar, bürclər, qəbirdaşları, məscid-minarə, mədrəsə və ovdanların tikintisinə monqolların Azərbaycana yürüş nəticəsində

fasilə verilib, bu da ölkənin bu hərbi istilalar dövründə dağıntılara məruz qaldığının göstəri-cisidir. Ancaq dağıntılardan xilas olan abidələrin öz varlığını qoruması da işğalçıların gəldiyi boyük yoldan və ticarət yolundan kənarda yerləşməsi ilə əlaqədardır.

Abşeron tarixi və memarlığı üzrə tədqiqat işlərinə 1920-ci ildən sonra başlanmışdır.Tarixçi-diyarşünaslar V.M.Sısoyev, E.A.Paxomov, İ.Əzimbəyov, D.M.Şərifov, A. A.Ələkbərov, A. A.Ələsgərzadə, S.B.Aşurbəyli, İ.M.Cəfərzadə, İ.A.Məcidova, A.X.Rəhimov, arxeoloqlar Qardaşxan Aslanov, İdris Əliyev tərəfindən bu tədqiqatlar aparılmışdır. Abidələr tarix, toponimiya, etnoqrafiya, arxeologiya, epiqrafika, memarlıq nəzəriyyəsi cəhətdən müəyyən qədər tədqiq edilmiş, ayrı-ayrı aspeklərdən tədqiqata cəlb edilmişdir.

Lakin orta əsr müəlliflərinin əlyazmaları tədqiq olunmayıb, xüsusi monoqrafiya yazılmayıb. Bu barədə yalnız Şamil Fətullayevin ayrıca monoqrafiyası var. Məşədixanım Nemətovanın "Azərbaycan epiqrafik abidələrinin körpüsü" (XI -XXəsrin əvvəllərində Bakı və Azərbaycan abidələrində ərəb-farstürkdilli yazılar) əsəri də epiqrafiya sahəsində xüsusi əhəmiyyətə malikdir. Abşeron qalalarının kitabələrinin oxunması məhz M.Nemətovanın xidmətləridir [9, s.90].

Öz məqalələrində Abşeron memarlığına yer ayıran İ.P.Şeblikin, memarlar N.Rzayev , A.V.Salamzadə, A.A.Sadıxzadə, T.Bağırova, Ş.Zeynalova bəzi orta əsr abidələrində ölçmələr aparmışlar. (Şamil 16) Hərbi məntəqələr ,yaxud qalalar yalnız hakim mövqeyə malik deyildir, eyni zamanda monumental həcm və şaquli donjonları və qala divarlarının üfiqi xətləri ilə memarlığa xüsusi bir rəng qatır.

Mərdəkandakı düzbucaqlı donjon (1187), (donjon fransızca müdafiə qalası deməkdir) dairəvi donjon (1204), Bilgəh (XIII), Ramana (XIV əsr) , Nardaran (1301),Şağan (XII-XIII əsr) kəndlərindəki qalalar qorunub saxlanılmış, Qala (XII-XIV əsrlər), Balaxanı (XIII-XIV əsrlər), Buzovna (XII-XIII əsr) kəndlərində qalaların qalıqları günümüzə qədər qalmışdır. Əslində bu qalıqlar qalaların özlərinin bərpa işinə xeyli kömək edir. Binə, Biləcəri, Keşlə, Məhəmmədli, Şüvəlan kəndlərindəki qalalar haqqında şahidlərin söhbəti, fotomateriallar var.

Fətullayev-Fiqarova görə, Abşeron qalaları planına və həcm-məkan xüsusiyyətinə görə iki yerə ayrılır:

1. Düzbucaqlı donjonlar
2. Dairəvi donjonlar [9, s.90].

Mərdəkandakı dördbucaq qala XII əsrdə, dairəvi qala isə XIII əsrdə inşa edilib. Bu istehkam qalalara "Göz qalası" da deyirmişlər.

Müdafiə tikilisi olmalarına baxmayaraq, onlar da qəsr kompleksinin davamıdır. Cəfər Qiyasi :" Bu qalaları "qəsr" adlandırmaq daha doğru olar",-deyir [12, s.158]. Bakuvi Abşeron qəsr-qalalarını "içqala" kimi təqdim edir [12 s.158]. [10, s.70].

Abşeron qalalarından üçü bir-birinə yaxın illərdə ucaldılıb. Ən qədimi kvadrat planlı Mərdəkan qəsridir. Həmin kitabədə ikisətirli ərəbcə belə yazılıb:"Dünyanın və islamın hökmdarı Şirvanşah Əhsitan inb Mənüçöhr.Beş yüz həştad üçüncü ildə" (1187-1188). [4, s.90], [1, s.15]. Qala Axistanın düşmən üzərində parlaq qələbəsi şərəfinə memar Əbdülməcid Məsud oğlu tərəfindən ucaldılmışdır [7, s.14].

Digər dairəvi bürc 500 metr aralıdadır. El arasında "Yumru qala" kimi tanınır. Ona Şeyx Əbu Səid Əbülxeyrin şərəfinə "Şıx qalası" da deyilir. üstündəki kitabəyə əsasən 1204-cü ildə inşa edilib, Şirvanşah Gerşasbın zamanında tikilib ,sahibi Şirvanşahın ordu başçısı İshəq Kakuhidir [4, s.91].

Mərdəkan qəsrləri yaxınlığındakı Şağan qəsrinin də onlara yaxın dövrdə inşa edildiyini güman edirlər [9, s.159].

Nardaran qalası daha sonra, 1301-ci ildə inşa olunub. Ortada dairəvi donjon, ətrafı düzgün olmayan dördbucaqlı şəklində qala divarları və künc qalalarla əhatə olunub. Kitabəsində Bərəkət adlı Xuraman ana öz şəxsi, halal vəsaitindən tikdirib.Memarı Mahmud bin Səddir, – yazılıb [4, s.93].

Bakının Ramana kəndindəki eyni adlı qala öz inşa formasına görə Mərdəkan dördkünc qalasına bənzəsə də, həyəti və divarları uzunsov dördbucaqlıdır. Ramana qalası unikallığı onun qaya üzərində yonulmuş daşlardan tikilməsidir.Qalanın kitabəsinin yeri boşdur.Nə vaxt,kim tərəfindən, hansı məqsədlə götürüldüyü də məlum deyil, qalanın nə vaxt, kim tərəfindən tikildiyi də. Tədqiqatçıların əksəriyyəti onun XIV əsrdə tikildiyini güman edirlər. Professor Cəfər Qiyasi: "Sal qayada ucalan Ramana qəsri bu maraqlı hərbi memarlıq örnəyinin zirvəsisdir.Abşeron memarlığının təkamül zirvəsi bu abidə ilə tamamlanır", – deyir [12, s.161].

Samil Fətullayev- Fiqarova görə isə, Ramana qalası Mərdəkan qalalarından daha qədimdir. (Şamil 98)Çünki bu qalanın pilləkəni yerə yaxın məsafədən başlayır. Qalanın donjonu kiçikölçülü, tikintisi asimmetrik, planlaması klassik üslubda deyil.

Cəfər Qiyasiyə görə Abşeron qəsrlərindən ancaq dördü ilkin planlama quruluşundadır: (Mərdəkan, Nardaran,Ramana qalaları) [12, s.160], [10, s.73]. Onların vahid plan-məkanları var.Baş bürcqüllə (donjon), qapalı bayır qala divarı, bayırdan bütöv görünsə də, içəridən qatlı, yaruslu, mərtəbəlidir. Böyük Mərdəkan beşmərtəbəli, Ramana dördmərtəbəli, Dairəvi bürc və Nardaran qalası üçmər-təbəlidir. İç konstruksiyaları mürəkkəbdir. Həm işıqlandırma, həm də yelçəkmə xüsusiyyəti üçün günbəzlərin ortasında kiçik bacalar, yan divarlarda pəncərə yarıqları var.Ramana qalası istisna olmaqla, digər üçündə dolama pilləkənlər ikinci mərtəbədən başlayır.

Böyük Mərdəkan qalasının həyətində 30-dək quyu var, bunlar su və ərzaq ehtiyatı üçün nəzərdə tutulurdu.Bayır divarlar bürclər, qüllələr tacabənzər maşukullarla tamamlanır, müdafiə qüllələrin damından aparılırdı.

Kiçik Mərdəkan qəsrinin bayır hörgüsü daha yüksək səviyyədədir. Bu qala 1954-cü ilə qədər dağılmış bir vəziyyətdə idi. Lakin qalada aparılan təmir – tikinti və bərpa işlərindən sonra dairəvi bürcün (donjon) daxili hissədən üç mərtəbəli olduğu üzə çıxıb. Bu hissələrin hamısı sferik gümbəzlə örtülərək, bir – biri ilə divarın içində qurulan pilləkənlə əlaqələnir. İki və üçüncü mərtəbələrə işıq düşmək üçün bayırdan içəriyə doğru kəskin surətdə genişlənən ensiz zolaq şəklində pəncərələri vardır. Quruluş etibarilə qala dairəvi donjon və ətrafına çəkilmiş qala divarlarından ibarətdir. Tədqiqat nəticəsində o da məlum olub ki, əvvəllər qalanın həyətyanı sahəsi və uca divarları varmış, indi qalanı 7 metr hündürlüyü olan daş divar əhatə edir.Hasarın tinlərində məhəccər, qüllə və mazğallar var.

Bakı istehkam qalaları üçün tipik tikinti tipi kimi yenə düşmənin qalaya daxil olmasını çətinləşdirən bir amil – pilləkənlərin ikiinci mərtəbədən etibarən başlaması, (Ramana qalası istisna) Mərdəkan dairəvi qalasının, Nardaran qalasının da Qız qalası kimi silindirik gövdədən ibarət olmasıdır.Gövdənin aşağısında dişli-çıxıtılı daşlardan ibarət qurşaq var. Onlar qalaya yaxınlaşan düşmənə zərbə endirmək-daş, yaxud ox atmaq məqsədilə inşa edilib.Maşukulların üstündəki daş çıxıntılar isə düşmənin qala müdafiəçilərinə heç nə edə bilməməsi üçün nəzərdə tutulub.

XIV əsrin əvvəllərində yenidən qala və bürclərin tikintisi davam etdirilmişdir.Artıq XIV əsrdən qalalar üzərindəki daş kitabələrdə Şirvanşahların adlarına rast gəlinmir.Əvəzində əmir, hacib, sədr ələzəm titulları daşıyan hakim təbəqə nümayəndələrinin adı çəkilir, bu da artıq Şirvanşahların Elxanilərdən asılı vəziyyətə düşərək vassallar rolu oynadığına sübutdur.

Qalalar müxtəlif hündürlüyə malikdirlər. Ramana qalasının divarlarına qalxmaq üçün sol tərəfdə iki pilləkən var. Onlardan biri ilə – burma daş pilləkən vasitəsilə divarın içərisindən yuxarıya, təxminən yarım metr çölə tərəf tikilən dəhlizə qalxmaq olar. Digər daş pilləkən isə qalanın həyətindən yuxarıya tərəf qalxır. Bu pilləkənlərlə qala divarlarına qalxıb kəndi seyr etmək mümkündür.

Ramana qalası kino tariximizin ən maraqlı təbii fon qaynağı olub. “Koroğlu”, “Nəsimi” və “Babək” filmlərinin çəkilişlərinin müəyyən hissələri bu qalada çəkilib. Qala sonuncu dəfə 1956-cı ildə “Koroğlu” filminin çəkilişləri zamanı bərpa olunub

Bakının şərqində Abşeronun ən qədim kəndlərindən biri olan Nardaranda, yüksək təpədə, bir qala da ucalır. Bu qala da dairəvi qüllədən və dördguşəli qala divarlarından ibarətdir. Qüllə öz əvvəlki varlığını qorumur, uçulub dağılıb. Qüllə dairəvi, qala divarları dördguşəlidir, hər küncdə bürcü olan hasarı var.Qala üç qatlıdır, 3-cü qat hal-hazırda dağıdılıb.Dağıntının qalıqlarından güman edilir ki, qalanın vaxtıilə dördüncü qatı da olub. Nardaran qalasının iki kitabəsi var: bu yazılarda qalanın memarı və inşa tarixi həkk olunub.Birinci kitabədə qalanın 700-cü ildə (1300-1301) Bərəkət adlanan Xuraman ana,yaxud (Hürüm anası Bərəkə) tərəfindən dəniz kənarında tikdirildiyi yazılır, ancaq indi qala dənizdən çox uzaqdadır. Qalanın qapısının sağında, birinci kitabədən bir az yuxarı, başqa kitabədə “Əməli Mahmud bin Səəd” sözləri yazılmışdır ki, bu da memarın adıdır [1, s.156]. Bu memarın adına Bibiheybət məscidinin, Pirsaat xanəgahının və s. kitabələrdə də rast gəlmək mümkündür [4, s.94], [15, s.31].

Abşeron yarımadası boyunca yerləşən qalalar uzunmüddətli yaşayış üçün nəzərdə tutulmamışdı. Abşeron qalaları Qərbi Avropanın eyni dövrə aid qalalarından fərqlənir – onların içərisində yaşayış və xidməti tikililəri olan geniş həyət yoxdur. Belə tikililər qala divarlarından xaricdə yerləşirdi. Qalalar isə yalnız hücum zamanı müvəqqəti sığınacaq rolunu oynayırdı. Abşeronun bütün qalaları vahid mü-

dafiə sisteminə daxil idi. XVII-XVIII əsrlərdə güllələr xəbərdarlıq rolunu oynayırdılar – düşmən yaxınlaşarkən qalaların başında neft yandırılırdı və bununla əhali təhlükədən xəbər tuturdu.

Qalaların öz siqnal sistemi vardı: gündüzlər tüstü verməklə, gecələr neftlə işiqlanan məşəllər əhalini qarşıdan gələn təhlükədən xəbərbar edirdi.Dişli divarlar, kiçik mağzallar, silindirik bürclər, düşmənin başına daş yağdırılan qalaüstü meydançalar Abşeron qalalarının spesifikliyinin göstəricisidir.

Abşeronun qalaları həm memarlıq, həm yerləşmə xüsusiyyətinə görə çox oxşardır. Onların çoxu kəndlərin qurtaracağında və ya ümumiyyətlə onlardan kənarda yerləşir. Formalarından – dairəvi və ya dördkünc – asılı olmayaraq, Abşeron güllələri, demək olar ki, eyni planla tikilirdi. Onların hamısı dördkünc qala divarları ilə əhatə olunmuşdu. Daş divarla dövrələnmiş bütün güllələrin həyətinin sahəsi 20-25 metr – eyni ölçülüdür [10, s.75].

Abşeron qala-istehkamlarınında tikinti materialı kimi yerli Badamdar əhəngdaşından istifadə olunub.Bu istehkam-qalalar bədii-memarlıq quruluşu baxımından "Şirvan-Abşeron" qrupuna aid ciddi və lakonik formaya malikdirlər.Abşeron qalalarını birləşdirən xüsusiyyət--sadə memarlıq kompozisiyası, daş üzərində oyma, batıqlar, qabartmalar, daşların ahəngdar düzülüş tərzidir. Oyma naxışlardan alınan kölgələr, rəng məhdudluğu, material kəsadlığı memar işinin ahəngdarlığına kölgə sala bilmir: dairəvi, dördkünc divarlar, günbəz və pilləkənlər, tağ və tavanlar qalalara əzəmət və heybət bəxş edə bilir.Təbiət dinamik, küləkli-qasırğalı, dəniz tələtümlü, tikililər sakit və harmonikdir [13 s.219]. Bu təzad Abşeron memarlığının unikallığı, azla çoxa nail olmaq, sadəliklə məğrurluğu yaxalamaq imkanı yaradır.

S.Dadaşov Bakı-Abşeron abidələrinin memarlıq xüsusiyyətlərini yüksək qiymətləndirərək belə yazır ki,yerli sarımtıl daşlardan inşa edilən bu abidələr bütövlükdə eyni materialdan tikilib: divar, sütün, günbəz, hətta döşəmələr belə həmin materialdandır.əhəngdaşı narın və dənəvər olduğundan üzərinə istənilən ornamentlər çəkilə, profillər vurula, naxışlar qazıla biləndir, eyni zamanda material bərk, davamlı olduğundan əsrlərə meydan oxumaq qüdrətindədir [7, s.7].

Abşeron qala və bürclərinin memarlıq xüsusiyyətlərinin ümumi cəhətinə fikir versək görərik ki, əvvəla, istehkamlar yüksək ərazidə tikilib .Məqsəd ətrafı daha yaxşı görmək üçün idi. İkinci cəhət bu tikililərin təbii şəraitinin çətinliyi ilə əlaqədardır.Düşmən qalalara yaxınlaşarkən müəyyən çətinliklərlə qarşılaşmalı, müdafiəçilər bu vaxtdan müdafiə məqsədi üçün yararlanmağı planlaşdırmalı idilər. Abidələrin quruluşu iki cürdür, ya dairəvi, ya da dördkünc şəkildə, daxildən (2-dən 8-ə qədər) müxtəlif mərtəbələrə bölünüb.Divarlar qalındır, bəzi abidələrdə dayaq-dəstək rolunu oynayan bürclər vardır. Sahilboyu qalalar daha çox müşahidə məqsədilə tikilib.Bunların sayı daha çoxdur, yarımadının içəri hissəsindəki qalalarsa, nisbətən azdır [7 s.25].

Qalaların ön fasadında dar yarıqlar içərilərə doğru uzanaraq mağzal şəkli alır ,həm müdafiəçilər üçün asanlıq yaradır, həm də içəriyə doğru genişlənərək qalaların daxilini işıqlandırmağa xidmət edir.

Nəticə

Şirvan – Abşeron memarlıq məktəbinə daxil olan qalalar yerli şəraitə uyğun şəkildə daş üzərində oyma sənətinin ən mahir xüsusiyyətlərini əks etdirən unikal sənət nümunələridir. Abşeronun təbii şəraiti ağac və digər inşaat materiallarından məhrum olmasına baxmayaraq, mahir sənətkarlar yerli əhəngdaşından binaların bütün hissələrində ustalıqla istifadə etmiş, möhkəmlik və əzəmət simvolu olan qalalar məhz az materaildan istifadə edilməklə inşa olunmuş, nəticədə yetkin sənət nümunələri ortaya çıxarılmışdır.

Orta əsrlər Abşeron qalalarının həcm-məkan həllində ahəngdarlığın həndəsəsi var, deyirlər. Bu çağın memarlıq özülündə memarlığın daha qabarıq və məntiqi kompozisiyası kimi həndəsi konsepsiya dayanır. Həndəsiləşmə bu dövr memarlığının əsas abidə biçimləri,səth və xətlərində aydın görünür. Hökmdar və əmirlər öz dövlətlərini qorumaq, işğalçıları geri oturtmaq istəmiş, memar və bənnalar təbiətin özündən çıxış edərək təbii qanunauyğunluqlara əsaslanmış, təbiətin hərəkət tərzinindən nümunə götürümüşlər.

Ədəbiyyat:

1. Aşurbəyli S.B., Bakı şəhərinin tarixi. Orta əsrlər dövrü .Bakı,Avrasiya press, 2006
2. Azərbaycan tarixi abidələri və toponimləri, Biblioqrafiya, Bakı, 2016
3. Azərbaycanın memarlıq abidələri, Materiallar məcmuəsi. Bakı, "Qızıl Şərq", 1946
4. Azərbaycanın tarixi memarlıq abidələri, Məlumat kitabçası. Bakı, 2008
5. Bakıxanov A. Gülüstani-İrəm, Bakı, ASSR EAN, 1951
6. Dadaşova S,Qasımzadə E, Məmmədov F. Bakı - tarixin səhifələri. Bakı "Şərq-Qərb", 2013.

7. Dadaşov S. Bakının memarlıq abidələri /S.Dadaşov, M.Useynov. Bakı ,AzSSR EA, 1955
8. Fərzəliyeva L.Qədim Bakı əcnəbi səyyah və rəssamların gözü ilə, Bakı, "Mədəniyyət" qəzeti 16.09. 2020-ci il
9. https://azgallery.az/az/news/200
10. Fətullayev- Fiqarov Ş.Abşeron memarlığı. Bakı, Şərq-Qərb, 2013,473s.
11. Məmmədova G. Məmmədova Z. Orta əsrlər memarlığı(VIII-XIV əslər). ikinci cild, Bakı,"Şərq-Qərb,2013
12. Mürvətqızı S. "Qız qalası" kitabı - Azərbaycan tarixi və mədəniyyəti üçün əlamətdar hadisə. Bakı, 525-ci qəzet, 30.09.2015
13. http://www.anl.az/down/meqale/525/2015/sentyabr/456394.htm
14. Qiyasi C. Nizami dövrü memarlıq abidələri. Bakı, İşıq, 1991
15. Salamzadə Ə. Azərbaycanın memarlıq abidələri . Bakı, Azərnəşr, 1958
16. Səlimov -Şağani T.Qala. Bakı. XXI-YNE, 2002
17. Бретаницкий Л. С., Веймарн В., Искусство Азербайджана (IV-VIII веков) ,Издательство. "Искусство" Москва,1976
18. Неймат М. Корпус эпиграфических памятников Азербайджана ,Т. 3. Баку, XXI-YNE, 2001

Türkanə HÜSEYNOVA
Azərbaycan Turizm Menecment Universiteti, magistrant
turkanehuseynova317@gmail.com

ARXEOLOJİ TARİXİ MEMARLIQ ABİDƏLƏRİNİN MÜHAFİZƏSİNİN DÖVLƏTÇİLİYİN GÜCLƏNDİRİLMƏSİNDƏ ROLU

THE ROLE OF PROTECTION OF ARCHEOLOGICAL HISTORICAL ARCHITECTURAL MONUMENTS IN FURTHER STRENGTHENING OF STATEHOOD

РОЛЬ ОХРАНЫ АРХЕОЛОГИЧЕСКИХ ИСТОРИКО-АРХИТЕКТУРНЫХ ПАМЯТНИКОВ В УКРЕПЛЕНИИ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ

Xülasə: Arxeoloji tarixi memarlıq abidələri hər bir xalqın mədəni irsi tarixini səciyyələndirən sənət nümunələridir. Bu maddi-mədəni dəyərlər imperiya və hakimiyyətlərin, müharibə və hərbi yürüşlərin, məişət və estetik zövqün tarixi təzahürlərini özündə əks etdirir.Məqalədə həm Azərbaycan ərazisindəki arxeoloji memarlıq abidələrinin mühafizəsinin dövlətçiliyin gücləndirilməsindəki rolu ilə birbaşa əlaqəsi təhlil olunub, həm də işğaldan azad olunmuş ərazilərimizdəki bərpa-quruculuq işlərinin gedişindən danışılıb.

Açar sözlər: *arxeoloji memarlıq abidələri, qanun, mühafizə, işğaldan azad olunan ərazilər, bərpa-tikinti, dövlətçilik*

Abstract: Archaeological historical architectural monuments are examples of art that characterize the history of cultural heritage of each nation. These material and cultural values reflect the historical manifestations of empires and authorities, wars and military campaigns, domestic and aesthetic taste. The article analyzes the direct connection between the protection of archaeological architectural monuments in the territory of Azerbaijan and the role of strengthening statehood, as well as the restoration and construction in our territories freed from occupation.

Keywords: *archeological architectural monuments, law, protection, territories freed from occupation, restoration-construction, statehood*

Абстракт: Археологические историко-архитектурные памятники являются образцами искусства, которые характеризуют историю культурного наследия каждого народа. Эти материальные и культурные ценности отражают историческое проявление империй и властей, войн и военных походов, бытового и эстетического вкуса. В статье анализируется прямая связь между охраной археологических архитектурных памятников на территории Азербайджана и ролью в укреплении государственности. Также статья повествует о реставрационных и строительных работах на наших территориях, освобожденных от оккупации.

Ключевые слова: *археологические памятники архитектуры, право, охрана, освобожденные от оккупации территории, реставрационно-строительные работы, государственное управление*

İbtidai icma dövründən başlayaraq insanlar ona yaradılan imkanları dəyərləndirib, bunu əvvəl başqaları vasitəsilə, təbii yolla əldə edib, zaman keçdikcə vəziyyət dəyişib. İctimai əmək bölgüsü baş verdikdən sonra innsanlar özlərinə lazım olanları istehsal etməyə başlayıblar. Bu prosesləri arxeoloji qazıntılar nəticəsində əldə edilmiş maddi-mədəniyyət abidələri sübut edir.

"Odlar yurdu" Azərbaycanımın "hər daşından alov dilli ox"lar yaranıb, hər qaya parçasında sığınacaq var, bəlkə də, mötəbər "Qurani-Kərim" in bizə öyrətdiyi "Kəhv" surəsindəki imanlı insanların Allah tərəfindən yüz illər boyu mühafizə olunduğu "kəhv"(mağara), həqiqətən, "Əshabi-kəhv" (Naxçıvan) mağarasıdır, "Nuhçıxan" (Nuhun gəmisinin dünya tufanından xilas olduğu məkan) da bizim qədim Naxçıvanımızdadır. Öz iman və yaxşı əməlləri ilə Həzrəti- Nuha arxalanan soydaşlarımız da qədim Nuxa (Şəki) nın sakinləri imiş. Bəşər sivilizasiyasının azıxantropu da bizim mağaralarımızda yaşayıb, dünya musiqi sənəti də bizim qobustanlıların qaya daşlarının sədaları ilə yaranıb.

Bu ritmin ahənginə uyğun rəqs edənlərin şəklini də, ictimai və sosial həyatı da, məişəti də təsvir edən rəssam və heykəltəraşların da ilkləri bizim bu diyarın sakinləridir axı.

Suyu yandıran od da Xəzərdədir, özlüyündən yanan "Yanardağ" da bizdədir. Sıra dağlarımız baş-başa verib yurdumuza keşik çəkir, bolsulu dərələrimizdən axan çaylarımız aşırımları dolaşıb bir-biri ilə görüşüb –qucaqlaşır. Zümrüd meşələrimiz, sıldırım qayalarımız, heyvanat və bitki aləmimiz xalqımızın qədim sakinlərinə məskən olmuş, onları qorumuş, yedirmiş, hifz eləmiş, onlar da ana təbiətə nankorluq etməmiş, bu gözəl yurdu qorumuş ,onun üçün vuruşmuş, ad qoymuş, qanlar töküb canlar vermiş, şərəflə yaşayıb bu yurdu minilliklərdən bu taya öz gələcək nəsillərinə ərməğan buraxmışlar.

Giriş

İnsan həyatı özü tarixdir, insanın yaratdıqları da insanlıq tarixi. İnsanlıq tarixi həm də memarlığın tarixidir. Bu tarix də öz başlanğıcını təbiətin bəxş etdiyi təbii sığınacaqlardan götürür. İbtidai insanın təbiət hadisələrindən, amansız düşmənlərdən, vəhşi heyvanlardan qorunduğu sığınacaqlar da mağaralardır. Azərbaycan ərazisində belə mağaraların sayı olduqca çoxdur. Hər dağda, hər gədikdə, hər qaya başında, dağ ətəyində məlum olan və olmayan mağaralarla zəngindir yurdumuz. Bu mağaraların, onların yaşı oranın sakinlərinin yaşından daha çoxdur. Amma insan oğlu təbii şəraiti antropoloji imkanları hesabına özünə uyğunlaşdıra, həyat tərzinə cavab verəcək şəklə də sala bilib həmişə.

Arxeoloji tarixi memarlıq abidələri adı altında birləşən hər məkan 1,5 milyon illik Azıx mağarasından üzü bəri Azərbaycan ərazisində dövlətçiliyin təşəkkül tapmasından (Manna dövləti e.ə. IX-VII əsrlər), Albaniya və Atropatenanın şəhərsalma mədəniyyətinə, qala divarlarının tikintisinə, istehkam və hərbi müdafiə qurğularının inşa edilməsinə, sərdabələrin qayalıqlar üzərində çapılaraq yaradılmasına, hətta dini tikililərin – mehrabların qurulmasına qədər hər yer tarixdir, mədəniyyətdir, yaradıcılıqdır.

Bizim haqqında danışacağımız məsələ bu qədim tarixə dövlət qayğısı və bunun nəticəsi olaraq dövlətçiliyin daha da güclənməsi yönümündən olacaq.

Əsas hissə

Kino sənətimizin incilərindən olan "Dədə Qorqud" filmində Dədə Qorqudun bu sözlərini xatırlamaq yerinə düşər: "Torpağın yurd, vətən olması üçün iki şərt lazımdır: biri odur ki, gərək bu torpağı düşməndən qoruyasan, biri də odur ki, torpağı əkib-becərəsən. Torpağı qoruya bilmiriksə, əkib becərməyə dəyməz. Əkib-becərmiriksə, qorumağa dəyməz" [4].

Tarix boyu yaradıblar, tikiblər-qurublar, nəsillərə tapşırıb gediblər. Tarixi dövrləri və yaranan abidələri qısaca nəzərdən keçirək:

Qafqaz Albaniyası (e.ə.IV yüzillik-eramızın VII yüzillii) dövründə Qəbələnin ətrafına çəkilən qala divarları, şəhərə çəkilən saxsı borulu su kəməri, Dəmirqapı Dərbəndin daş sədləri, Şəki Kiş Alban məbədi (I əsr), Çıraqqala (VI əsr), Ləkit xristian məbədi (VI yüzillik), Qum kəndinin bazilikası (VI yüzillik), Mingəçevir məbədləri (VII əsr), Gidilçay və Beşbarmaq sədləri, qədim Bərdə.

Roma və İslam mədəniyyəti üzrə mütəxəssis Nəcməddin Bəmmat islam şəhərlərini hamar və möhkəm qabıq altında qorunan canlı orqanizm adlandırır.

Ərəb xilafətinin Azərbaycan memarlığına təsiri , tikilən məscidlər, karvansaralar, bazarlar və digər dini binalar, XI-XII əsrlərin memarlıq məktəbləri tərəfindən yaradılan yaşayış binaları, körpülər, hamamlar, Azərbaycan Atəbəyləri, Şirvanşahlar dövləti dövründə inşa edilən yüzlərlə memarlıq- sənətkarılıq abidələri, Elxanilər dövləti dövründə salınan şəhərlər, Marağa rəsədxanasının tikintisi, çox-

saylı dövlətlərə paytaxt olmuş, hər dövlətdən öz gözəlliyinə təntənə, dəbdəbə qatmış, nəhayət, Səfəvilər imperiyasının memarlıq incisi Təbrizin tərəqqisi, xanlıqlar dövrü Azərbaycan abidələri.

Rusiyaya birləşmə dövrünün yeni tikililəri, kapitalist Bakısının inkişafı, neft milyonçularının Bakıya bəxş etdikləri saysız-hesabsız memarlıq inciləri-binalar, saraylar, məktəblər, filarmoniya, Sovet dövrü Azərbaycanının bağ-park memarlığı, Neft daşları, yeni layihələndirmələr, metro tikintisi, sonrakı illərdə böyüyən şəhərlərin tikintisi, Azərbaycan sovet memarlığının inkişafı və daha nələr, nələr...

Dahi lider Heydər Əliyevin hakimiyyəti illərində Bakı və Azərbaycanın bütün şəhərlərindəki yeni tikililər, Bakı metropoliteninin inşası, sonrakı illərdə böyüyən şəhərlərin tikintisi, Azərbaycanın tarixi-memarlıq qoruqları elan edilən şəhər, qəsəbə və kəndləri memarlığın yeni yöndən və hərtərəfli yüksəlişi idi.

Lakin bu böyük tarixi inkişafın nisgilli yanı da var. Son yüz ildə Azərbaycan memarlıq xəzinəsi böyük itkilər də verib. Sovet Rusiyası bir tərəfdən yeni tipli şəhərsalma mədəniyyətinin inkişafına təkan versə də ,maddi tarixi çoxəsrlik mədəniyyət nümunələrimiz, məscid və türbələrimiz, karvansara və məbədlərimiz qədim tarixin izini silməyə çalışan imperiyanın güdazına gedib.

Hələ bu azmış kimi mənfur Ermənistanın Qərbi Azərbaycanı, tarixi Azərbaycan şəhəri olan İrəvanı, azərbaycanlıların həmin qədim və tarixi yurd yerlərində ərsəyə gətirdikləri milli və dini abidələri varvarcasına dağıtması, 1988-ci ildən başlayaraq Topxana meşəsinin vəhşicəsinə məhvinə çalışmaları, 1990-cı ildən Ermənistanın Azərbaycana qarşı başladığı müharibənin nəticəsi olaraq Qarabağ və ətraf rayonlarındakı yüzlərə abidənin məhv etməsi də mədəniyyətimizə, tariximizə vurulan böyük və bərpası mümkün olmayan itki, acı təəssüratlardır.

Müstəqil Azərbaycanın altında Heydər Əliyevin imzası olan 1998-ci il 10 aprel tarixli "Tarix və mədəniyyət abidələrinin qorunması haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu" da oxuyuruq:

"Bu Qanun tarix və mədəniyyət abidələrinin qorunması, öyrənilməsi və onlardan istifadə ilə bağlı münasibətləri tənzimləyir" [13].

Bu qanun Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasının 77-ci maddəsindən çıxış edərək: "tarix və mədəniyyət abidələrini qorumaq hər kəsin borcudur. Tarix və mədəniyyət abidələri xalqın milli sərvətidir", – deyir [13].

Həm səyyar (daşınar), həm stasionar (daşınmaz) abidələr qorunur. Qanundakı maddələrdə arxeoloji abidələr anlayış və təsnifatlara bölünür ,abidələr üzərində mülkiyyət, abidələrin qorunmasına dövlət təminatı məsələlərinə aydınlıq gətirilir.

Qanunda arxeoloji abidələrin xüsusiyyətləri izah olunaraq nəzərə çatdırılır ki, bu təsnifata insan fəaliyyəti ilə əlaqəli yeraltı və yerüstü maddi mədəniyyət nümunələri aiddir.Buraya ən qədim dövrdə yaranan insan məskən və düşərgələrindən tutmuş, qaya və daşüstü yazılar,yollar və körpülər,ovdan və kəhrizlər,əmək və istehsal alətləri, müdafiə tikililəri, qədim qəbirlər və ziyarətgahlar daxildir.

Memarlıq abidələri adı altında ən qədim dövrdən bu günə qədər memar və bənnaların ,usta və sənətkarların yaradıb -ərsəyə gətirdikləri abidələr, yaşayış məntəqələri, hövuzlar və fəvvarələr ,parklar və xiyabanlar, müxtəlif yaradıcılıq obyektləri daxil edilir.

Tarixi abidələrə xalqın, dövlətin, cəmiyyətin həyatında ən mühüm tarixi hadisələrlə bağlı yaradılan görkəmli şəxsiyyətlərin mənzilləri, xatirə yerləri, əşya və sənədlər, epiqrafik abidələr aiddir.

Bundan başqa sənədli abidələr (dövlət əhəmiyyətli bütün sənədlər, əlyazmalar, nadir çap əsərləri, bütün arxivlər nəzərdə tutulur), incəsənət abidələri (bədii, təsviri və dekorativ tətbiqi sənət nümunələri), qoruqlar və abidələrin mühafizə zonası da dövlət tərəfindən qorunub mühafizə edilir [13].

Abidələr üzərində mülkiyyət hüququ, abidələrin qorunmasına dövlət təminatı, abidələrdən istifadə qaydaları, abidələrin tədqiqi, abidələrin bərpası məsələləri qanunla müəyyən edilən bütün məsələlər çox aydın şəkildə şərh edilir.

Qanunda "yekun müddəalar" adlı bir başlıq da var. Maddə 32-də "müvəqqəti işğal zonasında qalmış abidələrin bərpası və qorunması" məsələsi aydınlaşdırılıb.Ulu öndərin 10 aprel 1998-ci ildə imzaladığı bu qanunun son abzasları məni 2020-ci il şanlı Vətən müharibəsi günlərinə apardı: "Müvəqqəti işğal zonasında qalmış abidələr"...azad edildikdən dərhal sonra təxirəsalınmaz tədbirlər nəticəsində tədqiq və bərpa olunmalı, bu məqsədlə dövlət tərəfindən ayrılan vəsait ilk növbədə işğal zonasının abidələrinə sərf olunmalı, bütün dünyanın müvafiq beynəlxalq təşkilatlarına bu barədə məlumat verilməlidir" [13], – deyilir.

Biz bir qədər sonra indiki zamanı, XXI əsrin ilk rübünün tarixi arxeoloji mədəniyyət abidələri haqqında danışacağıq, ancaq indi yüz il əvvələ, XX əsrin iyirminci illərinə qayıdaq. Fikirlərimizi tədqiqatımıza uyğun olaraq dəlillərlə müşayət edək.

Hər usta öz hazırladığı əsərlə tanınır. Dünyanı yaradan onu insanlar üçün xəlq edib, insanların ixtiyarına verib. Hər bir insan cəmiyyətdə tutduğu mövqeyindən asılı olmayaraq yaradılana qayğı göstərməli, onu qorumalıdır.Çünki "Tarixdə qalacaq yalnız Yaradan!"

Azərbaycan hələ lap qədimdən şimalı-cənubla, şərqi-qərblə birləşdirən bəsit ticarət yollarının üzərində qərarlaşıb.Bu qarşılıqlı təsir bəzən bəzi mənbələrə əsasən "yerli dəyərlərə" baha başa gəlib, vətənimizə aid maddi-mədəni sərvətlər "ixrac " olunub.

Lakin bununla belə yeraltı və yerüstü sərvətlər bütün Azərbaycan ərazisinə yayılaraq ölkəmizi canlı və əsrarəngiz muzeyə çevirmişdir.

Arxeoloji tarixi memarlıq abidələrinin mühafizəsinin dünya xalqları tarixində xüsusi yeri var. Bayaq söhbət açdığımız bütün gözəlliklərin hökmdarların göstərişi iləmi, xalqın birgə əməyi iləmi, düşməndən qorunmaq naminəmi, sevdiklərinə xatirə kimimi bir yaranma hekayəsi var. O da məlumdur ki, ən nəhəng tikililərdən tutmuş, ən kiçik su borusuna qədər hər bir maddi abidənin insan nəslinə müəyyən xidməti olub.

Tarix boyu müharibə və talanlarda ələ keçirilən ən qiymətli qənimətlər – kitabxanalar, əlyazmalar, sənətkarlıq məmulatları, maddi irsin ən gözəçarpan ,dəyərli nümunələri olur.Yaxşı təhsil almış qalib hökmdarı dövlət xəzinəsindən daha çox yendiyi rəqibinin uğurları və fəxarətlə təqdim etdiyi mədəniyyət nümunələri maraqlandırıb.

Şah İsmayıl döyüşə getməzdən əvvəl ən məşhur sənətkarlarının mühafizə olunmasının qeydinə qalırdı. Əksinə, Çaldıran döyüşündən sonra Azərbaycanın ən dəyərli şair və xəttatları, rəssam və bənnaları, adını saymaq mümkün olmayan yüzlərlə sənətkarları Osmanlı xanədanına aparılıb, orada yaradıcılıqlarının davam etdirilməsi üçün tapşırıqılar alıblar. Qərb Şərqə hücum edəndə bu regiondakı hər şeyin daha fərqli, daha möcüzəvi olduğunu görüb. Apara bildiklərini özləri ilə götürüb, gücləri çatmayanları məhv etməklə təsəlli tapıblar.

Mənbələrdə 624-cü ildə Bizans imperatoru İraklinin (610-641) Bakıya gəlişi və bir çox abidələri dağıtması haqqında məlumat var. [6, 12].

Hələ qanun və sənədlərin icrasının dövlət tərəfindən qorunması məsələləri ortaya çıxmayanda da, bu abidələr xalq tərəfindən mühafizə olunub, qorunub.

Muzeydənkənar abidələrin qorunması və bərpaçılıq təsəvvürlərinə ilk dəfə dünya praktikasında XVII əsrdə diqqət yaranıb.Bu daha çox antik tikililərə aid təsəvvürlərdə özünü göstərirdi.

Kapitalist Azərbaycanına maraq XIX əsrdə bu torpaqlara gələn əcnəbiləri daha çox düşündürdü. XIX əsrin ikinci yarısından Azərbaycana gələn səyyah, əntiqşünas, mühəndis, qulluqçu, hərbi işçilər müxtəlif məqsədli qazıntılar apardılar.

İlk arxeoloji qazıntı (peşəkarcasına) XVIII əsrin 70-ci illərində baş tutdu. F.Bayer bu tədqiqatı Dilican dərəsi yaxınlığında apardı, "Redkin düşərgəsi"ndə Tunc dövrünə aid məzarlar aşkara çıxartdı. 1834 – fransız səyyah Dyubua de Montere Şəmkirdə 30-a qədər abidəni tədqiq edərək təsvirini verib [5, 177], [11,34].

XIX əsrdə alman kapitalist Simens, mis mədənlərində çalışan Belhk Gədəbəydə, Gəncədə alman dili müəllimi kimi çalışan E.Resler Kiçik Qafqaz dağlarında arxeoloji qazıntılar aparıb. Resler əldə etdiklərinin bir hissəsini Almaniyaya muzeylərinə göndərib. XIX əsrdə fransız Jak de Morqan Lənkəran abidələrini tətbiq edib, materialları Sen-Jermen muzeyinə satıb,özü isə bu barədə əsər yazıb nəşr etdirib [5, 178].

Rus A.A. İvanovski Gədəbəy, Xocalı, Füzuli qəbir abidələrini tədqiq edib, materialları Moskva Dövlət Tarix Muzeyinə verib, bu abidələr haqqında əsər yazıb [5, 178].

İnid isə abidələrin tədqiqi və mühafizəsi ilə əlaqəli yaranan cəmiyyət və qurumları nəzərdən keçirək.

1871-ci ildə Tiflisdə "Qafqaz Arxeoloji Komitəsi" yarandi, 1873-cü ildə bu cəmiyyət "Qafqaz Arxeologiyası Həvəskarları" cəmiyyətinə çevrildi[11, 34].

1919-cu ildə ilk ali təhsil ocağı BDU-nun təşkili, tələbələrin abidələrin öyrənilməsi və mühafizəsi işinə cəlb edilməsi, həmin ilin dekabrda Bakıda "Müsəlman Şərqini öyrənən cəmiyyət" adlı dərnəyin fəaliyyətə başlaması (Üzvləri C.C.Rəfibəyov, R.B.Əfəndiyev, Ş.A.Balayev, Y.A.Paxomov, A.İ.Platonov, L.A.Zimin, Ə.Ələkbərov idi). AXC dövrünün bu sahədə uğurları idi [11,34].

Sovet hakimiyyətinin ilk illərində – 1920-ci ildə Azərbaycan Dövlət Tarix muzeyinin, 1923-cü ildə Azərbaycan Arxeologiya Komitəsisin təsisi, eyni ildə Azərbaycanı Tədqiq və Tətəbbö cəmiyyətinin təşkili , 1924-cü ildə Bakıda ölkəşünasların qurultayının keçirilməsi, 1926-cı ildə yeni arxeoloqların yetişdirilməsi ilə əlaqəli Azərbaycana rus arxeoloqlarının cəlb olunması, 30-cu illərdə "Örənqala" ya, Kiçik Qafqazın cənub-şərq ətəklərinə, qərb bölgələrinə ekspedisiyaların təşkili, Ə.H.Ələkbərovun, İ.M.Cəfərzadənin, S.M.Qazıyevin ekspedisiyalarının uğurları, arxeologiya sahəsində milli kadrların ön plana çəkilməsi maddi-mənəvi dəyərlərin qorunması, onların gələcək nəsillərə ötürülməsi işində irəli atılmış addımlar idi [11, 10].

1926-cı ildə ATTC-nin bazası əsasında AETİ yaradıldı.1927-ci ildən Azərbaycan Arxeologiya Komitəsi Qədim Abidələrin, İncəsənət və Təbiət abidələrinin Mühafizə Komitəsinə çevrildi [11, 10].

1927-ci ilin 11 oktyabrında Demyanenko başda olmaqla bir qrup işçi Bakı qala divarlarının bəzi yerlərinin dağıdılmasını təklif etdi, lakin Ələkbərov, Gülnəzərov, Sısoyev və başqaları bu əmələ kəskin müqavimət göstərdilər [11, 35].

Bu, artıq Sovet imperiyasının yerlərdə, xüsusən Azərbaycanda aparacağı "təmizləmə" siyasətinin başlanğıcı idi.

30-cu illərdən başlayaraq dövlət, mədəniyyət, ədəbiyyat, tarix, tibb, memarlıq-arxeologiya və digər istiqamətlərdə Azərbaycan ziyalılarına, say-seçmə oğul və qızlarımıza yönələn məhv və yox etmə siyasəti baharda – çiçəklənən dövründə baltalanaraq viran qoyulmuş bir bağın aqibətinə bənzəyirdi.

Bu siyasət yalnız şəxsiyyətlərə qarşı yönəldilmədi. Sovet hakimiyyəti dövründə – XX əsrin 30-cu illərində dini abidələr də repressiyaya uğradıldı – Bibiheybət məscidi (VII-XIX əsrlər), Aleksandr Nevski Kilsəsi (XIX əsr), Roma katolik kilsəsi (1900) partladılaraq dağıdıldı [5, 179].

1948-ci il oktyabr ayının 14-də SSRİ Nazirlər Sovetinin "Mədəniyyət abidələrinin mühafizəsini yaxşılaşdırmaq tədbirləri haqqında" qərarı verildi və bu qərarla birlikdə "Mədəniyyət abidələrinin mühafizə edilməsinə dair Əsasnamə" təsdiq edildi. [8].

Bir sıra beynəlxalq cəmiyyətlər və qurumlar tərəfindən abidələrin mühafizəsi məsələləri gündəmə gətirildi.

BMT (1948) milli komissiyalar vasitəsilə abidələrin mühafizəsi məsələləsi ilə məşğul olur.

"1954-cü il mayın 14-də Haaqada bəşəri əhəmiyyət kəsb edən Haaqa aktı imzalandı. "Silahlı münaqişə baş vedikdə mədəni dəyərlərin qorunması haqqında konvensiya"qəbul edildi " [7, s.177].

Rerix paktı (XX əsrin 20-ci illərində rus humanist rəssamı Nikolay Rerixin şərəfinə adlandırılıb) hərbi konfliktlər şəraitində mədəni dəyərlərin qorunması haqqındadır. "Mədəniyyətlə Sülhə!" devizi ilə sivil ölkə ictimaiyyəti tərəfindən dəstəklənir. [5, 96].

1952-ci ildə bəzi abidələr dövlət qoruğu və muzeydənkənar obyektlər elan olundu. Eyni ildə xüsusi bərpa-istehsalat emalatxanası işə başladı və dairəvi Mərdəkan qalasının bərpasına başlandı, burada beş ildən artıq iş getdi. Bərpa – təmir işləri 1954-1960-ci illərdə daha da genişləndi (Naxçıvandakı Yusif ibn Küseyr türbəsi, Mərəzə kəndi yaxınlığındakı Diribaba türbəsi (XV əsr), Ramana qalası, Şirvanşahlar saray kompleksi, Seyid Yəhya Bakuvinin türbəsi, Qız qalası tədqiq edilərək bərpa edildi [7, 16].

1967-ci il oktyabrın 8-də SSRİ EA Rəyasət Heyəti və SSRİ Mədəniyyət Nazirliyi kollegiyası bütün respublikada abidələrin dövlət siyahısının tərtibi və təkmilləşdiirlməsi məsələləri və tarix və mədəniyyət abidələrinin ümumi planı haqqında tövsiyə versə də , respublikamızda bu plan 1993-cü ildən hazırlanmağa başlanılıb [5, 68].

Ancaq beynəlxalq səviyyəli bir çox tədbirlər keçən əsrin 70-ci illərindən başlayaraq mütəmadi olaraq davam etdi.1970-ci il 14 noyabr konvensiyası (YUNESKO) "Mədəni dəyərlərin qanunsuz olaraq ölkəyə gətirilməsi, ölkədən çıxarılması və mülkiyyət hüququnun qanunsuz olaraq başqasına verilməsinin qadağan olunması və qarşısının alınmasına yönəldilmiş tədbirlər haqqında"sənəd imzaladı [5, 95].

1972-ci ilin 16 noyabrında YUNESKO-nun "Ümumdünya Mədəni və Təbii İrsin mühafizəsi haqqında "konvensiyası, 1987-ci ildə "Tarixi şəhərlərin qorunması" üzrə Beynəlxalq Xartiya, 2001-ci ildə 2 noyabrında YUNESKO-nu "Suatı mədəni irin qorunması haqqında" konvensiyası qəbul edildi [5, 31-35].

Müstəqillik illərində (1991-ci il) Qız qalasının ətrafında F.İbrahimovun rəhbərliyi ilə arxeoloji qazıntılar aparılmış, 1998-ci ildə aparılan arxeoloji qazıntılar zamanı ən qədim yazılı nümunə "Baba Kuhi" məscidi aşkar edilmişdir [9].

1999-cu ilin 31 may tarixində Azərbaycan Respublikası ilə Dünya Bankı arasında imzalanmış Kredit sazişinə görə Şirvanşahlar sarayı, "Möminə xatın türbəsi", "Qarabağlar" türbələri və Şəki xan sarayının bərpasına kredit ayrılmışdır. 2003-cü ildə XV əsr abidəsi Divanxananın bərpası başa çatmışdır. Qız qalası YUNESKO-nun Dünya İrs Siyahısına daxil edilmiş, 2009-2013-cü ildə bərpa edilmişdir [2, 211].

Abidələr əsrlər boyu açıq səma altında müxtəlif təbii və antropogen qüvvələrin təsiri altında dağılır, məhv olur. Zəlzələ və geoloji sürüşmələrin təsiri, əhali sıxlığı, müharibə və talanların hər biri digəri ilə vəhdət təşkil edərək abidələrin məhvini sürətləndiir.

Abidələrin dövlət qeydiyyatı Respublika Mədəniyyət və Turizm nazirliyi, Nazirlər Kabineti yanında Baş Arxiv İdarəsi tərəfindən həyata keçirilir. 2000-ci ildə "İçərişəhər, Şirvanşahlar sarayı, Qız qalası" Ümumdünya İrs siyahısına salınıb. 2007-ci ildən Qobustan tarixi-bədii qoruğu ÜMİS-na, Xınalıq kəndi Dünya Abidələr Fonduna daxil edilib [5, s.195].

Ölkəmizdəki abidələrin öyrənilməsi tarixin və mədəni irsin mühafizəsi bu abidələri gələcək nəsillərə ötürmək nöqteyi-nəzərindən həddindən artıq vacibdir.

Azərbaycan Respublikası mədəni irs sahəsində bir sıra beynəlxalq konvensiyalara qoşulub. 2008-ci ildə İşərişəhər memarlıq kompleksinin "Tarixi Mərkəzin konversiyası üzrə baş plan" ının müddəaları hazırlanıb. Buraya qoruyucu və valozasiya tədbirləri daxildir.Qoruyucu tədbirlər dedikdə müdaxilə olmadan, valozasiya dedikdə isə hazırkı vəziyyətə müdaxiləni zəruri bilən tədbirlər nəzərdə tutulur [5, s.191].

2010-cu il 8 noyabr tarixli qərarla (Nazirlər Kabineti tərəfindən verilmiş) Baş Plan təsdiqlənib.31 abidədə (2010-2016 –cı illərdə) YUNESKO ekspertllərinin birbaşa iştirakı ilə mərhələli bərpa işləri aparılıb [2, 197-198].

Konservasiya tədbirlərinin həyata keçirilməsinin məqsədi tarixi abidələrin zahiri görünüşünə xələl gətirmədən dağılma prosesin əmələ gətirdiyi ziyanı aradan qaldırmaqdır. Qız qalası yaxınlığındakı Şıratağlı bazar meydanı da bərpa olunaraq İçərişəhər tarix muzeyi yaradılmışdır.

2012-2013-cü illərdə İçərişəhərdə dördkünc donjon və qala divarları yenidən bərpa edilib, bürc yenidən qurulub [2, 198].

1646-cı ildə inşa olunmuş İmam Qulu məktəb-məscidi, Məhəmməd məscidi, Çin, Xıdır, Gileyli, Molla Əhməd məscidləri, Ağa Mikayıl hamamı bərpa olunub.1880-ci ildə inşa olunmuş Səlimxanovları evində (neoklassizm üslumunda) – indiki Marianet teatrında da müxtəlif bərpa işləri aparılmışdır [2, 206-210].

Azərbaycan Respublikası 2001-ci ildən Ümumdünya Turizm Təşkilatının tam üzvüdür. 2011-ci ildə Respublikamızda Turizm ili elan olunmuşdur ([1].

İşğaldan azad olmuş torpaqlarımızdakı tikinti-bərpa işlərinin gedişi həddindən artıq ürəkaçandır.

2020-ci ilin sentyabrın 27-dən başlanan şanlı Vətən müharibəsi, torpaqlarımızın düşmən işğalından azad olunması tariximizin şərəfli səhifələrinə böyük hərflərlə yazılacaq. Hələ müharibənin davam etdiyi günlərdə 2020-ci ili 29 oktyabrında "Azərbaycan Respublikasının işğaldan azad olunmuş ərazilərində müvəqqəti xüsusi idarəetmənin təşkili haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərmanı qüvvəyə mindi [3].

2021-ci il 18 fevral tarixli "İşğaldan azad olunmuş ərazilərdə tarix və mədənyyət abidələrinin vəziyyətinə dair məlumatda oxuyuruq: "Təəssüflə qeyd etməliyik ki, işğaldan azad olunmuş ərazilərdə məscidlər, mədrəsələr, körpülər, məbədlər nəinki dağıdılmış, eyni zamanda bir çox hallarda təyinatına uyğun olmayan şəkildə istifadə olunaraq xalqımızın milli mənəvi dəyərləri təhqir edilmişdir" [3].

İşğal altındakı ərazilərdəki bütün məscidlər, XIX əsrə aid olan 4 türbə tamamilə məhv edilib, dini ibadətgahlarımızda donuz saxlanılıb. Şuşa şəhərindəki "Yuxarı Gövhər ağa "məscidinin tarixini saxtalaşdırmaq üçün cəhdlər edilib. Azıx mağarasında, Şahbulaq qəsrində (Ağdam) qanunsuz ekspedisiyalar aparılıb. Qafqaz Albaniyası məbədləri –Xudavəng, Gəncəsər monastrları (Kəlbəcər) vandalizmə məruz qalıb [3].

Problemə yaxından bələd olan xarici tədqiqatçı Tom de Vaal "Qara Bağ" kitabında yazır: "Şəhəri ələ keçirdikdən sonra ermənilər qisas aktına başladılar. Onlar Qarabağın görkəmli şəxsiyyətləri, bəstəkar və şairlərinin bürünc büstlərini sökərək satdılar. Tiflisə aparılan heykəllər möcüzəli bir şəkildə oradan satınalınaraq xilas edildi. Bürünc büstləri gözlərimlə görmüşdüm. Heykəllər Qırmızı Xaç cəmiyyətinin Bakıdakı qərargahının həyətində idi. Onlara baxanda adamın ürəyi ağrıyırdı:

başı yaylıqlı şairə Natəvan əlində güllələnmiş baş barmağı ilə sıxdığı kitabı tutmuşdu, bəstəkar Hacıbəyovun ikitaylı pencəyi güllədən deşik-deşik olmuş,eynəyi qırılmışdı, mütəfəkkirə oxşayan Bülbülün alnı qabağa çıxmışdı" [14, s.222].

Qarabağ və ətrafında işğaldan azad edilmiş ərazilərdə dərhal quruculuq-bərpa işlərinə başlanıb. Heydər Əliyev fondu dünyanın müxtəlif ölkələrində tarixi-dini abidələrin bərpasında iştirak edib. Zəfər tarixi yeni başlanğıcını bu təcrübənin vandalizmin izlərini, yaralarını Azərbaycan ərazisindən silmək üçün öz dağıdılmış ərazilərinə tətbiq etdi. Tez bir zamanda Şuşada Molla Pənah Vaqifin muzey-məqbərə kompleksi yenidən qurularaq təmir-bərpa işlərinə başlanıldı. 1998-ci il qanununun əsas müddəası təmin olundu.Suşa Azərbaycanın mədəniyyət paytaxtı elan edildi [10].

Azərbaycan Prezidenti İlham Əliyevin işğaldan azad olunmuş rayonlara mütəmadi səfərləri , ümumi uzunluğu 100 kilometr olan Füzuli rayonunda Horadiz-Ağbənd dəmir yolu xəttinin təməli-ni qoyulması yeni və parlaq gələcək inkişafdan, qürurverici sosial təminatlardan xəbər verir. Bu dəmir yolu həm xalqımızın vətəndaşlarının rahat gediş-gəlişini təmin edəcək, həm də Bakı-Tbilisi-Ceyhandan sonra Azərbaycanı Türkiyə ilə birləşdirən ikinci dəmir yolu olacaq. Bir tərəfdən Naxşıvanla birbaşa əlaqələrimiz yaranacaq, digər tərəfdən keçmişin "İpək yolu" funksiyasını daşıyan Azərbaycana yenə nəfəs gətirəcək, türkdilli dövlətlərə, hətta Şərqdən Qərbə uzanacaq bu yol "karvan yolunun" "dəmiryolu" versiyası olacaq. Ən əsası isə böyük bir regionda Azərbaycanın strateji əhəmiyyəti daha da artacaq [10].

Zəngilan rayonunun Ağalı kəndində birinci "ağıllı kənd" layihəsi, "ağıllı qəsəbə", "ağıllı şəhər" konsepsiyalarına keçməksə, yüksək yaşam standartlarının ölkə üzrə tətbiqinə, alternativ enerji mənbələrindən istifadənin bütün Azərbaycana nəql olunmasına şərait yaradacaq.

Heydər Əliyev Fondunun dəstəyi ilə "Müharibə və tarixi-mədəniyyət abidələri" adlı işğal olunmuş Azərbaycan ərazisindəki abidələrin kataloqu və bütün Azərbaycan abidələrinin kitab-kataloqu dünya oxucularına təqdim olunmuşdur [5, 206].

Zəngin mədəni irsə vandal münasibət bütün dünya irsi üçün təhlükədir. Qeyd etdiyimiz kimi, işğaldan azad edilmiş ərazilərimizdə ölkə və dünya əhəmiyyətli çox dəyərli tarix-mədəniyyət abidələri var. Xudafərin körpüləri, Şuşa qalası, Azıx mağarası, Gəncəsər, Xudavəng monastrları, Qutlu Musa türbəsi Qarabağ və Şərqi Zəngəzurun dünya əhəmiyyətli tarix-mədəniyyət abidələridir. Artıq onlardan bəziləri, o cümlədən Üzeyir bəy Hacıbəylinin heykəli, Molla Pənah Vaqifin büstü və məqbərəsi, Bülbülün ev-muzeyi, Saatlı məscidi bərpa olunub bu proses eyni diqqət və həssaslıqla davam etdirilir.

Nəticə

"Dəyər", "tarix" ,"irs", "mədəniyyət", "gözəllik", "ekoloji dayanıqlıq", "turizmin inkişaf"ı kimi xüsusi mahiyyət daşıyan kəlmələr Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin nəzarəti altında həyata keçirilən tədbirlərin adlarında işlənən ifadələrə nümunədir. Bunlar dövlətçilik ənənəsinə sadiqliyin əsas sözləri, baş ifadələridir.

Yalnız Azərbaycanın deyil, bütün dünyanın mənəvi sərvəti elan olunan abidələrin bərpası Vətənimizin, dövlətçiliyimizin ümumi inkişafının tərkib hissəsidir.

Qədim dünya hələ yolların bərbad, gediş-gəlişin çətin olduğu dövrdə də Azərbaycana – "Odlar yurdu" na, neft diyarına qarşısıalınmaz maraq duyurdu. İndi bu maraqlar gerçəkliyi ilə daha ciddi səviyyəyə gəlib çıxıb.Ortalıqda düşmən yadellinin özünə aid olmayan yerlərə yiyələnmək təşəbbüsləri və bunu gözlər önünə sərgilənən acı nəticələri, vandal Ermənistanla qurucu Azərbaycan var.

Müasir Azərbaycan, "Xəzər sahilində Dubay" adlanan Bakı ,dünya şəhərlərinin ən yaxşıları ilə yarışa girəcək bir şəkildə inkişaf edir.Yeni üslublu memarlıq abidələri ilə, yeni xiyaban və parklarla hər gün zənginləşir. Bu inkişafın izləri özünü bütün Azərbaycanımızda təcəssüm etdirir.

Bu gün Azərbaycan dövləti öz maddi və mənəvi mədəniyyətinə sahib çıxır, mədəni irslə birgə dövlətçilik ənənələrini gücləndirir və qlobal dünyaya intiqrasiyasını təmin edir.

Ədəbiyyat:

1. "Azərbaycan Respublikasında 2011-ci ilin "Turizm ili" elan edilməsi ilə bağlı Tədbirlər Planı"nın təsdiq olunması haqqında Azərbaycan Respublikasi Rrezidentinin Sərəncamihttps://e-qanun.az/framework/21958
2. Azərbaycan paytaxtları: elmi-praktik konfrans: məqalələr toplusu elmi red. V.Quliyeva. Bakı, Elm və təhsil, 2014, 278 s.
3. Azərbaycan Respublikasının işğaldan azad olunmuş ərazilərində müvəqqəti xüsusi idarəetmənin təşkili haqqında. Bakı şəhəri, 29 oktyabr 2020-ci il https://e-qanun.az/framework/46229

4. Dədə Qorqud”un 360 atı, bir şiri və... https://publika.az/news/yazarlar/50641.html
5. Eyvazova Y. Muzeydənkənar tarix və mədəniyyət abidələrinin mühafizəsi və istismarı. Bakı, Mars-Print, 2010, 344 s.
6. Fərhadoğlu K. Baki. İçərişəhər. Baki, "Ş-Q " və "Çinar-çap", 2006, 256 səh.
7. Hüseynov M., Bretanski L., Mamikonov L., Azərbaycan memarlıq abidələrinin bərpası məsələləri. Bakı, AzSSR EA Memarlıq və İncəsənət İn-tu,1960.- 275 s.
8. XIX əsrdən müasir dövrümüzə qədər Azərbaycanda daşınmaz mədəni irsin qorunmasına varislik kontekstindən baxış https://stm.az/az/news/295
9. İbrahimov K.Səbail tarixi http://sabail-ih.gov.az/az/tarixi.html
10. Qarabağ bölgəsi strateji əhəmiyyətli logistika və ticarət qovşağına çevriləcək https://www.yeniazerbaycan.az/SonXeber_e78985_az.html
11. Ramazanlı H, Ələsgər Ələkbərov və XX tarixi əsrin 20-30-cu illərində Azərbaycan arxeologiyasının problemləri, Bakı, Elm və təhsil, 2012, 154 s.
12. Şuşa şəhərinin Azərbaycanın mədəniyyət paytaxtı elan edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamıhttps://president.az/az/articles/view/51394
13. Tarix və mədəniyyət abidələrinin qorunması haqqında Azərbaycan Respublikasının https://e-qanun.az/framework/3526
14. Tomas de Vaal , Qarabağ: Ermənistan və Azərbaycan sülh və savaş yollarında (Black Garden: Armenia and Azerbaijan Through Peace and War). Bakı, "İlay M MC" 2008. 344 s.

Ülkər ƏLİYEVA
Bakı Dövlət Universiteti, magistrant
aulkerrasim@gmail.com

MÜSTƏQİLLİK DÖVRÜNDƏ AZƏRBAYCANDA KÜR-ARAZ MƏDƏNİYYƏTİ ABİDƏLƏRİNİN ÖYRƏNİLMƏ TARİXİ

THE HISTORY OF STUDYING THE CULTURAL MONUMENTS OF KUR-ARAZ IN AZERBAIJAN DURING THE PERIOD OF INDEPENDENCE

ИСТОРИЯ ИЗУЧЕНИЯ ПАМЯТНИКОВ КУЛЬТУРЫ КУР-АРАЗА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ В ПЕРИОД НЕЗАВИСИМОСТИ

Xülasə: Şimali Qafqazdan Suriya, Fələstinədək geniş bir ərazidə yayılmış Kür-Araz mədəniyyəti abidələrinin əsaslı şəkildə tədqiqatlarına XX əsrin 40-cı illərində başlanmışdır. Ötən illər ərzində mədəniyyətin xarakterik xüsusiyyətləri, yayılma arealı mərhələləri, xronoloji çərçivəsi və s. problemlər barədə çoxsaylı fikirlər irəli sürülmüşdür. Bütün bunlara baxmayaraq, İlk tunc dövrü üçün xarakterik olan Kür-Araz mədəniyyəti abidələri bu gün də tədqiqatçıların araşdırma hədəfindədir.

Müstəqillik illərində Azərbaycanda bu mədəniyyətin tədqiqi istər azərbaycanlı və istərsə də xarici arxeoloqların diqqət mərkəzindədir. Məhz bu səbəbdən məqalədə Azərbaycanda Kür-Araz mədəniyyətinin tədqiqat tarixi araşdırılıb.

Açar sözlər: *Kür-Araz mədəniyyəti, arxeoloji abidə, keramika, İlk tunc dövrü*

Abstract: Fundamental studies of the Kura-Araz cultural monuments spread over a wide area from the North Caucasus to Syria and Palestine began in the 40s of the 20th century. During the past years, the characteristic features of the culture, the stages of the distribution area, the chronological framework, etc. Many ideas have been put forward about the problems. Despite all this, the monuments of Kura-Araz culture, characteristic of the First Bronze Age, are still the target of researchers' research.

As noted by many researchers, numerous early Bronze Age monuments were recorded and studied as a result of excavations in the territory of Azerbaijan, which is one of the main centers of culture. In the years of independence, the study of this culture is the focus of both Azerbaijani and foreign archaeologists. It is for this reason that the research history of Kur-Araz culture in Azerbaijan is examined in the article.

Keywords: *Kura-Araz culture, archaeological monument, ceramics, First Bronze Age*

Абстракт: Фундаментальные исследования памятников культуры Кура-Араза, распространившихся на обширной территории от Северного Кавказа до Сирии и Палестины, начались в 40-х годах XX века. За прошедшие годы были выявлены характерные особенности культуры, этапы ареала, хронологические рамки и т. д. По поводу этих проблем было высказано много идей. Несмотря на все это, памятники Кура-Аразской культуры, характерные для первого бронзового века, до сих пор остаются объектом исследований исследователей.

Как отмечают многие исследователи, в результате раскопок на территории Азербайджана, являющегося одним из главных центров культуры, зафиксированы и изучены многочисленные памятники раннего бронзового века. В годы независимости изучение этой культуры находится в центре внимания как азербайджанских, так и зарубежных археологов. Именно по этой причине в статье рассматривается история исследования кур-аразской культуры в Азербайджане.

Ключевые слова: *Кура-Аразская культура, археологический памятник, керамика, первый бронзовый век*

Giriş

İlk Tunc dövrü Mərkəzi və Şərqi Cənubi Qafqazın, Şimal-şərqi Qafqazın, həm də Cənubi Azərbaycanın və Şərqi Anadolunun əsas əraziləri elmdə Kür-Araz mədəniyyəti adı altında tanınmış vahid maddi-mədəni irsə sahib qəbilələr tərəfindən məskunlaşır. Yaxın Şərqin ən böyük və ən uzun mövcud olan mədəniyyəti olan Kür-Araz mədəniyyəti Azərbaycanda dərin köklərə sahibdir. Bir çox tədqiqatçıların da qeyd etdiyi kimi mədəniyyətin əsas ocaqlarından olan Azərbaycan ərazisində də çoxsaylı ilk tunc dövrü abidələri qeydə alınmış və qazıntılar nəticəsində öyrənilmişdir. Son illərdə, Naxçıvanda, Gəncə-Qazaxda, Abşeronda, Qarabağda və respublikanın demək olar ki, hər yerində aparılan geniş araşdırmalar bunu sübut edir. Bu araşdırmalar arasında xüsusilə seçilən I Kültəpə, II Kültəpə, Ovçulartəpəsi, Maxta, Çaqqallıtəpə özünəməxsus maddi-mədəniyyət tapıntıları ilə diqqəti cəlb edir.

Xüsusilə bu mədəniyyətə məxsus keramika nümunələri arxeoloji cəhətdən olduqca maraqlıdır. Belə ki, bu dövrə aid Azərbaycanda tapılan keramika nümunələri quruluşuna və formasına görə müxtəlif tiplidir. Bu da Azərbaycanda Kür-Araz mədəniyyətinin uzun zaman periodunda müxtəlif inkişaf mərhələlərindən keçdiyini göstərir.

Əsas hissə. Son zamanlar aparılan tədqiqatlar nəticəsində Kür-Araz mədəniyyətinin yeni-yeni abidələrinin qeydə alınması Azərbaycanda bu mədəniyyətinin lokal variantlara məxsus geniş yayılma arealına sahib oldiğunu göstərir. Naxçıvanda Kür-Araz mədəniyyətinə aid I Kültəpə, II Kültəpə, Ov-çulartəpəsi, Maxta Kültəpəsi, Xələc, Ərəbyengicə, Şortəpə və s. qədim yaşayış yerləri aşkar olunmuşdur. Erkən Tunc dövrü abidələrinin başqa bir qrupu Qarabağda, Qarqarçay və Tərtərçay hövzəsində yerləşir. Bunlara Qarahacı, Göytəpə, Üçoğlan-1(Sarıçoban), Ağtəpə, Dəyirman yeri, Cüttəpə, Şortəpə və digər yaşayış yerləri aiddir. Mil-Qarabağ zonasının qəbir abidələri Xankəndi, Borsunlu, Üçtəpə, Xaçınçay kurqanları və digərləri ilə təmsil olunmuşdur. Kür-Araz mədəniyyətinə aid abidələrin başqa bir qrupu isə Quruçay və Köndələnçay vadisində aşkar edilmişdir. Bu qrupa Xantəpə, Qaraköpəktəpə, Kültəpə, Şomulutəpə, Uzuntəpə, Meynətəpə kimi onlarla abidə daxildir. Eyni zamanda Gəncə-Qazax, Qobustan, Abşeron, Şimal-Şərqi Azərbaycan və başqa bölgələrdə Kür-Araz mədəniyyəti abidələri aşkar edilmişdir.

Şərur rayonundakı I Maxta qədim yaşayış yerində 2008-ci ildən başlanan qazıntılar 2015-ci ilədək davam etmişdir. 300 kv.m.sahədə aparılan tədqiqatlarla əmək alətləri, müxtəlif çeşidli keramika məmulatı, toxuculuq alətləri, gildən qadın və heyvan fiqurları aşkar edilmişdir. Keramika məmulatı, Kür-Araz mədəniyyətinin səciyyəvi xüsusiyyətlərindən biri sayılan klassik qara cilalı keramika ilə yanaşı qonur, boz, qırmızımtıl rəngli qabların hissələrindən ibarətdir. Keramika məmulatının üzərində ənənəvi yarımşar formalı qulplara tez-tez rast gəlinir. Eyni zamanda yarımşar formalı qulpların müxtəlif çeşidləri və hətta rudimentar qulplar da əldə olunmuşdur. Bəzən çox kiçik, əldə hazırlanmış, qeyri simmetrik miniatür qablar da əldə olunur. Mühüm tapıntılardan biri metal istehsalı ilə bağlı olan daş qəlibin və metalın ilkin əridilməsi üçün istifadə olunan ocağın aşkar edilməsidir. Kür-Araz mədəniyyəti abidələrindən indiyədək müxtəlif qəliblər aşkar edilmişdir. Bu qəliblərin hamısı adətən gildən hazırlanmışlar. Lakin, I Maxtadan əldə edilmiş daş qəlibin bənzərinə indiyədək rast gəlinməmişdir [8]

2009-cu ildə AMEA Arxeologiya və Etnoqrafiya İnstitutunun, həmçinin Naxçıvan Bölməsinin bir qrup əməkdaşı Şərur rayonundakı Xələc yaşayış yerində arxeoloji qazıntı işləri aparmışdır. 1982-ci ildə Vəli Əliyev və Abbas Seyidov tərəfindən qeydə alınan yaşayış yerində müxtəlif illərdə Səfər Aşurov, Vəli Baxşəliyev, Namiq Əliyev, Lauren Ristvet, Bradley Parker, Kathlin Nikol və başqa arxeo-

loqlar tərəfindən kəşfiyyat xarakterli tədqiqatlar aparılmış, Eneolit və Erkən Tunc dövrünə aid keramika məmulatı əldə edilmişdir. Abidədə başlanılan yeni qazıntıları zamanı Kür-Araz mədəniyyətinə aid çoxsaylı keramika nümunələri, daş əmək alətləri və s. artefaktlar əldə edildi [6]

Sədərək yaşayış yeri 2010-cu ildə arxeoloji tədqiqatlarla yenidən öyrənilmişdir. Tədqiq olunan abidə Sədərək rayonunun Qaraağac kəndindən şərqdə, düzənlik ərazidə yerləşir və xalq arasında "Kültəpə", "Şəhər yeri" adları ilə də məhşurdur. Araşdırmalar zamanı, yaşayış yerindən sarı, qırmızı və boyalı keramika nümunələri aşkar edilmişdir. Boyalı keramika nümunələri texniki xüsusiyyətlərinə görə Xələc keramikası ilə eynidir. Keramika məmulatının biri qırmızı üçü isə boz astarlıdır [11] Bu tip astarlı keramika məlum olduğu kimi, Kür-Araz mədəniyyəti üçün xarakterikdir.

Şərur rayonunda qeydə alınmış Ovçulartəpəsi abidəsində yeni tədqiqatlara 2002-ci ildə S.H.Aşurov tərəfindən başlanmış və 2006-cı ildən isə Azərbaycan-Fransa birgə ekspedisiyası tərəfindən davam etdirilmişdir. Qeyd etmək lazımdır ki, qazıntılar zamanı aşkar olunan maddi mədəniyyət nümunələrinin əksəriyyətini Eneolit dövrünə aid keramika məmulatı təşkil edir. Lakin, Kür-Araz mədəniyyətinə aid keramika nümunələri də olduqca geniş yayılıb. Ovçulartəpəsi yaşayış yerində araşdırmalar nəticəsində Kür-Araz mədəniyyətinin müxtəlif mərhələlərinə aid keramika məmulatı aşkar olunmuşdur. Kür-Araz mədəniyyətinin erkən mərhələsinə aid keramika məmulatının bəzi nümunələri çəhrayı rəngdə, iri qum, bəzən isə saman qarışıq gildən hazırlanmışdır. Erkən nümunələr üzərində daraqvari ornamentə də rast gəlinir. Proto Kür-Araz keramikası adlanan bu tip keramika Naxçıvanda II Kültəpə, I Maxta, Şortəpə, Xələc yaşayış yerlərindən də aşkar olunmuşdur. Yeni tapıntılar, xüsusilə proto Kür-Araz keramikasının Naxçıvan abidələrində aşkar olunması bu ərazinin, xüsusilə Arazboyu vadinin Kür-Araz mədəniyyətinin erkən meydana çıxdığı regionlardan biri olduğunu göstərir. Kür-Araz mədəniyyətinin orta mərhələsinə aid kömür analizinin nəticələri e.ə. 2900-cü ilə aiddir [10].

Şərur rayınunda tədqiqatlara cəlb edilən abidələrdən biri də Aşağı Daşarx yaşayış yeridir. Burada 2001-ci ildə S.H.Aşurov, 2011-ci ildə isə V.Baxşəliyev və A.Seyidov tərəfindən qazıntılar aparılmışdır. Qazıntılarla ilk tunc dövrünə aid tikinti xüsusiyyətləri öyrənilmişdir. Çiy kərpiclə daş özül üzərində qurulmuş evlərin hamısı dairəvi formadadır. Qazıntıdan əldə edilmiş arxeoloji materiallar qara və boz rəngli keramika parçalarından, ocaq qurğusu, daş və sümük alətlərdən ibarətdir. Maddi-mədəniyyət nümunələri Kür-Araz mədəniyyətinin erkən, orta və son mərhələlərinə aiddir. Aşağı Daşarx qədim yaşayış yerinin Kür-Araz mədəniyyəti təbəqəsindən aşkar olunmuş arxeoloji materiallar içərisində keramika çoxluq təşkil edir. Bunlar təsərrüfat küpü, küpə, kasa, qazan, badya, banka, parç, araba təkəri modeli, manqal, müxtəlif görünüşlü yarımşar formalı qulplar və digər məqsədlər üçün istifadə olunan keramika nümunələrindən ibarətdir. Ümumiyyətlə, İlk Tunc dövrünə aid keramika məmulatı bir sıra xüsusiyyətinə görə özündən əvvəlki və sonrakı mədəniyyətlərin materialından əsaslı surətdə fərqlənir. Bu xüsusiyyətlər sırasına onların hazırlanma texnologiyası, qabların forması, naxışlanması və s. daxildir. Əsasən, boz, qara və çəhrayı rəngdə bişirilmiş, üzəri cilalı, gilinin tərkibinə narın və bəzi hallarda iri qum qatılmış, əsasən əldə hazırlanmış keramika bu dövr üçün xarakterikdir. Aşağı Daşarx qədim yaşayış yerində Kür-Araz mədəniyyətinin ilk mərhələsinə aid arxeoloji materiallara az rast gəlinir. Lakin İlk Tunc dövrünün orta mərhələsinə aid kasa və çölməklərdə müəyyən dəyişiklik qeydə alınır. Orta mərhələnin xarakterik xüsusiyyəti çölmək, küpə və banka tipli qablarda çəhrayı astarın meydana çıxmasıdır. Bu rəng narıncıdan qəhvəyiyədək dəyişir. Bu mərhələnin qabları yaxşı anqoblanmış, bəzi qabların səthi yüngülcə cilalanmışdır. Ancaq belə qablar olduqca azdır. Əsası Eneolit dövründən başlayan və İlk Tunc dövründə daha da inkişaf edən bəzək üsullarının (yapma, cızma, basma, oyma) Erkən və Orta Tunc dövründə təkmilləşməsi mədəniyyətlərin bir-biri ilə genetik bağlılığının göstəricisidir. Kür-Araz mədəniyyətinin son mərhələsi üçün nazik divarlı məişət qabları xarakterikdir. Çəhrayı astar bu mərhələdə aradan çıxır. Üzəri parıldayanadək cilalanmış qablar geniş yayılır. Onların səthində cilalayıcı alətin izlərini asanlıqla görmək mümkündür. Son mərhələnin çölmək̀ləri formaca əvvəlkilərdən fərqlənir. Bəzi çölməklərdə əvvəlki mərhələ üçün xarakterik olan silindrik boğazlar yoxdur. Bu dövrdə yuvarlaq-bikonik formalı çölməklər geniş yayılmışdır. Qulplar başlıca olaraq, qabların ağzının kənarında yerləşdirilmişdir. Dairəvi, yuvarlaq formalı batıqlar, relyef və həndəsi ornamentlərlə naxışlanma dövrün xarakterik xüsusiyyətlərindən biridir [2]

Müstəqillik dövründə tədqiqatlara cəlb edilən abidələrdən biri də Göl-Yeri yaşayış məskənidir. Goranboy rayonu ərazisində yerləşən Göl-Yeri qədim yaşayış məskəninin qərb tərəfində Erkən Tunc

dövrü təbəqəsində 2010-cu ildə arxeoloji tədqiqatlar aparılmışdır. Nəticədə, yaşayış yerindən çoxsaylı təsərrüfat quyuları, ocaq yerləri, qəbirlər və çoxsaylı maddi-mədəniyyət nümunələri aşkar olundu. Tədqiqatlar zamanı tapılan saxsı məmulat qırmızı, boz, qonur, qara rəngdə bişirilmiş iri küp, küpə, tava, xeyrə, kasa və s. tipli qablardan ibarətdir. Onların böyük əksəriyyətinin xarici səthi, bəzilərində isə həm daxili, həm də xarici səthi yuxarıda qeyd edilən rənglərdə anqoblanmış və ya əlavə gil qatı ilə suvanmışdır [5]. Tapılan küpələr narın qum qarışıq gillə yoğrularaq, keyfiyyətli hazırlanmışlar. Əsasən sınmış halda rast gəlinsə də, bütöv küpələrə də təsadüf edilir. Küpələrdən ikisi tam bütöv, altısı isə az hissəsi sınmış şəkildə tapılmışdır. Bəzi küpələr üç qulplu hazırlanmışdır. Yarımşar qulplara malik orta həcmli belə küpələrin qulpu gövdənin yuxarı hissəsindədir. Boz və qonur rəngli küpələr uzun boğazlı olub, ağız kənarları xaricə meyllidir. Küpələrin əksəriyyəti bikonik gövdəli olub, çiyindən boğaza keçən hissə kanalvari batıqla əhatələnmişdir. Küpələrin əksəriyyətində qulplar boğaz hissədə yerləşir. Bəzi küpələrdə isə qulplar ağız kənarı ilə çiyini birləşdirir. Tədqiqatlar zamanı yaşayış məskənindən 4 ədəd ocaq yeri, ocaq qurğuları, müxtəlif sayda saxsı məmulatları və küpələr (bunlar arasında tava tipli qablar, miniatür qablar, deşiklər açılmış fraqmentli qablar var), 3ədəd diskşəkilli əşya, zoomorf fiqurlar və 3ədəd metal məmulatı aşkar edilmişdir.

Kür-Araz mədəniyyətinə aid qazıntılardan biri də Naftalan-Goranboy arxeoloji tədqiqatlarıdır. Arxeoloji qazıntı işləri Göl yeri qədim yaşayış yerində, 2 saylı Qara Arxac kurqanında və Qarqucaq kəndi ərazisindəki kurqanlarda və küp qəbirlərdə həyata keçirilmişdir. Yaşayış yerində ilk tunc dövrünə aid 40-dan artıq təsərrüfat quyusu, 3 ocaq yeri aşkar edilmişdir. [9] Ocaq yerləri dairəvi və oval formada hazırlanmışdır. Ocaq yerlərindən, kül qatının içərisindən saxsı, daş və sümük məmulatı tapılmışdır. Yaşayış yerindən əldə olunan arxeoloji materiallar içərisində eneolit və ilk tunc dövrünə aid saxsı məmulatı çoxluq təşkil edir. İlk tunc dövrünə aid saxsı məmulatı küplər, küpələr, qazanlar və s. var. Bu tip saxsı qablar, əsasən yarımşar formalı qulplara malikdirlər. 2012-ci ildə yaşayış yerinin cənub-şərq hissəsində, 200 kv metrlik sahədə arxeoloji qazıntı davam etdirilmiş və nəticədə yaşayış yerində qazıntı işlərinin ümumi sahəsi 750 kv metrə çatdırılmışdır.

Müstəqillik illərində Ağstafa rayonu ərazisində aparılan tədqiqatları da qeyd etmək lazımdır. Rayonun I Həsənsu yaşayış yerində 2011-ci ildə aparılan qazıntı zamanı Kür-Araz mədəniyyətinə – erkən tunc dövrünə aid sallama qəbir aşkar edilmişdir. Qəbirin şimali-şərq yarısında iki insan dəfn edilmişdir. Onlardan birincisinin skeleti başı cənubi-qərbə doğru aşkar edilmişdir. Kəllə və qabırğa sümükləri üstdəki ağırlıqdan çox dağılmışdır. Onun sağ yanında ayaq sümüyü aşkar edilmişdir, qol sümüyü isə qabırğa sümükləri ilə qarışmışdır. Sonrakı dağıntılar nəticəsində skeletin ilkin nizamı pozulduğundan dəfnin hansı vəziyyətdə icra edildiyini müəyyən etmək çətindir. Bununla belə, skeletin sümüklərinin, xüsusilə də onurğa sümüyünün ümumi vəziyyəti dəfnin sağ yanı üstdə icra edildiyini söyləməyə əsas verir. İkinci insan skeleti isə, birincisinin üstündə, sol yanı üstdə, ayaqları bükülü, əlləri sifəti qarşısına qaldırılmış vəziyyətdə, başı şimali-şərqə olmaqla dəfn edilmişdir. Qəbir örtüyünün ağırlığından kəllə sümüyü xırda hissələrə parçalanmışdır. Bu skeletin bud sümükləri birinci skeletin qurşaq hissəsində aşkar edilmişdir. Kəllə sümüyü ətrafında qızıl məftildən hazırlanmış iki ədəd burma bəzək əşyası, sağ biləyində gümüşdən dairəvi kəsikli qolbaq, onun yanında gümüşdən spiralvari burma bəzək əşyası, barmağında isə ametistdən hazırlanmış üzük aşkar edilmişdir. [1]

Azərbaycanın şimal-şərqindəki Sərkərtəpədə qazıntıların davam etdirilməsi, Çaqqallıtəpə abidələr kompleksində isə yeni tədqiqatların başlanması Kür-Araz mədəniyyətinin lokal variantının bir sıra xüsusiyyətlərini izləməyə imkan vermişdir.

Sərkərtəpə ilk tunc dövrü qədim yaşayış yeri Xaçmaz rayonu Sərkərli kəndinin şimal-şərqində yerləşir. 2009-cu ildə abidənin cənub-şərq hissəsində arxeoloji qazıntılar aparılmış, yaşayış yerinin dəqiq stratiqrafiyası təyin edilmişdir. Yaşayış yerində ilk tunc dövrü təbəqəsinin 3 metr qalınlığı vardır. Yaşayış yerinin 2,35 m dərinliyində ilk tunc dövrünün mədəni təbəqəsi başlanır. Bu təbəqə arxeoloji materiallarına görə dəqiq dövrləşərək e.ə. III minilliyə aid edilir. Bu dövrə aid keramika nümunələrinin gövdələrinin yuxarı hissəsi əsasən kobud yoğrulmuş gildən hazırlanmışdır. Bunlar iki qrupa bölünür. Birincisi, ağzı azacıq içəriyə qatlanmış, ikincisi isə ağız haşiyəsi xaricə qatlanmış hündür boğazlı küpə qırıqlarıdır. Birinci qrupa aid keramika məmulatı qara altlıqlı olub, çəhrayı rəngdədir. İkincisi isə qara rənglidir. [12]

Nəticə: Eramızdan əvvəl IV minilliyin ortalarından etibarən [4] Yaxın Şərqdə təxminən 1500 il ərzində mövcud olan Kür-Araz tayfaları özünəməxsus elementləri ilə diqqəti cəlb edən bir mədəniyyət yaratmışlar. Bu tayfalar arxeoloji ədəbiyyatda bir çox adla xatırlansa da, ən çox istifadə edilənlər; "Erkən Zaqafqaziya mədəniyyəti", "Kür-Araz mədəniyyəti", "Karaz mədəniyyəti" və "Xirbət-Kerak mədəniyyəti" terminləridir. Prototarixçilər arasında son dərəcə məşhur olan bu mədəni quruluş, geniş coğrafi və xronoloji yayılma sahəsi ilə diqqət çəkir. Arealının böyüklüyü mədəniyyətin çətinliklərini də özü ilə gətirib. Yaxın Şərqin bu ən böyük və ən uzunömürlü mədəniyyəti regionun zəngin mədəniyyətlərindən biri hesab edilir.

Azərbaycanda Kür-Araz mədəniyyətinin tikinti texnikası və konstruksiyasına görə, Eneolit dövrünü xatırladan evlər I Kültəpə, Şomutəpə, Töyrətəpə, Qarğalartəpəsi və digər yaşayış yerlərindən aşkar edilmişdir. Bunlardan əlavə, Mingəçevir yaşayış yarımqazma tipli evlərə rast gəlinmişdir ki, bunlar Azərbaycanın və Cənubi Qafqazın digər yerlərində qeydə alınmayıb. Bu mədəniyyətin ilkin dövrlərinə aid keramika nümunələrində də Eneolit dövrünün bəzi elementləri hiss olunur. Lakin Kür-Araz mədəniyyətinin sonrakı dövrlərində insanların həyatında baş verən irəliləyişlər nəticəsində, özünəməxsus maddi-mədəniyyət nümunələri yaradılıb.

Kür-Araz mədəniyyətinin xronologiyası ilə bağlı müxtəlif fikirlər var. B.A.Küftin və B.B.Piotrovski bu mədəniyyəti bütünlüklə e.ə. III minilliyə aid etmişlər. O.H.Həbibullayev əvvəlcə, bu mədəniyyətin e.ə. III minilliyin ikinci yarısını, sonra isə öz tədqiqatları əsasında e.ə. III minilliyi bütövlüklə əhatə etdiyini göstərmişdir. R.M.Munçayev I Kültəpə, Babadərviş, Şulaveri, Amiranisqora və digər yaşayış yerlərinin stratiqrafiyasına əsaslanaraq, Kür-Araz mədəniyyətini e.ə. IV-III minilliklərə aid etmişdir. [3]

Ədəbiyyat:

1. N.Ə.Müseyibli, G.K.Axundova, A.M.Ağalarzadə. Ağstafa rayonunda tunc dövrünün qəbir abidələri// Azərbaycanda arxeoloji tədqiqatlar 2011. Bakı, 2012, səh. 98
2. A.Q.Seyidov. Aşağı Daşarx yaşayış yerində aparılmış qazıntılar// Azərbaycanda arxeoloji tədqiqatlar 2011. Bakı, 2012, səh. 67
3. V.B.Baxşəliyev. Azərbaycan Arxeologiyası, I cild, Bakı-2006, səh.113
4. Mehmet İşıklı. Erken Transkafkazya Kültüründe Din ve Dini Aktiveler ile Kult objelerine yönelik genel bir degerlendirme// Altan Çilingiroğlu'na Armagan Yukarı denize yakın Urartu Krallığına unutulmuş bir hayat 2009, səh. 333
5. M.Hüseynov, Ə.Kazımov. Göl-Yeri yaşayış yerində 2010-cu ildə aparılan arxeoloji tədqiqatlar//Azərbaycan arxeologiyası- 2010, Bakı, 2011, səh.71
6. A.Q.Seyidov, V.B.Baxşəliyev. Xələc yaşayış yerində qazıtılar // Azərbaycan arxeologiyası 2009, Bakı, 2010, səh.55
7. S.H.Aşurov, V.B.Baxşəliyev, S.A.Hüseynova F.A.Əliyeva, O.K.Əliyev. I Maxta qədim yaşayış 2010-cu il qazıntıları // Azərbaycan arxeologiyası- 2010, Bakı, 2011, səh.
8. S.H.Aşurov, V.B.Baxşəliyev, S.A.Hüseynova, F.A.Əliyeva. I Maxta qədim yaşayış yerində arxeoloji tədqiqatlar // Azərbaycanda arxeoloji tədqiqatlar 2011, Bakı, 2012, səh.92
9. M.M.Hüseynov.Naftalan-Goranboy arxeoloji ekspedisiyasının apardığı tədqiqatlar // Azərbaycanda arxeoloji tədqiqatlar 2011, Bakı, 2012, səh. 72
10. V.B.Baxşəliyev, C.Marro, S.H.Aşurov. Ovçulartəpəsində 2009-cu ilin arxeoloji tədqiqatları // Azərbaycanda arxeoloji tədqiqatlar 2009, Bakı, 2010, səh.279
11. A.Q. Seyidov. Sədərəkdə arxeoloji araşdırmalar// Azərbaycan arxeologiyası -2010, Bakı, 2011, səh.60
12. D.L.Musayev. Sərkərtəpə yaşayış yerində arxeoloji qazıntılar // Azərbaycan arxeologiyası-2009, Bakı 2010, səh. 77

Nazlı MƏMMƏDOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
nazli.mammedova18@gmail.com

COMPREHENSIVE ANALYSIS OF THE EFFECTS OF WARS ON CULTURAL HERITAGE AND HISTORICAL SITES

MÜHARİBƏLƏRİN MƏDƏNİ İRSƏ VƏ TARİXİ YERLƏRƏ TƏSİRİNİN ƏTRAFLI TƏHLİLİ

КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ ПОСЛЕДСТВИЙ ВОЙН НА КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ И ИСТОРИЧЕСКИЕ ОБЪЕКТЫ

Abstract: Human history is irreversibly damaged by war, which has catastrophic impacts on historical places and heritage sites. These consequences may appear in many different forms, such as abuse, stealing, and devastation. Cultural heritage destruction not only ruins tangible things but also destroys influenced communities' shared memory and identity. Cultural heritage is in danger of breakdown and collapse during wartime because resources are often allocated to urgent humanitarian needs. A lack of financial services, security, and preservation can lead to the deterioration of cultural structures, artwork, and archives. Destruction of cultural resources is made worse by this negligence, which also makes it more difficult to restore and preserve these places after the conflict. In post-conflict phases, including rebuilding, the goal is to further improve our understanding about the way places are reconceptualized and reshaped. This article focuses on the complex meanings and implications that war, conflict, and its aftermath have left behind for specific geographic areas. It focuses on how conflict both creates and affects cultural history, as well as how that legacy is later used, understood, and addressed. The article specifically looks at how destinations actively take part in the recovery and reconstruction of community, including their claims to place and belonging, rather than being merely "the legacy of war."

Key words: *war, destruction, cultural heritage, historical sites, post-war efforts*

Xülasə: Tarixi yerlərə və irs obyektlərinə fəlakətli təsir göstərən müharibə nəticəsində bəşər tarixi dönməz şəkildə zədələnir. Bu nəticələr sui-istifadə, oğurluq və dağıntı kimi müxtəlif formalarda görünə bilər. Mədəni irsin dağıdılması təkcə maddi əşyaları məhv etmir, həm də təsirə məruz qalmış icmaların ortaq yaddaşını və şəxsiyyətini məhv edir. Maliyyə xidmətlərinin, təhlükəsizliyin və mühafizənin olmaması mədəni strukturların, incəsənət əsərlərinin və arxivlərin korlanmasına səbəb ola bilər. Mədəni sərvətlərin dağıdılması bu səhlənkarlıqla daha da pisləşir ki, bu da münaqişədən sonra bu yerlərin bərpasını və qorunub saxlanmasını çətinləşdirir. Münaqişədən sonrakı mərhələlərdə, o cümlədən yenidənqurma, məqsəd yerlərin yenidən konseptuallaşdırılması və yenidən formalaşdırılması ilə bağlı anlayışımızı daha da təkmilləşdirməkdir. Bu məqalə müharibə, münaqişə və onun nəticələrinin konkret coğrafi ərazilər üçün geridə qoyduğu mürəkkəb məna və təsirlərə diqqət yetirir. O, münaqişənin həm mədəniyyət tarixini necə yaratdığına, həm də ona necə təsir etdiyinə, eləcə də bu mirasın sonradan necə istifadə edildiyinə, başa düşülməsinə və həllinə diqqət yetirir. Məqalə xüsusi olaraq təyinatların sadəcə "müharibə mirası" olmaqdansa, icmanın bərpası və yenidən qurulmasında, o cümlədən yerləşdirmə və aidiyyət iddiaları ilə necə fəal iştirak etdiyinə baxır..

Açar sözlər: *müharibə, dağıntılar, mədəni irs, tarixi yerlər, müharibədən sonrakı səylər*

Абстракт: История человечества необратимо повреждена войной, которая оказывает катастрофическое воздействие на исторические места и объекты культурного наследия. Эти последствия могут проявляться в самых разных формах, таких как злоупотребления, воровство и опустошение. Уничтожение культурного наследия не только разрушает материальные вещи, но также разрушает общую память и идентичность затронутых сообществ. Культурное наследие находится под угрозой разрушения и разрушения во время войны, поскольку ресурсы часто направляются на неотложные гуманитарные нужды. Отсутствие финансовых услуг, безопасности и сохранности может привести к ухудшению состояния культурных структур, произведений искусства и архивов. Такая халатность усугубляет разрушение культурных ресурсов, что также затрудняет восстановление и сохранение этих мест после конфликта. На постконфликтных этапах, включая восстановление, цель состоит в том, чтобы еще больше улучшить наше понимание того, как переосмысливаются и перестраиваются места. В этой статье основное внимание уделяется сложным значениям и последствиям, которые война, конфликт и их последствия остави-

ли после себя для конкретных географических регионов. Основное внимание уделяется тому, как конфликт создает и влияет на историю культуры, а также тому, как это наследие впоследствии используется, понимается и решается. В статье конкретно рассматривается, как дестинации активно участвуют в восстановлении и реконструкции сообщества, включая их претензии на место и принадлежность, а не просто являются «наследием войны».

Ключевые слова: *война, разрушения, культурное наследие, исторические места, послевоенные усилия*

Introduction

The damaging effect of war on a people's cultural legacy is a sensitive subject. During war or conflict, the importance of human life becomes one of the prior points. As active conflict comes to a conclusion, rehabilitation begins, the urgent human necessities of shelter, food, and medical care take priority. Following a conflict, communities frequently confront serious obstacles in restoring their homes and infrastructure. Basic essentials like as food, shelter, and healthcare become critical for the impacted population's psychological well-being and survival. At this point, protecting cultural assets might come seen as indifferent with such issues. Evidence of a widespread concern to repair war-damaged legacy and to bring back customs that had been obsolete before to the conflict may be seen in many postwar contexts. This worry appears to stem from a deep psychological drive to restore the comfortable and beloved after a period of violent upheaval of everyday existence[8,p.1].

Throughout history, governments, protestors, and terrorist organizations have targeted cultural property in civil wars, interstate conflicts, conquest wars, and colonial conflict. It is possible for cultural heritage to be ruined in an armed conflict due to deliberate attacks or incidents, which makes sense in the context of a chaotic battle. The fact that certain attackers intentionally target cultural property with parts of their limited resources is even more perplexing. These kinds of attacks have been done using a number of methods and for a range of objectives. In an attempt to seize control of, harm, or destroy the monument or building itself, some have specifically targeted visitors, while others have attacked the historic site or structure itself [6,p.2]. It is important to remember that architects and heritage experts are becoming more mindful of the need to prioritize the limited resources available for reconstruction and take into account the variety of global, national, and local assessments of historical and cultural sites as the understanding of the extent of cultural destruction grows. The concrete component of cultural heritage, whose important places form the basis of cultural identity and become essential to community development, was the primary focus of pre-war urban environment preservation. These sites, which included landmarks, tourist attractions, and old buildings, were seen to be essential to the development and integration of local communities. By protecting these tangible cultural assets, urban places may be able to maintain their unique identities while also enhancing their social well-being [1, p.252].

Cultural Heritage as a Victim of War

The core of modern conceptions of collective memory is cultural legacy, in all its material and immaterial manifestations, including tangible structures and artifacts as well as conventional knowledge, beliefs, and modes of expression. The demands made by communities of cultures for recognition, ownership, and comprehension of their cultural history are becoming more and more strong. Individuals have difficulty for accurate and respectful depictions of their cultural heritage throughout the media, schools, and elsewhere. Furthermore, portrayals-or denials of them-have frequently taken on a conflictual nature, linking culture and history to the objectives and conduct of war. Furthermore, because cultural assets have evolved into such an effective disinformation tool, it is very challenging to independently assess the reality of claims that they were destroyed during conflict. Measuring damage can be especially tough because trustworthy record of cultural assets and their condition of preservation prior to a war is rarely visible [4, p.102].

War has a major detrimental effect on cultural assets in all of their forms and manifestations. War activities, such as bravery, sacrifice, or massacre, reveal new locations, and borders shift and become more relevant in terms of their firmness or porosity. In conflict zones, historically important architectural masterpieces can be stolen and unlawfully converted to cash. Destruction of societies due to violent conflicts may result in the disappearance or damage of immaterial heritage such as

languages, customs, and educational systems. Argument leads to the emergence of new places of cultural significance as well as the destruction and reinterpretation of existing ones. This is how war and cultural heritage are intertwined in a cycle of creation, devastation, in addition rebuilding. It is possible to intentionally target cultural treasures with the aim to negatively impact a competitor's tourist industry or motivation, to convey a message about the perceived cultural uniqueness of the "other" and portray the enemy as a clearly distinct and cohesive group, or to provoke and incite fear in the eyes of the international community[7,p.9]. The globe is struck by man-made catastrophes. Over the previous 15 years, there has been a noticeable overall decrease in military conflicts; but, there has been an increase in international terrorism, with the poorest countries suffering the brunt of this. Nearly 25% of the world's population was thought to be in a crisis or post-conflict scenario at the start of the twenty-first century, and two-thirds of the poorest countries on earth were suffering as a result of ongoing or previous conflicts. Almost every country must deal in the danger of intentional or unintentional destruction to its history of culture at some point. That local governments as well as communities, particularly those in terrible economic situations, are unable to comprehend the benefits of reducing losses today for an unknown tomorrow is disappointing[5,p.3].

Since the beginning of time, invading armies have actually taken cultural property as war plunder. Cultural property that was taken by the Russian and German forces during World War II is a well-known example. The loss of cultural assets as a result of "spoils of war" encounters between two state armies has, however, decreased in recent decades. This is partly because international law considers such behavior to be a breach. Heritage from cultures can be harmed as a weapon in war in civil conflicts with a dictatorship and rebel parties seeking to capture power or split. The Bosnian War is a remarkable example of attempts to obliterate both cultural and religious identity through the destruction of huge amounts of cultural artifacts. Several cultural treasures, including cathedrals, mosques, and monasteries, were destroyed during the Bosnian War, which lasted from 1992 to 2005. Many ancient structures in India, for example, have been destroyed as a result of disagreements between Hindu and Muslim groups of people. Attacking religious institutions became a means of demonstrating greater strength over the opponent during the hostilities that erupted in the former Yugoslavia, with religion and ethnicity serving as the primary markers of distinction. The Croatian military's attacking on the Ottoman bridge in Mostar in November 1993 is among the most recognized assaults on historical sites that took place during the conflict. The primary motive behind the attack was that Mostar represented a peaceful, multiethnic, and multireligious community [6,p.7-10].

Religion is one of the key components of society, and in many war-torn cultures, people put a high value on their religious convictions. Religion does, in fact, frequently serve as a psychological lifeline for individuals who have lost everything that they value. That is why it is important to oppose attempts to impose secularism – as defined by the West – onto communities that are highly religious. There have been cases where "conflict entrepreneurs" highlighted religious differences in order to create conflict. Consequently, religious structures including mosques, churches, graveyards, and schools are frequently attacked during conflicts involving cultural heritage. In situations like this, it's critical to encourage communication across groups and assist individuals in reestablishing the customs of tolerance that are frequently present in extremely varied communities[9,p.438].

The cultural heritage of the country in the occupied areas of Azerbaijan has also suffered severely as a result of the occupancy of twenty percent of its land. Armenia has ruined, robbed, or exploited more than 700 historical monuments, 22 museums with 100,000 exhibits, 927 libraries, thus 58 archeological sites, 26 strongholds and fortress walls, and other cultural property. The deliberate destruction of this heritage that followed the occupation resulted in irreversible harm to both Azerbaijani culture and global civilization. Armenia aimed to eliminate all indications of Azerbaijani heritage, as evidenced by the purposeful alteration of Shusha and other Karabakh towns and settlements' cultural appearance through monument destruction, architectural modifications, and "archaeological" excavations. The bronze sculptures of Uzeyir Hajybayov, Natavan, and Bulbul, for instance, were set to be auctioned Georgia if the Azerbaijan had not purchased them for $500,000 and transported them to Baku. The modification of architectural elements of various monuments, including the Khanlyg Mukhtar caravanserai in Shusha and Saatly mosque, was another common

practice, as well as the displacement of foreign components for Azerbaijani-Muslim monument parts, such as the Armenian cross and texts etched on the Arabic character of the Mamayi spring in Shusha town, which dates back to the eighteenth century [11].

Post-war recovery period: challenges and solutions

For many years, postwar rebuilding was viewed as a secondary issue by international humanitarian and development individuals, despite the fact that warfare has long been an expected and frequently dominant element in historical discourse. But in the past years, things have changed significantly, with postwar nation-building being seen as a crucial component of attaining international peace, security, and the 21st-century reduction of poverty. Due to this "delayed awakening" and the subsequent struggle to appropriately meet the practical and intellectual challenges presented by conflict, there hasn't been enough focus on the preservation and restoration of cultural assets. Furthermore, the devastation of the physical environment and infrastructure is frequently the most obvious effect in a civilization that has seen violent war, fatalities, and damages. Structures and monuments with great spiritual, cultural, or ideological significance are frequently targeted for destruction during times of conflict or disturbance[10,p.27].

Conflict has an effect on heritage even after it has ended because attempts to rebuild society during the post-conflict era also involve the use and transformation of cultural resources. Furthermore, the conflict's interpretations and propagandistic uses frequently continue far into the post-war period and affect reconstruction. These kinds of uses and interpretations have the potential to negatively impact the process of reconstructing cultural assets. Reconstruction efforts may occasionally be shaped by competing narratives and political objectives, which might result in selective restoration of cultural assets or biased historical interpretations. It is essential to support open and inclusive procedures for the rebuilding of cultural heritage in order to mitigate these challenges. All actions, whether they are disregarded, rebuilt, restored, or kept in a wrecked form, will be presented and viewed as components of the process of creating the new society that emerged from the war[7,p.10].

If a conflict transformation approach is not applied, the post-war restoration of cultural assets may not be viable or successful in achieving its triple objectives of promoting healing, reconciliation, and hope. It may take centuries to complete the delicate and extremely complicated process of mending bad memories and rebuilding trust. It takes solid foundations based on a dedication to making corrections and reaching accepted standards of social fairness and responsibility to build peace. According to this viewpoint, in order to sustain early restoration efforts, cultural heritage recovery should also include a corrective component that encourages socioeconomic change, rather than only concentrating on maintaining the current situation. Reforming the legal system cannot heal itself, but it can create an atmosphere in which criminals and those who cause harm on a large scale are held accountable. It takes time for both parties to be willing to forgive and confess in order to reach a reconciliation. In conclusion, there are dangers associated with rapidly restoring cultural heritage that might affect its true nature and quality as well as peacemaking[9,p.438].

Post-war situations often involve conflicts fought for history and meaning. Various factions may present divergent accounts and interpretation of the events that occurred following a conflict. Undoubtedly, the formal conclusion of a fight does not mean that the bloodshed and devastation stop. Cultural heritage kept being destroyed even after the global community started helping with rehabilitation in the former Yugoslavia. In 1993, despite an agreement on a Muslim-Croat federation in Bosnia, a baroque Serb Orthodox diocesan building was set on fire on Christmas Day in Karlovac, Croatia, and three mosques were destroyed a few months later. In order to achieve long-term peacebuilding, it is essential to understand how this takes place. This is because it is easy to create a symbolic landscape that carries the cruelty of the war into the post-war era, placing markers of discord that aggravate tensions and prevent peacemaking efforts[4,p.112].

Indeed, the extensive employment of long-range weapons and aerial bombardment in modern conflicts poses a serious threat to cultural property anywhere. Attacks like this frequently result in the destruction of civilian infrastructure and historical sites in addition to military objectives due to their indiscriminate nature. However, for those who are interested in the visible ruins of the past, reconstruction following the war in the historical portion of the city that was devastated by wars has

always been a challenging issue. Post-war rehabilitation must be led by an integrated strategy that mixes progressive thinking with social transformation and reconciliation in order to be successful. One of the most essential strategies to promote the recovery and protection of heritage is to document cultural and historical places accurately and promptly. A number of essential initiatives need to be conducted after assessing the extent of harm caused by conflicts in historical sites, as their recovery would take a considerable amount of time. Although its development will need to be modified to fit the present local constraints, a restoration directory will normally include the following resources and tasks:

1. a list of the most important monuments that are still intact, along with immediate stabilization actions that do not threaten their further preservation;
2. description of the homogeneous areas that remain from the previous historic fabric, with a focus on public open spaces, market structures, and cohesive residential communities;
3. evaluating if previously damaged areas of the historical site have the possibility for restoration;
4. policies and procedures addressing various kinds of preservation, maintenance, infill, and area regeneration requirements [2,p.3].

How to handle this devastation once the conflict ends is still an issue, given the significance to both the national identity and the economy. Even while the present initiatives focus mostly on monitoring and awareness-raising, or even on creating task groups for heritage, they are unable to reverse deterioration. The fact that there was an instant conversation regarding potential rebuilding efforts indicates that devastation does not always mean the end for these sites. Historical sites have been reconstructed after having been damaged in armed wars before; the most well-known examples are the Old Town of Warsaw and the Old Mostar Bridge. They were included to the World Heritage list in addition to being fully rebuilt. This demonstrates that these restorations are valued equally to the locations that have preserved their original structure. Thus, reconstruction efforts may contribute to transforming this cultural disaster into a chance. Reconstruction has the potential to not only provide light on historical construction techniques but also stabilize and unify the community while restoring the damaged sites in a sustainable manner. They would get education and income from this, which would also give them a purpose and strengthen their sense of cultural identity. This approach has the potential to develop new insights in addition to reconstructing significant cultural symbols[3,p7].

Conclusion

Finally, wars have a tragic impact on places of historical importance, particularly when it includes. demise of the physical environment and the disappearance of archaeological resources Aside from the destruction of physical structures, conflict also results in the destruction of artistic works and the disintegration of communities. Destroying of sites not only denies future generations of people access to the architectural and hist oncal legacy, but it also stymies the process of reconstruction and rehabilitation following armed co nflicts To prevent future destruction of our cities and the priceless cultural heritage they contain, government must recognise the value of historic preservation and work towards peaceful solutions. Indeed, in addition to structural restoration, post-war rebuilding plans should include efforts to improve the entire urban environment. Cities that implement a comprehensive after the war reconstruction strategy can improve social unity, financial stability, as well as a sense of belonging while also rebuilding their physical infrastructure. It is never easy to recover from a conflict, especially when it comes to preserving cultural property. Despite this, it is worth noting that there is no standard template for post-conflict recovery, and each problem necessitates a unique approach. The article has identified the necessary conditions for an integrated strategy to cultural site restorati on, analysing the effects of war on historic and historical places, in order to achieve these complex goals.

References:

1. Belal, E. Shcherbina, Heritage in post-war period challenges and solutions, 2019, p.252
2. Ali Belal, Elena Shcherbina, Post-war Planning for Urban Cultural Heritage Recovery, 2021, p.3
3. Christoph Doppelhofer, Will Palmyra rise again? - War Crimes against Cultural Heritage and Post-war Reconstruction, 2016, p.7
4. Dacia Viejo Ros, Conflict And The Deliberate Destruction Of Cultural Heritage, 2007, pp. 102, 112
5. Gorman and Sydney J. Shep, Preservation management for libraries, archives and museums,2006, p.3

6. Johan Brosché, Heritage under Attack: Motives for Targeting Cultural Property during Armed Conflict, 2016, pp.2, 7-10
7. Marie Louise Stig Sørensen, Dacia Viejo Rose, The Impact of Conflict on Cultural Heritage: a Biographical Lens, 2014, pp.9-10
8. Nicholas staNley-Price, The thread of continuity: cultural heritage in post-war recovery, 2005, p.1
9. Sultan Barakat, Necessary conditions for integrated approaches to the post-conflict recovery of cultural heritage in the Arab World, 2020, p.438
10. Sultan Barakat, Postwar reconstruction and the recovery of cultural heritage: critical lessons from the last fifteen years, 2007, p.27
11. https://mfa.gov.az/en/category/consequences-of-the-aggression-by-armenia-against-azerbaijan/damage-to-cultural-heritage

Arzu ƏLİYEV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, tələbə
aliyev.arzu.2001@atmu.edu.az

RUSİYA-UKRAYNA MÜNASİBƏTLƏRİNİN KƏSKİNLƏŞMƏSİNDƏ ABŞ-IN ROLU

THE ROLE OF THE UNITED STATES IN THE AGGRAVATION OF RUSSIA-UKRAINE RELATIONS

РОЛЬ США В ОБОСТРЕНИИ РОССИЙСКО-УКРАИНСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Xülasə: ABŞ-ın nüfuz sahibi olduğu NATO-nun Ukraynanın şərq ərazisinə doğru genişlənməsi, həmçinin Rusiya sərhədləri istiqamətində hərbi texnikaların yerləşdirilməsi Rusiyanın siyasi maraqlarına uyğun olmadığı hesab edilirdi. Beynəlxalq münasibətlər sistemində 2 fövqəldövlət (ABŞ,Rusiya) arasında geosiyasi nüfuz rəqabəti Rusiya-Ukrayna münasibətlərinin kəskinləşməsinə səbəb oldu. Bu münasibətlər 2022-ci ildə daha gərginləşərək müharibəyə səbəb oldu. Məqalədə Rusiya-Ukrayna münaqişəsi geniş təhlil olunur. Məqalədə Rusiya-Ukrayna münasibətlərin kəskinləşməsində ABŞ-ın rolu geniş təhlil olunur.
Açar sözlər: *Rusiya,Ukrayna, ABŞ, NATO, Avropa dövlətləri, müharibə*

Abstract: The expansion of the US-dominated NATO towards the eastern territory of Ukraine, as well as the deployment of military equipment in the direction of the Russian borders, were considered not to be in accordance with the political interests of the Putin administration. In the system of international relations, the geopolitical influence competition between 2 superpowers (USA, Russia) led to the aggravation of Russia-Ukraine relations. These relations became more tense in 2022 and led to war. The article extensively analyzes the role of the United States in the escalation of Russia-Ukraine relations.
Keywords: *Russia, Ukraine, USA, NATO, European states, war*

Абстракт: Расширение НАТО, в котором доминируют США, на восточную территорию Украины, а также размещение военной техники в направлении российских границ были признаны не соответствующими политическим интересам администрации Путина. В системе международных отношений конкуренция за геополитическое влияние между двумя сверхдержавами (США, Россия) привела к обострению российско-украинских отношений. В 2022 году эти отношения обострились и привели к войне. В статье подробно анализируется роль США в эскалации российско-украинских отношений.
Ключевые слова: *Россия, Украина, США, НАТО, европейские государства, война*

2022-ci ilin fevral ayından etibarən Rusiya Ukrayna ərazisində rəsmi olaraq hərbi əməliyyatların başlanmasını elan etmişdir. Bu münaqişə İkinci Dünya müharibəsindən sonra Avropa regionunda baş vermiş ən geniş irimiqiyaslı hərbi toqquşma hesab edilir. Qarşıdurma başlandığı an etibarı ilə qərb dövlətləri (ABŞ və Avropa dövlətləri) öz mövqelərini rəsmi olaraq bildirmişdi. Avropa region ölkələri üçün bu qarşıdurmanı çox ciddi hərbi toqquşma hesab edir. Müharibə Avropa regionu üçün ciddi şəkildə enerji böhranına səbəb olmuşdu. ABŞ prezidenti C.Bayden münaqişə başlandığı andan etibarən

işğalı qınadığını, Ukraynanı dəstəklədiyini, həmçinin hərbi və humanitar yardımların olacağına dair fikirlər səsləndirmişdi. Bundan başqa, Rusiyaya və onun müttəfiqi olan Belarusiya qarşı sanksiyaların tətbiq edəcəyini də bildirmişdir. 2022-ci il mart ayının 16-da C.Bayden ABŞ-ın Ukraynaya əlavə 800 milyon dollarlıq hərbi yardım etdiyini elan etmişdir. Bayden Administrasiyası müharibə başlanandan etibarən Ukraynaya verdiyi ümumi hərbi yardım 2 milyard dollara çatmışdır.

Ekspertlər tərəfindən Rusiyanın Ukrayna ərazisinə hərbi müdaxilə etməsinin bir neçə səbəbi qeyd edilir. Əsas səbəb kimi məhz NATO hərbi təşkilatının Şərqi Avropa istiqamətində Rusiya sərhədlərinə doğru yaxınlaşmağını hesab edirlər. Hələ 2008-ci ildə Buxarest Sammitində NATO müttəfiqləri Ukraynanın NATO-ya üzv ola biləcəyi barədə razılığa gəlmişdilər. Şimali Atlantika Müqaviləsi Təşkilatının Rusiya sərhədlərinə yaxınlaşması,eyni zamanda regionda və Şərqi Avropada ABŞ-ın siyasi nüfuzunun artırmaq niyyəti Rusiya üçün ciddi təhlükə və onun siyasi narazlığının yaranmasına səbəb olmuşdu. Ümumiyyətlə, beynəlxalq münasibətlər sistemində ABŞ və Rusiya münasibətlərinin tarixi köklərinə baxsaq soyuq müharibə dövrünü xüsusi qeyd etmək olar. İkinci Dünya Müharibəsi başa çatdıqdan sonra tarix elmində "Soyuq müharibə" adlı yeni bir termin meydana gəldi. Bu dövrün əsas xüsusiyyətlərindən başlıcası ondan ibarət idi ki, bu mərhələdə iki fövqəldövlət arasında münasibətlər son gərginlik həddinə çatmışdır. Məhz bu dövrdə iki fövqəldövlət strateji çəkindirmə sistemi yaratmağa başladı. Soyuq müharibə zamanında ABŞ-ın hərbi strategiyasının əsasını Şimali Atlantik müqaviləsinin mütəffiq dövlətlərinə qarşı SSRİ-dən gələn təcavüz təhlükəsinin sovuşdurulması və bu dövlətin siyasi nüfuzunu genişlənməsinin qarşısını alınması təşkil edirdi.

SSRİ Avropa regionunda Birləşmiş Ştatların siyasi nüfuzunu artdığını görüb müttəfiqləri ilə birlikdə NATO-ya qarşı hərbi təşkilat yaratdı. 1955-ci il mayın 14-də SSRİ 8 sosalist ölkəsi ilə birlikdə Varşava Müqaviləsi təşkilatının əsasını qoydu. Bu təşkilatın əsas məqsədi NATO-ya qarşı çıxmaq və iştirakçı dövlətlərdə anti-kommunist etirazlarını yatırmaq olan hərbi-siyasi ittifaq yaratmaq idi. Və beləliklə bu ideoloji qarşıdurmanın məhz 90-cı illərdə bitməsi SSRİ-nin süqutu ilə nəticələndi.

Yeni Dünya düzənində ABŞ- Avropa münasibətləri və onun inkişafı beynəlxalq münasibətlər sistemində əhəmiyyətli rol oynamağa başaldı. Qərbdə Transatlantika əlaqələri ənənəvi olaraq dünya siyasətinin mərkəzi oxu kimi dəyərləndirildi. Avropa ABŞ-ın Avrasiyada fəaliyyəti üçün geosiyasi platforma rolu oynayırdı. Elə bu səbəbdən ABŞ Avropa tərəfdaşlığın daha da möhkəmləndirməyə xüsusi önəm verirdi. ABŞ və Rusiya siyasi maraqlarının növbəti kəsişməsi məhz 2008-ci ilə təsadüf edir. Rusiya-Gürcüstan münaqişəsinin kəskinləşməsində Ukrayna və Gürcüstana NATO-nun tərəfdaşı statusunun verilməsinə dair danışıqlar da öz təsirini göstərdi. Rusiyanın diplomatik səyləri nəticəsində Alyansın 2008-ci il aprelin 2-4-də Buxarestdə keçirilən sammitində Ukrayna və Gürcüstana NATO-nun tərəfdaşı statusunun verilməsindən imtina olundu. 2008-ci ilin avqustunda baş vermiş Rusiya-Gürcüstan müharibəsi Qərbi olduqca çətin vəziyyətə saldı. Qərb dövlətləri sürətli və qəti qərar qəbul edərək Rusiya rəhbərliyinin hərəkətlərinə adekvat cavab verə bilmədilər. Nəticə etibari ilə Gürcüstan Şimali Atlantika alyansına üzv ola bilməyərək torpaqlarının bir hissəsini işğal olunmasına və yenidən Rusiyanın siyasi nüfuzuna təsirinə düşməsi ilə yekunlaşdı. Eyni siyasi ssenari məhz 2014-ci il ərəfəsində Ukraynada müşahidə edilmişdir. Belə ki, 2014-cü ildə Krım və Donbasda hərbi münaqişə oldu və Krım ilhaq olundu

2019-cu ildə Ukraynanın yeni seçilən prezidenti V.Zelenskinin qərb yönümlü siyasəti, NATO ilə əlaqələrinin artırması rəsmi Moskvanın qəzəbinə səbəb oldu. Siyasi ssenarilər Rusiya tərəfindən təkrarlanmağa başlanıldı. 2022-ci ildən etibarən irimiqqiyaslı hərbi toqquşmalar hələ də davam etməkdədir. ABŞ NATO hərbi təşkilatı vasitəsi ilə Rusiya sərhədlərinə yaxınlaşması və ya postsovet dövlətləri ilə əlaqələrini artırması Rusiyanın xarici siyasət streategiya maraqlarının üst-üstə düşməməsi ilə nəticələnmişdir. Şimali Atlantika təşkilatının şərqə doğru genişlənməsi Rusiya üçün ciddi narazılıqlara səbəb olur. O zaman ortaya bir sual çıxır ki 2004-ci ildə Baltikyanı ölkələr (Latviya, Litva, Estoniya) NATO-ya üzvlüyü zamanı və ya üzvlüyündən öncə niyə Rusiyanın həmin ərazilərə hərbi müdaxilələr etməmişdir?! Halbuki bu dövlətlər də SSRİ-nin tərkibində idilər. Eyni zamanda Rusiyayla həmsərhəd dövlətdilər. Belə bir siyasi məntiqə gəlmək olar ki, SSRİ-nin süqutundan sonra Baltikyanı dövlətlər Avropaya inteqrasiya olmuş və Rusiyanın siyasi nüfüz dairəsindən artıq çıxıblar. Rusiya-Ukrayna müharibəsindən sonrakı vəziyyət, davam edən geosiyasi gərginlik beynəlxalq sanksiyalar və diplomatik münasibətlərdə dəyişikliklərlə səciyyələnir. Hazırda Rusiya-Ukrayna münaqişəsi Rusiyanın siyasi mövqeinə və beynəlxalq nüfüzuna ciddi şəkildə mənfi təsir edir . Avropa İttifaqı tərəfindən Rusiyaya qarşı sanksiyalar tətbiq edilmişdi. Təxminən 1800 şəxs və

quruma qarşı səyahət qadağaları, aktivlərin dondurulması, pul və ya iqtisadi resursların köçürülməsinə qadağaların daxil olduğu sanksiyaların 15 Mart 2024-cü ilə qədər uzadıldığı diqqətə çatdırılıb. Qeyd edək ki, Aİ indiyədək müharibə səbəbindən Rusiyaya qarşı 11 sanksiya paketi tətbiq edib. Bu çərçivədə Rusiyaya ticarət, maliyyə, enerji, o cümlədən neft və kömür, sənaye, texnologiya, nəqliyyat, ikili və dəbdəbəli mallar və qızılla bağlı geniş məhdudiyyətlər tətbiq edildi.

31 mart 2023-cü il də Rusiya Federasiyasında yeni xarici siyasət konsepsiyası təsdiqlənmişdir. Bu konsepsiyaya əsasən RF xarici siyasət kursunda əsas rəqib Amerika Birləşmiş Ştatları vurğulanır. Bu da birmənalı olaraq 2022-ci ildə başlanan müharibə və beynəlxalq münasibətlər sistemində yaranan xarici siyasət mühiti ilə əlaqədardır.

42 səhifədən, 6 bölmə, 76 bəndən ibarət olan Rusiyanın yenilənmiş Xarici Siyasət Konsepsiyasının əsas tezisləri aşağıdakılardı:

- Rusiya Federasiyasının yeni Xarici Siyasət Konsepsiyasında ABŞ-ın yürütdüyü kurs anti-Rusiya siyasətinin və sülh və bəşəriyyətin inkişafı üçün risklərin əsas mənbəyi adlandırılıb.
- Rusiya özünə və ya müttəfiqlərinə qarşı silahlı hücumu dəf etmək və qarşısını almaq üçün ordudan istifadə edəcək.
- Rusiya digər dövlətlərə onların Rusiya Federasiyasıına davrandığı kimi münasibət göstərəcək.
- Rusiya üçün dost qlobal güc mərkəzləri olan Çin və Hindistanla əlaqələri və koordinasiyanı hərtərəfli dərinləşdirmək xüsusilə vacibdir
- XXI əsrdə Rusiyanın flaqman layihəsi Avrasiyanın vahid sülh, sabitlik, firavanlıq məkanına çevrilməsidir.
- Rusiya özünü rus dünyasının qalası və qlobal balansı dəstəkləyən orijinal ölkə-sivilizasiya kimi müəyyənləşdirir
- Müxtəlif sahələrdə rusofobiyaya qarşı mübarizə Rusiyanın xaricdəki humanitar siyasətinin prioriteti adlandırılıb.
- Rusiya Asiya-Sakit Okean regionunda ayırıcı sərhədlər siyasətinə qarşıdır.
- Dünya işlərində ABŞ-ın və digər dost olmayan ölkələrin dominantlığının aradan qaldırılması Rusiya Federasiyasının prioritetlərindən biri olacaq.
- Rusiya etibarlı təhlükəsizlik və hamı üçün bərabər imkanlar təmin edəcək dünya sistemi formalaşdırmağa çalışır.
- Rusiya qarşılıqlılıq prinsipi əsasında bütün dövlətlər üçün bərabər təhlükəsizliyə çalışır.
- Rusiya Federasiyası bioloji və zəhərli silahların hazırlanması ilə bağlı iddia edilən halları araşdıracaq.
- Anti-Rusiya siyasətindən imtina və ABŞ-dan daha çox müstəqillik Avropa ölkələrinin təhlükəsizliyini və rifahını artırardı.
- Rusiya müttəfiqləri və tərəfdaşları ilə bütün sahələrdə əməkdaşlığı fəal şəkildə inkişaf etdirmək niyyətindədir.
- Rusiya dost olmayan ölkələrin onun müttəfiqləri və tərəfdaşları ilə əməkdaşlığına mane olmaq cəhdlərini dayandırmaq niyyətindədir.
- Rusiyanın yaxın xaricdə əsas məqsədi regionu sülh, mehriban qonşuluq və firavanlıq zonasına çevirməkdir.
- Rusiya Arktikada beynəlxalq məsələlərin sülh yolu ilə həllinə yönəlib.
- Rusiya ənənəvi dəyərləri qorumaq üçün səyləri birləşdirməyi təklif edir [9].

Nəticə

Müasir dövrdə beynəlxalq aləmdə davam edən münaqişələrin yekun nəticəsinin proqnozunu vermək hərtərəfli siyasi və iqtisadi təhlillər tələb edir. Münaqişələrin həlli bir sıra, xüsusən də iqtisadi, geosiyasi, hərbi və diplomatik amillərdən asılıdır. 2024-cü ildə ABŞ-da keçiriləcək prezident seçkilərində C.Bayden Administrasiyası dəyişildiyi zaman bu münaqişə ilə bağlı ciddi və yaxud müəyyən dəyişikliklərin olması həmçinin münaqişənin deskalasiya vəziyyətinə gətrilməsi kimi nəticələr ola bilər. 2024-ci ildə Ukraynada keçiriləcək prezident seçkilərindən sonra Rusiya ilə hər hansısa diplomatik danışıqların olma ehtimalı da vardır. Artıq zaman keçdikcə bir neçə Qərb dövlətləri tərəfindən Ukray-

naya hərbi yardımların verilməsi dayandırılmışdır. Qərbdə yaranan enerji böhranından irəli gələn problemlər ilə əlaqədər Avropa dövlətləri tərəfindən Rusiyaya siyasi təzyiqlərin azalması ilə müşahidə edilir və nəticə etibarı ilə Ukrayna böhranın gedişatı ciddi şəkildə dəyişikliklərə səbəb ola bilər.

Ədəbiyyat:

1. Eyvazov.C Strateji Tədidqatlara Giriş "Elm və Təhsil" Bakı 2017 səh 96.
2. Mustafazadə T. (1998), Ümumi tarix, 4 cildə, 4 cild. (1918-1997-ci illər), Bakı. Elm, 416 səh
3. Филитов А.М., (1991), Холодная война: Историографические дискуссии на Западе, М.: Наука, 200 с.
4. Abdullayev.M Beynəlxalq Münasibətlər Tarixi (20-ci əsr) səh 455
5. Məmmədov İ., Məmmədov Ç., (2003), Siyasi tarix, XX əsr. Ümumdünya ictimai-siyasi Proseslər, Bakı, 328 səh
6. https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_192648.htm
7. https://www.consilium.europa.eu/en/policies/sanctions/restrictive-measures-against-russia-over-ukraine/sanctions-against-russia-explained/
8. https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-remarks/2023/10/20/remarks-by-president-biden-on-the-unites-states-response-to-hamass-terrorist-attacks-against-israel-and-russias-ongoing-brutal-war-against-ukraine/
9. https://ordu.az/az/news/258690/rusiyanin-yenilenmis-xarici-siyaset-konsepsiyasinda-qarabagla-bagli-qeyd-yoxdur

Aytac BABAYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
babayeva.aytac.2201@atmu.edu.az
ORCID: 0009-0002-5223-8638

TƏHSİL DİPLOMATİYASI: AVROPA İTTİFAQININ QLOBAL MÜNASİBƏTLƏRƏ YUMŞAQ GÜC YANAŞMASI

EDUCATİONAL DİPLOMACY: THE EUROPEAN UNİON'S SOFT POWER APPROACH TO GLOBAL RELATİONS

EĞİTİM DİPLOMASİSİ: AVRUPA BİRLİĞİ'NİN KÜRESEL İLİŞKİLERE YUMUŞAK GÜÇ YAKLAŞIMI

Xülasə: Avropa İttifaqı beynəlxalq münasibətlərin daim dəyişən relyefində özünəməxsus və güclü strategiyadan – yumşaq gücdən istifadə etməklə fərqlənmişdir. Qlobal mənzərə inkişaf etməyə davam etdikcə, Aİ beynəlxalq münasibətləri formalaşdırmaq üçün yumşaq gücdən istifadənin paradiqmatik nümunəsi kimi ortaya çıxdı. Bu strategiyanın mərkəzində mədəniyyətlərarası anlaşma, qarşılıqlı hörmət və əməkdaşlığa kömək edən təhsil təşəbbüslərinə sadiqlik dayanır. Bu məqalə Aİ-nin təhsil diplomatiyasından körpülər qurmaq, ortaq dəyərləri təşviq etmək və davamlı əlaqələri inkişaf etdirmək üçün bir vasitə kimi istifadə etməsinin incə yollarını araşdırır. Yumşaq güc obyektivi vasitəsilə Aİ-nin təhsil diplomatiyasına yanaşması bilik, müxtəliflik və birgə öyrənmə prinsiplərinə əsaslanan qlobal birliyi təşviq edən dinamik bir qüvvə kimi ortaya çıxır. Təhsil fərdlərin əsas hüquqlarından biridir və fərdləri öz qabiliyyətlərinə uyğun sosiallaşdırmaq, inkişaf etdirmək və istiqamətləndirmək funksiyalarına malikdir. Tarix boyu təhsil fenomeni bir neçə təhsil fəlsəfəsinə sadiq qalaraq həyata keçirilmişdir. Avropa İttifaqı nöqteyi-nəzərindən, Birliyin ilk mərhələlərində yalnız işçilərin təhsili vurğulanırdı; Bununla belə, təhsil vacib oldu və zaman keçdikcə Aİ siyasətləri arasında haqlı olaraq öz yerini tapdı. Avropa İttifaqı çərçivəsində təhsil sahəsində əməkdaşlıq birgə təhsil siyasətinin razılaşdırılması məqsədilə Birliyin həyata keçirdiyi tədbirlərin milli siyasətlərə uyğunlaşdırılması prinsipinə əsaslanır. 2000-ci ilin martında başlayan Lissabon Strategiyası ilə yanaşı, Aİ-nin böyük bir sıçrayışa imza atması və özünü hər sahədə brend kimi təsdiqləməsi nəzərdə tutulurdu. Bu məqsədlə təhsil əsas element kimi qəbul edilmiş, təhsilin orta müddətli məqsədləri müəyyən edilmişdir. AB-nin ən çox diqqət yetirdiyi mövzu yeni minillikdə təhsil sahəsində brend olmaq və təhsil siyasətinin həyata keçirilməsi məqsədinə uyğun olaraq peşə təhsilidir.

Açar sözlər: *yumşaq güc, təhsil diplomatiyası, əməkdaşlıq*

Abstract: In the constantly changing landscape of international relations, the European Union has distinguished itself by using a unique and powerful strategy - soft power. As the global landscape continues to evolve, the EU has emerged as a paradigmatic example of using soft power to shape international relations. At the heart of this strategy is a commitment to educational initiatives that promote intercultural understanding, mutual respect, and cooperation. This article explores the subtle ways the EU uses education diplomacy to build bridges, promote shared values, and develop lasting relationships. Through a soft power lens, the EU's approach to education diplomacy emerges as a dynamic force promoting global unity based on knowledge, diversity, and collaborative learning.

Education is one of the fundamental rights of individuals and has the functions of socializing, developing, and guiding individuals according to their abilities. Throughout history, the phenomenon of education has been implemented adhering to several educational philosophies. From the perspective of the European Union, in the early stages of the Union, only the education of workers was emphasized; However, education has become important and has rightly found its place among EU policies over time. Cooperation in the field of education within the framework of the European Union is based on the principle of adapting the measures implemented by the Union to national policies in order to agree on a common education policy. Along with the Lisbon Strategy, which started in March 2000, the EU was supposed to take a big leap and establish itself as a brand in every field. For this purpose, education has been accepted as the main element, and the medium-term goals of education have been determined. The subject of the EU's most attention is vocational education in line with the goal of becoming a brand in the field of education in the new millennium and the implementation of education policy.

Keywords: *soft power, educational diplomacy, cooperation*

Öz: Uluslararası ilişkilerin sürekli değişen ortamında, Avrupa Birliği benzersiz ve güçlü bir strateji olan yumuşak güç kullanarak kendisini farklılaştırdı. Küresel manzara gelişmeye devam ederken AB, uluslararası ilişkileri şekillendirmek için yumuşak güç kullanmanın paradigmatik bir örneği olarak ortaya çıktı. Bu stratejinin merkezinde kültürlerarası anlayışı, karşılıklı saygıyı ve işbirliğini teşvik eden eğitim girişimlerine bağlılık bulunmaktadır. Bu makale, AB'nin köprüler kurmak, ortak değerleri teşvik etmek ve kalıcı ilişkiler geliştirmek için eğitim diplomasisini kullandığı incelikli yolları araştırıyor. Yumuşak güç merceğinden bakıldığında, AB'nin eğitim diplomasisine yaklaşımı bilgi, çeşitlilik ve işbirliğine dayalı öğrenmeye dayalı küresel birliği teşvik eden dinamik bir güç olarak ortaya çıkıyor.

Eğitim, bireylerin temel haklarından biri olup, bireyleri sosyalleştirme, geliştirme ve yeteneklerine göre yönlendirme işlevlerine sahiptir. Tarih boyunca eğitim olgusu çeşitli eğitim felsefelerine bağlı kalarak uygulanmıştır. Avrupa Birliği açısından bakıldığında, Birliğin ilk aşamalarında yalnızca işçilerin eğitimine önem veriliyordu; Ancak zamanla eğitim önem kazanmış ve AB politikaları arasında haklı bir şekilde yerini almıştır. Avrupa Birliği çerçevesinde eğitim alanında işbirliği, ortak bir eğitim politikası üzerinde mutabakata varmak amacıyla Birliğin uyguladığı tedbirlerin ulusal politikalara uyarlanması ilkesine dayanmaktadır. Mart 2000'de başlayan Lizbon Stratejisi ile birlikte AB'nin büyük bir atılım yaparak her alanda marka haline gelmesi gerekiyordu. Bu amaçla eğitim temel unsur olarak kabul edilmiş ve eğitimin orta vadeli hedefleri belirlenmiştir. Yeni bin yılda eğitim alanında marka olma hedefi ve eğitim politikasının uygulanması doğrultusunda AB'nin en çok önem verdiği konu mesleki eğitimdir.

Anahtar Kelimeler: *yumuşak güç, eğitim diplomasisi, işbirliği*

Giriş

Bir ölkənin mədəniyyəti ümumbəşəri dəyərləri ehtiva etdikdə və onun siyasəti başqaları tərəfindən paylaşılan dəyər və maraqlara xidmət etdikdə, yaratdığı məsuliyyət və cəlbedicilik əlaqələri sayəsində arzu olunan nəticələrə nail olmaq ehtimalını artırır [6, s. 20]. Hökumətin daxildə və xaricdəki siyasəti yumşaq gücün potensial mənbəyidir. Hökumətin daxildə, beynəlxalq təşkilatlarda və xarici siyasətdə öz münasibəti ilə müdafiə etdiyi dəyərlər başqalarının seçiminə böyük təsir göstərir. Hökumətlər öz hərəkətləri ilə insanları cəlb edə və ya onlardan uzaqlaşdıra bilər [6, s. 22-23].

Aİ, xüsusilə mərhələli, ciddi və diqqətlə idarə olunan üzvlük prosesi vasitəsilə yumşaq gücünü tətbiq etməklə Avropanın sülh, azadlıq və firavanlıq sahəsini genişləndirməyi hədəfləyir [10, s. 23]. Aİ-nin genişlənmə siyasəti; Sülh, azadlıq və demokratiyanın gətirilməsi baxımından əhəmiyyətini sübut edən son dərəcə əhəmiyyətli bir sahədir. Genişlənmə Aİ-nin yumşaq gücünü tam əks etdirən ən effektiv siyasət alətlərindən biridir. Aİ-nin təsiri Mərkəzi və Şərqi Avropa ölkələrinin yaxşı fəaliyyət göstərən demokratiyaya keçidinə böyük töhfə verib.

“Yumşaq güc” anlayışının ilk dəfə 1990-cı ildə Joseph Nye tərəfindən istifadəsi və ədəbiyyata daxil edilməsi bu günə qədər bu sahədə aparılan tədqiqatlarda həlledici rol oynamış və son vaxtlar gücün ən çox müzakirə edilən konseptuallaşmasına çevrilmişdir [7, s. 150].

C.Nay “Yumşaq güc” kitabında bu anlayışa belə tərif vermişdir: “Başqa ölkəyə hərbi və ya iqtisadi təzyiq göstərmədən cəlbedici vasitələrlə istənilən nəticəyə nail olmaq” “yumşaq güc” üsuludur. O, bu anlayışı “istədiyini zorla və ya pulla deyil, maraq oyatmaqla əldə etmək bacarığı” kimi müəyyən etmişdir. Ölkələrin xarici siyasət məqsədlərinə bu yolla nail olması onların bu qədər “yumşaq gücə” malik olması deməkdir.

Təhsil diplomatiya baxımından tarixi bir addım kimi qiymətləndirilə bilən “təbliğat”dan mənbənin hədəfi baxımından fərqlənir, lakin “informasiya” ilə eyni tipdə görülə biləcəyi bir nöqtədədir. Təbliğat insanın nə düşünməsi lazım olduğunu təlqin etməyə çalışsa da, təhsil və məlumat cəmiyyətlərin perspektivlərini genişləndirmək və şüurunu açmaqla məşğuldur. [1, s.115]

Təhsil ümumiyyətlə beynəlxalq münasibətlərdə və beynəlxalq inkişaf vəziyyətlərində münaqişələrin qarşısını almaq və sülhü təmin etmək üçün bir vasitə kimi qəbul edilir. Ehtimal olunur ki, təhsil konflikt baş verməzdən əvvəl, xüsusən də kövrək vəziyyətlərdə münaqişənin qarşısını almaq üçün işə düşür. Münaqişələr baş verdikdən sonra onun təhsil, sülhün bərqərar olması və möhkəmləndirilməsi, dövlət quruculuğu və ya yenidən qurulması kimi proseslərdə fəal rol alması nəzərdə tutulur. Təhsilin bu rolu müxtəlif münaqişəli vəziyyətlərə səbəb olan ayrı-seçkiliyin aradan qaldırılması və insan hüquqlarının pozulmasının aradan qaldırılması yolu ilə təhlükəsiz gələcəyin və beynəlxalq inkişafın təmin edilməsində bir vasitə kimi qiymətləndirilmişdir. [2, s. 509-515]

Ali təhsil həm sosial kapital, həm də mədəni köçürmə vasitəsidir ki, bunu “institutlaşmış” cəmiyyətlərdə fəaliyyət göstərən insanlar, eləcə də üzvi sistemlərin bir hissəsi olan müxtəlif səviyyələrdə yerləşən dövlətlər və beynəlxalq təşkilatlar kontekstində qiymətləndirməmək olmaz.

Ümumi rəy var ki, ictimai diplomatiya informasiya, təhsil və mədəniyyət sahələrini əhatə edir [12 ,s. 57]. İctimai diplomatiyanın mühüm tərkib hissələrindən biri olan təhsil sahəsi Aİ-nın əhəmiyyət verdiyi və böyük sərmayələr qoyduğu bir sahə kimi önə çıxır. Həm ictimai diplomatiya, həm də təhsil sahəsi bu yaxınlarda Aİ sənədlərində və strategiyalarında birlikdə qeyd olunur. Aİ-nin rəsmi qəzetində dərc olunan Üçüncü Ölkələrlə Əməkdaşlıq üzrə Tərəfdaşlıq Aləti sənədində, əldə ediləcək məqsədlərdən birinin “ictimai diplomatiyanı, təhsil və akademik məsələlərdə əməkdaşlığı və sosial yardım fəaliyyətlərini təşviq etmək” olduğu bildirilir. [11] Aİ-nin mədəni mübadilə proqramlarına diqqət yetirməsi onun yumşaq güc strategiyasında mühüm rol oynayır. Tələbə mübadiləsini, birgə tədqiqat təşəbbüslərini və birgə akademik layihələri asanlaşdırmaqla Aİ dialoqu və qarşılıqlı anlaşmanı təşviq edir. Bu mədəni diplomatiya təkcə Aİ və onun tərəfdaşları arasında əlaqələri gücləndirmir, həm də qlobal çağırışların həllində ortaq məsuliyyət hissini artırır.

Bu kontekstdə Birlik gələcək illərdə AB-nin Qlobal Strategiyası və siyasət prioritetləri baxımından təhsilin bir hissəsi olduğu mədəni diplomatiyaya daha çox əhəmiyyət verməlidir; Tərəfdaşlıq Alətinin təhsil, akademik və elmi əməkdaşlıq sahələrində dəstəklənəcəyi bildirilir. Təhsil və təlimin innovasiya, məhsuldarlıq və inkişaf üçün həyati əhəmiyyət daşıdığını nəzərə alaraq, Erasmus+ Proqramı bu çərçivədə təşviq ediləcək təşəbbüslərdən biridir. Avropa İttifaqının ictimai diplmatiya və Erasmus+ Proqramı çərçivəsində Aİ-ni investisiya, təhsil və turizm üçün cəlbedici yer kimi tanıtmaq və Aİ ali təhsilinin cəlbediciliyini və mükəmməlliyini artırmaq məqsədi daşıyır [8, s. 33].

Aİ-də təhsil sahəsi Komissiyanın nəzdində fəaliyyət göstərən Təhsil, Gənclər, İdman və Mədəniyyət Baş Müdirliyinin (DG EAC) məsuliyyəti altındadır. Sözügedən Baş İdarə təhsil, gənclər, mədəniyyət, dillər və idman sahələrindəki siyasətlərə cavabdehdir. Baş Direktorluğun fəaliyyəti Avropa Təhsil və Mədəniyyət İcraçı Agentliyi (EACEA) tərəfindən həyata keçirilir. Aİ təhsil və təlimin davamlı olaraq təkmilləşdirilməsini çox vacib hesab edir. Aİ perspektivindən keyfiyyətli təhsil və təlimə universal çıxış; O, iqtisadi inkişafın, sosial birliyin, tədqiqatın və innovasiyanın hərəkətverici qüvvəsidir və fərdlərin şəxsi inkişaf perspektivlərini əhəmiyyətli dərəcədə artırır. Üzv dövlətlərin öz təhsil sistemlərini tərtib etmək və tətbiq etmək azadlığına malik olmasına baxmayaraq, Aİ-nin bu nöqtədə rolu üzv dövlətlərin imkanlarını dəstəkləmək və çatışmazlıqları tamamlamaqdır. Buna görə də Birlik Erasmus+ Proqramı kimi siyasi əməkdaşlıq və maliyyə alətləri vasitəsilə üzv dövlətləri və bəzi qeyri-üzv dövlətləri dəstəkləyir. Avropa İttifaqı haqqında Müqavilənin və Avropa İttifaqının Fəaliyyəti haqqında

Müqavilənin 165-ci maddəsi üzv dövlətlərdə təhsillə bağlı ümumi ifadələri, 166-cı maddəsində isə peşə təhsili ilə bağlı izahatları ehtiva etməklə bunların əsasını təşkil edir [8]. Təhsil təşəbbüsləri vasitəsilə Aİ demokratiya, insan hüquqları və sosial inklüzivlik kimi əsas dəyərlərini fəal şəkildə təbliğ edir. Qlobal miqyasda tələbələr və institutlarla əlaqə saxlamaqla Aİ müxtəlif mədəni kontekstlərdə bu dəyərlərin mənimsənilməsini təşviq edir. Bu yumşaq güc yanaşması Aİ-yə beynəlxalq gündəmə təsir göstərməyə və qaydalara əsaslanan qlobal nizamı müdafiə etməyə imkan verir.

Əslində, Erasmus+ Proqramının mənşəyi əvvəlki tarixdəki inkişaflarla formalaşmışdır. 1970-ci illərdə İttifaqın qurucularından biri hesab edilən Altiero Spinelli açıq və demokratik Avropa qurmaq üçün güclü təhsil və mədəni ölçünün vacib olduğunu bildirib. Bundan sonra Komissiya ilk dəfə olaraq Təhsil və Gənclər İdarəsi adlı bölmə yaratdı. 1973-cü ildə yaradılmış bu şöbənin ilk direktoru Dr. Hywell Ceri Jones iyirmi ilə yaxındır ki, Aİ-nin təhsil siyasəti və təhsil proqramlarının hazırlanmasında iştirak edir. Cons Komissiyanın ilk Təhsil və Gənclər bölməsinin rəhbəri və 1993-cü ilə qədər Komissiyanın Təhsil, Təlim və Gənclər üzrə Direktoru vəzifəsində çalışıb. O, bir çox aparıcı Aİ Proqramlarının, xüsusilə Erasmus, Comett, Tempus və Petranın dizaynında, danışıqlarında və idarə olunmasında aparıcı rol oynamışdır. O zaman Roma müqaviləsinin mətnində "təhsil" sözü belə qeyd edilməmişdi və buna görə də təhsil İttifaqın siyasi gündəmində deyildi. Bu mənada ilk dönüş nöqtəsi 1976-cı ildə üzv dövlətlərin təhsil nazirlərinin iclas keçirərək Erasmus proqramının toxumu adlandırıla bilən təhsil fəaliyyət proqramının işə salınması barədə qərar qəbul etməsi oldu. Bu görüşdə Cons öz təcrübələrinə əsaslanaraq, Avropanın bütün universitetləri arasında birgə təhsil proqramlarının hazırlanması ideyasını ifadə etdi. İclasda Təhsil Nazirləri tərəfindən qəbul edilən bu təklifdən sonra 1987-ci ildə on il ərzində lazımi hüquqi və maliyyə tənzimləmələri edilərək Erasmus Proqramı başladıldı [9].

Erasmus Proqramı dünyanın ən mühüm tələbə mübadiləsi proqramıdır. Proqram öz adını ingilis dilində "EuRopean community Action Scheme for the Mobility of University Students" ("Universitet tələbələrinin mobilliyi üçün Avropa icması Fəaliyyət Sxemi") ifadəsindəki baş hərflərin abreviaturasından götürüb. Bu adın Rotterdam əsilli Hollandiyalı İntibah dövrü humanisti, filosofu və ilahiyyatçısı Desiderius Erasmusun (1469-1536) şərəfinə verildiyi də məlumdur. [4] Erasmusun həyat hekayəsinə baxdıqda bu vəziyyət əslində təbii sayıla bilər. O, uzun illər öyrənmək istəyi ilə 15-ci əsrin mühüm Avropa şəhərlərini ziyarət etdiyi və müxtəlif mədəniyyətləri tanımaq üçün uzun səfərlərə çıxdığı üçün Aİ üçün universitet proqramına başlayarkən Desiderius Erasmusa müraciət etməsi vacib hesab edilir.

Aİ təhsil sahəsində iki super gücdən biridir. Dünyanın ən yaxşı 100 universitetinin 27-si Avropadadır. Avropa əcnəbi tələbələrin təhsilinə görə ABŞ-ı üstələyir. Aİ əcnəbi tələbələri cəlb etmək baxımından digər qlobal aktorlardan Çin, Hindistan və Rusiyadan xeyli irəlidə olsa da, onun ən yaxın rəqibi ABŞ-dır. Dünyanın hər yerindən çoxlu tələbə təhsil almaq üçün Aİ-yə gəlir. Aİ öz dəyərlərini paylaşan nəsillərin təhsil vasitəsilə yetişdirilməsini təmin edir. Eyni zamanda, təhsil Aİ dəyərlərinin ümumbəşəri dəyərlər kimi qəbul edilməsində mühüm rol oynayır. İqtisadi və siyasi inteqrasiyanın zərurətinə uyğun olaraq qeyd etmək olar ki, Aİ-nin təhsil siyasətləri ümumilikdə Avropa miqyasında çoxdilli və çoxmədəniyyətli ortaq yaşayış məkanı yaratmağı və ortaq dəyərlərə və Avropa vətəndaşlığı şüuruna sahib fərdləri yetişdirməyi hədəfləyir. Aİ ölkələrinin təhsil proqramlarında ümumilikdə innovativ tədris proqramları və təhsildə yeni texnologiyalardan istifadə kimi bəzi fikirlər ifadə edilsə də, Aİ-nin təhsilin konkret səviyyəsi üçün təhsil siyasəti yaratmadığı görünür. Bununla belə, Aİ-nin hüquqi sənədlərində təhsil səviyyələrinə istinadlar var.

Nəticə

Avropa İttifaqının qlobal münasibətlərə yumşaq güc yanaşması kimi təhsil diplomatiyasını dəstəkləməsi onun beynəlxalq əməkdaşlığı, anlaşmanı və paylaşılan dəyərləri təşviq etməyə sadiqliyini nümayiş etdirir. Aİ Erasmus+ proqramı və mədəni mübadilə konsentrasiyası kimi proqramlar vasitəsilə demokratiya, insan hüquqları və qanunun aliliyi ideyalarını nümunə göstərən şəxslər şəbəkələrini uğurla inkişaf etdirmişdir.

Aİ-nin təhsil diplomatiyasından strateji istifadəsi akademik əməkdaşlıqdan kənarda potensialın artırılması, davamlı inkişaf və Avropa dəyərlərinin bütün dünyada təbliğinə qədər uzanır. Aİ tərəfdaş ölkələrlə əlaqələrini dərinləşdirir, eyni zamanda diplomatik silah kimi təhsilə sərmayə qoymaqla daha sabit, əlaqəli və əhatəli qlobal birliyə töhfə verir.

Bununla belə, Aİ-nin yumşaq güc strategiyasının effektivliyinə xələl gətirə biləcək geosiyasi gərginlik və iqtisadi bərabərsizlik kimi problemlər qalmaqdadır. Aİ-nin dəyişən qlobal dinamikaya uyğunlaşmaq, daha geniş əhatə dairəsi üçün rəqəmsal texnologiyalardan istifadə etmək və beynəlxalq münasibətlərdə artan narahatlıqları həll etmək bacarığı təhsil diplomatiyasının gələcəyini müəyyən edəcək.

Aİ qlobal işlərin dəyişən mühitini idarə edərkən, onun təhsil diplomatiyasına sadiqliyi onun gücünün sütunu olaraq qalır. Aİ təhsildə lövbər salmış yumşaq gücün mədəniyyətlərarası anlaşmanı inkişaf etdirmək, ortaq dəyərləri dəstəkləmək və fərdlərin və cəmiyyətin inkişafına sərmayə qoymaqla beynəlxalq qarşılıqlı əlaqələrin mürəkkəb şəbəkəsində müsbət dəyişiklik üçün necə güclü qüvvə ola biləcəyini nümayiş etdirir.

Ədəbiyyat

1. Cull, N. J., Culbert, D. & Welch, D., (2003). Propaganda and Mass Persuasion: A Historical Encyclopedia 1500 to the Present,
2. Davies, L., & Talbot, C. (2008). Learning in conflict and post-conflict contexts. Comparative Education Review
3. ETN Magazine 2, (2021). Why is it called Erasmus?
4. https://www.britannica.com/biography/Erasmus-Dutch-humanist
5. Moravcsik, Andrew: (2017) “Europe Is Still a Superpower”, http://foreignpolicy.com/2017/04/13/europe-is-still-a-superpower/
6. Nye, Joseph S. (2005), The Road to Success in Soft Power World Politics
7. Official Journal of the European Union, 2014
8. Official Journal of the European Union, 2016.
9. Origins of the Erasmus Programme, Interview with Hywel Ceri Jones.
10. Rehn, Olli (2007), Future Frontiers of Europe
11. Summary of the Multiannual Indicative Programme 2018-2020 for the Partnership Instrument.
12. Van Ham, P., (2005). Power, Public Diplomacy, and the Pax Americana. Jan Melissen (Ed.), the New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations

BÖLMƏ 3
İDARƏETMƏNİN MÜASİR PROBLEMLƏRİ

Elnurə XUDAVERDİYEVA
Gəncə Dövlət Universiteti, iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, baş müəllim
elnura_israfilova@mail.ru

Turanə KAMALOVA
Gəncə Dövlət Universiteti, magistrant
turankamal1989@gmail.com

SƏMƏRƏLİ İDARƏETMƏNİN PROBLEMLƏRİ VƏ ONLARIN HƏLLİ YOLLARI

PROBLEMS OF EFFECTIVE MANAGEMENT AND THEIR SOLUTIONS

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Xülasə: Səmərəli idarəetmə iqtisadi, sosial və digər hadisələrin xüsusiyyətlərini əks etdirir. Təşkilatın fəaliyyət göstəricilərinin yaxşılaşdırılması idarəetmənin iqtisadi səmərəliliyinin artırılması yollarının işlənib hazırlanması və həyata keçirilməsi nəticəsində mümkündür. Səmərəli idarəetmədə əsas amillər məqsəd və vəzifələrin müəyyən edilməsi, idarəetmə prinsiplərinin tətbiqi, zəruri bacarıq və liderlik keyfiyyətlərinin inkişafıdır. Bununla belə, idarəetmə prosesində strateji yanaşma və müvafiq metodların tətbiqini tələb edən problemlər yarana bilər. Bütövlükdə, səmərəli idarəetmə istənilən sahədə uğur qazanmaqda mühüm rol oynayır.

Açar sözlər: *səmərəli idarəetmə, idarəetmə problemləri, səmərəli qiymətləndirmə, motivasiya, ünsiyyət*

Abstract: Effective management reflects the characteristics of economic, social and other phenomena. Improving the organization's performance indicators is possible as a result of the development and implementation of ways to increase the economic efficiency of management. The main factors of effective management are the definition of goals and objectives, the application of management principles, and the development of necessary skills and leadership qualities. However, problems may arise during the management process that require a strategic approach and the application of appropriate methods. Overall, effective management plays an important role in achieving success in any field.

Keywords: *effective management, management problems, effective assessment, motivation, communication*

Абстракт: Эффективное управление отражает особенности экономических, социальных и других явлений. Улучшение показателей деятельности организации возможно в результате разрабо тки и реализации способов повышения экономической эффективности управления. Основными факторами эффективного управления являются определение целей и задач, применение принципов управления, а также развитие необходимых навыков и лидерских качеств. Однако в процессе управления могут возникнуть проблемы, требующие стратегического подхода и применения соответствующих методов. В целом, эффективное управление играет важную роль в достижении успеха в любой области.

Ключевые слова: *эффективный менеджмент, проблемы управления, эффективная оценка, мотивация, коммуникация*

Müasir biznes dünyasında səmərəli idarəetmə uğurun əsas amilidir. Səmərəli idarəetmə, təşkilatlara məqsədlərinə çatmağa, prosesləri optimallaşdırmağa və nəticələri maksimuma çatdırmağa imkan verir. İdarəetmənin səmərəliliyi probleminin mahiyyəti strateji planların həyata keçirilməsi üçün lazım olan texnologiya və bütün digər resurslar daxil olmaqla ən səmərəli, ən qənaətcil (minimum xərclə məqsədə çatmaq) olan strategiyanı seçməkdir.

İqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində ayrı-ayrı müəssisələr səviyyəsində iqtisadi səmərəlilik göstəricilərinin müxtəlif qruplarından istifadə olunur. Bununla belə, hər bir müəssisədə maddi ehtiyatlardan, əsas istehsal fondlarından və dövriyyə vəsaitlərindən, kapital qoyuluşlarından, kadrların fəaliyyə-

tindən istifadənin iqtisadi səmərəliliyi qiymətləndirilir və bütövlükdə müəssisənin iqtisadi səmərəliliyini xarakterizə edən ümumi göstərici hesablanır.

Müasir dövrdə səmərəli idarəetmə problemlərinə maraq artır, iqtisadiyyatın inkişafında, ölkələrin sosial həyatında, hətta beynəlxalq siyasətdə və bəşəriyyətin gələcəyində ən mühüm istiqamətlərdən birinə çevrilir. Əsas idarəetmə problemləri aşağıdakılardır:

– mürəkkəblik problemi;
– inteqrasiya problemi;
– nəzarət problemi;
– strategiyanın standartlaşdırılması problemi;
– kollektiv qarşılıqlı əlaqə problemi;
– dəyişiklik problemi;
– seçim problemi;
– düşüncə problemi.

Hər bir problemi daha ətraflı nəzərdən keçirmək məsləhətdir. Mürəkkəblik problemi düzgün strategiyanın nə qədər mürəkkəb olması sualının cavabındadır. Bir tərəfdən o, ətrafımızdakı reallığın müxtəlifliyini əks etdirməli, digər tərəfdən isə ideal olan hər şey kimi sadə olmalıdır. Strategiya inteqrasiyası ilə bağlı problem ondan ibarətdir ki, yerləşdirmə və planlaşdırma məktəbi əsasən bir-biri ilə sıx əlaqəli komponentlər toplusunu ehtiva edir. Digər düşüncə məktəblərinin tərəfdarları strategiyanı vahid, tam inteqrasiya olunmuş perspektiv kimi görürlər. Strategiyaların inteqrasiyası ya formal, yaxud zehni (xəyali baxış), yaxud da normativ (mədəni normalar) və ya qarşılıqlı uyğunlaşmadır [4].

Səmərəli strategiyanın yaradılması prosesinə nəzarət problemi (təşkilatın fəaliyyəti zamanı onun düşünülmüş və ya formalaşma dərəcəsi baxımından) - burada prosesin nə qədər əvvəlcədən müəyyən edilmiş, düşünülmüş, ağıllı, mərkəzləşdirilmiş və idarə oluna bilən olduğunu təsəvvür etmək vacibdir.

Strategiyanın standartlaşdırılması problemi strategiyanın yeniliyi və unikallığı aspektlərinə təsir göstərir. Belə ki:

• sahibkarlıq və mədəniyyət məktəbi – strategiyalar unikaldır və insanın konkret mövqeyini ifadə edir;
• öyrənmə məktəbi – bütün strategiyalar fərdi adaptiv proseslərin məhsuludur;
• dizayn məktəbi – strategiyalar unikaldır, çünki onlar fərdi inkişaf prosesi zamanı yaradılır [3].

Kollektiv qarşılıqlı əlaqə problemi liderin, komandanın və təşkilatın xarici mühitinin qarşılıqlı əlaqəsini əks etdirir. Dizayn və sahibkarlıq məktəbinin nümayəndələrinin fikrincə, lider bir şəxsdir, öyrənmə məktəbinin, siyasi qüvvələr və mədəniyyətin nümayəndələri isə strategiyanın yaradılmasına kollektiv proses kimi baxırlar. Digər məktəblərin nümayəndələri hesab edirlər ki, strategiya xarici mühitin (xarici mühit məktəbi), metodologiyanın (planlaşdırma məktəbi), təhlilin (mövqeləşdirmə məktəbi) və ya bioloji hadisə kimi şüurun [2].

Dəyişiklik problemi – problemlərin yaranması təşkilatların eyni zamanda inkişaf etməli və sabit qalması ilə əlaqədardır. Buna görə də təşkilatların nizam və xarici mühitdəki dəyişikliklərə uyğunlaşmanın birləşməsini, təşkilati strukturun effektivliyini və işçilərin daxili yeniliklərini necə təmin etdiyini müəyyən etmək vacibdir. Strategiyanın (təşkilati dəyişiklik modeli) hazırlanmasının hərəkətverici qüvvəsi işçilərin təşkilatın sabitliyini və davamlılığını təmin etmək istəyidir ki, bu da ziddiyyətli bir hadisədir.

Aydındır ki, təşkilatların müxtəlifliyinə görə onlarda aparılan strateji dəyişikliklər həmişə fərqli olur, belə dəyişikliklərin həyata keçirilməsi şərtləri də dəyişikliklərin öz məzmununu müəyyən etməyi çətinləşdirir. Strateji qərarların işlənib hazırlanması və dəyişikliklərin edilməsi zamanı özünütədris sistemi kimi təşkilatın tək forması deyil, məzmunu da prosesdə dəyişir: fəaliyyət, düşüncə, standartlaşdırma. Bununla belə, sistemlərin öz-özünə öyrənmə qabiliyyəti xüsusi bir xüsusiyyətdir və eyni zamanda bütün təşkilatlara xas deyil [1].

Seçim problemi tək seçimin mövcudluğunda deyil, həmçinin təşkilatın strateji inkişafı üçün alternativ variantların sayındadır.

Düşüncə problemi onunla bağlıdır ki, strategiyanın formalaşması prosesinin öhdəsindən gələn təşkilatlar onlara nəzarəti itirirlər.

Bir təşkilatda işçinin şəxsiyyətinin öyrənilməsi, təşkilatın sosial quruluşa və kollektivin inkişafına təsirinin təhlili əsas prinsiplərdəndir. İşçinin fəaliyyətini səmərəli qiymətləndirmək üçün istifadəsi asan, etibarlı və kritik amilləri dəqiq ölçən qiymətləndirmələrə sahib olmaq lazımdır. Qiymətləndirmələr kimi

həm kəmiyyət göstəricilərindən (vaxt, məhsuldarlıq, məsrəflər və s.), həm də qiymətləndirməni həyata keçirən şəxs tərəfindən verilən keyfiyyət xüsusiyyətlərindən – yaxşı, pis, ortadan yuxarı və s. [6].

İnsan resurslarının idarə olunması departamenti bütün təşkilat üçün vahid qiymətləndirmə sistemini hazırlayır və bu sistemin bütün şöbələrdə vahid şəkildə başa düşülməsini və tətbiq edilməsini təmin edir (qiymətləndirmə standartlarının və normalarının müəyyən edilməsi). Bunun üçün təşkilat müəyyən bir vəzifədə işləyərkən uğuru nəyin müəyyənləşdirdiyini bilməli, yəni kritik amilləri vurğulamalıdır. Bu məqsədlə müəyyən vəzifə tutan işçinin yerinə yetirdiyi funksiyaların hərtərəfli öyrənilməsindən və qarşısına qoyulan məqsədlərə nail olmaq baxımından onların arasında ən mühümlərinin müəyyən edilməsindən ibarət olan iş təhlili metodundan istifadə edilir.

Həmçinin, personalın fəaliyyətini artıran mühüm amil onların motivasiyasıdır. Həvəsləndirilmiş kadrlar şirkətin strategiyasını həyata keçirmək və bazarda mövqeyini möhkəmləndirmək üçün uğurlu işinin və irəliyə doğru hərəkətinin açarıdır. Kadrların motivasiyasına sistemli yanaşma rəhbərliyin peşəkarlaşması və işçiləri əmək fəaliyyətinə həvəsləndirmək üçün təşkilati imkanlardan səmərəli istifadə üçün ilkin şərtdir.

Kadrların motivasiyasına sistemli yanaşma fərdi və qrup fəaliyyətinin motivasiya prosesinin psixoloji prinsiplərinin hərtərəfli nəzərə alınmasına, habelə cəlbediciliyin, saxlanmanın və səmərəli işin motivasiyasının effektiv üsullarına əsaslanır. Sistemli yanaşma bütün motivasiya növlərindən istifadə etməklə bütün səviyyələrdə işçilərin motivasiyasının idarə edilməsini əhatə edir: vaxt çərçivəsindən asılı olaraq – uzunmüddətli, ortamüddətli, qısamüddətli və dərhal; həvəsləndirmələrdən asılı olaraq – maddi və qeyri-maddi, pul və qeyri-pul. Sistemli yanaşma, təşkilati strategiyaya ciddi uyğun olaraq işçi heyətini həvəsləndirmək üçün idarəetmənin bütün səviyyələrində menecerlərin təşkilati stimulların və ardıcıl səylərinin birləşməsini nəzərdə tutur [7].

Təbii ki, kəmiyyət qiymətləndirmələri qiymətləndirilən işçiyə münasibətdə həm dəqiqliyi, həm də obyektivliyi baxımından üstünlük təşkil edir. Lakin real həyatda bir çox vəzifələr üçün kəmiyyət qiymətləndirmələrindən istifadə etmək həmişə mümkün olmur, ona görə də təşkilatlar çox vaxt subyektiv qiymətləndirmələrdən istifadə etməyə məcbur olurlar.

Səmərəli idarəetmənin əsas məqsədi resurslardan optimal istifadəni və təşkilatın məqsədlərinə nail olmağı təmin etməkdir. Bunun üçün biz planlaşdırmağı, işi təşkil etməyi, qərar qəbul etməyi, işçiləri motivasiya etməyi, tapşırıqların yerinə yetirilməsinə nəzarət etməyi və nəticələri təhlil etməyi bacarmalıyıq.

Səmərəli idarəetmə həmçinin dəyişən şərtlərə uyğunlaşmaq və qeyri-müəyyənlik şəraitində qərar qəbul etmək bacarığını da əhatə edir. Menecerdən çeviklik, ünsiyyət bacarıqları, liderlik və komandada işləmək bacarığı tələb olunur [5].

Ümumiyyətlə, səmərəli idarəetmə təşkilatın uğurunun əsas amilidir; məqsədlərimizə çatmağa, resurslardan istifadəni optimallaşdırmağa və davamlı böyümə və inkişafı təmin etməyə imkan verir.

Təşkilatda səmərəli idarəetməyə nail olmaq üçün müxtəlif strategiya və metodlardan istifadə etmək lazımdır. Onlardan bəzilərini təqdim edirik:

Aydın məqsədlər və planlar təyin etmək. Səmərəli idarəetmə üçün əsas strategiyalardan biri aydın məqsədlər qoymaq və onlara nail olmaq üçün planlar hazırlamaqdır. Məqsədlər konkret, ölçülə bilən, əldə edilə bilən, müvafiq və vaxta bağlı olmalıdır (SMART məqsədlər). Planlar məqsədlərə çatmaq üçün lazım olan addımları, resursları və vaxt çərçivələrini müəyyən etməlidir.

Resursların bölgüsü. Səmərəli idarəetmə üçün maliyyə, kadr, vaxt və materiallar kimi resursları düzgün bölüşdürmək lazımdır. Menecerlər tapşırıqları yerinə yetirmək üçün hansı resursların tələb olunduğunu və onlardan optimal şəkildə necə istifadə olunacağını müəyyən etməyi bacarmalıdırlar.

Komanda inkişafı. Menecerlər təlim, motivasiya və inkişaf təmin etməklə öz komandalarını inkişaf etdirməyi bacarmalıdırlar. Buraya təlimin təmin edilməsi, rəy bildirilməsi, tapşırıqların verilməsi və stimullaşdırıcı iş mühitinin yaradılması daxil ola bilər [7].

Effektiv ünsiyyətin qurulması. Səmərəli idarəetmədə ünsiyyət mühüm rol oynayır. Menecerlər öz fikirlərini, göstərişlərini və gözləntilərini aydın şəkildə çatdırmağı bacarmalıdırlar. Onlar həmçinin problemləri effektiv həll etmək və qərarlar qəbul etmək üçün işçilərini dinləməyə və başa düşməyə hazır olmalıdırlar.

Monitorinq və qiymətləndirmə. Menecerlər tapşırıqların icrasını və məqsədə nail olunmasını daim izləməli və qiymətləndirməlidirlər. Bu, onlara problemləri erkən müəyyənləşdirməyə və lazım gəldikdə

planları tənzimləməyə imkan verir. Monitorinq və qiymətləndirmə həm də idarəetmə strategiyalarının və təcrübələrinin səmərəliliyini müəyyən etməyə və lazımi dəyişiklikləri etməyə kömək edir.

Beləliklə, belə bir nəticəyə gələ bilərik ki, bir təşkilatda işçinin şəxsiyyətinin öyrənilməsi, təşkilatın sosial quruluşa və kollektivin inkişafına təsirinin təhlili əsas prinsiplərdəndir. Fərdi bir işçinin deyil, bütün təşkilatın səmərəliliyinin artırılmasına gəldikdə isə, bu, sistemli yanaşma əsasında həyata keçirilməlidir.

Bu strategiya və üsullar menecerlərə təşkilatda səmərəli idarəetməyə nail olmağa kömək edir. Onlar qarşıya qoyulan məqsədlərə nail olmaq, resurslardan optimal istifadə və komandanın inkişafına töhfə verir, bundan əlavə, kommunikasiyanı təkmilləşdirməyə kömək edir və idarəetmə proseslərinin davamlı monitorinqini və qiymətləndirilməsini təmin edir.

Beləliklə, idarəetmənin səmərəliliyi mürəkkəb iqtisadi kateqoriyadır, onun öyrənilməsi idarəetmə prosesinə birbaşa və ya dolayı təsir göstərən müxtəlif amillərin nəzərə alınmasını nəzərdə tutur. İdarəetmənin səmərəliliyi menecerin peşəkarlığından və şəxsi keyfiyyətlərindən, müəssisənin resurslarla təmin olunmasından, müəssisədəki kommunikasiya sistemindən, idarəetmənin təşkilati strukturundan və kadr seçimi sistemindən asılıdır.

Beləliklə, qeyd etmək olar ki, əgər müəssisə rəhbərliyi növbəti onilliklərdə idarəetmə mədəniyyətinin aparıcı rolunu və müəssisənin intellektual nüvəsinin yaradılması zərurətini dərk etməsə, səmərəli idarəetmə çətin qalacaq. Qlobal səviyyəyə keçmək üçün və qeyd etmək yerinə dusər ki, bu, iqtisadi və sosial rifaha aparan yeganə yoldur, Azərbaycanda fəaliyyət göstərən şirkətlərə idarəetmə səviyyəsinin dərin diaqnostikasından, onun qlobal inkişaf tendensiyalarına uyğunluğunu təhlil etməklə və hər şeydən əvvəl real şəkildə başlamaq tövsiyə olunur.

Ədəbiyyat:

1. Блэйк Р.Р., Мутон Д.С. Научные методы управления. Р.Р., Блэйк, Д.С. Мутон [пер. с англ. И.Ющенко]. Киев: Высшая школа, 2013. — 274 с.
2. Балашов, А.П. Основы менеджмента: Пособие. А.П. Балашов. – М.: учебник, ИНФРА-М, 2012. – 288 с.
3. Вердиева, Ю.Н. Менеджмент: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. 080503.65 «Антикризисное управление». Ю.Н.Вердиева; Дальневост. федер. ун-т, Школа экономики и менеджмента. — [2-е изд. перераб. и доп.]. Владивосток: ДВФУ, 2012. — 311 с.
4. Рахманова, М.С. Инновационный стратегический анализ вуза на основании теории заинтересованных сторон: монография. Рахманова М.С., Солодухин К.С.; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. — Владивосток: Издательство ВГУЭС, 2011. — 213 с.
5. Романов, Е.В. Стратегический менеджмент: учебник. Е.В. Романов. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. — 160 с.
6. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа. А.А.Томпсон, А.Д.Стрикленд; Пер. с англ. А.Р.Ганиева, Э.В.Кондукова. М.: Вильямс, 2013. — 928 с.
7. Хорин, А.Н. Стратегический анализ: учеб. пособие для для студ. Вузов. А.Н.Хорин, В.Э.Керимов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЭКСМО, 2009. — 444 с.

Əzimə MUSTAFAYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
azimamustafayeva@gmail.com

AZƏRBAYCANDA MEHMANXANA SƏNAYESİ ÜÇÜN KADR HAZIRLIĞI PROBLEMLƏRİ

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ ГОСТИНИЧНОЙ ОТРАСЛИ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

PERSONNEL TRAINING PROBLEMS FOR THE HOTEL INDUSTRY IN AZERBAIJAN

Xülasə: Müasir dövrdə mehmanxana biznesində bir neçə aktual problem var ki, onlardan biri də ixtisaslı kadr çatışmazlığıdır. Bu problemlərin aradan qaldırılması üçün ixtisaslı kadr çatışmazlığının yaranmasındakı səbəbləri və həll yollarını araşdırmaq lazımdır. Bu məqalədə Azərbaycanda mehmanxana sənayesində ixtisaslı

kadrların hazırlanması prosesində yaranmış cari problemlərdən və onların aradan qaldırılması üçün perspektivlərdən bəhs olunmuşdur. Həmçinin Azərbaycanın ali məktəblərində ixtisaslı kadrların hazırlanmasında əsas problemlər müəyyən olunmuş və ixtisaslı kadrların hazırlanması üçün tövsiyələr verilmişdir.
Açar sözlər: *mehmanxana sənayesi, hotel, ixtisaslı kadr, insan resursları, kadr hazırlığı, kadr çatışmazlığı*

Abstract: In modern times, there are several pressing problems in the hotel business, one of which is the lack of qualified personnel. In order to overcome these problems, it is necessary to investigate the causes and solutions for the lack of qualified personnel. This article talks about the current problems in the process of training qualified personnel in the hotel industry in Azerbaijan and the prospects for their elimination. Also, the main problems in the training of qualified personnel in Azerbaijan's higher schools were identified and recommendations for the training of qualified personnel were given.
Keywords: *Hotel industry, hotel, qualified personnel, human resources, personnel training,personal shortage*

Абстракт: Сегодня в гостиничном бизнесе существует несколько актуальных проблем, одной из которых является нехватка квалифицированных кадров. Для преодоления этих проблем необходимо исследовать причины и пути решения нехватки квалифицированных кадров. В данной статье говорится о существующих проблемах в процессе подготовки квалифицированных кадров в гостиничной сфере в Азербайджане и перспективах их устранения. Также были выявлены основные проблемы в подготовке квалифицированных кадров в высших школах Азербайджана и даны рекомендации по подготовке квалифицированных кадров.
Ключевые слова: *гостиничная отрасль, гостиница, квалифицированный персонал, человеческие ресурсы, подготовка кадров, кадровый дефицит*

Mehmanxana sənayesi insan fəaliyyətinə əsaslanır və yalnız hotel işçiləri qonaqpərvərlik mühiti yarada bilərlər. Ünsiyyət bacarıqlarına, yüksək peşəkarlığa malik əməkdaşların köməyi ilə mehmanxana müəssisəsinin kollektivi qonaqların gözləntilərini qabaqcadan görə bilir, mübahisəli vəziyyətləri aradan qaldırır, mehmanxananın mövqeyini müəyyənləşdirir. Qeyd etmək lazımdır ki, hotel gecə-gündüz fəaliyyət göstərir ki, bu da heyətin fasiləsiz işləməsinə ehtiyac yaradır, buna görə də mövcud əmək ehtiyatlarının saxlanılması və kadr ehtiyatının yaradılmasının əhəmiyyəti artır. Kadrlar olmadan qonaqların mehmanxanada yaşaması, dincəlməsi və əylənməsi üçün rahat şəraitin yaradılması qeyri-mümkün olardı. Buna görə də kadrların nə qədər ixtisaslı, təcrübəli və təlim keçmiş olması son dərəcə vacibdir. Son zamanlar mehmanxana müəssisələrinin sahiblərindən yüksək ixtisaslı kadrların az olması, onların iş yerində saxlanmasının çox çətin olması ilə bağlı şikayətlərə rast gəlmək olur. Həmçinin, rəylərdə qonaqlar bu və ya digər hotel işçisinin özünü qeyri-peşəkar aparmasından şikayət edə bilər, bu isə hotellərin imicinə mənfi təsir göstərir. Hal-hazırda mehmanxana sənayesində kadrların hazırlıq səviyyəsi problemləri çox aktualdır, çünki keyfiyyətli xidmətin əsasını peşəkar, ixtisaslı və bilikli işçi heyəti təşkil edir. Lakin bu gün əksər gənc mütəxəssislər qonaqpərvərlik sənayesində işləmək üçün ən səthi bacarıqlara malik deyillər, məsələn: 4-5* hotellərdə, xüsusən də əsas kontingentinin xarici qonaqların olduğu beynəlxalq hotel şəbəkələrində işləmək üçün 2-3 dil biliyi nəzərə alınmadan ingilis dilini səlis bilmək vacibdir. Bundan əlavə, qonaqpərvərlik sənayesi bazarında kifayət qədər praktik təcrübə və biliklər mövcud deyil.

Mehmanxana müəssisələrində kadr çatışmazlığının əsas problemləri aşağıdakılardır [1]:

1. Demoqrafik. Avropaya, ABŞ-a və inkişaf etmiş ölkələrə nisbətən Azərbaycan inkişaf etməkdə olan ölkə olduğu üçün doğum nisbətinin çox olması səbəbindən təqaüdə çıxan işçilərin sayı yeni işə qəbul edilənlərin sayından az olur və buda kadr çatışmazlığına müəyyən təsirlər göstərə bilər.
2. Əmək haqqının aşağı olması. Hotel biznesində orta əmək haqqı ənənəvi olaraq iqtisadiyyatın digər sahələrindəki əmək haqlarından aşağıdır. Həmçinin hotel işçiləri çox vaxt gecələr, həftə sonları və bayram günlərində işləməli olurlar və bu, onların ailə rifahına heç bir töhfə vermir.
3. İşçilərin ixtisas artımına az diqqət yetirilməsi. Müasir dünyada mehmanxanaların texniki təminatı getdikcə daha da mürəkkəbləşir ki, bu da yalnız lazımi bilik və bacarıqlara malik olan və davamlı olaraq işləməyi bacaran mehmanxana işçiləri tərəfindən uğurla idarə oluna bilər. Texnologiyanın sürətli inkişafı ilə ayaqlaşmaq üçün bütün hotel xidmətləri zamanla təkmilləşdiril-

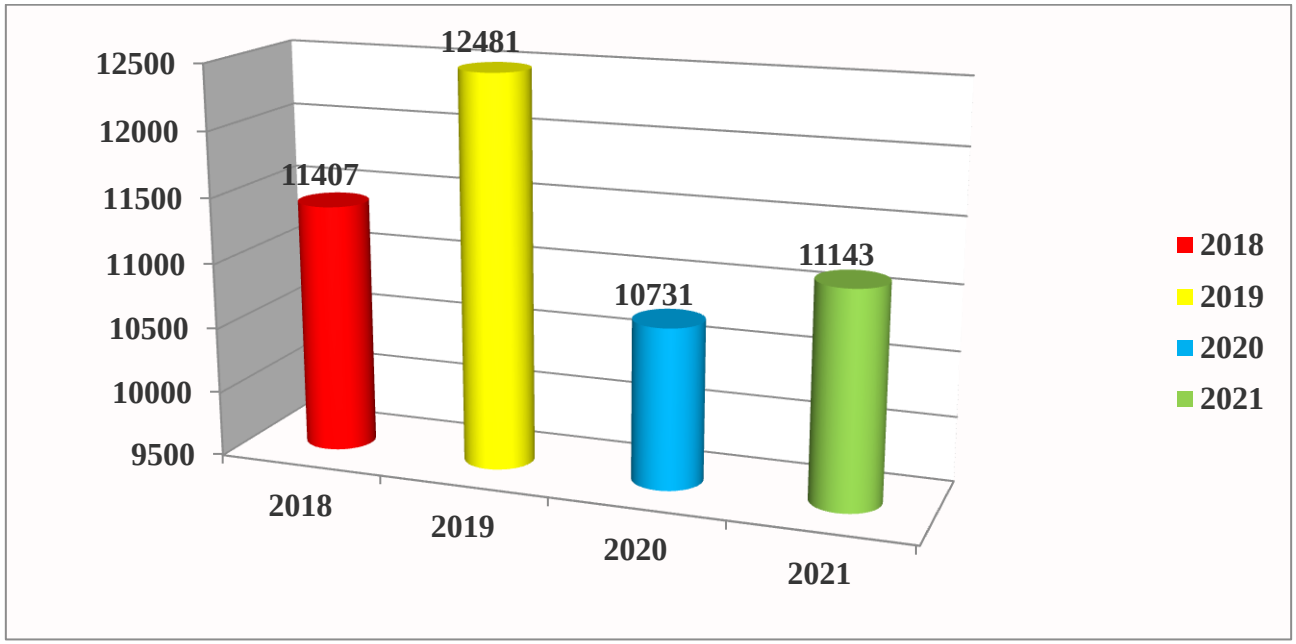
məlidir. Bu, birbaşa texniki xidmətlərə deyil, həm də iqtisadi xidmətlərə aiddir: qida xidmətləri, təhlükəsizlik xidmətləri və s.

4. Keyfiyyətli xidmət hazırlığının olmaması. Həmçinin, ixtisaslı kadr çatışmazlığı kadrların hazırlıq səviyyəsinin çox aşağı olması ilə bağlıdır. Buda ali təhsil müəssislərində, peşə məktəblərin də kadrların hazırlanmasında yaranan çətinliklərlə bağlıdır.

İxtisaslı kadr çatışmazlığının problemlərini nəzərdən keçirib təhlil etdikdən sonra bu səbəblərə əsaslanaraq həll yollarını təklif edə bilərik. Birinci problem, yəni demoqrafiyaya gəlincə, bunu birbaşa öz daxilində həll etmək mürəkkəb olduğundan fikir bildirmək çətindir. Ona görə də burada yeganə fikir odur ki, müxtəlif ölkələrdə olduğu kimi ölkədə doğum səviyyəsini stimullaşdırmaq üçün hansısa proqramlar hazırlamağa dəyər. Növbəti problem haqqında daha çox fikir qeyd edə bilərik - əmək haqqının aşağı olması, çünki bu, bilavasitə əhaliyə aiddir. Hotellərdə işçilərin əmək haqları nisbətən azdır və buna görə də ixtisaslı kadrlar bu sahəyə getməyə can atmırlar. Bunu bütün mehmanxana işçilərinin əmək haqqını artırmaqla, həmçinin qonaqlara xidmət və əlavə satışlarla bağlı müəyyən tapşırıqların yerinə yetirilməsi üçün müxtəlif güzəştlər, bonuslar və s. verməklə işçiləri mükafatlandırmaq və motivasiya edərək həyata keçirmək olar. Üçüncü problem, yəni işçilərin bacarıqlarının artırılmasına birbaşa hotel menecerləri təsir edə bilər. Onlar öz işçilərini ixtisaslarını artırmaq, yeni bilik və bacarıqlar əldə etmək üçün müxtəlif təlimlərə, kurslara göndərə bilərlər [3]. Həmçinin qabaqcıl mehmanxana menecerləri öz təcrübələri haqqında danışmaq və biliklərini bölüşmək üçün birbaşa mehmanxanaya dəvət edilə bilər. Sonuncu problem – yüksək keyfiyyətli xidmət hazırlığının olmaması da qonaqpərvərlik sənayesinin özündən birbaşa asılı deyil. Burada gələcək ixtisaslı hotel işçilərinin yetişdiriləcəyi universitetlər, həm onlayn, həm də üz-üzə müxtəlif kursların keçirilməsi mühüm rol oynayır.

Mehmanxana sənayesi üçün ixtisaslı kadrların hazırlanmasında əsas məsuliyyət ali təhsil müəssisələrinin, peşə məktəblərinin və kolleclərin üzərinə düşür.

Təhsil bir ölkənin inkişafında və böyüməsində əsas rol oynayır. Bütün təhsil səviyyələri vacib olsa da, ali təhsil xüsusilə ixtisaslı kadrların hazırlanması, biliklərin yaradılması və yayılması, fərdi və sosial gözləntiləri qarşılamaq üçün vacibdir [4,s.660-679]. Son onillikdə ali təhsil müəssisələri müxtəlif məşğulluq tələblərini yerinə yetirmək üçün insan resurslarının potensialının inkişaf etdirilməsində əmək bazarında mühüm rol oynamışdır [5,s.1-12].



Diaqram 1. Mehmanxan və mehmanxana tipli obyektlərdə işçilərin sayı [6].

Aktual məsələlərdən biri də indiki dövrdə universitetlərdə müasir tələblərə uyğun yeniliklər və beynəlxalq rəqabətə davamlılıq yaratmaqdır. Bunu nəzərə alan dövlətimiz dünyanın inkişaf etmiş ölkələrində olduğu kimi, ali təhsil sahəsinə daim diqqəti artırır. Azərbaycanın vahid Avropa ali təhsil

məkanına inteqrasiyası, bir tərəfdən tədris-təhsil modellərinin müasir tələblərə uyğunlaşdırılması, digər tərəfdən isə Azərbaycanın formalaşmış ənənəvi təhsil sisteminin etik-mədəni özünəməxsusluğunun saxlanmasını bir zərurət kimi irəli sürür. Mehmanxana sənayesi üzrə kadrların hazırlanmasında əsas məsuliyyət ali təhsil müəssisələrinin payına düşür [2].

Müasir Azərbaycan universitetlərində tədris planlarının, müəllimlərin və avadanlıqların sənayenin tələblərinə uyğunlaşdırılması prosesi həyata keçirilir. Bu gün yerli təhsil müəssisələrində qonaqpərvərlik sektoru üçün kadr hazırlığının əsas problemləri aşağıdakılar müəyyən edilə bilər:

1. təhsil proqramlarının əmək bazarına uyğun gəlməməsi;
2. bazarın monitorinqi sisteminin, eləcə də mehmanxana biznesinin ehtiyaclarının təhlili sxemlərinin olmaması;
3. müasir mehmanxanalar üçün kadrların hazırlanması prosesinə mehmanxana biznesi mü-əssisələrinin zəif cəlb olunması, bu da gənc mütəxəssislərin mehmanxana bazarının tələblərinə uyğun gəlməməsinə gətirib çıxarır;
4. müəllim heyəti üçün peşəkar inkişaf sisteminin olmaması və öz fənləri daxilində iş təcrübəsi;
5. xarici dillərin öyrənilməsinə meylin aşağı olması;
6. innovasiyalar – təhsil təşkilatlarının kifayət qədər inkişaf etdirilməmiş maddi-texniki bazası;
7. praktiki fəaliyyətə zəif oriyentasiya;
8. sabit tədris planının və sənayenin iş şəraitinə uyğun olan akademik fənlərin məzmununun təşkil olunmaması;
9. keyfiyyətli tədris-metodiki ədəbiyyatın, tədris vəsaitlərinin heç də həmişə mehmanxana sahəsində real iş təcrübəsi olan şəxslər tərəfindən tərtib olunmaması;

Yuxarıda qeyd olunan problemlərin aradan qaldılması üçün dərsləri interaktiv formada keçirmək daha məqsədəuyğun olardı: mütəxəssislərlə ustad dərsləri təşkil etmək, mehmanxanada müxtəlif vəziyyətləri oynamaq, yarışlar keçirmək, xidmət sektorunda müasir inkişafları nümayiş etdirmək, universitetlərdə formaların tətbiqi və s.

Mehmanxanalar üçün kadrların hazırlanmasında yuxarıda göstərilən problemlərə əsaslanaraq, aşağıdakılar vacibdir:

1. tələbələrin iri mehmanxana şəbəkələrində uzunmüddətli təcrübə keçmələrinin səmərəli təşkili üçün universitetlər və mehmanxana arasında əməkdaşlıq sistemini inkişaf etdirmək;
2. tanınmış hotel şəbəkələri ilə birlikdə məcburi təcrübə mərkəzlərinin yaradılması: Marriott, Ritz Carlton, Radisson, FourSeasons və s.;
3. müasir mehmanxana məhsullarının bazar tendensiyalarını izləmək üçün sxem hazırlamaq;
4. azərbaycan və xarici universitetlər arasında təcrübə mübadiləsi üçün beynəlxalq əməkdaşlığın inkişafı;
5. dünyanın ən yaxşı qonaqpərvərlik məktəblərində: isveçrə, böyük britaniya, kanada və başqalarında xaricdə təhsil almaq üçün icbari proqramların həyata keçirilməsi, xarici təcrübənin əldə edilməsi və ingilis dili biliklərinin gücləndirilməsi;
6. informasiya texnologiyaları üzrə kadr hazırlığı;
7. xarici dillərdə məcburi attestasiya standartlarının tətbiqi;
8. qonaqpərvərlik üzrə mütəxəssisləri tədris fəaliyyətinə cəlb etmək;
9. dəyirmi masalar, işgüzar görüşlər, beynəlxalq görüşlər keçirmək. tələbələrin öz məhsul və ideyalarını inkişaf etdirə və təklif edə biləcəyi konfranslar həyata keçirmək;
10. ekspertlərin iştirakı ilə peşəkar yarışların keçirilməsi;
11. qonaqpərvərlik müəssisələrinə ekskursiyalar təşkil etmək;
12. işəgötürənlər və universitetlərin tədris metodik şöbələri arasında təhsil ittifaqları yaratmaq – mehmanxana sənayesinin real ehtiyacları əsasında təlim proqramlarının hazırlanması;
13. işəgötürənlərin tələbənin təhsilində iştiraka cəlb edilməsinə, onların kurs işlərinin mövzularının təsdiq edilməsinə, tələbələr üçün tapşırıqların formalaşdırılmasına cəlb etmək.
14. ali təhsil müəssisələrində dual təhsil proqramlarının tətbiq edilməsi;

2022-2023-cü tədris ilində peşə təhsili üzrə Dual Təhsil Proqramının əhatə dairəsinin genişləndirilərək 9 regionda, 15 peşə təhsil müəssisəsində, ümumilikdə 46 qrupda tətbiqi nəzərdə tutulur. Proqrama turizm, ictimai iaşə, kənd təsərrüfatı və sənaye istiqamətində 25 ixtisas üzrə 50-dən çox qabaqcıl

işəgötürən müəssisə cəlb olunub. Dual Təhsil Proqramının tətbiqinin genişləndirilməsində əsas məqsəd müxtəlif sahələrdən olan peşəkarlarla birlikdə təcrübə əsaslı biliklərin tələbələrə ötürülməsi, işəgötürənlərin kadr ehtiyaclarına uyğun mütəxəssislər hazırlanması, istedadlı tələbələrin potensial bilik və bacarıqlarının real iş yerlərində aşkar edilməsidir. Dual Təhsil proqramı tələbənin tədris ili boyunca peşə təhsili müəssisələrində nəzəri biliklərlə yanaşı, qabaqcıl şirkətlərdə işəgötürənlərlə birgə praktiki bacarıqlar əldə etməsini təmin edən təhsil yanaşmasıdır. Dual təhsil sistemlərinin gələcəkdə ali təhsil müəssisələrində də tətbiq edilməsi ixtisaslı kadrların hazırlanmasında mühüm rol oynayacaqdır.

Həmçinin qeyd edə bilərik ki, mehmanxana sənayesi üzrə təhsil alan tələbələr üçün karyera günlərinin təşkil olunması mühüm rol oynayır. Çünki belə təşəbbüslərin olması tələbələrin bu sahəyə olan maraqlarının artmasına və asanlıqla işlə təmin olunmasına şərait yaradacaqdır.

Qonaqpərvərlik sənayesindəki ixtisaslı kadrların çatışmazlığı bütövlükdə bütün sənayeyə çox mənfi təsir göstərə bilər. Buna görə də buna diqqət yetirmək və bu problemi həll etmək lazımdır. Universitetlərdə təhsil, dünya ictimaiyyəti tərəfindən davamlı iqtisadi inkişafın əsas hərəkətverici qüvvəsi kimi qəbul edilir. Dövlətimiz nəzəri biliklər arasında yüksək uçurum problemini və kifayət qədər praktiki dərslərin olmaması problemini başa düşür, buna görə də son illərdə universitetlər sənaye müəssisələri ilə müqavilə bağlayaraq, təcrübəçilərin sənayeyə cəlb edilməsi təşəbbüsünü fəal şəkildə dəstəkləyir. Ustad dərsləri, açıq mühazirələr və sahə tədqiqatları keçirmək üçün təcrübəçilərin cəlb edilməsinə fəal dəstək verir. Daha yaxşı nəticə əldə etmək üçün dövlət və biznes sənayenin və bütövlükdə iqtisadiyyatın inkişafına imkan verəcək şərait yaratmalıdır.

Mütəxəssislərin hazırlanması sisteminin formalaşdırılması innovasiya sahəsində kadr siyasətində dərhal qərarın qəbul edilməsini tələb edir. Bu isə o deməkdir ki, müasir universitetlər kadr hazırlığı naminə kadr hazırlığı ilə məşğul olan mükəmməl təhsil müəssisəsi olmamalı, gənc mütəxəssislərin elmi işlərinin bazara ötürülməsi mexanizmlərini hazırlamalıdırlar.

Ədəbiyyat:

1. Актуальные проблемы мирового развития гостиничной индустрии – Технология и организация гостиничных услуг (studref.com)
2. Azərbaycan Respublikasının Təhsil İnstituer. Elmi kadr hazırlığının yol xəritəsi. Bakı 2023.6-7s.
3. Обучение. Повышение квалификации персонала гостиниц. Гостиничнотуристская ассоциация URL: http://samaragosttur.ru/?page_id=78 (датаобращения:17.11.2021).
4. Lund, H. B., & Karlsen, A. (2020). The importance of vocational education institutions in manufacturing regions: adding content to a broad definition of regional innovation systems. Industry and Innovation, 27(6), 660-679.
5. Kromydas, T. (2017). Rethinking higher education and its relationship with social inequalities: past knowledge, present state and future potential. Palgrave communications,3(1),1-12.
6. https://stat.gov.az/source/tourism/

Elvin SADIXOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
sadixov.elvin.2301@atmu.edu.az

KORPORATİV İDARƏETMƏDƏ İNNOVASİYALARIN TƏTBİQİ

APPLICATION OF INNOVATIONS IN CORPORATE MANAGEMENT

ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В КОРПОРАТИВНОМ УПРАВЛЕНИИ

Xülasə: Bu məqalədə korporativ idarəetmədə innovasiyaların effektiv tətbiqinin vacibliyi araşdırılır. İnnovasiya təşkilatlar üçün bu günkü rəqabətli iş dünyasında davamlı uğur əldə etmək üçün mühüm amildir. Bu tədqiqat innovasiyanın korporativ idarəetmə proseslərinə necə inteqrasiya oluna biləcəyini, təşkilatlara rəqabət üstünlüyü əldə etməsinə və biznes nəticələrini yaxşılaşdırmağa kömək edə biləcəyini müzakirə edir. Məqalədə innovasiyaların korporativ liderlik, təşkilat mədəniyyəti, biznes prosesləri kimi müxtəlif sahələrdə necə təşviq

oluna biləcəyi müzakirə olunur. Həmçinin innovasiyaların strateji baxımdan necə idarə oluna biləcəyinə dair praktiki təkliflər təqdim edilir.
Açar sözlər: *innovasiya, korporativ idarəetmə, məhsul innovasiyası, marketing innovasiyası, innovasiya prosesi, idarəetmə sistemi standartları*

Abstract: This article examines the importance of effective implementation of innovation in corporate governance. Innovation is a critical factor for organizations to achieve sustainable success in today's competitive business world. This study discusses how innovation can be integrated into corporate management processes, help organizations gain competitive advantage and improve business results.The article focuses on how innovation can be fostered in different areas such as corporate leadership, organizational culture, business processes. It also offers practical suggestions on how innovation can be managed from a strategic perspective.
Keywords: *innovation, corporate management, product innovation, marketing innovation, innovation process, management system standards*

Абстракт: В данной статье рассматривается важность эффективного внедрения инноваций в корпоративном управлении. Инновации являются решающим фактором для достижения организациями устойчивого успеха в современном конкурентном деловом мире. В этом исследовании обсуждается, как инновации могут быть интегрированы в процессы корпоративного управления, помочь организациям получить конкурентное преимущество и улучшить результаты бизнеса. В статье основное внимание уделяется тому, как можно стимулировать инновации в различных областях, таких как корпоративное лидерство, организационная культура, бизнес-процессы. В нем также предлагаются практические предложения о том, как можно управлять инновациями со стратегической точки зрения.
Ключевые слова: *инновации, корпоративное управление, продуктовые инновации, маркетинговые инновации, инновационный процесс, стандарты системы менеджмента*

Giriş

Korporativ idarəetmə 1990-cı illərdə meydana gəlmiş bir məhfumdur. İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkşaf Təşkilatının (OECD) təşəbbüsü ilə əvvəllər "idarəetmə" (ingiliscə "governance") kimi istifadə edilən termin daha sonra daha özəl sektorlarda daha yaxşı idarəetməni ifadə etmək məqsədi ilə "korporativ idarəetmə" (ingiliscə "corporate governance") termini ilə əvəz olundu. [4, səh. 151] Korporativ idarəetmədə innovasiya bizneslərin rəqabət üstünlüyü əldə etmək və böyümək üçün yeni fikirlər, proseslər və texnologiyaları inkişaf etdirməsinə zəmin yaradır.

Əsas hissə

İnnovasiyanın kökləri biznesdə bu anlayışın müəyyən zaman üçün necə təkamül prosesi keçdiyi və korporativ idarəetmə ilə necə əlaqəli hala gəldiyini anlamağımıza kömək edir. İnnovasiya anlayışı XX əsrin əvvəllərindən etibarən daha çox əhəmiyyyət qazanmağa başlamışdır. Texnoloji inkişafın sürətlənməsi istehsal proseslərinin sürətləndirilməsi və yeni məhsulların yaradlılmasının zəruriliyini vurğuladı. İnnovasiyanın bu dövrdə əsas diqqət mərkəzi məhsul təkmilləşdirmə və proseslərin sürətləndirilməsi idi.

Lakin, korporativ idarəetmə və innovasiyalar arasındakı konkret əlaqə isə əsrin sonlarında korporativ idarəetmə anlayışının yaranması və tətbiqi ilə açıq şəkildə müəyyənləşdirilməyən başlanıldı. Müəssisələr innovasiyanı strateji bir alət olaraq istifadə etməyi nəzərdən keçirməyə qərar verdilər. Korporativ idarəetmə prinsipləri innovasiyanın necə təşviq ediləcəyi və idarə ediləcəyi mühit yaratdılar. Bu, müəssisələrin innovasiyanı təkcə məhsul təkmillədirilməsində deyil, həm də iş prosesləri, idarəetmə yanaşmaları, təşkilati mədəniyyət kimi bir çox fərqli tərəfdən tətbiqinə zəmin yaratdı.

Bu gün korporativ idarəetmədə innovasiya, müəssisələrin davamlı uğur və rəqabət üstünlüyü qazanmaları üçün təməl bir ünsürə çevrilib. İnnovasiyanın korporativ idarəetmədəki önəmi biznes mühitinin sürətlə dəyişən və rəqabətli hala gəlməsi, dözümlülüyü və inkşaf etməsi üçün əvəzolunmazdır. Buna görə də, müəssisələr innovasiyanı strateji olaraq mənimsəmədə və idarəetmədə gündən-günə əhəmiyyət qazanmağa davam edir. Artıq şirkətlə global satış tətbiqləri yerinə öz innovativ tətbiqlərini təkmilləşdirməyə çalışır. İnkişaf səviyyəsindən asılı olmayaraq bütün ölkələr üçün iqtisadi artımın ən mühüm stimullaşdırıcılarından biri hesab edilən innovasiya performansı milli korporativ kontekstlərə daxil edilmişdir. Məsələn, bəzi milli korporativ sistemlər və bu korporativ sistemlərin təşviq koordinasiya dərəcələri müəyyən innovasiya strategiyalarını təşviq etməklə ölkə səviyyəsində fəaliyyət nəticələrinə təsir göstərə bilər.[8, səh. 80]

İnnovasiyanın tətbiqinin üç növü vardır:

- Məhsul və xidmətlərin yaradılması və təkmilləşdirilməsində tətbiq edilən innovasiya;
- Məhsulların satış və marketinqində tətbiq edilən innovasiya;
- Korporativ müəssisələrin idarə edilməsi və proseslərə nəzarət mexanizminə tətbiq edilən innovasiya

Məhsul və xidmətlərin yaradılması və təkmilləşdirilməsində tətbiq edilən innovasiya bu anlayışın ilkin növü sayılır. Məhsul innovasiyası konsepsiyası yeni məhsul və ya xidmətin istehlakçılara təqdim edilməsi yolu ilə biznesin uzunmüddətli rəqabət qabiliyyətinin davamlılığını vurğulayır. Yeni məhsul və ya xidmət yeni texnologiyanın inkişafı ilə uyğunlaşdırılan və təkmilləşdirilən məcmu prosesdir. Əvvəlki tədqiqatlar məhsul innovasiyasının biznes performansını artıra biləcəyini bildirdi. [7, səh.2]

Məhsul innovasiyası, daha çox funksiya təklif etməsi və ya daha yaxşı performans göstərməsi mənasında, hazırda bazarda olanlardan daha yaxşı məhsulun təklif edilməsinə imkan verən yenilikdir. Məhsul innovasiyası vasitəsilə şirkət öz istehsalını diferensiallaşdırmaqla və ona tələbatın artmasına və yeni inkişaf imkanları açmağa imkan verən malların keyfiyyətini və çeşidini artırmaqla rəqabət üstünlüyü əldə edə bilər.[5, səh.133] Məhsulun inkişaf mərhələlərinə ideya, bazar araşdırması, dizayn, prototipləşdirmə, sınaq və davamlı innovasiya daxildir. İnnovasiya müəssisələrə dəyişən şərtlərə tez uyğunlaşmağa kömək edir və davamlı inkişafı təmin edir. Bu proses yeni texnologiyaların, biznes proseslərin və dizayn yanaşmalarının inteqrasiyasını nəzərdə tutur və nəticədə daha effektiv və rəqabətqabiliyyətli məhsullar əldə edilir. Uğurlu yeni məhsul inkişafı müəssisələrə rəqabət üstünlüyü əldə etməyə və beləliklə, bazar payı üstünlüyü əldə etməyə imkan verir. Bazarda belə üstünlüklər əldə etmək istəyən müəssisələr yeni və ya innovativ məhsulların inkişafına təsir edən bəzi amillərə diqqət yetirməlidirlər. Bu elementlər bunlardır:

- Məhsulun inkişafı tələb olunan sahələrdə ideya çatışmazlıqları
- Parçalanmış bazarlar
- Dövlət və sosial məhdudiyyətlər
- Məhsulun hazırlanması prosesinin dəyəri
- Kapital çatışmazlığı
- Məhsulu daha tez zamanda reallaşdırmaq öhdəliyi (rəqibləri ilə müqayisədə)
- Məhsulun həyat dövrü (məhsulun rəqiblər tərəfindən tez və asanlıqla surətini çıxarmaq qabiliyyəti) [2, səh. 155]

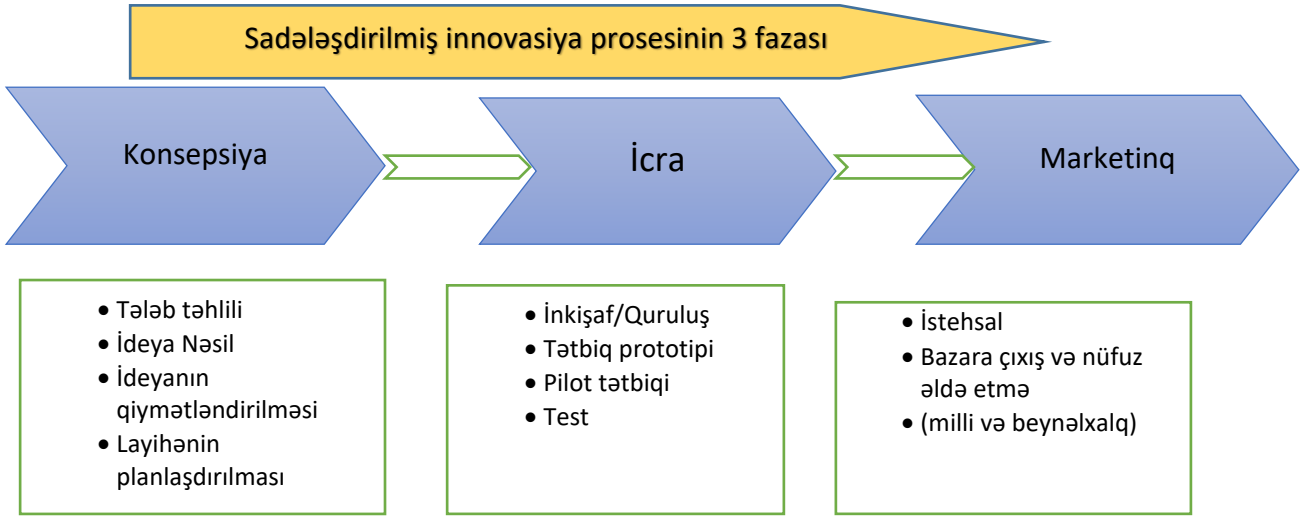
Məhsul innovasiyası biznesin bazara yeni dəyərlər təklif edərək böyüməsini təmin edən və müştəri tələblərinə daha effektiv cavab verən strategiyalardan biridir. Bu proses innovativ ideyaların aşkar edilməsinə və həyata keçirilməsinə, biznes proseslərinin optimallaşdırılmasına və bazarda dəyişən dinamikaya uyğunlaşma qabiliyyətinə yönəlib.

Kreativlik **məhsulların satış və marketinqində tətbiq edilən innovasiya**nın sütunlarından biri olsa da, onun əhatə dairəsi bununla məhdudlaşmır. Bir məhsul və ya xidmət vasitəsilə kütlələrə yeni bir təklif təqdim etmək lazımdır. Bunun əsasını təşkil edən ideyanın yüksək kommersiya potensialına malik olması da vacibdir. Bütün bu tamamlayıcı elementlər innovativ brendi rəqiblərindən fərqləndirir. Müasir dünyada istehsalçılar və istehlakçılar arasında marketinq prosesləri keçmişlə müqayisədə xeyli dəyişmişdir. Qloballaşmanın ən təsirli nəticəsi olan rəqəmsal transformasiya, markaların birtərəfli və əmrli şəkildə həyata keçirdikləri marketinq proseslərini tərsinə çevirdi. Müştəri məmnunluğunun həm satışdan əvvəl, həm də satışdan sonra əsas amil olması, həm məhsul, həm də qiymətə bağlı rəqabətin kəskinləşməsi, təbliğat kampaniyalarının çeşidinin artması cilovu istehlakçının əlinə verib. Təbii ki, brendlər və istehsalçılar satışlarını artırmaq üçün yeni marketinq üsulları hazırlamalı idilər. Təcrübəyə fokuslanan brendlərin zamanla ayrıldığı bu keçid dövründə "innovasiya" günümüzün ən vacib dəyişəninə çevrilib. Klassik marketinq üsullarının sonu artıq gəlib çatıb. Çünki istehlakçı davranışı hansı məhsulun harada, kimə, hansı qiymətə və hansı şəkildə satılacağını müəyyən etməyə başlayıb. Təbii ki, bunun satışdan əvvəlki proseslərdə də özünü göstərməsi qaçılmaz idi. Əslində, tədqiqat və inkişaf (ingiliscə: **Research and development** (**R&D**)) mərhələləri, istehsal xəttində edilən dəyişikliklər, məhsulun bazarda davamlılığının təmin edilməsi və başqa digər məqamlar da təbii olaraq bu dəyişiklikdən öz payını aldı.[1]

İdarəetmə innovasiyası təşkilatın idarəetmə proseslərini, strukturlarını və biznes təcrübələrini iş dünyasındakı dəyişikliklərə daha təsirli və bines dünyasındakı dəyişikliklərə uyğunlaşması anlayışı-

nı ifadə edir. Bu, şirkətlərin ənənəvi idarəetmə yanaşmalarından kənara çıxmaq və daha səmərəli, çevik və innovativ idarəetmə mədəniyyəti yaratmaq məqsədi daşıyır. İş mühitinin yenilənməsinə tətbiq olunan bu innovasiya tipi yeni təcrübələrin müəssisə daxlinə inteqrasiyasını özündə əks etdirir. Həmçinin departamentlərarası kommunikasiya baxımından, həm də müəssisə daxili idarəetmə və nəzarət mexanizmlərini təkmilləşdirmə baxımından innovasiyanın tətbiqi çox vacibdir. Qloballaşan biznes mühitində innovasiyanın tətbiqi həm zaman məfhumundan düzgün və səmərəli istifadə etməyə, korporativ mühitdə bütün səhmdarlarla müəssisə arasında əlaqələrin gücləndirilməsində və onların davamlılığının təmin edilməsində mühüm katalizator rolunu oynayır. Xüsusilə, müəssisələrimizin yenilənməsi prossesi müasir dövrümüzdə çox çətin bir prosses keçmişdir.

İnnovasiya prosesi problem/tələb təhlilindən başlayaraq ideyanın yaradılması, qiymətləndirmə və seçim, layihənin planlaşdırılması, məhsulun hazırlanması və sınaqdan keçirilməsinə qədər, məhsulun marketinqinə qədər sistemli addımları əhatə edir. Fərdi addımlar bir-biri ilə üst-üstə düşə bilər və sadələşdirilmiş innovasiya prosesini təmsil edən 3 geniş fazaya bölünə bilər (Cədvəl 1: Sadələşdirilmiş İnnovasiya Prosesinin Üç Fazası).



Cədvəl 1.

Ernst və Kim (2001) qlobal istehsal şəbəkələrini idarə edən üç qüvvə müəyyən etmişdir:

a) İqtisadiyyatın liberallaşdırılması və azad ticarət müqavilələri şəklində institusional dəyişikliklər

b) İnformasiya və kommunikasiya texnologiyalarının təsiri

c) Rəqabət və dəyişən sənaye təşkilatı (şəbəkələr)

Bu model bu gün də öz qüvvəsini saxlayır və sadəcə qlobal istehsal şəbəkələri üçün deyil, həmçinin yaxın keçmişdə geniş biznes mühitini əhatə edən "qlobal innovasiya şəbəkələri" üçün də tətbiq olunur. İqtisadi islahatlar və texnoloji tərəqqi, xüsusən də informasiya və kommunikasiya texnologiyalarında innovasiya prosesini bir neçə fərdi mərhələyə bölməyi və hətta tələb olunarsa, eyni vaxtda müxtəlif yerlərdə innovasiya fəaliyyətini həyata keçirməyi asanlaşdırıb.[3, səh.4-5].

Kiçik və iri şirkətlərin korporativ innovasiyalarla bağlı dinamikası fərqlidir. Kiçik müəssisələr cəld qərarlar qəbul edə və çevikliklərindən istifadə edə bilər, böyük şirkətlər isə daha çox resursa və qlobal əməliyyatlara malikdir. İnnovasiya hər iki şirkət növü üçün rəqabət üstünlüyü əldə etmək və böyümək üçün vacibdir. İnnovasiyaları strateji tətbiq etməklə şirkətlər müştərilərin ehtiyaclarına daha yaxşı cavab verə bilərlər. Daha böyük bizneslər, ümumiyyətlə, daha çox maliyyə və insan resurslarına malikdirlər. Bu, onlara böyük innovasiya layihələrini maliyyələşdirməyə və həyata keçirməyə kömək edir. Bundan əlavə, böyük şirkətlər tez-tez qlobal varlığa malikdirlər və müxtəlif bazarlarda əmə-liyyatlar aparırlar. Bu, qlobal miqyasda yeniliklər etmək imkanı verir. Kiçik bizneslər daha diqqətli və niş innovasiya layihələrinə müraciət edə bilərlər. Onların müəyyən bir niş bazarında və ya müəyyən bir innovasiya sahəsində ixtisaslaşmaq imkanı var. Bu, böyük şirkətlərin rəqabət üstünlüyü əldə edə bilməyəcəyi sahələrdə yenilik etmək imkanı təqdim edə bilər. Hər iki biznes növü korporativ innovasiyaları uğurla həyata keçirə bilər, lakin fərqli resurslar və imkanlar tələb edə bilər. İnnovasiya hər iki biznes növü üçün rəqabət üstünlüyü əldə etmək və davamlı inkişafı dəstəkləmək üçün vacibdir.

Təşkilatlar innovasiya və rəqabət üstünlüyü əldə etmək üçün müxtəlif idarəetmə təcrübələrini tətbiq edə bilər. Belə nümunələrdən biri şirkətlərin fəaliyyətini yaxşılaşdırmaq üçün strateji qərar kimi metastandartlar (Heras-Saizarbitoria və Boiral, 2013) olaraq da adlandırılan idarəetmə sistemlərinin (ingilisdilli ədəbiyyatda: MS (management systems)) və idarəetmə sistemi standartlarının (ingilisdilli ədəbiyyatda: MSS (management systems' standarts)) tətbiqi ola bilər. Bu cür standartlara misal olaraq Beynəlxalq Standartlaşdırma Təşkilatı (ISO) tərəfindən nəşr olunanları göstərmək olar: ISO 9001-ə əsaslanan keyfiyyət idarəetmə sistemi (ingilisdilli ədəbiyyatda: QMS (quality management systems)) standartı və ISO 14001-ə əsaslanan ətraf mühitin idarə edilməsi sistemi (ingilisdilli ədəbiyyatda: EMS (envorimental management systems)) standartıdır. Hər ikisi bir sıra təcrübələrə malikdir. Dünya üzrə sertifikatlaşdırmada nəzərəçarpacaq artım (QMS vəziyyətində bir milyondan çox və EMS vəziyyətində 285,000-dən çox: bax, ISO, 2013) var. Lakin son illərdə artım tempi yavaşlamışdır ki, güclü sertifikatlaşdırma ənənəsi olan ölkələrdə sektora aid MSS-lara uyğun sertifikatlar təqdim etməyə başladıqları üçün bunun aşağı düşəcəyi gözlənilir (Casadesús et al., 2008, Llach et al., 2011, Marimon və başqaları, 2011). Standartların təsiri və faydaları ədəbiyyatda dərindən təhlil edilmişdir (bax, məsələn, Gotzamani və Tsiotras, 2002, Karapetrovic et al., 2010) və təkmilləşdirilmiş daxili təşkilat, təkmilləşdirilmiş müştəri məmnuniyyəti və təkmilləşdirilmiş personal motivasiyası kimi müəyyən edilmişdir. İdarəetmə təcrübəsinin başqa bir nümunəsi ümumi keyfiyyətin idarə edilməsi modelidir ki, Ahire və Ravichandran (2001), Hoang (2006), Kim (2012) və Prajogo and Sohal (2001) kimi əvvəlki tədqiqatlarda bir model kimi müəyyən edilmişdir.[6, səh. 135]

Korporativ idarəetmədə innovasiyaların tətbiqi müəssisələrin davamlı rəqabət üstünlüyü əldə etmək və böyümək üçün strateji prioritetinə çevrilmişdir. İnnovasiya müəssisələrin məhsul və xidmətlərinin təkmilləşdirilməsində, xərclərin azaldılmasında və yeni bazarların araşdırılmasında mühüm rol oynayır. Bu təcrübə korporativ idarəetmə nəzəriyyələri və standartları çərçivəsində aparılmalıdır. Korporativ idarəetmə nəzəriyyələri bizə innovasiyaların biznesin baxışı və strategiyaları ilə necə uyğunlaşdırıla biləcəyini anlamağa kömək edir. Standartlar innovasiya proseslərini izləmək, ölçmək və qiymətləndirmək üçün lazım olan təlimatları təmin edir. Bu üç element birlikdə müəssisələrə innovasiyaları effektiv şəkildə həyata keçirməyə və davamlı rəqabət üstünlüyü əldə etməyə kömək edir.

Nəticə

Hal-hazırda iri korporasiyalarımız artıq qlobal idarəetmə sistemlərindən imtina etməyə başlayır. Onlar öz proqram təminatlarının yaradılması üçün çalışırlar. Bu nəticə etibarı ilə, onları hansısa qlobal şirkətlərdən asılılığını azaldır. Korporativ idarəetmə və innovasiyanın birləşməsi müasir iş dünyasında böyük əhəmiyyət kəsb edir. İnnovasiya müəssisələrin rəqabətədavamlı qalması və böyüməsi üçün əsas elementdir. İnnovasiyaların şirkətin idarəetmə proseslərinə inteqrasiyası biznes strategiyalarını təkmilləşdirmək və rəqabət üstünlüyü əldə etmək üçün vacibdir. Buraya liderlik, mədəni dəyişiklik, biznes prosesləri və insan resurslarının idarə edilməsi kimi müxtəlif sahələr daxildir. İnnovasiyaların qiymətləndirilməsi və ölçülməsi şirkətlərə bu prosesi effektiv şəkildə idarə etməyə kömək edir. Bununla belə, innovasiyaların korporativ idarəetmə ilə inteqrasiyası bəzi çətinliklər yarada bilər. Bu çətinliklərin öhdəsindən gəlmək üçün strategiyalar və həll yolları hazırlamaq lazımdır. Nəticədə, iş dünyasında korporativ idarəetmə və innovasiyanın uğurlu birləşməsi şirkətlərin gələcək uğurları üçün çox vacibdir. Ölkə üzrə bir sıra informasiya texnologiyaları layihələrinin həyata keçirilməsi, xaricdən gətirilən mütəxəssislərə müəyyən güzəştlər edilməsi bu sahədən iri korporasiyaların rahat istifadəsinə zəmin yaradır. Azərbaycan Milli Məclisində müzakirəyə çıxarılan yeni qanun layihələri İKT sahəsində fəaliyyət göstərən şirkətlərə, bu şirkətlərdə çalışan işçilərə, xarici vətəndaşlara 01 yanvar 2023-cü il tarixdən 10 il müddətinə mühüm vergi, sosial və miqrasiya güzəştləri təklif edir.

Ədəbiyyat:

1. https://www.endlessfairs.com/tr/blog/pazarlama-ve-inovasyon-arasindaki-iliski-nedir
2. İnovasyon yönetimi – Dr. Osman Yılmaz (1 Mart, Ankara 2020, Gazi Kitapevi)
3. Innovation via Global Route: Proposing a Reference Model for Chances and Challenges of Global Innovation Processes Rajnish Tiwari Stephan Buse Cornelius Herstatt July 2007, Working Paper No. 49 This Paper has been published in the "Proceedings of the Second International Conference on Globally Distributed Work" held by Indian Institute of Management, July 25-27, Bangalore, pp. 451-465

4. Kurumsal şirket yönetimi – Coşkun Can Aktan (ORGANİZASYON VE YÖNETİM BİLİMLERİ DERGİSİ Cilt 5, Sayı 1, 2013 ISSN: 1309 - 8039 (Online))
5. Maier Dorin – PRODUCT AND PROCESS INNOVATION: A NEW PERSPECTIVE ON THE ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT (December 2018-International Journal Of Advance Research And Innovative Ideas In Education 3(6):132-138)
6. Merce Bernardo – Integration of management systems as an innovation: a proposal for a new model (Journal of Cleaner Production Volume 82, 1 November 2014, Pages 132-142
7. Product Innovations and Business Relationships: Impact on Leather Industry Performance – Nizar Alam Hamdani, Sukma Nugraha, Teten Mohamad Sapril Mubarok (ICBLP 2019, February 13-14, Sidoarjo, Indonesia)
8. Ulusal Kurumsal Sistemler ve Ulusların İnovasyon Performansları – Tülay İlhan Nas(*) (1) Fatih Şahin

Murad SULTANOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,magistrant
mouradsoultanov@gmail.com

TƏLİM VƏ İNKİŞAF PROQRAMININ PROFESSİONAL MEHMANXANA HEYƏTİNİN FORMALAŞMASINDA ROLU

ROLE OF LEARNING AND DEVELOPMENT PROGRAM IN THE FORMATION OF PROFESSIONAL HOTEL STAFF

РОЛЬ ПРОГРАММЫ ОБУЧЕНИЯ И РАЗВИТИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ПЕРСОНАЛА ГОСТИНИЦЫ

Xülasə: Hal-hazırda qonaqpərvərlik sənayesinin inkişafı ilə əlaqədar olaraq hotellər sayı artmaqdadır və hər bir hotel digərindən göstərdiyi xidmətə və daxili siyasətinə görə seçilir. Göstərilən xidmətin keyfiyyət meyarlarından biri də hotel heyətinin təlim və inkişaf planını səmərəli qurulmasıdır. Məqalədə təlim və inkişaf siyasətinin mehmanxananın uğur planına təsirləri, qonaq məmnuniyyətinin artırılmasında rolu barədə məlumatlar öz əksini tapır. Həmçinin, qonaqpərvərlik sənayesində uğurlu karyera yolunun inkişafı üçün hotellər tərəfindən təşkil edilən təlim proqramları haqqında məqalədə göstərilmişdir.
Açar sözlər: *personal, təlim və inkişaf, hotel, bacarıq, qonaq məmnuniyyəti*

Abstract: The number of hotels is rising at the moment as a result of the growth of the hospitality sector, and each hotel is unique in terms of internal policies and services. The efficient creation of the hotel staff's training and development plan is one of the quality standards of the offered service. The article provides details on how the hotel's success strategy is affected by its training and development policies, as well as how it contributes to higher levels of visitor satisfaction. The article also discusses hotel-organized training courses that help readers build lucrative careers in the hospitality sector.
Keywords: *staff, training and development, hotel,skill, guest satisfaction*

Абстракт: В настоящее время количество отелей растет в результате роста сектора гостеприимства, и каждый отель уникален с точки зрения внутренней политики и услуг. Эффективное составление плана обучения и развития персонала гостиницы является одним из стандартов качества предлагаемых услуг. В статье подробно рассказывается о том, как на стратегию успеха отеля влияет его политика обучения и развития, а также как она способствует повышению уровня удовлетворенности посетителей. В статье также обсуждаются учебные курсы, организованные отелями, которые помогают читателям построить прибыльную карьеру в сфере гостеприимства.
Ключевые слова: *персонал, обучение и развитие, отель, навыки, удовлетворенность гостей*

Qonaqpərvərlik sənayesində göstərilən xidmətlərin əsas mahiyyəti qonaqlar üçün mənalı və yaddaqalan təcrübələr yaratmaq, onlara özlərini dəyərli olduqlarını hiss etdirməkdir. Bu xidmətlər yalnız mehmanxana otağının maddi texniki bazası və ya restoranda təklif olunan qida və içkilərin bahalılığı

və çeşidliliyi ilə məhdudlaşmır, qonağa xidmət zamanı bütün bunların xüsusi şəkildə servis olunmasından, qalıcı təəssürat buraxan anlar yaratmaqla xidmətər tamamlanmış olur. Qonaqpərvərliyin mərkəzində qonaqlara göstərilən xoş davranış səmimi ünsiyyət dayanır. Səmimi təbəssüm, isti salamlaşma qonaqlara özlərini sadəcə müəssisənin müştərisi kimi deyil, həm də dəyərli bir fərd kimi hiss etdirir, bu vəhdəti özündə birləşdirən mehmanxanalar qonaqları üçün qonaqpərvər atmosfer yaratmış olurlar. Bütün bu xidmətlər insan əməyinin köməyi ilə formalaşır. İnsan əməyi qonaqpərvərlik sahəsinin şah damarıdır və sənayenin hər bir sahəsinə canlılıq verir. Qonaqlara xidmətin təşkilinin ön hissəsindən əməliyyatların pərdəarxası aparılmasına qədər qonaqpərvərlik sahəsində kadrlar qonaq təcrübəsinin formalaşmasında mühüm rol oynayır. Personal hotelin ayrılmaz tərkib hissəsidir.

Hotelin müvəffəqiyyətin personalın işgüzarlığından və maraqlarından asılıdır [1,s.62]. Hoteldə göstərilən xidmətlərin hər biri özünəməxsus bacarıqlar tələb edən geniş rolları əhatə edir. Ləzzətli yeməklər hazırlayan kulinariya mütəxəssislərindən, qüsursuz təmizliyin təmin edilməsi kimi insan əməyinin müxtəlif bacarlıqlarının bir arada toplanması qonaqpərvərlik müəssisəsinin qüsursuz fəaliyyət göstərməsini təmin edir. Bu müxtəliflik sənayeni müəyyən edən çoxşaxəli istedadları birlikdə toplamağa sövq edir.Turistlərə xidmət göstərən mehmanxana personalı müvafiq peşəkar hazırlığa malik olmalı, xarici dil bilməli, nəzakətli, xoşrəftar, səliqəli xarici görünüşü olmalı, etik qaydalara, sanitar və gigiyenaya əməl etməlidir. Mehmanxana personalı uniformada, yaxasında nişan öz iş yerində olmalıdır [2,s.92]. Mehmanxana personalının vəzifəsi qonağın nömrədə yaşaması üçün estetik şərait yaratmaq, kompleks xidmət göstərmək, gözəl mühit yaratmaqdan ibarətdir. Xüsusiyyət, məqsəd və şəraitindən asılı olaraq mehmanxana personalının peşə etikası özünü göstərilən xidmətdə əks etdirir [2, s.145]. Komanda işi qonaqpərvərliyin əsasını təşkil edir. Müxtəlif departamentlərin birgə səyləri – ön ofis, inzibati, mətbəx işçiləri və s. – hər bir qonağın ehtiyaclarının uyğun şəkildə qarşılanmasını təmin edir. İşçi qüvvəsi arasında effektiv ünsiyyət və koordinasiya qonaqların unudulmaz və yaddaqalan təcrübəsini təmin etmək üçün vacibdir. Bu fikirlərə uyğun olaraq qeyd edə bilərik ki, qonaqpərvərlik xidmətləri birdəfəlik əməliyyat deyil, birgə əlaqələrin qurulması nəticəsində xidmətlərin təklif və servis olunmasıdır. Peşəkarlıq hər bir qarşılıqlı əlaqənin lütf və səriştə ilə aparılmasını təmin edir, inam və etibarlılıq mühitini gücləndirir.

Hoteldə İnsan Resursları (HR) departamenti işçi qüvvəsinin idarə edilməsində, pozitiv iş mühitinin yaradılmasında və təşviqində,əmək qanunlarına və qaydalarına riayət olunmasının təmin edilməsində mühüm rol oynayır. Hoteldə kadrlar departamentinin əsas funksiyaları və vəzifələri bunlardır:

İşə qəbul və Kadr seçimi:

- Şöbə rəhbərləri ilə birlikdə kadr ehtiyaclarını müəyyənləşdirmək;
- Vəzifə öhdəliklərinin bölüşdürülməsi və hazırlanması, müxtəlif kanallar vasitəsilə vakansiyaların paylaşılması;
- İş üçün müraciətləri dəyərləndirmək və ilkin seçimi müsahibələr vasitəsi ilə aparmaq;
- Müracitəçilər arasında uyğun namizədləri seçərək vakansiya bankının təşkilini həyata keçirtmək;
- Yeni işə qəbul olunanlar üçün orientasiya və adaptasiya proqramlarının təşkili;
- Yüksək potensiallı işçiləri müəyyənləşdirmək və karyera inkişaf planları hazırlamaq;
- Təşkilat daxilində yüksək səviyyəli istedadı saxlamaq üçün strategiyaları həyata keçirmək.

Təlim və İnkişaf:

- Yeni və mövcud kadrlar üçün təlim proqramları hazırlamaq və onların həyata keçirilməsini təmin etmək;
- Yeni işə başlamış əməkdaşlar üçün oriyentasiya və tanışlıq seansları təşkil etmək, onları hotelin mədəniyyəti, siyasətləri və prosedurları ilə tanış etmək;
- Peşəkar inkişaf və karyera yüksəlişi üçün imkanları müəyyənləşdirmək.

Əməkdaşlar arasında münasibətlərin təşkili:

- Pozitiv iş mühitini təmin etmək üçün işçilərlə münasibətlərin qurulması;
- İş yerindəki münaqişələri və ya mübahisələri həll etmək və sülhməramlı siyasətin təşkili;
- Məmnuniyyəti ölçmək və yaxşılaşdırılması üçün sahələri müəyyən etmək üçün müntəzəm işçi məmnuniyyəti sorğuları keçirtmək;
- İşçilərin fəaliyyətini qiymətləndirmək üçün performans qiymətləndirmə sistemlərini tətbiq etmək;

- Performansın qiymətləndirilməsi ilə bağlı işçilərə və menecerlərə nəticələrin çatdırılması;
- Performansın təkmilləşdirilməsi planlarının hazırlanmasına şöbə rəhbərlərinə köməklik göstərmək;
- İşçilərin cəlb edilməsi fəaliyyətlərini, komanda yaratmaq tədbirlərini və tanınma proqramlarını təşkil etmək;
- İşçilərin mənəviyyatını və motivasiyasını artırmaq üçün təşəbbüslər həyata keçirmək.

Hotellərdə müsahibə prosesi təkcə lazımi bacarıq və keyfiyyətlərə malik namizədin deyil, həmçinin də hotelin mədəniyyəti və xidmət standartlarına uyğun gələn namizədlərin seçilməsi üçün mühüm mərhələdir. Müsahibə mərhələsi namizədin seçilməsində xüsusi mövqeyə malikdir və otelin siyasətinə görə dəyişə bilər. Müsahibə zamanı namizədin aşağıdakı xüsusiyyətlərinə diqqət yetirmək lazımdır:

- Ünsiyyət yaratmaq bacarıqları, emosional müsbət əlaqə yaratmaq, reaksiya və qəbul etmə, aktiv qulaq asma, sual verə bilmək;
- Konflikt, aqressivlik, səbirli olmaq;
- Özünü idarə etmək;
- Ədəbli olmaq və nəzakətli olmaq;
- Liderlik bacarığı [3,s.105].

Uğurlu hotel fəaliyyətinin təşkili üçün hotel əməkdaşları davranış tənzimləmək məqsədi ilə hazırlanmış hotel daxili siyasətləri özündə birləşdirən sənədlərlə mütləq tanış olmalıdırlar.ərdir. Bu siyasətlər strukturlaşdırılmış və peşəkar iş mühiti yaratmağa kömək edir. Xüsusi siyasətlər hotelin ölçüsünə, yerləşdiyi yerə və təşkilat mədəniyyətinə görə dəyişə bilsə də,mehmanxana kadrları üçün ümumi tələblər müəyyən olunmuşdur. Bu tələblər aşağıdakı kimidir:

1. Ünsiyyətcil və xoşməramlı olmaq;
2. Münaqişəli vəziyyətdən çıxış yolu tapmaq;
3. Mehmanxananın intizam qaydalarına və vəzifə təlimatlarına riayət etmək;
4. Qonağa daim qayğı və diqqət göstərmək;
5. Qonağın hər bir şikayətinə təmkinlə qulaq asmaq;
6. Qonağa tam və dəqiq məlumat vermək;
7. Qonağın şəxsi həyatı ilə maraqlanmaq olmaz;
8. Qonaqla danışarkən ədəbli və nəzakətli olmaq;
9. Qonağa hörmətlə yanaşmaq [4, s. 50].

Bir çox hallarda kadr təminatı minimum səviyyədə ola bilər, belə hallarda hotellər təlimlər vasitəsi ilə öz mədəniyyətinə uyğunlaşmış kadrlar yetişdirə bilir.Təlim və inkişaf hotelin böyüməsi və uğurunun ayrılmaz hissəsidir. Bununla belə, təəssüf olsun ki, bəzi hotellər yeni əməkdaşlara təlimlərin keçirilməsi prosedurunu tamamlamır, sadəcə hotel haqqında məlumatları əməkdaşa ötürərək, onu iş arenasına çıxarır. Bu hal baş verdikdə hotel bir-biri ilə zəncirvari əlaqəli üç əsas neqativ halla üzləşə bilər. Xidmətə dair sualı olan qonaq məlumatsız işçiyə müraciət edərək sualına cavab ala bilməyəcək və ya tamamilə yanlış yönləndiriləcəkdir. Bu isə qonaqda neqativ təəssüratın formalaşmasına səbəb olacaq və o, hotelin xidmət səviyyəsindən narazı qalacaq və nəhayət şikayətini rəhbər şəxslərə çatdıracaqdır. Səhvi ucbatından günahlandırılan işçi isə öz növbəsində hoteldən narazı qalacaqdır və beləliklə həm işçinin, həm də qonağın təsəvvüründə hotelin xidmət səviyyəsi minimum qiymətləndirilmiş olacaqdır. Tədqiqatlar göstərir ki, təlim proqramları işçilərin məmnuniyyətini, işçilərin mənəviyyatını və işçilərin işdə qalmaq istəyini artırır, işdənayrılma və ayrılan işçi əvəzinə yeni işə qəbul nisbətlərini isə azaldır. Təlimin bilikləri təkmilləşdirdiyi və öz növbəsində biliklərin qonaqpərvərlik biznesi ilə bağlı fəaliyyətlərin çatdırılmasını yaxşılaşdırdığı göstərilmişdir [5,s.4]. Təlimlərin keçirilməsi özü iştirakçılara heyrətamiz müştəri xidməti göstərməyə kömək etmək üçün bacarıq və motivasiya ünsürlərini göstərməyə fokuslanmışdır. Unutmayaq ki, qonağa göstərilən hər bir keyfiyyətli xidmət və qonağın xidmət haqqında xoş və yaddaqalan təcrübəsi mehmanxana məhsul və xidmətlərə qonağın sadiqliyi və yenidən seçimi ilə nəticələnir. Demək olar ki, hər il texnologiyanın sürətli inkişafı ilə əlaqədar olaraq təlimlərin keçirilmə növləri və formaları dəyişir və ya yeniləri meydana gəlir. Onlar arasında qərar vermək adətən nəzərdə tutulan təlim proqramının məqsədlərindən və auditoriyadan asılıdır. Təlim situasiyalı bir prosesdir, buna görə də hər bir vəziyyət üçün fərqli bir metodun seçilməsi olduqca zəruridir. Bəzi məqsədlərə bir üsulla asanlıqla nail olmaq mümkün olsa da, digər məqsədlər üçün başqa üsullar tələb oluna bilər.

Bir şirkətin rəqib arenada sağ qalması üçün qarşısına ən səmərəli strateji məqsədlər qoymalı, bu məqsədlərin həyata keçirilməsi üçün ehtiyacları müəyyən etməli, işçilərini öyrətməli, onların inkişafına sərmaye qoymalı və onlara müvafiq bilik və bacarıqlar verməlidir. Hər hansı bir təşkilatın uğurlu təlim proseduruna sahib olması üçün işçiləri bacarıqlarını təkmilləşdirməyə həvəsləndirməli və sonradan öyrəndiklərini mükafatlandırmalıdır [6,s.30].

Hotel işçiləri üçün təlim proqramlarının təşkilinin mahiyyəti qonaqpərvərlik sənayesinin xüsusi ehtiyaclarına, çətinliklərinə və məqsədlərinə cavab vermək üçün öyrənmə təcrübələrini paylaşmaqdan və təkmilləşdirməkdən ibarətdir. Təlim məzmunu mütləq şəkildə hotel daxilindəki müxtəlif rollara, komandalara fokuslanmalıdır və zəruri hallarda hər biri üçün ayrı-ayrılıqda təlim sessiyaları təşkil olunmalıdır. Belə təlimlər işçilərə əldə etdikləri bilik və bacarıqları bilavasitə gündəlik öhdəliklərinə tətbiq etməyə kömək edir. Bir çox hallarda hotel əməkdaşları qonaqların spesifik ehtiyaclarını ödəmkdə unikal problemlərlə üzləşir. Xüsusi hazırlanmış təlim proqramları qonaqpərvərlik sektorunun incəliklərinə xas olan praktik həllər və strategiyalar təqdim etmək bu problemləri birbaşa həll edə bilər. Müştəri xidməti, ünsiyyət və qonaq təcrübəsi kimi sahələrə diqqət yetirmək üçün təlim mövzularını uyğunlaşdırmaqla, hotellər qonaqların məmnunluğunun artırılmasına birbaşa təsir göstərə bilər. Məmnun qalmış qonaqlar daha çox təkrar müştərilərə çevrilir və otelin reputasiyasına müsbət töhfə verirlər və potensial digər müştərilərin hotel xidmətlərindən yararlanmalarında birbaşa iştirak edirlər. Xüsusi hazırlanmış təlim proqramları hotel daxilindəki xüsusi əməliyyat səmərəsizliyini aradan qaldırır. Həmçinin, təlim proqramları işçilərin xüsusi ehtiyacları və karyera istəkləri nəzərə alınmaqla tərtib edildikdə, bu, əməkdaşda hotelə qarşı dəyər və bağlılıq hissini artırır. İşçilər təşkilatın onların peşəkar inkişafına sərmayə qoyduğunu gördükdə daha çox həvəslənir və öz rollarına sadiq olurlar. Xüsusi hazırlanmış təlim proqramları hoteldə pozitiv iş mədəniyyətinin inkişafına kömək edir. İşçilər dəstək hiss etdikdə və ehtiyac duyduqları bacarıqlarla təchiz olunduqda, bu, mənəvi, komanda işini və ümumi iş məmnunluğunu artıraraq daha da məhsuldar edir. Təlimlərin təşkilinin əsas məqsədi əslində, mehmanxana sənayesinin və onun işçi qüvvəsinin unikallığını öyrənməkdən və öyrətməkdən ibarətdir. Buradan da göründüyü kimi,təlimlərin təşkili yalnız qonaqpərvərlik sənayesinin xüsusi tələblərinə cavab verən deyil, həm də işçilərə öz rollarında üstün olmağa və hotelin uğuruna töhfə verməyə imkan verən öyrənmə mühiti yaratmaqdır.

Qeyd edildiyi kimi, hotel işçiləri üçün təlimlər qonaqpərvərliyin, müştərilərə xidmətin və əməliyyat mükəmməlliyinin müxtəlif aspektlərini əhatə etməli və hərtərəfli olmalıdır. Hər bir hotel işçisinin mütləq olaraq təlimatlandırılmalı olduğu mövzular aşağıdakı kimidir:

- **Qonaqlarla ünsiyyətin qurulması və məmnunluğun formalaşdılması –** Qonaq ehtiyaclarını ifadə etməzdən professional heyət əvvəlcədən onları anlamalı və başa düşməli, qonağa təklif üçün xidmətlər paketi yaratmağı bacarmalıdır.Bu təlimin əsas məqsədi işçi heyətinə qonaq tipləri, onlarla ünsiyyətin qurulması, stresin idarəolunması öyrədilir. İşçiləri qonaq təcrübəsini fərdiləşdirməyə həvəsləndirmək məqsədi daşıyır. Burada, əməkdaşlara qonaqların sevimli otaq parametrləri və ya pəhriz məhdudiyyətləri kimi məlumatların qonağın hoteldə təcrübəsinə müsbət təsir üstünlükləri izah edilir. Otaqda əlavə dəsmalların olmasından tutmuş yerli görməli yerləri təklif etmək, qonaqlarla effektiv ünsiyyətin qurulma qaydaları əməkdaşlara video,audio və yazılı məlumatlar vasitəsi ilə çatdırılır. Əsas motivi qonaqlara yüksək xidmət və keyfiyyət yönümlü biznes mühitində "insan bacarıqları" şəxsi və təşkilati uğur üçün çox vacibdir. Doğru qonaq xidmətlərinin göstərilməsi üzrə təlim seminarı hotel personalına peşəkarlıqla ünsiyyət qurmaq, qonaqlar arasında hörmət qazanmaq, müştəri münasibətlərini artırmaq və müştəri xidməti mükəmməlliyi vasitəsilə ümumi rəqabət üstünlüyünü təmin etmək üçün lazım olan bacarıqları əldə etməsinə köməklik göstərir.
- **"Soft skills" təlimi –** bu bacarıqlar üzrə təlim işçinin texniki qabiliyyətinə yönəlmiş sərt bacarıqlardan fərqli olaraq ünsiyyət, komanda işi və problem həlli kimi bacarıqların inkişafına yönəlmiş təlimdir. Təlimin sillabusuna emosional zəka, müsbət münasibət və təşəbbüs göstərmək daxildir. Texniki bacarıqlardan fərqli olaraq, yumşaq bacarıqlar sənaye və ya rola aid deyil, şəxsiyyət və davranışla əlaqəli bacarıqlardır. Məlumatların təhlili, hesabat vermə və ya riyazi bacarıq kimi çətin bacarıqlar nisbi asanlıqla öyrədilə bilsə də, yumşaq bacarıqlar təlimi daha çətin olur, çünki bu, insanın psixiloji tipinə uyğun olaraq ona tam zidd xüsusiyyətlər ola bilər. Ünsiyyət və

komanda işi kimi mühüm bacarıqların inkişaf etdirilməsi iş yerində daha güclü və effektiv əlaqələr qurmağa və əməkdaşlığı gücləndirməyə kömək edə bilər,bunun nəticəsində komanda məhsuldarlığı daha yüksək səviyyədə olur. Əməliyyatların səmərililiyi və xərclərə qənaət üçün vaxtın doğru idarə edilməsi vacibdir. Bir işə çox vaxt sərf etmək və ya digər qonaqlara laqeydlik göstərmək səmərəsizliyə və qonaqların narazılığına səbəb ola bilər. İşçilərə vaxtlarını ən yaxşı şəkildə idarə etməyi və müxtəlif tapşırıqları yerinə yetirməyi öyrətmək üçün yumşaq bacarıqlar təliminin tətbiqi işçilərin mənimsəməsi üçün çox faydalı bir bacarıqdır.

- **Texniki bacarıqlar təlimi –** Texniki Bacarıqlar gələcəkdə hotel daxilində yüksək vəzifələrə qalxmaq üçün vacib bacarıqlardan hesab edilir. Hotel əməkdaşlarına texniki bacarıqlarının vasitəsi ilə rollarını müvəffəqiyyətlə yerinə yetirmək üçün təchiz olunmalarını təmin etmək vaxtaşırı bu təlimlərin keçiriməsi vacibdir. Hotelin müasir dövrdə tanınmasında sosial medianın önəmi böyükdür, bunun üçün personala marketinq strategiyaları, alətləri öyrədilməli və biliklər mütəmadi olaraq təkmilləşdirilməlidir. Güclü sosial media strategiyasının qurulmasını bacaran işçimüxtəlif zamanlarda iş məqsədi ilə marketinq məzmunu yaratmağa kömək edə bilər. Bu təlimin digər əsas mövzularından biri də Hotel PMS təlimidir. Mastering Hotel Front Desk (Basic-Advanced) gələn qonaqların sistem üzərində şəxsi işlərinin yaradılması və qonaq məlumatlarının yoxlanılmasını öyrənmək üçün nəzərdə tutulmuş kursdur. Bu kursda əməkdaşlara giriş rezervasiyaları yaratmaq və qeydiyyatı ləğv etmək və s. Kimi Qonaq qəbulu və qeydiyyatı üzrə texniki bacarıqlar tədris olunur. Bu təlim proqramına uyğun olaraq işçilərə bir sıra bacarıqlara yiyələnirlər:
- Search Arrival – Qonaq gəlişinin sistemə indentifikasiyası;
- Guest Check In – Qonaqların hotelə qəbulu və yerləşdirilməsi;
- No Post and Interface Privileges;
- Reservation Walk In – Kənardan gələn qonaqların rezervasiyası;
- Cancel Check In – Qeydiyyatların ləğv edilməsi [7,s.19].

  Bununla yanaşı otaqların sistem üzərində dəyişilməsi, pul məlumatlarının, qonaq seçimlərinin daxil edilməsi və s. funksiyalar əməkdaşlara öyrədilir. Təlim birbaşa olaraq mütəxəssis tərəfindən keçirilir. Bu təlimlər daxili və xarici formada keçirilə bilir, professional təlimçi tərəfindən keçirildikdə əməkdaş beynəlxalq sertifikatla təmin olunur.
- **Satış üzrə təlimlər –** Mehmanxanada satış təlimi personal üçün xidmətlərin effektiv şəkildə təşviq edilməsi, təkliflərin artırılması və gəlirin artırılması üçün çox vacibdir. Hotelin missiyasını, dəyərlərini və məqsədlərini satış zamanı qonaqlara çatdırılması oldquca vacibdir. Satış təlimində əməkdaşlara Satış bölməsinin digər departamentlərlə əlaqələri və doğru satış üçün komanda birliyinin vacibliyi çatdırılır. Bu, bütün şöbələr arasında birliyi və uyğunluğu gücləndirir, hamının eyni məqsədlərə doğru çalışmasını təmin edir. Hotel departamentlərinin əməliyyatlarının bir-birindən çox asılı olduğunu nəzərə alsaq, şöbələrin xidmətlərin satışı zamanı birgə fəaliyyətin əməkdaşlar arasında mədəniyyət formalaşdırılması vacibdir. Əməkdaşlar özləri də, xidmət zamanı qonaqlara xidmətlərin təklifi və satış etməyi bacarmalıdır. Şübhəsiz ki, satış qonaqpərvərlik sənayesində bir sənətdir və qonaq təcrübəsini artırarkən gəliri əhəmiyyətli dərəcədə artıra bilər. Əməkdaşlar hotelin təklif etdiyi müxtəlif otaq növləri, xidmətlər və imkanlar barədə geniş məlumata sahib olmalıdırlar. Personal nə qədər məlumatlı olarlarsa qonaqlara digər xidmətləri daha yaxşı təklif edə bilərlər. Uğurlu satış təkcə gəliri artırmır, həm də qonağın otel haqqında qavrayışını artırır, potensial təkrar ziyarətlərə və ağızdan-ağıza müsbət tövsiyələrə səbəb olur.
- **HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) təlimi –** qonaqpərvərlik sənayesində qida təhlükəsizliyinə sistemli profilaktik yanaşmadır. Qida ilə məşğul olan bütün işçilər – aşbazlar, mətbəx köməkçiləri, serverlər,ofisiantlar – HACCP təlimindən keçməlidirlər.Onları gigiyena, qida ilə düzgün davranma, temperatura nəzarət və sanitar qaydalara dair maarifləndirin. Çirklənmə və ya xarab olma kimi qida ilə bağlı fövqəladə halları idarə etməyə işçiləri hazırlayır və bu cür halları idarə etmək üçün protokollar hazırlama qaydaları əməkdaşlara öyrədilir. İşçilər aşağıdakı məlumatları bu təlim vasitəsilə mənsimsəyirlər:
- Qida xidməti sistemində nəzarət nöqtələri. HACCP prinsipləri və planı
- Temperatur təhlükə zonası anlayışı;
- Qidaların çirklənməsinin, infeksiyaların və intoksikasiyaların səbəbləri;

- Qida müəssisəsində zəruri olan şəxsi sağlamlıq və gigiyena qaydaları;
- Menyunun planlaşdırılması və satınalma nəzarət nöqtələr;
- Ehtiyatların təsnifatı, daimi və fiziki inventar sistemləri və digər inventar nəzarət tədbirləri;
- Hotel daxilində qida təhlükəsizliyi ilə bağlı xüsusi narahatlıqlar və risklərin azaldılması;
- Nəzarət məntəqələrində saxlama və xidmət məntəqələrində qidanın mühafizəsi tədbirləri;
- Avadanlığın düzgün istifadəsi və onlara qulluq;
- Qida xidməti əməliyyatlarında təmizləyici maddələr və dezinfeksiyaedicilərin xarakteristikası, istifadə qaydaları barədə məlumatlanmaq.

HACCP təlimi yüksək qida təhlükəsizliyi standartlarını qorumaq, qonaqların rifahını təmin etmək və hoteldə qida yoluxucu xəstəliklər və ya insident riskini minimuma endirmək üçün vacibdir.

Ədəbiyyat:

1. Ağakərimov M.M, Hotel Menecmenti, Bakı, 2016, s.62
2. Ağakərimov M.M, Mehmanxana təsərrüfatı, Bakı, 2005, s.92,145
3. Ağakərimov M.M Otel, Bakı, 2008, s.105
4. Ağakərimov M.M Mehmanxanada Ön Büro, Bakı, 2013, s.50
5. Prasanth S., Training and Development in the hotel industry, India, 2015, s.4
6. Shamim A., Importance of Training in Hotel industry, Cyprus, 2013, s.30
7. OPERA PMS Reference Manual, Columbia,2006, s.19
8. https://sjihmct.ac.in/haccp/

Fərid ƏHMƏDLİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant 0553133548f@gmail.com

REGİONAL MEHMANXANA XİDMƏTLƏRİ BAZARININ İDARƏ EDİLMƏSİ PROBLEMLƏRİ

PROBLEMS OF MANAGEMENT OF THE REGIONAL HOTEL SERVICES MARKET

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫМ РЫНОКОМ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Xülasə: Qonaqpərvərlik sənayesində ən əhəmiyyətli sahələrdən biri turistlərin yerləşdirilməsidir. Bu baxımdan qonaqpərvərlik sənayesinin inkişafı birbaşa mehmanxana xidmətləri bazarı ilə əlaqəlidir. Ölkəmizdə qeyri-neft sektoru olan turizm fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsi başlıca hədəflərdən biridir. Məqalədə regional səviyyədə mehmanxana fəaliyyətinin mövcud vəziyyətinin təhlilinin aparılması, ölkəmizdə qonaqpərvərlik sənayesinin inkişaf perspektivlərinin müəyyənləşməsi və regional mehmanxana xidmətləri bazarının idarə edilməsi problemlərinin tədqiqi kimi məsələlərdən bəhs olunmuşdur.

***Açar sözlər**: region, mehmanxana xidmətləri bazarı, qonaqpərvərlik sənayesi, problem*

Abstract: One of the most important areas in the hospitality industry is the accommodation of tourists. In this regard, the development of the hospitality industry is directly related to the market of hotel services. Development of non-oil sector tourism in our country is one of the main goals. The article discussed issues such as the analysis of the current state of hotel activity at the regional level, the determination of the development prospects of the hospitality industry in our country, and the study of the management problems of the regional hotel services market.

***Keywords**: region, hotel services market, hospitality industry, problem*

Абстракт: Одним из важнейших направлений индустрии гостеприимства является размещение туристов. В связи с этим развитие индустрии гостеприимства напрямую связано с рынком гостиничных услуг. Развитие ненефтяного сектора туризма в нашей стране является одной из главных целей. В статье рассмотрены такие вопросы, как анализ современного состояния гостиничной деятельности на регио-

нальном уровне, определение перспектив развития индустрии гостеприимства в нашей стране, исследование проблем управления региональным рынком гостиничных услуг.

Ключевые слова: *регион, рынок гостиничных услуг, индустрия гостеприимства, проблема*

Müasir dövrdə innovasiya və yeni texnologiyaların mehmanxana sənayesinə tətbiqi onun inkişaf etdirilməsi baxımından mühim əhəmiyyət kəsb edir. İnnovasiya və yeni texnologiyaların tətbiqi idarəetmə sistemindədə xüsusi rol oynayır. Mehmanxananın idarəetmə sisteminin dəyişdirilməsi yaxud yeni dövr texnologiyalarına uyğunlaşdırılması idarə etmədə həm mənfi, həm də müsbət halların yaranmasına gətirib çıxarır.

Müasir günümüzdə Azərbaycanda turizm sahəsini iqtisadiyyatın yüksək gəlir gətirən sahəsinə çevirmək, həm sosial, həm də ekoloji tələblərə cavab verə biləcək səmərəli, rəqabət qabiliyyətli müasir turizm sahələri yaratmaq, bu sahədə yeni və müasir standartlara cavab verən iş yerlərinin yaradılmasını təşkil edilməsi qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi üzrə əsaslı hədəfdir.

Növbəti illərə də xas olan bu sahələr ölkəmizin sosial - iqtisadi inkişafı ilə əlaqəli müxtəlif illərdə qəbul edilən dövlət proqramlarında öz əksini tapıb.

Ölkədə rəqabətə davamlı turizm sahələrinin və turizm sənayesinin təşkil olunması, mövcud turizm müəssisələrinin beynəlxalq standartlara uyğun olaraq tərtib olunması, turizm sahəsi üzrə alternativ imkanların hazırlanması tutulmuşdur. Ümumiyyətlə, bu məqsəd üzrə turizm sahəsinin inkişafı ilə əlaqəli bölgələrdə nəzərə çarpacaq dərəcədə işlər görülüb. Amma qarşıda görülməli olan cari iş öhdəlikləri də hələ ki, az deyil.

Turizmin əsas göstəricilərindən biri gecələmə məkanlarının – mehmanxanaların mövcud olmağıdır. Hal-hazırda nəinki Bakıda, artıq ölkənin müxtəlif region və ərazilərində yüksək səviyyəli mehmanxanalar inşa edilərək istifadəyə verilmişdir. Müasir günümüzə demək olar ki, ölkənin hər bölgəsində turistləri qarşılayacaq mehmanxanalar vardır ki, bunu da öz nailiyyətimiz kimi qiymətləndirmək olar. Digər tərəfdən, Bakını respublikanın regionları ilə əlaqələndrən nəqliyyat yollarının yüksək standartlara uyğun olaraq yenidən qurulması da öz növbəsində yüksək addım kimi qiymətləndirilməlidir. Təbii ki, görülən müvafiq işlərlə yanaşı, həlli önəmli olan bir neçə tematik problemlər də mövcuddur. Mehmanxanalarda qiymət səviyyəsinin yuxarı olması, turistlərə göstərilən xidmət səviyyəsinin dünya standartlarından kənar olması, ekskursiya xidmətlərindəki çatışmazlıqlar və s. kimi bir sıra tematik problemlər hələ də öz həllini gözləyir.

Hazırda var olan turizmin növlərindən olan yalnızca kosmik turizmi çıxmaqla, digərlərini ölkəmizdə inkişaf etdirmək və bu sahələrdən gəlir qazanmaq mümkündür. Bu növlərin sırasında ən çox ehtiyat kənd turizmindədir. Ölkədə 4,253 kənd yaşayış məntəqəsi mövcuddur ki, bunun da əksəriyyəti yaşıllıqlar əhatəsində və ya dağlıq zonalarda məskunlaşmış kəndlərdir. Bu baxımdan, ölkədə kənd turizminin inkişafı üçün böyük imkanlar mövcuddur. Hazırda bu sahədə ən böyük problemlərdən biri kənd yerlərində hotellərin olmaması və ya çox az olmasıdır.

Hotel sənayesi hər zaman çiçəklənən bir iqtisadi subyektdir. Statistika göstərir ki səyahət və turizm sahəsi hər il artmaqda davam edir. Səyahətçilər həmişə istək və tələblərinə uyğun mükəmməl bir yer axtarırlar. Yaşayış yerlərinə çox yüksək tələbat olduğundan, bu sahədə rəqabət də adekvat olaraq yüksəkdir. Turistlərin daha çox maraq göstərdiyi səyahət yerlərində bir biri ilə rəqabətdə olan yüzlərlə otelləri görə bilərsiniz. Yüksək rəqabət bu sahədə böyük bir problemdir. Yüksək mənfəət əldə etmək üçün yeni və ya mövcud rəqiblər xidmət tariflərini əhəmiyyətli dərəcədə azalda bilər və ya daha çox rahatlıq və yüksək xidmət təmin edə bilər, eyni zamanda bazarlarda yeni imkanlar təklif edərək onları əhəmiyyətli dərəcədə genişləndirə, təkmilləşdirə və ya tətbiq edə bilər. Hazırda ölkəmizdə “turizm bumu”nun müşahidə edildiyi bir şəraitdə yerləşdirmə yerləri arasında ədalətli rəqabətin təmin edilməsi istiqamətində işlər görülməkdədir [2; s.54].

Dünyada günü-gündən inkişaf edən elmi texniki tərəqqinin, texnologiyanın iş proseslərinə tətbiqi otellərin bazarda yerləşməsini, fəaliyyətini onlayn rejimdə aparmaq üçün hədsiz imkanlar yaratmışdır. Hələ də ölkəmizdə köhnə marketinq təcrübələrini təqib edən otel və qonaq evləri fəliyyət göstərir. Zəif və müasir tələblərə cavab verməyən marketinq siyasətinə görə satışın artması və yeni yaradılan brendin tanınması ciddi problemə çevrilir. Mövcud tendensiya göstərir ki, hotellər iş yükünü asanlaşdırmaq, müştəri sayını bununla da mənfəətlərini artırmaq və investisiyaların cəlb edilməsi üçün müasir marketinq üsullarından və inkişaf etmiş otel şəbəkələrinin idarəetmə təcrübələrindən yararlanmağa

maraq göstərirlər. Müasir zamanın tələblərinə uyğun olaraq hotellər, potensial müştərilərinə çatmaq və mənfəət əldə etmək üçün rəqəmsal marketinq və sosial media proqramlarından, eləcə də onlayn texnologiyalardan istifadə etməlidir.

Hazırda dünya təcrübəsində hotellərin əsas problemlərindən biri istifadə edilən enerji ilə əlaqədardır. Dünya təcrübəsindən irəli gələrək qeyd edə bilərik ki, müvafiq problem Azərbaycanda fəaliyyət göstərən hotel biznesi üçün də əhəmiyyət kəsb edə bilər [4; s.127].

Yenilənə bilən və ekoloji cəhətdən təmiz enerji qaynaqlarına investisiya etmək hotel sənayesinin ümumi mənfəət marjasını yaxşılaşdırmağa kömək edə bilər. Turistlər əsasən adi bir hotel otağına deyil, ətraf mühitə uyğun mehmanxanada yerləşməyi üstün tuturlar. Bu gün dünyada yüksələn elektrik qiymətləri və karbon emissiyalarını azaltmaq üçün artan təzyiq sayəsində enerji qənaəti hotellərin prioritet siyahısında birinci yerdədir. Hotel sənayesində effektiv enerji idarə edilməsi üçün iki həll yolu seçilə bilər. Birincisi, enerji istehlakının azaldılması və elektrik avadanlıqlarının qorunması üçün elektrik gücünün azaldılması və işləyən gərginliklərin optimallaşdırılmasıdır. Digəri isə, otaqların istifadəsinə görə cihazları açan və söndürən enerji idarəetmə sistemlərinin tətbiqi problemin həllinə kömək edə bilər [1; s.91].

Təklif edilən xidmətin, o cümlədən qidaların keyfiyyətinin aşağı olması, işçi heyətinin professional olmaması ilə hotellərin fəaliyyətinə mənfi təsir edir. Yerləşdiyi ərazidə aşağı keyfiyyətli xidmət təklif etməklə müştərilərlə arzuolunmaz bir tanışlıqdan sonra, hər hansı bir hotelin bazarda yenidən yaxşı mövqe qazanması çox çətindir. Bir hotel sahibinin nəzər nöqtəsində müştəri məmnuniyyəti keyfiyyətli qidalar, cəlbedici imkanlar, maraqlı əyləncə və s.kimi əsas hotel fəaliyyətlərdən ibarət ola bilər.

Professional aşpazların, işçilərin və menecerlərin işə cəlb edilməsi, xüsusilə kiçik hotel biznesi üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Hazırda ölkəmizdə əsasən də, regionlarda hotelçiliyin əsas problemlərindən biri ixtisaslı kadrların çatışmazlığı ilə bağlıdır. Dəbdəbəli yaşayış təminatçıları olan böyük şəbəkələr, beşulduzlu hotellər yüksək qiymətlərlə peşəkar aşpazlar işə götürür, idarəçiliyə təcrübəli menecerlər cəlb edirlər. Bazardakı rəqabətə davam gətirmək üçün aşağı büdcəli hotellərin professional işçi qüvvəsini cəlb etməsi isə onların imkanları xaricində olduğundan ciddi bir problemə çevrilir [3; s.89].

Hotellər tərəfindən keyfiyyətindən asılı olmayaraq, təklif edilən xidmət son istifadəçilər üçün əlverişli olmalıdır. Yüksək xidmət dərəcələri qonaqları rəqiblərə yönəldə bilər. Xidmət dərəcəsi otellərin imkanları ilə uyğun olmalıdır. Hazırda Azərbaycanda hotel qiymətləri kifayət qədər yüksəkdir. Bu səbəbdən daxili turizm istənilən səviyyədə inkişaf edə bilmir. Azərbaycanda fəaliyyət göstərən otellər yaxın qonşumuz olan Gürcüstandakı hotellərlə rəqabət apara bilmir. Gürcüstan hotellərində qiymətlərin əlçatan olması Azərbaycanlı turistləri qonşu ölkəyə cəlb edir ki, bu da respublikamızda turizm sənayesinin milyonlarda manat gəlirlərdən məhrum olmasına səbəb olur.

Hotel otağının təmiz, qoxusuz, ekoloji cəhətdən təmiz yerdə yerləşməsi və geniş şəraitə malik olması qonaqlama biznesinin ən vacib elementlərindən biridir. Qonaqpərvərlik müəssisələri adətən müştərilər tərəfindən seçilmiş saat və tarixlərdə işlədiyindən, bəzih otellərdə heyətin təmizliyi təmin edə bilməsində müəyyən problemlər meydana çıxır. Azərbaycanda fəaliyyət göstərən qonaqlama müəssisələrinin əsas diqqət etməli olduğu problemlərdən biri təmizliyə riayət edilməsidir. Problemin aradan qaldırılması üçün beynəlxalq təcrübədə bəzi hotel şəbəkələri hətta peşəkar təmizləmə xidmətlərindən də istifadə edir.

Müasir dövrdə hotellərə olan tələblərdən biri də nəqliyyat vasitələri ilə təmin edilməsidir. Böyük hotel şəbəkələri istisna olmaqla hazırda respublikamızda kiçik və orta hotelçilik fəaliyyətinin əsas problemlərindən biri nəqliyyat vasitələri ilə təmin olunmamasıdır [5; s. 77].

Hotellər, şəhərin əsas turistik yerlərindən, və ya müəyyən toplama nöqtələrindən qonaqlarının daşınması üçün həftənin yeddi günü, günün 24 saatı fəaliyyət göstərən nəqliyyat vasitələri ilə təmin olunmalıdır. Hotellər qonaqlarının daşınması üçün peşəkar nəqliyyat şirkətlərinin xidmətlərindən də istifadə edə bilər. Kiçik bir kabin / van da hotel biznesinin idarə olunmasında böyük bir dəyişiklik edə bilər. Uzaq mənzildə yerləşən mehmanxanaların nəqliyyat vasitəsi ilə təmin olunması xüsusilə həytati əhəmiyyət kəsb edir.

Hazırda əksər hotellər tərəfindən ümumi xərclərin azaldılması üçün risklərin və təhlükəsizliyin idarə edilməsinə kifayət qədər diqqət ayrılmır. Qeyd etmək lazımdır ki, risklərin idarə edilməsi, onla-

rın azaldılması və ya aradan qaldırılması yaxın gələcəkdə şirkətlərin pula qənaət etməsinə, gözlənilməz xərclərdən azad olmasına şərait yaradır.

Hotel sənayesi hüquq pozuntularından və cərimələrdən qorunmaq, gözlənilməz hadisələrdən sığortalanmaq, biznes davamlılığını təmin etmək, maliyyə və reputasiya itkilərindən azad olmaq üçün effektiv daxili və ya kənar risklərin azaldılması proqramlarını təsbit etməlidirlər.

Zəif təşkil edilmiş və ya qeyri adekvat tətbiq olunan hotel təhlükəsizlik proqramı korporativ mənfəətə birbaşa mənfi təsir göstərə bilər. Bir çox şirkətlər bu səbəbdən mövcud otaq başına olaraq aşağı gəlirlə üzləşir və şirkətdə xərclərin azaldılması proqramlarının qəbul edilməsi təşəbbüslərinin yaranmasına və icra edilməsinə səbəb olur [6; s. 101].

Risk idarəetmə qaydaları hotel sektorunda olduqca universaldır və kifayət qədər sadədir. Əksər hallarda yerləşdiyi regionun, ölkənin və idarə edilən obyektin xüsusiyyətləri əsaslanan müəyyən dəyişikliklər ola bilər. Effektiv bir risk idarəetmə proqramının yaradılması üçün əsas amillər bunlardır:

– Fəaliyyəti zamanı daha çox problemlər və ya insidentlər meydana çıxan, maliyyə itkilərinə səbəb olan seqmentlərin müəyyənləşdirilməsi;
– Brendin reputasiyasına zərər gətirə biləcək elementlərin müəyyən edilməsi;
– Qanun və hüquq pozuntularına, cinayətlərə səbəb ola biləcək siyasət və prosedurların və ya sistem çatışmazlıqlarının müəyyən edilməsi.

Müasir dövrdə otelçilik fəaliyyəti üçün əsasən aşağıdakı təhlükəsizlik problemləri aktualdır:

1. Ümumi oğurluq və digər cinayət;
2. İctimai zorakılıq;
3. Terrorizm;
4. Silahlı quldurluq;
5. Kredit kartı fırıldaqçılıq;
6. Kiber cinayət problemləri;
7. Kimlik oğurluğu;
8. Qadınlara qarşı cinayətlər;
9. İrqçi ayrı-seçkilik;
10. Qida zəhərlənməsi təhlükəsi.

Azərbaycanda hotelçilik fəaliyyətinin əsas problemlərindən biri qonaqların əyləncəsinrə diqqət ayrılmamasıdır. Bir hotel otağında qalan turistlərin əksəriyyəti stresli şərtlərdən uzaqlaşmaq, istirahət etmək və rahatlanmaq üçün əyləncə proqramlarını gözləyir. Hotellər tərəfindən daha çox auditoriyanın cəlb edilməsi üçün müntəzəm olaraq tədbirlər və əyləncə şouları təşkil edilməlidir. Bu sahədə Türkiyədə fəaliyyət göstərən hotellərin təcrübəsindən istifadə edilə bilər. Hər hansı hotelə qonaqlarının yenidən səfərinin təmin edilməsi üçün göstərilən xidmətə cəlbedici fəaliyyət və əyləncələr əlavə edilməlidir.

Ədəbiyyat:

1. Abdullayev Ə.H. “Azərbaycanda turizmin inkişafının iqtisadi-coğrafi problemləri”, Bakı, 2006
2. Ağakərimov M.M. “Otel”, Bakı, 2008
3. Əlirzayev Ə, Aslanova S “Turizmin inkişafının sosial-iqtisadi problemləri”, Bakı, 2006
4. Qurbanov F.İ. “Azərbaycanda turizmin inkişaf problemləri”, Bakı 2007
5. Məmmədov C., Bilalov B. “Azərbaycanda gəlmə turizm və onun inkişaf yolları”, Bakı, 2004
6. Soltanova H.B, Ağakərimov M.M., Babazadə S.G. “Mehmanxana təsərrüfatı”, Bakı, 2005
7. www.wikipedia.org
8. http://tourism.edu.az
9. https://medeniyyet.az/page/news/6261/Hotel-ve-restoranlarin-idare-edilmesi

Tural MƏMMƏDLİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
t.mammadli01@gmail.com

EDUCATİON SYSTEM IN MODERN TIMES: MANAGEMENT, INCREASING QUALITY AND DEVELOPMENT DIRECTIONS

MÜASİR DÖVRDƏ TƏHSİL SİSTEMİ: İDARƏÇİLİK, KEYFİYYƏTİN ARTIRILMASI VƏ İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ

СИСТЕМА ОБРАЗОВАНИЯ В НАШЕ ВРЕМЯ: УПРАВЛЕНИЕ, ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Abstract: Focusing on the critical aspects of management, quality enhancement, and future development, the article explores the challenges and opportunities within the educational sphere. Additionally, the article scrutinizes approaches to enhance the quality of education, considering innovative methodologies and technologies. It offers insights into the potential directions for the development of education, shedding light on the dynamic and evolving nature of learning paradigms in the present era. The synthesis of these key components provides a comprehensive overview of the current state of the education system and suggests pathways for its continuous improvement and growth.

Key words: *education, quality, development, monitoring, management, state policy, reform*

Xülasə: İdarəetmə, keyfiyyətin artırılması və gələcək inkişafın kritik aspektlərinə diqqət yetirərək, bu məqalə təhsil sahəsindəki çağırışları və imkanları araşdırır. Əlavə olaraq, məqalədə innovativ metodologiya və texnologiyalar nəzərə alınmaqla təhsilin keyfiyyətinin yüksəldilməsi üçün yanaşmalar nəzərdən keçirilir. Həmçinin məqalədə təhsilin inkişafı üçün potensial istiqamətlərə dair fikirlər təklif edilir, müasir dövrdə öyrənmə paradiqmalarının dinamik və inkişaf edən təbiətinə işıq salınır. Bu əsas komponentlərin sintezi təhsil sisteminin hazırkı vəziyyətinin hərtərəfli icmalını təqdim edir və onun davamlı təkmilləşdirilməsi və inkişafı üçün yollar təklif edir.

Açar sözlər: təhsil, keyfiyyət, inkişaf, monitorinq, idarəçilik, dövlət siyasəti, islahat

Абстракт: Сосредоточив внимание на важнейших аспектах управления, повышении качества и будущем развитии, статья исследует проблемы и возможности в образовательной сфере. Кроме того, в статье рассматриваются подходы к повышению качества образования с учетом инновационных методологий и технологий. Он предлагает понимание потенциальных направлений развития образования, проливая свет на динамичный и развивающийся характер парадигм обучения в современную эпоху. Синтез этих ключевых компонентов дает всесторонний обзор текущего состояния системы образования и предлагает пути ее постоянного улучшения и роста.

Ключевые слова: *образование, качество, разработка, мониторинг, управление, государственная политика, реформа*

Elmi-texniki inqilabın sürətlə genişlənməsi bir tərəfdən təhsilin və mədəniyyətin bütün sahələrinin intellektuallaşmasına, onun vasitəsilə insanın gündəlik fəaliyyətinin bütün tərəflərinin dərinləşməsinə, digər tərəfdən isə, milli-mənəvi sərvətlərin yaradılması, yayılması və istehlak edilməsi prosesinin sənayeləşməsinə doğru aparır.

Elmi-texniki inqilab şəraitində milli-mənəvi dəyərlər mədəniyyətin sürətlə inkişaf edən komponenti olmaqla yanaşı, eyni zamanda insan tərəfindən dünyanın mənəvi və praktik mənimsənilməsinin, mədəni tərəqqisinin sürətləndirilməsinin qüdrətli və mühüm amilinə çevrilir.

Bəşəriyyət özünün təkrarolunmaz inkişaf yolunda təhsillə addımlamışdır. İnsanların həyatı, formalaşması üçün onun imkanlarından istifadə etmiş, özünün gələcək perspektivlərini onun nailiyyətləri üzərində qurmuşdur. İnsanlar zaman-zaman onların xidmətində olan təhsil barəsində düşünmüş, onun ən müasir tələblər səviyyəsində, yeni mütərəqqi prinsiplər əsasında daha da irəliləməsinə səy göstərmişlər. Ona görə də təhsil cəmiyyətin avanqard qüvvəsi, potensial imkanı kimi onu həmişə qabaqlamaqla daha faydalı bir cəmiyyət hadisəsi, ictimai sistem kimi daha qabarıq görünmüşdür.

Təsadüfi deyil ki, günümüzdə ən zəruri faktor olan müasir təhsil sistemi yeni formalaşan cəmiyyətin ayrılmaz tərkib hissəsidir. Bu sivil sferanın inkişafı həmin sosiumların irəli getməsinə, ölkədə fəaliyyətdə olan bütün sahələrdəki uğurların sayının artırılmasına səbəb olur. Çünki təhsil faktoru hər bir fərdə təsir etmək gücünə malikdir və bunun müsbət nəticəsini sivil cəmiyyətin bütün inkişaf mərhə-lələrində görmək mümkündür. Bütün bunları nəzərə alaraq əminliklə deyə bilərik ki, təhsil:

- cəmiyyətin tərəqqisinin hərəkətverici qüvvəsidir;
- intellektual potensial formalaşdırır;
- xalqda gələcəyə ümid yaradır;
- yoxsulluq səviyyəsini aradan qaldırır və xalqın rifah halını yaxşılaşdırır;
- hüquqi cəmiyyətin qurulmasında əvəzsiz rol oynayır;
- vətəndaşı cəmiyyətdə ən məhsuldar təfəkkürlü qüvvəyə çevirir;
- fərdin və ya kollektivin ümumi inkişafını təmin edir;
- milli-mənəvi dəyərlər sistemini qoruyur və tənzimləyir;
- insan kapitalı formalaşdırır və s.

Hər bir ölkənin uğurlu gələcəyi həmin ölkədə təhsilin səviyyəsi ilə müəyyən olunur. Təcrübə göstərir ki, təbii sərvətlərin bolluğu dövlətin inkişafının əsas göstəricisi deyil, başlıcası, bu sərvətlərin cəmiyyətin hərəkətverici qüvvəsi olan insan kapitalına çevrilməsini təmin etməkdir. Bu, hazırkı mərhələdə təhsil sisteminin ən zəruri vəzifəsidir. Bu vəzifələrin yerinə yetirilməsində əsas yükün müəllimlərin üzərinə düşdüyünü qeyd etmək lazımdır. Bu məqsədlə, ali məktəb qarşısında xarici mühitin dəyişkənliklərinə uyğunlaşa bilən, məqsədli axtarış, qərarların qəbulu və özünütəşkil qabiliyyətinə malik olan peşəkar müəllimlərin hazırlanması durur.

Hər bir təhsil müəssisəsində təlim prosesi zamanı əsas öhdəlik müəllimlərin üzərinə düşür. Müəllimlərin həm peşə keyfiyyətləri, həm də şəxsi keyfiyyətləri bilavasitə onların təlim prosesi zamanı şagirdlərlə yanaşı, həmçinin onlara ötürdükləri informasiyaya təsirini göstərir.

Şagirdlərdə kommunikativ bacarıqların formalaşdırılması, onların cəmiyyətə adaptasiyası isə müəllimlərin peşə keyfiyyətlərinin hansı dərəcədə olmasının xəbərçisidir.

Müəllimin şagirdlərə xeyirxah münasibəti, hörməti, onları olduğu kimi qəbul etməsi və daim dəstəkləmək meyli, bacarıqlarına inandığını göstərməsi şagirdlərdə belə bir inamı möhkəmləndirə bilər ki, qarşıya qoyulmuş problemin həllində onların istənilən cəhdi yaradıcı fikir kimi qiymətləndirilərək, ciddi və hörmətlə yanaşılacaqdır [2,s.125].

Müasir dövrdə təhsilin sürətlə inkişafı yeni perspektivlərə yol açmışdır. Təhsil qloballaşma dövründə yeni mahiyyət kəsb etməyə başlamışdır. Bu da öz növbəsində, təhsilin modernləşdirilməsinə gətirib çıxarmışdır.

Təhsilin modernləşdirilməsinin müsbət tərəfləri olduğu qədər, mənfi tərəfləri də vardır. Dünya təhsil sisteminə inteqrasiya olunması, islahatlar nəticəsində modernləşdirilməyə nail olunması və onun tətbiqinə başlanılması müsbət haldır.

Ümumi təhsil pilləsində şagirdlərin dərs materialları ilə həddən artıq yüklənməsi, pedaqoji kadrların lazımi səviyyədə kurikulumları tətbiq edə bilməməsi mənfi haldır.

İnkişaf edən cəmiyyətdə təhsilin modernləşdirilməsi başlıca məsələlərdən biridir. Hər bir dövlətin iqtisadiyyatı qədər, təhsili də güclü olmalıdır.

Müasir dövrdə təhsil gənclərin peşə oriyentasiyasında mühüm rol oynayır. Təhsil vasitəsilə bizim mədəni dünyagörüşümüzün səviyyəsi dəyişir, biliklərimiz genişlənir. Cəmiyyətin və ailədaxili münasibətlərin tənzimlənməsində təhsilin rolu əvəzsizdir.

Hazırda təhsilin modernləşdirilməsinin mahiyyətini təhsildə keyfiyyətin təmin olunması təşkil edir. Keyfiyyətin əldə olunması təkcə kəmiyyətcə özünü göstərmir, həm də təhsil sferasında hərtərəfli mütəxəssislərin öz ölkəsi üçün verdiyi töhfədə özünü göstərir.

Mədəniyyət və təhsil səviyyəsi müasir həyat şəraitinə humanist və informasiya cəmiyyətinin tələblərinə cavab verən şəxsiyyətin formalaşması XXI əsrdə təhsilin keyfiyyət göstəricilərinin əsasını təşkil edir. Təhsil sisteminin modernləşdirilməsi, innovasiyaların həyata keçirilməsi, monitorinq və qiymətləndirmənin aparılması keyfiyyətli təhsilin əldə olunmasının yeganə yoludur. Təhsil müəssisələrinin müntəzəm olaraq attestasiyasının həyata keçirilməsi təhsil müəssisələrinin qarşısında duran əsas məqsədlərə, hansı standartlara nail olmasını müəyyənləşdirmək isə keyfiyyətin artırılmasına aparır.

Təhsilin keyfiyyəti "insan və cəmiyyətin həyat keyfiyyətini" müəyyən edir, çünki bu, gənc nəslin şəxsi, ideoloji, vətəndaş kimi inkişafı və ətrafdakı dünyaya duyğu dəyərinin istiqamətləndirilməsi ilə də müəyyən edilir. Beləliklə, təhsil keyfiyyətinin problemi ilk növbədə təhsilin insan və sosial dəyər baxımından nəzərdən keçirilməlidir. Çünki bir şəxs tərəfindən əldə edilən tam hüquqlu təhsil yalnız təbiət, insan, cəmiyyət haqqında müəyyən biliklərə sahib olmur, həm də özünü tanıyır və sonradan özünü bir vətəndaş kimi göstərməyə imkan verir [5, s.113].

Müasir təhsilin keyfiyyət idarəetmə sisteminin əsas komponentləri aşağıdakılardır:

- Təhsil sisteminin öyrənmə meyarlarının keyfiyyətinin elmi və statistik etibarlı göstəricilərinə hazırlıq, obyektiv meyarların qiymətləndirilməsi;
- Ümumiləşdirmənin müxtəlif səviyyələri üzrə kəmiyyət təhsil məlumatlarını təhlil edərək, təhsil prosesinin keyfiyyətinin monitorinqi üçün çoxsəviyyəli sistemlərin yaradılması;
- Məlumatların sistemləşdirilməsi, monitorinq işlərinin formalaşdırılması və alqoritmləşdirilməsi, standartların və normaların tələblərinə uyğun olaraq əldə edilmiş nəticələrin qiymətləndirilməsi;
- Çoxsəviyyəli və çoxtərəfli pedaqoji təhlili təmin edən formatda tələbələrin təhsil nailiyyətləri və təhsilin keyfiyyəti haqqında informasiya istifadəçilərinin geniş auditoriyasının açıqlığı və mövcudluğu üçün şərait yaradılması;
- Tədris prosesinin təkmilləşdirilməsi və onun icrası üçün lazımi şəraitin təmin edilməsi barədə məlumatlı qərar qəbul etmək üçün təhsil orqanlarına çoxtərəfli və etibarlı məlumat verilməsi.

Bu şərtləri təmin etmək üçün aşağıdakı tədbirlərin ardıcıllığı nəzərdə tutulur:

- Təhsil standartlarının formalaşdırılması – standartların tələblərinin müəyyənləşdirilməsi, göstəricilərdə standartların tətbiq edilməsi, standartların əldə olunma dərəcəsini qiymətləndirən göstəricilərin və meyarların müəyyən edilməsi;
- Standart test və ölçü materiallarının, test və qiymətləndirmə prosedurlarının, test nəticələrinin avtomatlaşdırılmış yoxlanılması üçün texnika və texnologiyanın inkişaf etdirilməsi;
- Ölçmə üsullarının təkmilləşdirilməsi və pedaqoji ölçmələrin nəticələrinin qiymətləndirilməsi;
- İnformasiya texnologiyaları və proqram təminatı vasitələrindən istifadə edən tələbələrin təhsil nailiyyətlərinin keyfiyyətinin kəmiyyət xüsusiyyətlərinin yığılması üçün təhsil statistikası banklarının yaradılması;
- Nəticələrin şərh edilməsi, təhsil sisteminin vəziyyətinin modelləşdirilməsi, onun inkişaf istiqamətlərinin proqnozlaşdırılması üsullarından istifadə edilməsi;
- Təsirini artırmaq məqsədi ilə təhsil müəssisələrinin təhsil fəaliyyətində müsbət dəyişikliklərin alınmasına yönəlmiş idarəetmə qərarlarının və tədbirlərinin qəbul edilməsi.

Ali məktəbin tədris prosesində innovasiya layihələri istiqamətlərindən biri də təlimdə müasir informasiya texnologiyalarından və elektron təhsil resurslarından istifadənin zəruriliyidir. Ölkəmizin ali təhsil müəssisələrində İKT-dən istifadənin tarixi çox gəncdir. Buna baxmayaraq bu sahədə müəyyən tədbirlər və addımlar atılmaqdadır. Araşdırmalar göstərir ki, XX əsr tədris prosesi əsasən ənənəvi təhsil bazasında qurulduğu üçün müəllim aparıcı informasiya mənbəyi idisə, XXI əsrdə bu vəziyyətin fərqli olduğunu qeyd etmək məqsədəuyğundur. Hal-hazırda müəllim informasiya mənbələri ilə tələbələr arasında vasitəçi funksiyasını yerinə yetirir. O, tələbəyə müxtəlif istiqamətli informasiya mənbələri ilə səmərəli iş metodlarını və informasiya əldə etmə yollarını öyrətməlidir. Bu isə təhsilin məzmun və texnologiyasının təkmilləşdirilməsini tələb edir. Odur ki, ali məktəb müəllimləri informasiya və innovasiya cəmiyyətinin tələblərinə uyğun iş sistemi qurmalıdırlar.

Təhsilin inkişafında mühüm irəliləyişlərə nail olmuş aparıcı ölkələrin qabaqcıl təcrübəsi göstərir ki, informasiya kommunikasiya texnologiyalarına əsaslanan, yaradıcı düşüncəni inkişaf etdirən və təhsilalanların fərdi xüsusiyyətlərini nəzərə alan müasir, fəal-interaktiv təlim metodları daha yüksək nəticələr verir. Fənlərin tədrisi prosesində kursun xarakter və xüsusiyyətindən asılı olaraq internet resurslarından bir neçə istiqamət üzrə istifadə edilə bilər:

- Tələbələrin peşə hazırlığı probleminə daha şüurlu yanaşmasına kömək məqsədi ilə dərsləri canlı, maraqlı, və düşündürücü etmək üçün;
- Kursun proqram materiallarının səmərəli tədrisi üçün;
- Kompyuterin nəzarətedici, öyrədici və yoxlayıcı funksiyalarından bəhrələnməklə tələbələrin yaradıcı bacarıqlarını inkişaf etdirmək, onlarda peşə qabiliyyətləri formalaşdırmaq üçün.

Müasir dövrdə idarəçilik sistemində menecment fəaliyyəti mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Belə ki, bu fəaliyyət özündə idarəetmə prosesini, fəaliyyətin təşkilini, idarə olunan kollektiv arasında funksiyaların və məsuliyyətin bölüşdürülməsini, çoxvariantlı qərarların qəbul edilməsi və fəaliyyət formasının müəyyən edilməsini birləşdirir.

Təhsilin idarəedilməsi dedikdə, təhsil sahəsinə aid olan obyektin təşkil olunması, qərarların qəbul edilməsi, tənzimləməyə yönəldilmiş fəaliyyət, düzgün informasiya əsasında işin təhlil olunması və yekunlaşdırılması başa düşülür.

Təhsili idarəetmənin obyekti kimi məktəb, məktəbdənkənar tərbiyə müəssisələri və bu sistemlərə daxil olan kollektivlərin idarəedilməsi göstərilə bilər. Ölkə, şəhər, rayon və s. miqyasında fəaliyyət göstərən təhsil sistemini sosial sistemlərin növlərindən biri kimi göstərmək olar.

Elm və Təhsil Nazirliyi, şəhər, rayon təhsil şöbələri idarəetmə sisteminin subyektləri kimi çıxış edirlər. Təcrübə göstərir ki, müasir dövrdə cəmiyyət qarşısında duran sosial və iqtisadi problemlərin həlli son nəticədə idarəetmədən asılıdır.

Təhsilin idarə olunmasında ən mühüm mərhələlərdən biri qərarların qəbul edilməsidir. Bu, normativ aktların qəbulu ilə bağlı prosesdir. İdarəetmənin təşkilati mərhələsi nəzərdə tutulmuş yaradıcı tapşırıqların yerinə yetirilməsi üçün müvafiq üsulların seçimi, onların əlaqələndirilməsi və təhsilin hər bir istiqaməti arasında əlaqələrin yaranması məqsədilə insanların birliyi və təlimatlandırılmasıdır.

Nəzarət, idarəetmənin digər bir mərhələsi olmaqla qarşıya qoyulmuş məqsədlərə hansı dərəcədə nail olunmasının müəyyən edilməsidir. Respublikamızda ən effektiv nəzarət forması dövlət-ictimai nəzarət orqanlarının fəaliyyətidir.

Bildiyimiz kimi, dövlət nəzarət orqanları öz səlahiyyətləri çərçivəsində nəzarəti təşkil edir. İctimai nəzarət isə nazirliklər, təşkilatlar, müəssisələr tərəfindən yaradılmış ictimai orqanlar, şuralar, assosiasiyalar və s. tərəfindən həyata keçirilən nəzarət formasıdır. İdarəetmə sisteminin mərhələlərindən biri də nəticələrin yekunlaşdırılmasıdır.

Nəticələrin yekunlaşdırılması dedikdə, məqsədin qoyuluşu, fəaliyyətin planlaşdırılması, məqsədlə nəticə arasındakı uyğunsuzluğun aşkar olunması, korrektə olunma və s. nəzərdə tutulur.

Bütün fəaliyyət formalarında olduğu kimi, idarəetmə fəaliyyəti də, idarə edənlə idarə olunanların qarşılıqlı təsiri və birgə fəaliyyəti kimi çıxış edir. Təhsildə idarəetmənin əsas subyekti rəhbər olsa da, idarəetmənin xarakteri və səmərəliliyi həm də idarə olunan obyektin, təşkilatın və onu təşkil edən insanların mənəvi-psixoloji vəziyyətindən, fəallığından, onların idarəetmə vəzifələrinə, rəhbərliyə və özünə münasibətindən asılı olur. Beləliklə, idarəetmə münasibətləri təkcə sosial münasibətlərin bir forması kimi deyil, həm də təşkilatda rəhbər və işçilər arasındakı emosional - psixoloji münasibətlər kimi çıxış edir [1, s.30].

Təhsil sisteminin idarə edilməsi bu sistemin daxilində baş verən mürəkkəb pedaqoji, təşkilati, metodik proseslərin və münasibətlərin şüurlu olaraq tənzimlənməsi deməkdir.

Təhsil sisteminə bütün təhsil müəssisələri, təhsili idarəetmə orqanları, təhsil sahəsində fəaliyyət göstərən qeyri-hökümət təşkilatları, assosiyasiyalar, cəmiyyətlər, elmi-metodik şuralar və digər qurumlar daxildir. Təhsilin idarə olunmasında idarə edənin bilik və bacarıqlarının müasir tələbatlara uyğun olması böyük təsir imkanlarına malikdir.

Müasir dövrdə elm və təhsil hər bir dövlətin sosial, iqtisadi və mədəni yüksəlişində mühüm rola malikdir.

Təhsilə yatırılan investisiyalar uzunmüddətli olmalı və strateji əhamiyyət kəsb etməlidir ki, həmin bu investisiyalar təhsilimizin inkişafı üçün mühüm baza formalaşdırsın. Son illərdə respublikamızda aparılan islahatlar nəticəsində iqtisadiyyatın dinamik inkişafı təhsilin inkişafı üçün də əlverişli şərait yaratmışdır. Azərbaycanda təhsilin inkişafı gələcək inkişaf modelini formalaşdıran əsas amil kimi daha da sürətlənmiş, insan kapitalının formalaşmasına xidmət edən ən mühüm sahə olmuşdur. Təhsilimizin əsas inkişafı, idarə olunması, elmi-metodiki təminatı, iqtisadiyyatı və modernləşməsi ilə bağlı aparılan işlər təhsil islahatlarının başlanğıcı oldu.

Təhsildə struktur islahatları nəticə etibarilə təhsilin keyfiyyət göstəricilərinin əsaslı yaxşılaşdırılmasına, sağlam təhsil mühitinin yaradılmasına, təhsilin inkişafına, müəllim peşəkarlığının artırılmasına, təhsilalanların və təhsilverənlərin hüquq və qanuni mənafelərinin təmin edilməsi kimi məqsədlərin reallaşdırılmasına xidmət etməlidir. Bu məqsədlə "Azərbaycan Respublikasında təhsilin inkişafı üzrə Dövlət Strategiyası haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 24 oktyabr 2013-cü il tarixli

Sərəncamı, "Azərbaycan Respublikası Elm və Təhsil Nazirliyinin strukturunun təkmilləşdirilməsi haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 24 iyul 2014-cü il tarixli 664 nömrəli Sərəncamı və daha sonra bu Sərəncama dəyişiklik edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 24 iyul 2023-cü il tarixli 3982 nömrəli Sərəncamı öz təsdiqini tapmışdır. Sərəncamla qəbul edilmiş Strategiyada, təhsil nəticələrinə görə cavabdeh, şəffaf və səmərəli idarəetmə sisteminin formalaşdırılması, maliyyə və inzibati resursların vahid təhsil siyasətinə uyğun planlaşdırılması və təhsil idarəçiliyinin qarşısında duran vəzifələrə adekvat qurulması ölkənin təhsil sahəsində qabaqcıl dünya standartları səviyyəsinədək təkmilləşdirilməsi prosesində başlıca vəzifələrdəndir.

Azərbaycanın gələcəyi baxımından daha çox əhəmiyyət kəsb edən faktorlardan birini də məhz ölkə gənclərinin dünyanın müxtəlif mütərəqqi demokratik dövlətlərindəki nüfuzlu təhsil ocaqlarında təhsil almalarını təmin edən, daha çox ictimaiyyətin diqqətini cəlb edən mövcud dövlət proqramı təşkil edir. Bu proqram çərçivəsində artıq yüzlərlə azərbaycanlı gənc müxtəlif tanınmış dünya universitetlərində təhsil almağa göndərilmişdir. Qeyd etməyə dəyər ki, bu xüsusda artıq "2007-2015-ci illərdə Azərbaycan gənclərinin xarici ölkələrdə təhsili üzrə Dövlət Proqramı" müvəffəqiyyətlə icra edilmiş, "2019-2023-cü illər üçün Azərbaycan Respublikasında ali təhsil sisteminin beynəlxalq rəqabətliliyinin artırılması üzrə Dövlət Proqramı" və "Gənclərin xarici ölkələrin nüfuzlu ali təhsil müəssisələrində təhsil almalarına dair 2022-2026-cı illər üçün Dövlət Proqramı", eləcə də bir sıra Hökumətlərarası Təqaüd Proqramları hal-hazırda icra olunmaqdadır.

Respublikamızda aparılan geniş təhsil islahatları qanunvericilik əsaslarından başlayaraq bütün pillələri əhatə edir. Təhsildə aparılan islahatların – təhsilin yeni strukturunun, eləcə də yeni tədris plan və proqramlarının hazırlanması, habelə interaktiv təlim metodları və qiymətləndirmə meyarlarının işlənib hazırlanması əsas məzmunu əhatə edir.

Bütün bunlarla yanaşı, müasir təhsil sistemində təkzibolunmaz inkişafla bərabər, həlli mümkün olan problemlər də mövcuddur. Lakin müasir təhsil gündən-günə inkişafa doğru istiqamət aldıqca yenilənmə tələb edən bu sahədə problemlərin olması labüddür və bundan sonra da olacağı şübhə doğurmur. Çünki dünya çərçivəsində elmi-texniki tərəqqi inkişaf etdikcə, müasir təhsil sisteminin də bu sahə ilə ayaqlaşmasına ehtiyac duyulur. Bu səbəbdən, sivilizasiya arzusunda olan cəmiyyət dövlətlə birgə təhsil sahəsindəki problemlərin aradan qaldırılması üçün çalışmalı, qarşıya qoyulan problemləri həll etməyə səy göstərməlidir.

Yeni demokratik prinsiplərin işlək mexanizmlərinin hazırlanması və həyata keçirilməsi təhsilin idarə edilməsi üzrə islahat sistemində aparıcı istiqamətlərdən hesab olunur.

İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübələri, pedaqoji-psixoloji sahələrdə aparılmış tədqiqatların nəticələri və respublikamızda qeyd edildiyi kimi təhsil menecerlərinin müxtəlif təhsil pillələrində hazırlanması ilə aşağıdakı nəticələrin əldə olunmasına nail olunur:

1) təhsil sistemində çalışan rəhbər kadrların göstəriciləri yüksəlir;

2) rəhbər kadrlar ən müasir metod və texnologiyalarla yaxından tanış olur, yeni informasiyalara sahiblənir, onları idarəetmə prosesinə tətbiq edir, nəticədə yüksək göstəricilər əldə edilir;

3) idarəetmənin məzmunu və formaları yenilənir, prosesə mexanizmlər, metodlar, yeni yanaşmalar tətbiq edilir;

4) təhsil menecerlərinin hazırlıq mərkəzi yaranır, təhsil sistemində rəhbər strukturların əməkdaşları həmin mərkəzdə idarəetmə elminin əsasları və nailiyyətləri ilə tanış olur, sistemin idarə edilməsi təkmilləşdirilir, müasir idarəetmə mexanizmlərinə keçid təmin edilir.

Respublikamızda təhsil sahəsində həyata keçirilən islahatlar, Avropa təhsil sisteminə inteqrasiya, Bolonya sisteminə keçid təhsilin idarə edilməsi prosesinin təkmilləşməsinə, yenilənməsinə, innovasiyaların tətbiqinə zəmin yaradır.

Təhsil sisteminin idarə olunmasında səlahiyyətlərin bölüşdürülməsi və idarəetmənin demokratikləşdirilməsi mexanizminin yaradılmasının hüquqi bazasına gəldikdə isə aşağıdakıları qeyd edə bilərik:

– Təhsil sahəsində qarşıya qoyulan əsas vəzifələrdən biri də onun idarə olunmasının təkmilləşdirilməsi, həmin istiqamətdə məqsədyönlü tədqiqatların aparılmasıdır. Bu məqsədlə ağırlıq mərkəzinin yerlərə ötürülməsi, təhsil menecerlərinin hazırlanması, beynəlxalq təcrübə və müasir mexanizmlərin yerli şəraitə uyğunlaşdırılması, təlim-tərbiyə müəssisələrinin müstəqilliyinin təmin olunması, yerli idarəetmə orqanlarının fəaliyyətinin əlaqə və idarəetmə funksiyalarının təkmil-

ləşdirilməsi və s. sahələr üzrə müəyyən tədbirlər görülmüş, perspektiv fəaliyyət istiqamətləri müəyyənləşdirilmişdir.

– Təhsil sisteminin idarə olunmasında başlıca amillərdən hesab olunan kadrların seçilib yerləşdirilməsi işini yaxşılaşdırmaq üçün idarəetmənin müasir modelləri, əks mərkəzləşmə prinsipləri, yeni yanaşmalar, təhsili idarə edənlərin hazırlanmasının dövlət standartları, bələdiyyə idarəçiliyi şəraitində təlim-tərbiyə müəssisələrinin müasir idarəetmə mexanizmləri, ali təhsil müəssisəsi timsalında marketinq xidmətlərinin fəaliyyət mexanizmi, təhsilin pillələri üzrə pedagoji kadrların işə qəbulu qaydaları, kadr hazırlığı prosesində "təhsil alan-təhsil verən" münasibətlərinin tənzimlənməsi qaydaları, ixtisasartırma və yenidən-hazırlanma təhsilinin təkmilləşdirilməsi strategiyası, diplomdan sonrakı təhsil konsepsiyası əks olunmuş normativ-hüquqi sənədlər paketi hazırlanmış, onlardan bir çoxu təsdiq edilmişdir.

Ədəbiyyat:

1. Haqverdiyev, B.Y. – İdarəetmə psixologiyası / Bakı - 2008 / 260 s.
2. İbrahimov, F.N., Hüseynzadə, R.L. – "Pedaqogika", Bakı, "Mütərcim", 2012
3. Mollayeva, L. – Təhsili idarəetmənin mahiyyətinin elmi əsasları, məqalə
4. Nəzərov, M. H. – Müasir dövrdə təhsilin sosiomədəni problemləri. Monoqrafiya. – Bakı: Mütərcim, 2018. – 296 s.
5. Nəzərov, M. H. – Təhsilin keyfiyyətinin idarə edilməsinin sosiomədəni aspektləri, 2019, 111-124
6. Salmanov, R. – Təhsilin demokratik idarəedilməsi metodları
7. https://president.az/az/articles/view/9779
8. https://edu.gov.az/news-and-updates/16731

Afaq SÜLEYMANLI
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
afag_suleymanli@mail.ru

MEHMANXANA BİZNESİNDƏ MARKETİNQ ALƏTLƏRİ

MARKETING TOOLS IN HOTEL BUSINESS

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Xülasə: Məqalədə mehmanxana və restoran biznesinin inkişafında mühüm rol oynayan marketinq alətlərinin vacibliyi təhlil edilmişdir. Bu tip müəssisələrdə yeni marketinq xidmətlərinin yaranmasına və inkişafına səbəb turizmdə iqtisadi və rəqabət mühitinin yaranması və turizm məhsuluna olan tələbatın artımı və dəyişkənliyidir. Marketinq alətlərinin mehmanxana və restoran tipli müəssisələrdə təşkili və idarə edilməsi, onun elementləri üzrə həyata keçirilir. Turizm müəssisələrində yeni marketinq xidmətlərinin təşkili və idarə edilməsi, turizm müəssisələrində marketinq strategiyasının hazırlanması, hal-hazırda turizm fəaliyyətində istifadə olunan marketinq alətləri, marketinq sahəsində rəqəmsal metodların istifadəsi və onların turizm müəssisələrində tətbiqi vəziyyəti və turizm müəssisələrində marketinq fəaliyyətininin idarə edilməsi ilə bağlı yerli turizm müəssisələrindəki faktiki vəziyyətin öyrənilməsi məsələləri araşdırılır.

Açar sözlər: *Mehmanxana biznesi, marketinq alətləri, xidmət, marketinq, rəqəmsal marketinq*

Abstract: The importance of marketing tools having great impact based on development in hotel tourism has been analyzed in the article. The reason for the emergence and development of new marketing services including institutions in tourism enterprises is the emergence of an economic and competitive environment in tourism and the growth and variability of demand for tourism products. Organization and management of new types of marketing in hotel and restaurant type enterprises is carried out according to its elements. This article describes the organization and management of new marketing services in tourism enterprises, the development of marketing strategies in tourism enterprises, marketing services currently used in tourism activities, the use of digital methods in marketing and their application in tourism enterprises and world experience in marketing activities in tourism enterprises. and the study of the actual situation in local tourism establishments.

Key words: *Hotel business, marketing tools, service, marketing, digital marketing*

Абстракт: В статье проанализировано значение маркетинговых инструментов, оказывающих большое влияние на развитие в гостиничном туризме. Причиной появления и развития новых маркетинговых служб, в том числе институтов, на предприятиях туризма является возникновение экономической и конкурентной среды в туризме, а также рост и изменчивость спроса на турпродукты. Организация и управление новыми видами маркетинга на предприятиях гостинично-ресторанного типа осуществляется в соответствии с его элементами. В данной статье описываются организация и управление новыми службами маркетинга на предприятиях туризма, разработка маркетинговых стратегий на предприятиях туризма, маркетинговые службы, используемые в настоящее время в туристической деятельности, использование цифровых методов в маркетинге и их применение на предприятиях туризма и мировой опыт маркетинговой деятельности на предприятиях туризма. и изучение реальной ситуации в местных туристических учреждениях.
Ключевые слова: *Гостиничный бизнес, маркетинговые инструменты, маркетинг, служба, цифровой маркетинг*

Giriş

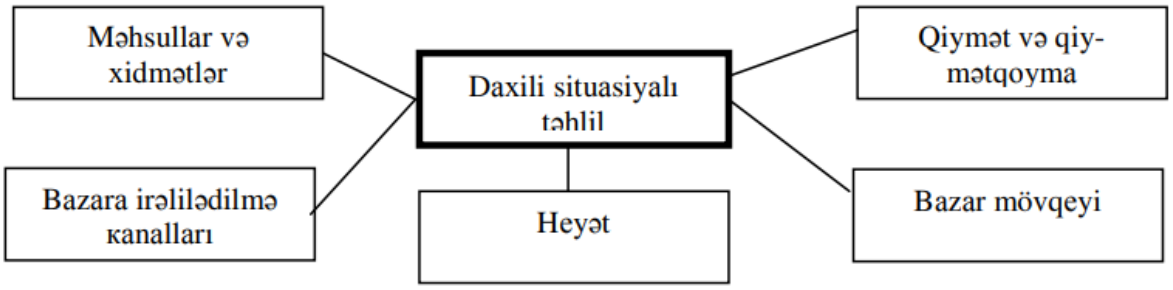
Turizm müəssisələrində bir çox standartlar mövcuddur. Mehmanxana və restoran biznesində işçilərin geyim və görünüşü, gigiyena və sağlamlıq, təhlükəsizlik, xidmət standartları vardır. Turizmin bütün sahələrində müştəri ilə davranış qaydaları da vardır ki, bütün bunlar birbaşa olaraq müştəri məmnuniyyətinə xidmət etmiş olur. Əgər müəssisə bu standartlardan kənara çıxmış olarsa o zaman xidmətin keyfiyyətinə dair müştəridə qeyri – əminlik hissi yarada bilər ki, bu da yol veriləcək hadisə deyildir. Mehmanxana-restoran biznesi beynəlxalq və daxili turizmin inkişafı ilə sıx əlaqədədir [10].

Marketinq fəaliyyəti turizmdə turizm məhsulunun istehsalçısından alıcıya çatdırmaqla məşğuldur. Bu iki anlayışın bir-birindən fərqi ondadır ki, marketinq anlayışı daha genişdir. Turist bazarı nəhəng və ucsuz-bucaqsızdır. Bu cür bazarlardan "baş çıxarmaq" və səmərəli fəaliyyət göstərmək üçün informasiya lazımdır [1].

Marketinqlə informasiya bir-birilə sıx bağlıdır. Beləliklə, marketinq alətləri maliyyə sərvətləri kimi, təcrübəli personal kimi və bəlkə də, onlardan artıq turizm məhsulunu satmaqdan ötrü lazımdır.

Mehmanxana və restoran marketinq konsepsiyasının əsas ideyası xidmətlərə və turist mallarına olan tələbatın yaradılmasıdır. Bütün səviyyələrdə qəbul olunan qərarlar bu tələbatın ödənilməsinə tabedir. Bu tip müəssisələrin daxili mühitinin situasiyalı təhlilini apararkən əsasən onların bazar mövqeyi, heyətin ixtisası və peşəkarlığı, eləcə də marketinq kompleksinin əsas elementləri – məhsullar və təklif olunan xidmətlər, qiymət və qiymətqoyma siyasəti, kommunikasiya sistemi, reklam və satışın həvəsləndirilməsi, bölüşdürmə və satış kanalları tədqiq olunmalıdır [4].

Aşağıdakı şəkildə mehmanxana və restoran tipli müəssisələrdə daxili situasiyalı təhlilin əsas istiqamətləri əks olunmuşdur (şəkil 1).



Şəkil 1. Marketinq kompleksinin əsas elementləri

Mehmanxana və restoran biznesində əsas marketinq alətləri aşağıdakılar hesab olunur:

- *Data Reporting (Data analizi)*
- *Influencer Marketing (Bazar strategiyasında güclü təsirə malik marketinq aləti)*
- *Email Marketing (E-poçt marketinqi)*
- *Social Media (Sosial şəbəkə)*
- *Content Creation (Rəqəmsal marketinqdə məzmun)*

- *Wrapping up (Marketinqdə ikitərəfli sözləşmə əsasında tərəflərin işlə bağlı fəaliyyətini əks etdirən final hesabatı)*

Restoran biznesində digər biznes sferalarında olduğu kimi, səmərəli və nəticəli biznesi təmin etmək vəziyyətində olan marketinqin ən müxtəlif alətləri tamamilə qəbul olunandır. Yuxarıda sadalananları nəzərə alsaq, qeyd edə bilərik ki, mehmanxana və restoran biznesinin inkişafında marketinq alətlərinin tətbiqi olduqca vacib əhəmiyyətə malikdir [8].

Buna uyğun olaraq, müəssisənin bütün fəaliyyəti daim bazarın vəziyyəti nəzərə alınmaqla həyata keçirilməli və potensial alıcıların ehtiyac və tələblərinin dəqiq biliyinə, onların qiymətləndirilməsinə və gələcəkdə mümkün dəyişikliklərin nəzərə alınmasına əsaslanmalıdır.

Bu sahələrin hər biri özlüyündə vacibdir. Lakin onların hər birinin dəyəri və əhəmiyyəti vəhdət və bütövlükdə nəzərə alınıb həyata keçirildikdə ən böyük əhəmiyyət kəsb edir [10].

Bir çox otellərin həyata keçirdiyi marketinq siyasətində istehlakçılar və göstərilən xidmətlər arasında mürəkkəb qarşılıqlı əlaqə nəzərə alınmır. Ayrı-ayrı marketinq fəaliyyətləri parçalanmış və sistemli deyil, əsasən satış və tanıtım fəaliyyətləri ilə məhdudlaşır. Mehmanxana və restoran tipli müəssisələrdə marketinq alətləri qeyri-bərabər istifadə ilə xarakterizə olunur. Beləliklə, marketinq alətlərinin və cəlb edilmiş resursların yüksək konsentrasiyası istehlakçıların cəlb edilməsinin ilkin mərhələsində baş verir və xidmət prossesinə inteqrasiya olunduqca azalır [4].

Qonaqpərvərlik sənayesində marketinq alətlərinin istifadəsinin xüsusiyyətləri ilə bağlı hələ də anlaşılmazlıq var və hər bir konkret mehmanxananın idarəetmə səmərəliliyini artırmaq üçün onların sistemləşdirilməsinin zəruriliyi barədə heç bir fikir yoxdur [5].

Mehmanxana və restoran biznesində marketinq alətlərinin tətbiqi konsepsiyası müəyyən edir ki, sahibkarlıqda birinci prioritet müştərilərin istək və ehtiyyaclarını ödəmək olmalıdır. Marketinq alətlərinin tədqiqatı konsepsiyası mövcud və ya potensial müştərilərin qruplarını müəyyən edir, onları müxtəlif parametrlərə görə formalaşdırır [2].

Mehmanxana və restoran müəssisəsiləri marketinq alətlərinin səmərəliliyi çərçivəsində müxtəlif seqmentlərlə və ayrı-ayrı müştərilərlə əlaqələri hansı səviyyədə qurmağı əvvəlcədən təyin etməlidir.

Beləliklə, marketinq alətlərinin tətbiqi konsepsiyası müştərilərə keyfiyyətli xidmətlərin göstərilməsinin təşkilinə yönəldilmişdir. Əldə olunan nəticələrin qiymətləndirilməsi onların razılığının dərəcəsi ilə ölçülür. Mehmanxana və restoran biznesində marketinq alətlərinin vacibliyi öz xüsusiyyətlərinə görə 4 amil əsasında müəyyən olunmuşdur:

1. Turizm istehsalının mahiyyətinin təhlili ;
2. Turizm istehsalının əmtəə və xidmətlərinə tələbatının əsaslandırılması;
3. Mehmanxana və restoran məhsulunun və elementlərinin tədqiq edilməsi;
4. Məhsul paylama kanallarının formalaşması.

Nəticə

Müəssisənin marketinq fəaliyyətinin idarə edilməsi onun təşkilati strukturunun düzgün formalaşdırılmasından çox asılıdır. Marketinq alətlərinin tətbiqi və müəssisənin bu baxımdan təşkilati quruluşu kütlədə müsbət imic formalaşdırmaq xüsusunda mühüm rol oyanır. Buna görə də marketinq alətlərinin təşkilati quruluşunun seçilməsi, onun vəzifə və funksiyalarının düzgün müəyyən edilməsi və bu xidmətlərin müəssisələrin digər şöbə və bölmələri ilə əlaqələrinin uzlaşdırılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Müştərilərin marağını cəlb etmək və turizm bazarının müəyyən edilmiş seqmentinin tələblərini yetərincə ödəmək mehmanxana və restoran marketinqi strategiyasının əsaslı konsepsiyasıdır.

Mehmanxana məhsullarına (xidmətlərinə) olan tələbat dəyişkəndir, ilin mövsümündən asılı olur, mövsüm dəyişikliklərinə məruz qalır. Mehmanxana məhsulunun istehsalı yüksək daimi (hər illik) maddi xərclərlə yanaşı, bir qədər az dəyişkən xərclər də tələb edir. Daimi xərclər xidmət olunan müştərilərin (qonaqların) sayından asılı olmur, dəyişkən xərclər isə bundan asılıdır. Turist mövsümü zamanı əlavə işçilərin cəlb edilməsi zərurəti yaranır. Mehmanxana məhsulunun satılması mehmanxana heyətilə yanaşı, eyni zamanda, bu məhsulun daxili keyfiyyətindən də (rahatlıq, komfort, mədəniyyət, xidmət səviyyəsi, mehmanxananın imici) asılı olur.

Beləliklə, mehmanxana biznesi və mehmanxana məhsulunun satılması yüksək ixtisas peşəkarlığı, strateji və çevik idarəetmə (menecment) məharəti, yüksək mənəvi mədəniyyət, ən yüksək insan dəyərləri və heyətin peşəkar təlimini tələb edir. Mehmanxana və restoran biznesini marketinq alətlərinin

təminatı olmadan inkişaf etdirmək mümkün deyil. Bu sahədə marketinq alətləri xidməti ən önəmli xidmətlərdən biridir.

Günümüzdə rəqabət bütün müəssisələr üçün davam gətirmənin əsas faktorudur. Mehmanxana, restoran və digər müəssisələr də sıx rəqabət şəraitində öz fəliyyətlərini davam etdirməyə çalışırlar. Belə ki, otel, restoran və digər müəssisələr göstərdikləri xidmətlərin keyfiyyətini, çeşidini və zənginliyini artıraraq digərlərindən daha önə keçə bilərlər və bununla da rəqabətdə üstünlük əldə edərlər. Və bu rəqabət şəraitindən qazanılan üstnlüklərdə marketinq alətlərinin tətbiqinin rolu danılmazdır.

Ədəbiyyat:

1. Ağakərimov M.M..Otel.Bakı 2008, 207 səh.
2. E.M.Hüseynov, F.H.Hacıyev, İstehlakçı Biliklərinin Əsasları, Bakı,Yeganə, 2009, 284 səh.
3. Ə.Q.Əlirzayev, Turizmin İqtisadiyyatı və İdarə Edilməsi, Bakı, 2010, səh 100-130.
4. Həsənova Selcan., "Azərbaycanda mövcud olan turizm müəssisələrində marketinq analizi"; 060409.- "Biznesin idarə edilməsi", ixtisası üzrə magistr dərəcəsi almaq üçün təqdim edilmiş dissertasiya işi; Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, Bakı, 2018.
5. İmanov T.İ., Quliyev E.N. Marketinqin əsasları. Bakı, "Təhsil", 2003, 264 səh.
6. Marketinqin əsasları- Filip Kotler, Bakı 1993, səh 45-100.
7. Məmmədov A.T., Marketinq. Dərslik, Bakı, 2014, 667 səh.
8. https://www.beaconmm.com/2020/05/19/essential-tools-for-tourism-marketing/
9. https://gree-conditions.ru/az/gostinichnyi-marketing-specifika-i-sushchnost-marketinga-ego/
10. https://www.staples.com/sbd/cre/tech-services/explore-tips-and-advice/tech-articles/7-tools-for-marketing-your-hospitality-business.html

Həbib MAHMUDOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, doktorant
habib.mahmudov@atmu.edu.az

SOSİAL PROBLEMLƏRİN STRUKTURLAŞDIRILMIŞ HƏLLİ ÜÇÜN SOSİAL MARKETİNQİN PLANLAŞDIRILMASINDA KOMMUNIKASİYA YANAŞMALARI

КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В ПЛАНИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА ДЛЯ СТРУКТУРИРОВАННОГО РЕШЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ

COMMUNICATION APPROACHES IN SOCIAL MARKETING PLANNING FOR STRUCTURED RESOLUTION OF SOCIAL PROBLEMS

Xülasə: Kommunikasiya istənilən sosial marketinq planlaşdırma prosesində mühüm rol oynayır. Beləliklə, onun əsas xüsusiyyətlərini və həyata keçirilmə formalarını müəyyən etmək vacibdir. Aydın və mənalı kom-munikasiyadan ibarət strukturlaşdırılmış sosial marketinq planlaşdırma prosesi, konkret sosial problemlərin həlli istiqamətində sosial marketinq təşəbbüslərində müsbət nəticə potensialına malikdir. Tədqiqat kommunikasiya planının əsas komponentlərini, onun müxtəlif yanaşmalarını və icra prosedurları zamanı vacib məqamları təsvir edir.

Açar sözlər: *Sosiologiya, sosial problem, sosial marketinq, sosial marketinqin planlaşdırılması, sosial marketinq strukturu, sosial marketinq proqramı, kommunikasiya*

Абстракт: Коммуникация играет жизненно важную роль в любом процессе планирования социального маркетинга. Таким образом, важно понимать его основные характеристики и формы реализации. Структурированный процесс планирования социального маркетинга, состоящий из четкого и значимого посыла, имеет потенциал положительного результата в инициативах социального маркетинга, направленных на решение конкретных социальных проблем. В исследовании обозначены ключевые компоненты плана коммуникации, его различные подходы и важные моменты в ходе процедур реализации.

Ключевые слова: *Социология, социальная проблема, социальный маркетинг, планирование социального маркетинга, структура социального маркетинга, программа социального маркетинга, коммуникация*

Abstract: Communication plays a vital role in any social marketing planning process. Thus, it is important to understand its main characteristics and forms of implementation. A structured social marketing planning process consisting of clear and meaningful communication has a potential of positive outcome in social marketing initiatives towards resolution of specific social problems. The research outlines key components of a communication plan, its diverse approaches, and crucial points during implementation procedures.

Keywords: *Sociology, social problem, social marketing, social marketing planning, social marketing framework, social marketing program, communication*

Mətn

Communication Approaches in Social Marketing Planning for Structured Resolution of Social Problems

The immerse expansion of marketing activities in the last two decades, being both traditional and digital, have changed the way of how the social marketing practitioners approach modern social problems all over the world. Within different ratios of globalisation in some countries and regions, social marketing approaches towards resolution of existent social problems have been modified to a certain extent. In the available literature the definition of a social problem has been covered by several social researchers and practitioners. One of the openings provided by Marger state that: "A social problem is a state of affairs in society that is perceived to go against societal norms and values, has negative effects on individuals, and requires collective effort to address and correct" [7]. The establishment of right set of norms and rules for sustainable form of life is necessary for any group of people. Therefore, it is vital to have the respective authorities and organisations collectively or individually contributing to the improvement of quality-of-life indexes of certain target audiences or society.

Another definition of social problem noted by Thio et al., explains the term in the following manner: "When a significant percentage of the public feels that there is a distinction between a social condition and a normative expectation, it is considered a social problem and raises some level of public concern" [9]. Considering the size of the affected group, a particular social problem may have a far more severe effect on quality of life along with the consequences that can increase the time-period in which public and private organizations encounter the set social problem. Thus, the social problems that last over an extended period usually require a more specific approach. One of such practices, ran for several decades, is social marketing. Social marketing is an approach firstly originated in the 1950's and later expanded by number of social researchers with regards to wellbeing and healthcare industry. Over the years the term has become key in the analysis of social problems and ways to their successful resolution.

Given an extensive body of literature on social marketing practices, a significant number of definitions of social marketing were generated over the years. Lee et al., have described the term as: "Social Marketing is a process that uses marketing principles and techniques to influence target audience behaviours that will benefit society as well as the individual. This strategically oriented discipline relies on creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have positive value for individuals, clients, partners, and society at large" [5]. Creation of value and balance in a particular society is considered one of the primary objectives of social marketing.

A more recent definition of social marketing dealing with institutions was noted by Baptista et al., in the following form: "It can apply not only to the behaviour of individuals but also to that of professionals, organizations, and policymakers, meaning the contextual actors that can influence individuals' behaviour change" [2, pp. 57-94]. Particularly, this approach has a greater effect when companies cooperate with public sector or government agencies in fulfilment of a common goal for the target audiences. Thus, a throughout social marketing plan needs to be outlined, implemented, and then analysed for identification of positive and negatives outcomes with recommendations for future social marketing initiatives.

Social marketing as a methodological practice has drawn huge interest from public and private entities since the global digitalisation across the globe. By driving significant traffic mainly from social media platforms and TV and radio, social marketing practitioners aim to attract as much attention as possible for the positioned social marketing communication tailored to the target audience's needs. This process involves several steps that should be carried out before the launch of

the set social marketing program. The list of these steps includes target audience identification, planning, budgeting, execution, evaluation, analysis, forecasting and provision of recommendations.

Clarifying the procedures to be followed and determining the appropriate target audience are crucial when carrying out this type of methodological study. The application of the four Ps can be beneficial to general research in social marketing investigations. The intended social behaviours and any potential advantages are the product in this context. It is imperative to exercise critical thinking while presenting the target audience with both the positive and negative aspects of the effects. The intended destination of the behaviour that the chosen audience is expected to exhibit is more closely linked to the place factor. The price component should elevate the audience because it is tied to not just the monetary side but also other intangibles like time and the desire of the chosen audience. One of the most important components of the entire campaign is the fourth element, promotion, which takes many different forms in which to communicate the core idea of the communications plan for the social marketing campaign to the designated target audience and how that audience will interact with it [7].

Any social marketing planning process begins with defining goals for a particular social cause, such as deforestation, poverty, or overpopulation, and formulating the fundamental processes that will lead to the creation of a social marketing campaign. The next step is to define the target audience, which involves choosing a target group from each segment of society and providing details about them, such as their occupation, level of education, and other relevant factors. The creation of a sound and coherent message comes first, following the choice of the intended target audience. As it conveys the primary message to the chosen target group through designated channels—direct or indirect, digital, or traditional – this component is one of the most important ones in the entire social marketing planning strategy. The communication can be sent via social media posts, digital books, magazines, and journals, or by the organisation directly as well as through media agencies. It can also be sent by physical publications of books, newspapers, magazines, and journals.

In the early stages of the development of social marketing planning processes, researchers were mainly focused on specific areas of the industries and fields they covered. Later, the majority started to diversify the approach to then modern social marketing practices by implementing sections like marketing mix, channel analysis and segmentation into their frameworks. Through numerous samplings and try-outs, the modern social marketing frameworks started to be used by both public and private organizations. They became more multigrade and sustainable compared to initial social marketing planning models. Nowadays these frameworks are considered as the fundamentals in any social marketing planning process. Below is a visual representation of social marketing's characteristics described by several researchers of the field.

When implementing any of the approaches above, communication is vital to any social marketing planning process, as it holds the core of a particular social marketing campaign, the message shared with the audience of interest. Accurately conducted audience analysis and segmentation, right application of marketing mix, sound message, execution, and tracking result in positively carried out social marketing campaigns. Another aspect of a successful social marketing campaign lays in the right time selection, being duration of the campaign considering budgeting and channels of distribution. A well-balanced social marketing communication should be able to cover all facets of the targeted audience with relation to the specific social problem. Therefore, social marketing practitioners are required to be able to adjust to the fast-changing conditions in case of transitions in target audience or social problem, which is crucial in social marketing planning evaluations and adjustments.

All things considered, social marketing holds great promise for resolving a wide range of significant social issues and issues in various spheres of society. For this reason, developing a successful social marketing strategy and plan that follows a positive flow of necessary stages and actions to attain the desired goal or target for the chosen target group requires a comprehensive grasp of the established social cause or problem. Communication as form of transmitting the desired message to the selected target audiences should be precise and carry a certain meaning behind it. Thus, a right communication plan is crucial to be established in the beginning of the social marketing planning process.

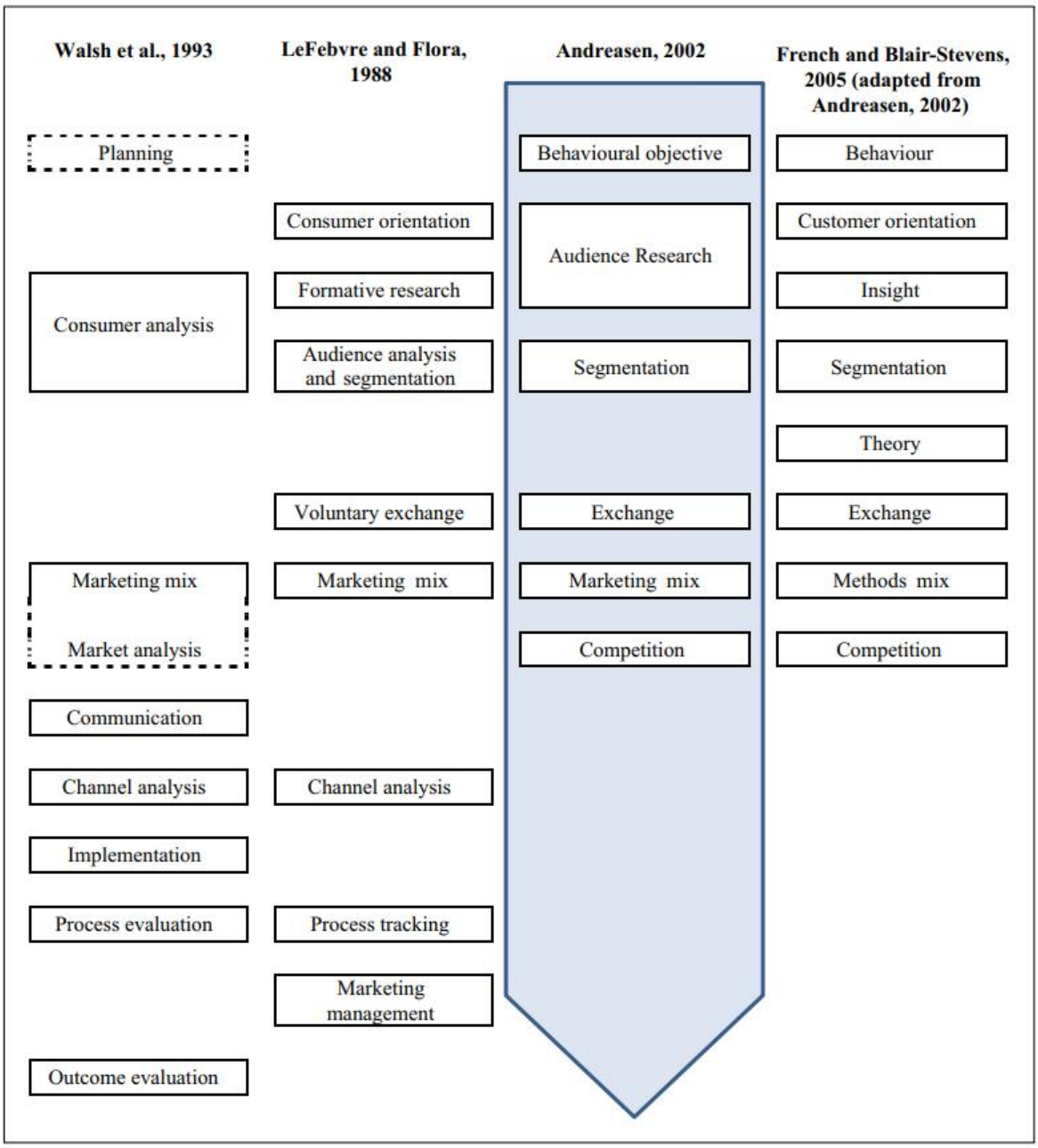


Illustration 1. Characteristics of Social Marketing [10], [6], [1], and [3] based on [8].

List of references:

1. Andreasen, A. R. Marketing Social marketing in the social change marketplace. Journal of Public Policy & Marketing. 2002; 21(1): 3-13. Doi: https://doi.org/10.1509/jppm.21.1.3.17602.
2. Baptista, N., Pinho, J. C., & Alves, H. Examining social capital and online social support links: A study in online health communities facing treatment uncertainty. International Review on Public and Non-profit Marketing. 2021; 18(1): 57-94. Doi: https://doi.org/10.1007/s12208-020-00263-2.
3. French, J., & Blair-Stevens, C. Social marketing pocket guide. London: National Social Marketing Centre of Excellence. 2005.
4. Huhn, J. What Is Social Marketing? 10 Examples of How It Works for Business. Referral Rock Blog. 2022, October 28. Available at: https://referralrock.com/blog/social-marketing/.
5. Lee, N. R., Rothschild, M. L., & Smith, W. A declaration of social marketing's unique principles and distinctions. Unpublished manuscript. 2011, March.
6. Lefebvre, R. C., & Flora, J. A. Social marketing and public health intervention. Health Education Quarterly. 1988; 15(3): 299-315. Doi: https://doi.org/10.1177/109019818801500305.
7. Marger, M. Social inequality: Patterns and Processes. McGraw-Hill Humanities, Social Sciences & World Languages. 2017.

8. Rundle-Thiele, S. Looking back and moving forwards: An agenda for social marketing research. Recherche Et Applications En Marketing. 2015; 30(3): 128-133. Doi: https://doi.org/10.1177/2051570715599338.
9. Thio, A. C., Calhoun, T. C., & Conyers, A. Deviance today. Pearson Higher Ed. 2018.
10. Walsh, D. C., Rudd, R. E., Moeykens, B., & Moloney, T. W. Social marketing for public health. Health Affairs. 1993; 12(2): 104-119. Doi: https://doi.org/10.1377/hlthaff.12.2.104.

Şəbnəm İSMAYILZADƏ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
ismayilzada.shabnam.2201@atmu.edu.az

PANDEMİYA SONRASI REGİONAL TURİZM İDARƏLƏRİ

POST-PANDEMIC REGIONAL TOURISM ORGANIZATIONS

ПОСТПАНДЕМИЧЕСКИЕ РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Abstract: This article discusses the regional tourism management, how regional tourism offices affect the development of tourism in the region, as well as the impact of the Covid-19 pandemic on tourism. The development and management of tourism regions is a key factor in the success of the tourism industry in any region. From this point of view, it should be managed and developed very carefully. All stakeholders should be involved in place management in terms of culture, social aspects of a given place, heritage, among other key factors affecting tourism. It was also mentioned what problems tourism regions are facing after the Covid-19 pandemic. The article reflects the effects of the pandemic on the management of tourism regions, the role of regional management organizations in the tourism development model, as well as the problems that these organizations must solve in order to ensure the efficient establishment of more sustainable and competitive tourism. In addition, the article explores the roles of regional tourism management in tourism destinations. The aim is to broaden the understanding of their relevance as well as the challenges they face in the context of the twenty-first century. The article reveals the main problems and suggests solutions.

Keywords: *regional tourism administrations, destinations, tourism problems, impact of Covid-19, regional development*

Xülasə: Bu məqalədə regional turizmin idarə edilməsindən, regional turizm idarələrinin regionda turizmin inkişafına necə təsir etdiyindən, eləcə də Covid-19 pandemiyasının turizmə təsirindən bəhs edilir. Turizm regionlarının inkişafı və idarə olunması hər hansı bir regionda turizm sənayesinin uğurunun əsas amilidir. Bu baxımdan onu çox diqqətlə idarə etmək və inkişaf etdirmək lazımdır. Bütün maraqlı tərəflər turizmə təsir edən digər əsas amillərlə yanaşı, mədəniyyət, verilən yerin sosial aspektləri, irs baxımından yerlərin idarə edilməsində iştirak etməlidir. Məqalədə, pandemiyanın turizm regionlarının idarə edilməsinə təsirlərini əks etdirməyə, turizmin inkişafı modelində regional-idarəetmə təşkilatlarının rolunu, eləcə də bu təşkilatların daha dayanıqlı və rəqabətqabiliyyətli turizmin səmərəli qurulmasını təmin etmək üçün həll etməli olduqları problemlər əks etdirilmişdir. Buna əlavə olaraq, məqalə turizm destinasiyalarında regional turizm menecmentinin rollarını araşdırır. Məqsəd onların aktuallığı, eləcə də iyirmi birinci əsr kontekstində qarşılaşdıqları problemlər haqqında anlayışı genişləndirməkdir. Məqalədə əsas problemlər üzə çıxarılmışdır.

Açar sözlər: *regional turizm idarələri, destinasiyalar, turizm problemləri, Covid-19 təsiri, regional inkişaf*

Абстракт: В данной статье рассматривается региональный туристический менеджмент, как региональные туристические офисы влияют на развитие туризма в регионе, а также влияние пандемии Covid-19 на туризм. Развитие и управление туристическими регионами является ключевым фактором успеха туристической отрасли в любом регионе. С этой точки зрения им следует управлять и развивать очень осторожно. Все заинтересованные стороны должны быть вовлечены в управление территориями с точки зрения культуры, социальных аспектов данного места, наследия, а также других ключевых факторов, влияющих на туризм. Также было упомянуто, с какими проблемами столкнулись туристические регионы после пандемии Covid-19. В статье отражено влияние пандемии на управление туристическими регионами, роль региональных управляющих организаций в модели развития туризма, а также проблемы, которые эти организации должны решить, чтобы обеспечить эффективное создание более устойчивого и конкурентоспособного туризма. Кроме того, в статье исследуется роль регионального управле-

ния туризмом на туристических дестинациях. Цель состоит в том, чтобы расширить понимание их значимости, а также проблем, с которыми они сталкиваются в контексте XXI века. В статье раскрываются основные проблемы и предлагаются пути их решения.

Ключевые слова: *региональные управления туризма, дестинации, проблемы туризма, влияние Covid-19, региональное развитие*

Introduction

Regional tourism organizations are structural units that implement state policy and regulation in the field of tourism in the region where they operate. Currently, Destination Management Organizations (DMOs) play a strategic leadership role in many tourism destinations, directing and coordinating management activities in accordance with a related strategy. Destination Management Organizations can operate at any of the following levels [7]:

- at the national level, in the form of National Tourism Authorities (NTAs) or National Tourism Organizations (NTOs – National Tourism Organizations) responsible for the management and marketing of tourism at the national level;
- at the regional level (province, state, county), DMOs or RTOs (Regional Tourism Organizations) deal with the management and marketing of tourism in a particular area.
- at the local level, there are local or municipal tourism organizations that contribute to the development and promotion of tourism in limited areas (such as tourist towns); they can be tourism organizations of mountain, seaside or other types of resorts ("resort organizations");
- product-based organizations are dedicated to a specific tourism product such as adventure tourism or bird watching.

Therefore, Regional Governing Organizations must develop a high level of qualification in developing and managing partnerships, as they are responsible for coordinating and integrating elements of the destination complex [7]:

Roles of Regional tourism offices

Managing regions requires a coalition of many organizations and interests working toward a common goal [1, pp; 194-200]. Depending on their operational capacity, regional offices perform a number of roles:

- assistance and advice for tourism and hospitality business;
- tourism product development activities;
- provision of services related to the development of tourism resources (articles, boards of tourism information centers);
- development and high-level training of human resources in tourism;

Considering all of the above, we can summarize the roles of regional tourism organizations. Regional organizations play a vital and important role in meeting the expectations of stakeholders (both internal and external) as much as possible and are not limited to the development and support of new initiatives in tourism, but also include the management of resources (human and internal) at all stages of destination development. They are involved in building regional infrastructures and connections within the existing market. Also, based on sustainable practices, they use legislative and management tools in destination planning and management to ensure the fair distribution of tourism benefits among stakeholders by ensuring the recovery of resources involved in the production of tourism and hospitality services. In addition, they maximize the profitability of local, regional or national enterprises and the multiplier effects of tourism, ensure the management of tourism within the tourism destination, ensure the well-being of the local population and ensure that tourists benefit from the most memorable and satisfying travel experiences. [2, pp. 197-208]

Functions of Regional tourism offices

The functions of Regional tourism offices are as follows [4, pp. 572-589]

- management (strategic direction and high-level expertise);
- planning (policies and strategies to gain competitive advantage, development and marketing plans, business plans);
- organization (assessing/coordinating the fulfillment of business plan goals, organizing relevant organizational structures and processes, facilitating partnerships, creating opportunities for entrepreneurs);

- performance management (performance measurement and reward, management monitoring, identifying gaps and providing appropriate solutions).

The following regional tourism departments of the State Tourism Agency were established in Azerbaijan [6]:

- Baku-Absheron Regional Tourism Office;
- Ganja Regional Tourism Office;
- Sheki Regional Tourism Office;
- Lankaran Regional Tourism Office;
- Mingachevir Regional Tourism Office;
- Guba Regional Tourism Office;
- Karabakh Regional Tourism Office;
- Ismayilli Regional Tourism Office.

The regional offices implements state programs and development concepts related to the field of tourism in the region where it operates. It also provides state control of tourism industry subjects operating in the territory of regional tourism administrations, creates tourism products that attract the interest of tourists, and preserves the tangible and intangible cultural and natural heritage of the region. contributes to its protection and carries out activities to implement complex measures aimed at the development of tourism in such directions as taking measures for the purpose of effective use of them, doing things to increase the staff potential in the tourism field.

The impact of COVID-19

The impact of COVID-19 on regional tourism offices has been significant and multifaceted. Some of the main effects include:

1. Economic Challenges: Regional offices rely heavily on the tourism industry and COVID-19 has drastically reduced travel and tourism globally. This has resulted in fiscal strain due to reduced receipts from taxes, tourism levies and other revenue sources.
2. Operational changes: They had to adapt quickly to changing conditions. Due to travel restrictions, border closures and changing consumer behavior, they have had to re-evaluate their marketing strategies, campaigns and tourism development plans.
3. Local Business Support: With the decline in tourism, regional offices have faced the challenge of supporting local businesses in the hospitality, entertainment and service sectors. They had to innovate to find ways to keep these businesses afloat and support the local economy.
4. Health and Safety Concerns: They had to focus on health and safety measures to ensure gradual re-opening of destinations while complying with health regulations and ensuring the safety of tourists and locals.
5. Recovery Strategies: Regional tourism offices should strategize for the recovery phase, emphasize sustainable and responsible tourism, and redefine destination marketing strategies to attract tourists after the pandemic.

These impacts varied by location, its dependence on tourism, the duration of restrictions, and the effectiveness of local and national responses to the pandemic. Adapting to these challenges requires flexibility, creativity and innovation from regional tourism offices to support local tourism and reshape the industry for the post-pandemic era.[8]

Post pandemic regional tourism organizations

In the wake of COVID-19, regional tourism organizations can take various steps to revitalize and strengthen their role [3, 20-26]

1. Strategic Planning: Reassess and update destination strategies to align with the new post-pandemic travel landscape, taking into account changes in traveler behavior and preferences.
2. Data-driven decision-making: using data analytics to understand visitor trends, preferences and behaviors, enabling more informed decision-making for destination management.
3. Digital presence: increasing online presence through updated websites, social media and digital marketing to effectively reach and engage with potential visitors.
4. Collaboration: Strengthen collaboration with local businesses, communities and government agencies to create a holistic approach to destination management, ensuring unified and well-coordinated efforts.

5. Safety and Health Measures: Implement and deliver robust safety and health measures to reassure visitors and promote confidence in the destination.
6. Product development: to innovate and diversify tourism products and experiences to meet changing consumer demands and attract a wider range of visitors.
7. Capacity Management: Implement strategies to manage visitor capacity at attractions and popular sites, avoid crowding and maintain the quality of the visitor experience.
8. Sustainable Practices: Prioritizing sustainability in tourism operations, promoting environmentally responsible practices and minimizing the environmental impact of tourism.
9. Crisis Preparedness: develop and regularly update crisis management plans to address unexpected issues and ensure the destination can respond effectively to disruptions.
10. Training and Education: provide training programs for local businesses and tourism stakeholders to enhance service quality, cultural sensitivity and overall visitor experience.

By adopting a holistic and adaptive approach, they can contribute to the sustainable development of destinations and position them as attractive and sustainable places for visitors.

Conclusion

Destination Management Organizations operating under the Azerbaijan Tourism Bureau operate in the direction of revealing the tourism opportunities of the regions they cover.

In 2019, the State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan (DTA) and the Azerbaijan Tourism Bureau (ATB) decided to establish new institutions for the development, promotion and management of tourism in the regions of Azerbaijan. These institutions are called Destination Management Organization (DMO). However, from 2023, those organizations operate under the name of regional offices.

Regional Tourism Organizations (RTOs) play an important role in the promotion and management of tourism in a particular geographical area. Their responsibilities typically include: [4, p, 115-121] Creating and implementing marketing strategies to attract visitors to the area, including showcasing local attractions, events and unique features. Collaborate with local businesses and communities to develop and maintain a distinctive brand identity to differentiate the region from other destinations, create a positive perception among travelers and enhance tourism offerings, develop new experiences and diversify the region's appeal. Then providing tourist information and support services, including visitor centers, maps and online resources, to enhance the overall visitor experience or working with local governments, businesses and community stakeholders to ensure a coordinated approach to tourism management and development and conducting research on market trends, visitor demographics and economic impacts to inform decision-making and strategic planning. Also represents the interests of the region's tourism sector at the local, regional and national levels, and advocates policies that support the development of sustainable tourism.

Effective regional tourism management involves a balance between promoting tourism for economic benefit and protecting the cultural and ecological integrity of the destination [5, pp. 97–116].

The purpose of the regional offices is to lead the sustainable development of tourism in the regions of Azerbaijan, to coordinate the activities of various interested parties, to conduct and manage tourism promotion. Those offices represent the leading regional tourism regions of Azerbaijan, unite several regions, and at the national level, tourism organizations and the public sector, private sector, regional and acts as a direct link between communities at local levels.

References:

1. Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., and Wanhill, S., Tourism Principles and Practice. 5th ed. Harlow: Pearson, (2018).
2. Minguzzi, A., Destination Competitiveness and the Role of Destination Management Organization (DMO) Advances in Tourism Research, (2016).
3. Mair, J., Ritchie, B. W., & Walters, G. (2016). Towards a research agenda for post-disasterand post-crisis recovery strategies for tourist destinations: A narrative review. Current Issuesin Tourism
4. Wray, M., Dredge, D., Cox, C., Buultjens, J., Hollick, M., Lee, D., Pearlman, M., Lacroix, C., Sustainable Regional Tourism Destinations (2015)
5. Buhalis, D., Marketing the Competitive Destination in the Future, Tourism Management, Vol. 21

6. Azerbaijan Tourism Board (ATB), Destination management organization in Azerbaijan.2023 from https://www.tourismboard.az/dmo
7. World Tourism Organization (UNWTO), World Tourism Survey of Destination Management Organisations. 2017
8. Google Scholar, https://scholar.google.com/. [accessed: October 30, 2023]

Cavid ƏLİYEV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
javidalijev@gmail.com

ECONOMIC PROBLEMS AND CHALLENGES FOR TOURISM CENTERS IN NEW ECONOMIC REGIONS

YENİ İQTİSADİ RAYONLARIN TURİZM MƏRKƏZLƏRİ ÜÇÜN İQTİSADİ PROBLEMLƏRİ VƏ ÇƏTİNLİKLƏRİ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И ВЫЗОВЫ ДЛЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ЦЕНТРОВ В НОВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕГИОНАХ

Abstract: This study looks at the various economic issues and challenges that tourism hubs in Azerbaijan's new economic areas are facing in light of the country's changing economic landscape. Using a mixed-method approach, the study explores how infrastructure, investment, and regional development strategies affect tourism by combining quantitative data analysis. The results show that these rapidly developing economic regions confront several obstacles, such as poor transportation systems, restricted capital availability for small and medium-sized businesses (SMEs), and a dearth of workers with the right kind of training for the tourist sector. The report also emphasizes how these difficulties affect the competitiveness and long-term viability of tourism in these regions. The consequences for policy point to the need for focused government initiatives to support infrastructure, encourage tourism-related entrepreneurship, and provide extensive educational programs that will provide the local workforce with the skills it needs. In its conclusion, the study offers a framework for the development of sustainable tourism that combines financial incentives with preservation of the environment and cultural heritage. As a guide for policymakers and business executives looking to leverage tourism as a means of achieving economic diversification and expansion in Azerbaijan, this study advances knowledge of regional economic development in post-transition economies.

Keywords: *tourism economics, infrastructure development, tourism financing, labor shortage, sustainable tourism policy*

Xülasə: Bu tədqiqat ölkənin dəyişən iqtisadi mənzərəsi fonunda Azərbaycanın yeni iqtisadi ərazilərində turizm mərkəzlərinin üzləşdiyi müxtəlif iqtisadi problemlərə və problemlərə nəzər salır. Qarışıq metodlu yanaşmadan istifadə etməklə, tədqiqat kəmiyyət məlumatlarının təhlilini birləşdirərək infrastruktur, investisiya və regional inkişaf strategiyalarının turizmə necə təsir etdiyini araşdırır. Nəticələr göstərir ki, sürətlə inkişaf edən bu iqtisadi rayonlar zəif nəqliyyat sistemləri, kiçik və orta biznes (KOB) üçün kapitalın məhdud olması və turizm sektoru üçün lazımi təlim növü olan işçilərin çatışmazlığı kimi bir sıra maneələrlə üzləşirlər. Hesabatda bu çətinliklərin bu regionlarda turizmin rəqabət qabiliyyətinə və uzunmüddətli həyat qabiliyyətinə necə təsir etdiyi də vurğulanır. Siyasət üçün nəticələr infrastrukturu dəstəkləmək, turizmlə bağlı sahibkarlığı təşviq etmək və yerli işçi qüvvəsini ehtiyac duyduğu bacarıqlarla təmin edəcək geniş təhsil proqramlarını təmin etmək üçün diqqət mərkəzində olan hökumət təşəbbüslərinə ehtiyac olduğunu göstərir. Nəticə etibarilə, tədqiqat davamlı turizmin inkişafı üçün maliyyə stimullarını ətraf mühitin və mədəni irsin qorunması ilə birləşdirən çərçivə təklif edir. Azərbaycanda iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi və genişləndirilməsinə nail olmaq vasitəsi kimi turizmdən istifadə etmək istəyən siyasətçilər və biznes rəhbərləri üçün bələdçi kimi bu tədqiqat keçiddən sonrakı iqtisadiyyatlarda regional iqtisadi inkişaf haqqında bilikləri artırır.

Açar sözlər: *turizm iqtisadiyyatı, infrastrukturun inkişafı, turizmin maliyyələşdirilməsi, işçi qüvvəsi çatışmazlığı, davamlı turizm siyasəti*

Абстракт: В этом исследовании рассматриваются различные экономические проблемы и проблемы, с которыми сталкиваются туристические центры в новых экономических регионах Азербайджана в свете меняющегося экономического ландшафта страны. Используя смешанный подход, исследование

исследует, как инфраструктура, инвестиции и стратегии регионального развития влияют на туризм путем объединения количественного анализа данных. Результаты показывают, что эти быстро развивающиеся экономические регионы сталкиваются с рядом препятствий, таких как плохие транспортные системы, ограниченная доступность капитала для малого и среднего бизнеса (МСП) и нехватка рабочих с необходимой подготовкой для туристического сектора. В докладе также подчеркивается, как эти трудности влияют на конкурентоспособность и долгосрочную жизнеспособность туризма в этих регионах. Последствия для политики указывают на необходимость целенаправленных правительственных инициатив по поддержке инфраструктуры, поощрению предпринимательства, связанного с туризмом, и обеспечению обширных образовательных программ, которые обеспечат местную рабочую силу необходимыми навыками. В заключение исследование предлагает основу для развития устойчивого туризма, сочетающего финансовые стимулы с сохранением окружающей среды и культурного наследия. В качестве руководства для политиков и руководителей бизнеса, стремящихся использовать туризм как средство достижения экономической диверсификации и расширения в Азербайджане, это исследование расширяет знания о региональном экономическом развитии в постпереходных экономиках.

Ключевые слова: *экономика туризма, развитие инфраструктуры, финансирование туризма, дефицит рабочей силы, политика устойчивого туризма.*

Introduction

Tourism evolves in accordance with an individual's standard of living; it is not a vital necessity for survival. Millions of people go to other nations every year to unwind, gain new experiences, and form impressions. Today, tourism is a global phenomenon. Recently, tourism has grown to be a respectably profitable industry that boosts the national economy. Growth in the tourism industry benefits the nation's social and economic conditions. Its profitable nature and significant contribution to bringing in more revenue for the nation have a beneficial economic impact. Socially, it lowers unemployment, encourages the formation of new businesses, opens doors for entrepreneurship, and guarantees the development of a service sector that caters to the demands of households and the populace in tourist areas by encouraging the opening of new jobs. The travel and tourism industry brings in millions of dollars for the government, businesses, firms, nonprofits, and individuals [1, p.465].

Recently, there has been a greater globalization of tourism development. Strong transnational processes underpin the global tourism market, and as a result, transnational corporations in the tourism sector emerge as a result of private capitals fortifying various inter-country monopolies in international interactions. In order to achieve this, worldwide norms for the growth of international political and economic ties in the tourism industry must be developed and improved. Together with the efficient growth of tourism, all of this raises the risk associated with management in the industry.

Risks associated with the economic, sociopolitical, ecological, and other developments of tourism are rising, which impacts players in the tourist industry and shows up in travel-related activities. The information's source and accuracy, marketing research, external and internal analyses, and other factors are crucial to the problem's solution since they can guarantee the mitigation of potential dangers. In addition to these, natural disasters, crises, international terrorism, and global economic crises are examples of global hazards that should constantly be prioritized and for which appropriate plans should be implemented. As a result, it is important to consider both local and global risks related to tourism and to establish sophisticated risk management rules by compiling these risks [2, p. 275].

The growth of the economy and the tourism industry in Azerbaijan are closely intertwined. The climate for tourism develops and expands in tandem with economic growth. Tourists are drawn to Azerbaijan by its abundance of historical, cultural, and natural riches. Many forms of tourism have developed in the nation as a result of its natural riches (mineral waters, healing oil, healing salt, and its location in nine out of eleven climate zones), rich national cuisine, and cultural examples. These include sports, business, gastronomic, beach, therapeutic, and cultural tourism [3, p.26].

The unique significance of tourism in the nation's foreign policy and economic policy dictates its place in the economy. Despite having the highest economic potential in Azerbaijan, tourism is currently developing at a slow pace. The direction of tourism's contribution to development is toward production and consumption. Tourism contributes to the state's revenue as well as the income of the populace and business owners. These factors make tourism in the nation a factor in the management and growth of its social and economic potential. The government implements a number of strategies and initiatives to boost tourism and raise its economic share in the nation.

One of the top priorities now is the growth of tourism in Azerbaijan's economic regions, which are based on the new split. From a socio-economic perspective, the growth of tourism is determined by the advancement of tourist entrepreneurship as well as the enhancement of infrastructure in economic regions. The Republic of Azerbaijan's cities, towns, and villages have undergone fundamental transformations as a result of the state programs for the socioeconomic development of the regions that have been put in place to ensure the sustainable development of the country's cities and regions. These programs have also increased the regions' economic potential, improved infrastructure, raised the standard of services offered to the populace, and improved population well-being. The "I – State Program on the great return to the territories of the Republic of Azerbaijan freed from occupation" was established to support the state's objectives and the growth of economic regions.

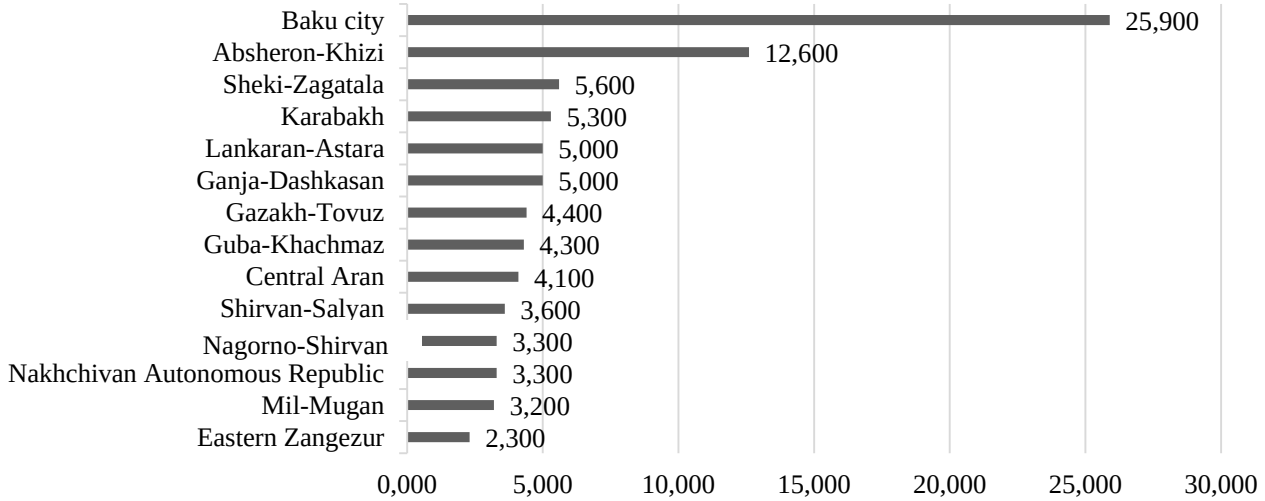
The Republic of Azerbaijan's president, Ilham Aliyev, signed an order on July 7, 2021, with the aim of developing our freed areas and integrating them into the national economy. It also aims to improve the effectiveness of planning work in other economic sectors. As per the decree, the nation underwent a new regionalization process, wherein 14 economic regions were assigned, namely: Baku, Eastern Zangezur, Lankaran-Astara, Nakhchivan, Central Aran, Ganja-Dashkasan, Nagorno-Shirvan, Shaki-Zagatala, Mil-Mugan, Gazakh-Tovuz, Eastern Aran, Karabakh, and Ganja-Dashkasan [4, pp.1-2].

Employment issues based on the field of tourism in economic regions

The number of workers employed in public catering and tourist accommodations by economic regions is displayed in Figure 1. This number indicates that there are 87,900 people working in public catering and tourism accommodations in the Republic of Azerbaijan. According to the figure, there are 25,900 people employed in this field in Baku, 12,600 people in Absheron-Khizi economic district, 5,600 people in Sheki-Zagatala, 5,300 people in Karabakh, 5,000 people in Lankaran-Astara and Ganja-Dashkasan, 4,400 people in Gazakh-Tovuz, Guba-Khachmaz 4,300 people, 4100 people in Central Aran, 3,600 people in Shirvan-Salyan, 3,300 people in Nagorno-Shirvan, 3,300 people in Nakhchivan Autonomous Republic, 3,200 people in Mil-Mugan, 2300 people in East Zangezur.

There are 87,900 people working in the aforementioned industries overall. Due to its position as the nation's economic and tourism center, Baku, the capital city, has the highest employment rate (25,900), despite the employment distribution among regions being noticeably uneven. On the other hand, areas like East Zangezur have the lowest recorded numbers (2,300), which might be due to a decline in population or a decrease in economic activity. This data may be a sign of other underlying issues, including infrastructure, population density, tourism flow, and area economic development. It is possible to deduce that areas with higher employment rates in these industries have more established tourism infrastructures or more tourist attractions.

Figure 1. *As of January 1, 2023, the number of employed population by tourist accommodation and public catering by economic regions and administrative territorial units*



1. Source: *The State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan [5].*

Infrastructure development: costs and challenges for tourist destinations

With earnings reported in Azerbaijani Manat (₼), Figure 2 provides a breakdown of the revenue streams for hotels and hotel-type facilities in Azerbaijan. Revenue from health care services (₼10,602.6): This amount indicates that these establishments provide services relating to health, such as massages, spa treatments, and other wellness-related offerings. Since this segment's revenue is the lowest of all the sources mentioned, it may be a supplemental service rather than the primary draw.

Revenue from health care services (₼10,602.6): This amount indicates that these establishments provide services relating to health, such as massages, spa treatments, and other wellness-related offerings. Since this segment's revenue is the lowest of all the sources mentioned, it may be a supplemental service rather than the primary draw.

Extra income (₼32,167.2): This category is fairly inclusive and may include a range of revenue streams not mentioned elsewhere, like event sponsorship, service fees, or earnings from recreational facilities. Its substantial contribution shows how much value these auxiliary services bring to the company.

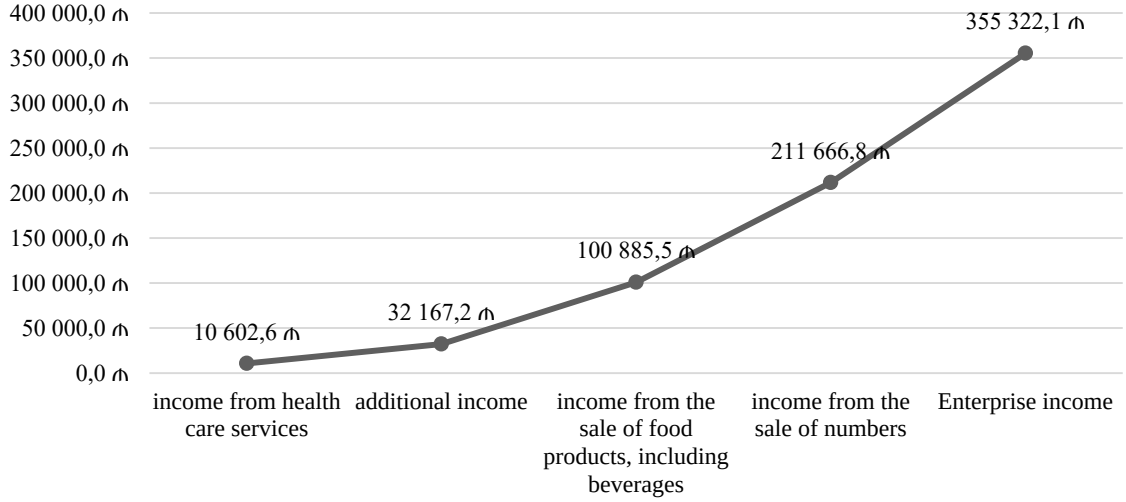
Revenue from the sale of food items, such as drinks (₼100,885.5): This is a typical revenue-generating category for hotels, as dining services may be a big attraction. The degree of success in this domain may bear on the caliber of food and drink selections, the manner in which they set their prices, or the number of patrons they service.

Revenue from the numbers sales (₼211,666.8): "Numbers" probably refers to reservations for rooms. The fact that this is the main source of income by a wide margin confirms that the revenue model used by the hotel business revolves around room sales. High occupancy rates, high room charges, or a mix of the two are suggested by the high income.

Business revenue (₼355,322.1): This is probably the business's overall revenue when all the different revenue sources are added together. It is the highest number and represents the facility' total financial performance.

As is typical in the hospitality sector, hotel room sales are the main source of income. This implies that the facilities are drawing in overnight visitors with success. A sizable amount of the income comes from the sale of food and beverages, suggesting that the services are well-liked by the visitors and perhaps even by those who do not stay. Even though they are less in contrast, the added income and health care services are nonetheless significant. They increase the revenue streams' diversity, which can be beneficial for risk management and draw in a wider clientele looking for more than just lodging. The various revenue sources' balance may point to a comprehensive service package that optimizes the property's potential.

Figure 2. *Income of hotels and hotel-type facilities*



2. Source: *The State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan [6].*

A diversified strategy is needed to address unemployment and low living conditions through the development of hotels and hotel-like facilities in economic regions with low and high facilities. The following are a few tactics to take into consideration:

Investment in education and training:

- By providing training programs that improve the skills of the local population and increase their employability in the hospitality industry, hotels may make an investment in the growth of the local workforce.
- Establishing partnerships with academic institutions to develop hospitality curricula can guarantee a consistent pool of proficient workers.

Promoting entrepreneurship:

- Buying locally made goods and services for local business owners can help boost the local economy and generate employment.
- establishing incubator programs to assist locals in starting their own hospitality-related enterprises, such as cafes, souvenir stores, and transportation services.

Programs for community development:

- Hotels can take part in social responsibility projects that raise living conditions by constructing community centers, funding healthcare efforts, or creating infrastructure.

Tourism competitiveness among economic regions

The competitive environment between the tourism centers to be formed in the economic areas and the social situation of the population are impacted by a few issues pertaining to the promotion of the tourism cluster in Azerbaijan's economic regions:

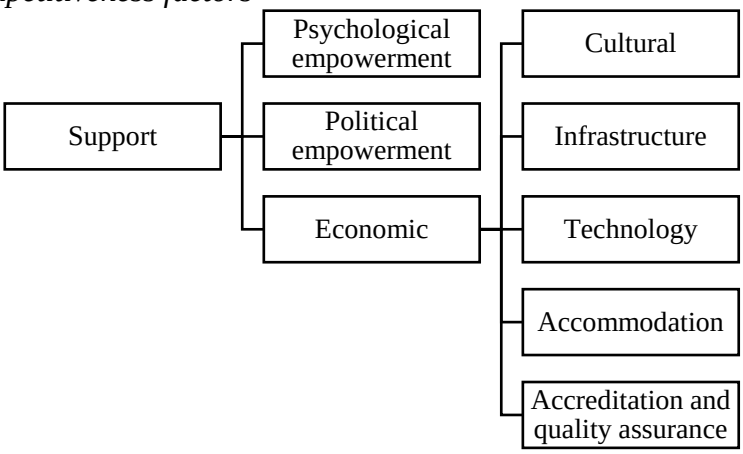
Executives are not very open to new ideas; there is a dearth of experience in strategic planning tourism activities based on public-private partnerships; there are problems with regional infrastructure and transportation availability in the Republic of Azerbaijan; and there is a shortage of professional tourism photographers who are capable of understanding all the advantages and benefits of a similar type of collaboration.

"Destination competition" is another phrase that would boost tourism competitiveness among economic zones. Destination competitiveness is the capacity of tourism destinations to offer a competitive experience and a high standard of environment [7, pp.4-5]. A destination with a high degree of destination competitiveness offers travelers distinctive experiences and is more alluring than alternatives or rival destinations. Additionally, destination competitiveness has well-known benefits: it boosts positive economic effects, holds onto market shares and creates advantageous market positions, permits destination management and sustainable tourism development.

The process of generating revenue from tourism and enhancing the physical surroundings of destinations as tourism increases is known as economic empowerment. The economic benefits of tourism are believed to have a number of powerful consequences that promote support from the community. Residents can increase their household incomes by working in tourism-related industries such as managing restaurants, selling handcrafted crafts, running guesthouses, and serving as local tour guides and travel agents. Being aware of the facilities, activities, information, and resources that are available can help to promote empowerment. A location's competitive attributes increase its economic benefits when they are associated with increased tourism. Being able to utilize their resources has allowed residents to demonstrate a higher degree of empowerment.

Figure 1.3.2

Destination competitiveness factors



Conclusion

The examination of economic issues and difficulties encountered by tourist destinations in Azerbaijan's newly established economic zones has exposed a nuanced interaction between development prospects and diverse hindrances. Although the country has demonstrated great promise in terms of income production and infrastructure development, it also faces a number of obstacles, including but not limited to budgetary limitations, regulatory barriers, and the development of human capital. These centers' potential to remain viable depends on how investments are made strategically, how technology is used, and how socioeconomic and environmental factors are incorporated into operational and planning frameworks. Furthermore, to make Azerbaijan a popular travel destination worldwide, strong branding and efficient marketing techniques are essential

References:

1. "Azərbaycan Respublikasının işğaldan azad edilmiş ərazilərinə Böyük Qayıdışa dair I Dövlət Proqramı" https://dim.gov.az/upload/iblock/d3f/d3f0cde6fc01545787dd52eb08c063d4.pdf
2. Ahn Y., Bessiere J., The relationships between tourism destination competitiveness, empowerment, and supportive actions for tourism, 2022, 17 p.
3. Əlirzayev Ə.Q. Turizmin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi, Bakı 2011.
4. Əliyeva N.Ə. Turizm və azərbaycanda onun müasir vəziyyəti/ Tourism and recreation in the XXI century: problems and prospects. 2019, s.26.
5. The State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan, 2023 https://www.stat.gov.az/source/labour/
6. The State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan, 2023 https://www.stat.gov.az/source/labour/
7. Рекунова С.А. Управление рисками в сфере туристских услуг. М., 2011. 275 с

Gülşən MƏHƏRRƏMOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
Maharramova.gulshan.2201@atmu.edu.az

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE SUSTAINABILITY OF TOURISM IN SPAIN'S REGIONS

İSPANYANIN BÖLGƏLƏRİNDƏ TURİZMİN DAVAMLILIĞININ MÜQAYISƏLİ TƏHLİLİ

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ УСТОЙЧИВОСТИ ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ ИСПАНИИ

Abstract: Measuring the success of tourism destinations in terms of sustainability is now one of the primary concerns confronting policymakers. Sustainability is an ever-changing notion. In reality, it is not "sustainability" that can be measured, but "progress towards sustainability," with the understanding that this is not an ideal target linked to a fixed state of harmony, but a continuous process of adjustment and reorientation of tourism development to achieve the balance between the multiple dimensions that comprise it. The goal of this work is to provide a technique for dynamic analysis of tourism sustainability after first analyzing the significant achievements achieved in recent years in the idea of sustainability applied to tourism and its evaluation. This methodology is based on factor analysis to create a composite index. For the years 2000, 2004, and 2008, this composite score is powered by a collection of variables that comprise the four elements of sustainability (environmental, social, economic, and institutional). Thus, the assessed tourism locations' progress toward sustainability may be measured (via the improvement of these indicators over time). To demonstrate the methodology's validity, it was used to an analysis of tourist sustainability in Spanish regions, many of which (Balearic Islands, Canary Islands, Andalusia, Catalonia, and so on) have a high degree of tourism development.

Keywords*: index, sustainability, tourism, development, indicators*

Xülasə: Turizm istiqamətlərinin uğurunun davamlılıq baxımından ölçülməsi hazırda siyasətçilərin qarşısında duran əsas məsələlərdən biridir. Davamlılıq daim dəyişən bir anlayışdır. Əslində, ölçülə bilən "davamlılıq" deyil, "davamlılığa doğru irəliləyiş"dir, bunun sabit harmoniya vəziyyəti ilə əlaqəli ideal hədəf olmadığını başa düşərək lakin turizmin inkişafının onu təşkil edən çoxsaylı ölçülər arasında tarazlığa nail olmaq üçün da-

vamlı tənzimlənməsi və yönləndirilməsi prosesidir. Bu işin məqsədi turizmə tətbiq edilən davamlılıq ideyası və onun qiymətləndirilməsi sahəsində son illərdə əldə edilmiş mühüm nailiyyətləri ilk dəfə təhlil etdikdən sonra turizmin davamlılığının dinamik təhlili üçün bir texnika təqdim etməkdir. Bu metodologiya kompozit indeks yaratmaq üçün faktor analizinə əsaslanır. 2000, 2004 və 2008-ci illər üçün bu mürəkkəb hesab davamlılığın dörd elementini (ekoloji, sosial, iqtisadi və institusional) təşkil edən dəyişənlər toplusu ilə təchiz edilmişdir. Beləliklə, qiymətləndirilmiş turizm yerlərinin davamlılığa doğru irəliləməsi ölçülə bilər (zamanla bu göstəricilərin təkmilləşdirilməsi yolu ilə). Metodologiyanın etibarlılığını nümayiş etdirmək üçün ondan bir çoxunda (Balear adaları, Kanar adaları, Andalusiya, Kataloniya və s.) turizmin yüksək səviyyədə inkişafı olan İspaniya re-gionlarında turizm davamlılığının təhlili üçün istifadə edilmişdir.

Açar sözlər: *indeks, davamlılıq, turizm, inkişaf, göstəricilər*

Абстракт: Измерение успеха туристических направлений с точки зрения устойчивости в настоящее время является одной из основных проблем, стоящих перед политиками. Устойчивое развитие – это постоянно меняющееся понятие. В действительности можно измерить не «устойчивость», а «прогресс в направлении устойчивости», при понимании, что это не идеальная цель, связанная с фиксированным состоянием гармонии, а непрерывный процесс корректировки и переориентации развития туризма. для достижения баланса между многочисленными измерениями, которые его составляют. Цель этой работы – предоставить метод динамического анализа устойчивости туризма после предварительного анализа значительных достижений, достигнутых в последние годы в области идеи устойчивости применительно к туризму, и ее оценки. Эта методология основана на факторном анализе для создания составного индекса. За 2000, 2004 и 2008 годы этот сводный показатель основан на наборе переменных, которые включают четыре элемента устойчивости (экологический, социальный, экономический и институциональный). Таким образом, можно измерить прогресс оцениваемых туристических мест в направлении устойчивого развития (через улучшение этих показателей с течением времени). Чтобы продемонстрировать обоснованность методологии, она была использована для анализа туристической устойчивости в испанских регионах, многие из которых (Балеарские острова, Канарские острова, Андалусия, Каталония и т. д.) имеют высокую степень развития туризма.

Ключевые слова: *индекс, устойчивость, туризм, развитие, индикаторы*

Introduction

In today's context, it is difficult to question conceptually the notion of sustainable tourism, although there have been authors who have described it as an ambiguous, vague, and even mythical idea [6, p. 850-867]. However, the debate on achieving tangible results is another matter. Wheeler argues that it is a theoretically appealing concept, though hard to put into practice due to the difficulties inherent in the subjectivity of its principles. In general, the criticism raised is that both academics and public administrations have accepted the concept with an excess of enthusiasm and very little actual result. This has served the former to generate an impressive amount of literature, but few actually practical tools, and the latter as a smoke-screen behind which they can legitimize abusive tourism development processes clearly contrary to any reasonable principles of sustainability, and even in many cases contrary to basic ethics [2, p.25]. There is some consensus that the sustainable development of tourism cannot be identified as an ideal target linked to “a fixed state of harmony”, but as an ongoing process of adaptation and reorientation of tourism towards achieving the desired balance between social, economic, and environmental factors [5, p.220]. Indeed, Aronsson suggests that the idea of sustainability is a chimæra, so that the best one can hope for is to make tourism development more sustainable than it has been before. It seems logical, therefore, to have some system of information with which to assess the efficiency of this process. This would require selecting a set of indicators that help managers to know at any time, systematically and objectively, the degree of sustainable tourism development of their area of responsibility, so that corrective action can be taken to effectively assist in maintaining control of the impacts generated by tourism, and consequently to achieve competitiveness of their tourism destination [7, p.56]. As a result, the development of sustainability indicators has become an intrinsic element of the work of an increasing number of public administrations, organizations, businesses, and researchers in recent years. With their diverse scope and approaches, these groups are developing a body of indicators that are suited to the integrative and multidimensional nature of sustainable tourism development processes, and which are becoming increasingly important for identifying the reality of a territory's situation, as well as anticipating, preventing, and resolving problems associated with tourism development processes.

Measuring sustainability is by no means an easy process. There are various factors that make quantifying the idea challenging. For starters, it is still a rather abstract concept. To put it another way, it is a latent quality, which means it is not directly observable. This necessitates quantifying it through indirect indicators that are, to varying degrees, related to the concept of sustainability. Second, because there are multiple diverse dimensions to sustainability, it is clearly multivariate. Indeed, the fourfold nature of its social, economic, environmental, and institutional aspects is a strong indication of this multifaceted reality. Third, a measure of sustainability will be relative in the sense that other units investigated will be more or less sustainable depending on the unit of analysis used as a referent. Finally, in the majority of situations, its quantification has been stated in terms of several units of measurement. If all the indicators quantified could be expressed in a common unit of measurement, such as money, it is clear that their subsequent quantitative evaluation would be much simpler than it is now, when we find indicators, particularly environmental indicators, expressed in units of all kinds. The goal of this research is to offer a systematic approach for developing a synthetic index of sustainable tourism, ST INDEX. This index was created to address the information aggregation needs implied in the concept of sustainability itself. It also provides a very valuable tool for evaluating tourism destination management and comparing the efforts made by each of them toward sustainability. The method's appeal and adaptability are proved by its application to the dynamic examination of sustainability for Spain's regions.

Designing sustainable tourism indicators: State of the art

As noted above, one of the greatest difficulties in measuring sustainability is its dynamic nature. Some authors it as a permanent transition without a goal, while for Connelly it is a process whose goal is just that permanent transition, constantly contested and negotiated. Sustainability is above all a process. However, much of the work done so far on its measurement (or evaluation) has mainly been oriented to the assessment or evaluation of specific states, whether of impacts, objectives, targets, threats, etc. In consequence, most contributions have been based largely on the identification and monitoring of indicators as simplified approaches to evaluating the conditions or selected states of the variables. There have been many forms of categorizing and organizing sustainable development indicators, depending on the nature or rationale for their development, collection, and presentation. In this sense, usually use causal frameworks, of which Pressure-State-Response (PSR) is the most significant example. It was developed for environmental statistics in Canada, and was made popular by the OECD for the presentation of environmental indicator reports [8, p.126] This framework has also been used for the development of sustainable tourism indicators [1, p.189]. PSR model's popularity is founded on the idea of direct causality of Pressures that cause particular States and trigger Responses. However, when it comes to sustainable development, this argument falls short. For something as complex as sustainability and development, in which multiple social, economic, and natural systems interact (often with unpredictable results), cases of evidence of direct causal links are few and far between, making the model too simplistic so that it loses its power of representation [9, p.303].In practice, however, the framework has proven beneficial in introducing notions of dynamism and the knowledge that acts have effects, despite the difficulties in establishing direct causal links. Identifying levers that govern the dynamics and direction of the process, rather than the "correct path" to take, can frequently limit our understanding. These instruments are those that Byrne calls “control parameters”, i.e., the particular variables that govern the real trajectories of dynamical systems[3, p.96] In this sense, the PSR indicators may in fact be reduced to a simple framework of two types of indicator, as noted by Bell and Morse (1999): (a) state indicators (describing the state of a variable, or providing a “snapshot” of the system), and (b) process indicators (providing information on factors that influence the state indicators or the system as a whole).

Based on the PSR, a new analytical framework known as DPSIR (Driving forces-Pressure-State Impact-Response) was created by the European Environment Agency (1999). This incorporates the causes of the pressure and the impacts resulting from changes that have occurred in the state of the environmental conditions [7, p.96]. This is the model that forms the basis for the implementation of the synthetic index of sustainable tourism proposed in this paper. Contributions to the field of sustainable tourism have been more recent, although they are already numerous. Most show a tendency towards state indicators. At the

institutional level, the World Tourism Organization and the European Union's Tourism Sustainability Group have made proposals in this regard. Most recently, there has been work on implementing a list of Global Sustainable Tourism Criteria [4, p 324]. Its focus, however, is on individual tourism enterprises, unlike the previous proposals which were directed at the management of sites and/or destinations. These systems are designed to be repeatable and generalizable, and applicable to a broad range of international contexts. The WTO system of 2004 broadens its scope from merely environmental issues to a general conclusion that includes the three-pronged approach to sustainability (although indicators geared at quantifying environmental consequences continue to predominate). The prominence of state indicators is clear in that the majority of the items deal with environmental, economic, and, to a lesser extent, social repercussions. Verification of operational aspects is confined to a "planning process" in 1997, which was expanded in 2004 to include marketing and management, as well as the degree of interaction with the community (this last feature is unique to protected areas). The system proposed by the EU Tourism Sustainability Group follows the same logic, focusing almost entirely on the impact level indicators that describe the state of tourism in a given area while ignoring the majority of operational problems or processes, i.e., the levers that can actually control or influence the state under consideration. The "presence of a destination management organization with multiple stakeholders" and the "existence of a sustainable tourism strategy and an action plan" are exceptions.

Data collection

To calculate ST INDEX we used the Spanish System of Environmental Tourism Indicators (SSETI) (Sistema Español de Indicadores Ambientales de Turismo). This system consists of 27 indicators targeted at evaluating the most environmentallyrelevant features in Spain’s tourism sector, and at identifying the main stress factors and specific responses in this field. With this choice, each indicator is classified according to the element of the European Environmental Agency’s DPSIR-model that it represents.

In this sense, some comments are in order:

1. No environmental indicators referring to beaches and coasts are used in the analysis since there are inland Autonomous Regions in Spain. A comparative analysis including these characteristics would not therefore be feasible.
2. Other SSETI indicators only refer to specific tourism destinations, with no display of aggregate data for the Autonomous Regions. Because the Autonomous Region is the primary unit of analysis in this study, these indicators are likewise excluded.

It should be highlighted that a comparison analysis is required to evaluate the quantitative changes in the different variables in order to examine the evolution of indicators over time. To that purpose, we begin with data acquired in 2000 and evaluate a uniform time series long enough for the outcome to be meaningful. It focuses on the variations from 2000 to 2008, with the findings being sequenced every four years. We included data from 2004 and 2008 in the initial investigation based on this criterion. It was unable to collect statistics for several indices in 2008.In these circumstances, we used the intervals between 2004 and 2007. From a strictly methodological standpoint, the initial approach was to stick with the SSETI protocol. However, due to information heterogeneity, changes in sources, and material and technical inability of access to specific data, any prospect of a diachronic analysis of all the indicators originally proposed was lost. The biggest impediment to analyzing the collection of indicators for the same time period (2000-2008) is the difficulty in computing a specific datum required for the derivation of some indicators: the Equivalent Tourist Population (%ETP). Allowing for the obvious lack of agreement among different sources, the Equivalent Tourist Population refers to the number of year-round residents in Spain who are equivalent to the overnight stays recorded in tourist statistics. Establishing a territory's ETP allows one to assess the impact of tourism on that territory, its resources, and the local community, i.e., it provides a clear approximation of the scale of tourism activities in relation to the resident population. As a result, it is a necessary datum for calculating certain parameters, such as those expressing estimates of resource consumption (water, electricity) and trash creation that may be attributed to tourism.

Conclusion

The present study has presented clear evidence that, with a comprehensive and up-to-date system of sustainable tourism indicators for a set of regions or tourism destinations, and with the aid

of a robust methodology based on assigning weights to those indicators, one can, despite all the conceptual and technical difficulties, arrive at a approximate measure of sustainable tourism. This tool facilitates flexible and adaptable management of the destination by generating the knowledge needed by all agents involved in the development of tourism to improve their decision-making processes. Consequently, it is an essential tool with which to ensure the success of active tourism management in terms of sustainability. The above analysis provides a sort of X-ray of the sustainability of Spain's tourism. In this regard, there stands out the clear need for a thorough review of the statistical sources currently available in Spain to make it possible for this type of study to be approached with the opportune rigour and reliability. This becomes even more important if one accepts that (as is already undisputed in the current scientific literature) sustainability "cannot be associated with a finished state, and neither is it a goal", nor "can it be identified with an ideal, almost utopian state" [7, p.54].

References:

1. Blackstock K., McCrum G., Scott A., White V., (2006), A Framework for Developing Indicators for Sustainable Tourism, The Macaulay Institute in partnership with The Cairngorms National Park Authority, Aberdeen, U.K.
2. Bramwell B., (2004), Mass Tourism, Diversification and Sustainability in Southern Europe's Coastal Regions, In: Coastal Mass Tourism: Diversification and Sustainable Development in Southern Europe, Bramwell B. (Ed.), Channel View, Clevedon, 1-31.
3. Byrne D., (1998), Complexity theories and the social sciences. An introduction, Routledge, London.
4. GSTC, (2008), Global Sustainable Tourism Criteria, The Partnership for Global Sustainable Tourism Criteria, Online at: http://www.sustainabletourismcriteria.org/images/Documents/Versions/global%20sustainable%20tourism%20criteria%20version%205.pdf (Last access: January 10, 2011).
5. Hall C.M., (2000), Tourism Planning. Policies, Processes and Relationships, Essex, Prentice Hall, Harlow, U.K.
6. Hunter C., (1997), Sustainable tourism as an adaptive paradigm, Annals of Tourism Research, 24, 850-867.
7. Ivars J.A., (2001), Planning and management of sustainable tourism development: proposals for the creation of a system of indicators, (in Spanish), University of Alicante, Alicante.
8. OECD, (1991), Environmental Indicators, A Preliminary Set, OECD, París, France.
9. Pintér L., Hardi P., Bartelmus P., (2005), Sustainable Development Indicators: Proposals for A Way Forward, United Nations Division for Sustainable Development, International Institute for Sustainable Development, New York.
10. Stabler M., (1997), Tourism and Sustainability: Principles and Practice, CABI, Oxon
11. Vera J.F, Ivars J.A., (2003), Measuring sustainability in a mass tourist destination: pressures, perceptions and policy responses in Torrevieja, Spain, Journal of Sustainable Tourism, 11, 181-203.
12. Wheeler B., (1993), Sustaining the ego, Journal of Sustainable Tourism, 1, 121-129.

Hikmət HƏSƏNOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, doktorant
Hikmat.hasanov@outlook.com

TƏDBİR TURİZMİNƏ TƏSİRİN ARTIRILMASINA STRATEJİ İDARƏETMƏ VƏ ƏMƏKDAŞLIQ TƏCRÜBƏLƏRİ: AZƏRBAYCAN NÜMUNƏSİ

STRATEGIC MANAGEMENT AND COOPERATIVE PRACTICES IN BOOSTING EVENT TOURISM IMPACT: A CASE STUDY OF AZERBAIJAN

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ И ПРАКТИКИ СОТРУДНИЧЕСТВА В ПОВЫШЕНИИ ВОЗДЕЙСТВИЯ СОБЫТИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА: ПРИМЕР АЗЕРБАЙДЖАНА

Xülasə: Bu araşdırma Formula 1 Azərbaycan Qran Prisi, Avropa Oyunları, müxtəlif biznes tədbirləri və mədəniyyət festivalları kimi yüksək səviyyəli tədbirlərə diqqət yetirməklə Azərbaycanda tədbir turizminin təsirini ar-

tıran strateji idarəetmə və əməkdaşlıq təcrübələrini araşdırır. O, Azərbaycan hökumətinin və özəl maraqlı tərəflərin ölkənin əsas turizm məkanı kimi cəlbediciliyini artırmaq üçün qəbul etdiyi inteqrasiya olunmuş yanaşmaları araşdırır. Sənəddə qarşıya çıxan çətinliklərlə yanaşı, bu hadisələrin səbəb olduğu iqtisadi, sosial-mədəni və infrastruktur inkişafları da dəyərləndirilir. Metodoloji cəhətdən tədqiqat Azərbaycanda keçirilən müxtəlif tədbirlərdən kəmiyyət və keyfiyyət məlumatlarını təhlil edərək, case study yanaşmasını qəbul edir. Nəticələr göstərir ki, strateji tərəfdaşlıqlar, ən müasir obyektlərə investisiyalar və məqsədyönlü marketinq kampaniyaları turizm axınını əhəmiyyətli dərəcədə artırıb, beynəlxalq imicini gücləndirib və iqtisadi faydaları artırıb. Bununla belə, tədqiqat uzunmüddətli uğuru təmin etmək üçün davamlı təcrübələr və icmanın iştirakı kimi əlavə inkişaf tələb edən sahələri də müəyyən edir. Tədqiqat tədbir turizmi və strateji idarəçilik üzrə ədəbiyyata töhfə verir, siyasətçilər və əsas tədbirlərə ev sahibliyi etməyin faydalarını optimallaşdırmaq istəyən sənaye mütəxəssisləri üçün fikirlər təqdim edir.

Açar sözlər: *Hadisə Turizmi, Strateji Menecment, Azərbaycan, Formula 1, Avropa Oyunları, İşgüzar Tədbirlər, Mədəniyyət Festivalları, İqtisadi Təsir, Turizmin İnkişafi, Strateji Tərəfdaşlıqlar*

Abstract: This study research into the strategic management and cooperative practices that elevate the impact of event tourism in Azerbaijan, with a focus on high-profile events such as the Formula 1 Azerbaijan Grand Prix, the European Games, various business events, and cultural festivals. It examines the integrated approaches adopted by the Azerbaijani government and private stakeholders in enhancing the country's appeal as a premier event tourism destination. The paper assesses the economic, socio-cultural, and infrastructural developments driven by these events, alongside the challenges encountered. Methodologically, the research adopts a case study approach, analyzing quantitative and qualitative data from various events hosted in Azerbaijan. The findings reveal that strategic partnerships, investment in state-of-the-art facilities, and targeted marketing campaigns have significantly increased the tourism influx, bolstered international image, and spurred economic benefits. However, the study also identifies areas requiring further development, such as sustainable practices and community engagement, to ensure long-term success. The research contributes to the literature on event tourism and strategic management, providing insights for policymakers and industry practitioners looking to optimize the benefits of hosting major events.

Keywords*: Event Tourism, Strategic Management, Azerbaijan, Formula 1, European Games, Business Events, Cultural Festivals, Economic Impact, Tourism Development, Strategic Partnerships*

Абстракт: В этом исследовании изучаются методы стратегического управления и сотрудничества, которые повышают влияние событийного туризма в Азербайджане, с упором на такие громкие события, как Гран-при Азербайджана Формулы 1, Европейские игры, различные деловые мероприятия Азербайджана и частными заинтересованными сторонами для повышения привлекательности страны как ведущего направления событийного туризма. В документе оцениваются экономические, социально-культурные и инфраструктурные изменения, вызванные этими событиями, а также возникающие проблемы. Методологически исследование использует подход тематического исследования, анализируя количественные и качественные данные различных мероприятий, проводимых в Азербайджане. Результаты показывают, что стратегическое партнерство, инвестиции в современные объекты и целевые маркетинговые кампании значительно увеличили приток туризма, укрепили международный имидж и стимулировали экономические выгоды. Тем не менее, исследование также определяет области, требующие дальнейшего развития, такие как устойчивые практики и вовлечение сообщества, для обеспечения долгосрочного успеха. Исследование вносит вклад в литературу по событийному туризму и стратеги-ческому менеджменту, предоставляя ценную информацию политикам и практикам отрасли, стремящимся оптимизировать преимущества проведения крупных мероприятий.

Ключевые слова: *Событийный туризм, Стратегический менеджмент, Азербайджан, Формула 1, Европейские игры, Деловые мероприятия, Культурные фестивали, Экономический эффект, Развитие туризма, Стратегическое партнерство*

Introduction

The Republic of Azerbaijan, with its strategic location at the crossroads of Eastern Europe and Western Asia, has recognized the potential of event tourism as a catalyst for economic and social development. The country's investment in hosting international events is part of a broader strategy to diversify its economy beyond oil and gas. This paper introduces the concept of strategic management within the context of event tourism, emphasizing the collaborative practices that have been instrumental in the success of Azerbaijan's major events. The introduction of event tourism as a strategic initiative in

Azerbaijan has led to significant infrastructural advancements, including the construction of modern sporting facilities, enhancement of transportation networks, and revitalization of hospitality services. These developments, primarily spurred by the hosting of the Formula 1 Azerbaijan Grand Prix, the European Games, numerous business forums, and vibrant cultural festivals, have positioned Azerbaijan as a competitive player in the global event tourism market. This essay will explore how Azerbaijan's strategic approach to event tourism has not only expanded its tourism portfolio but also contributed to the country's international branding. The integration of local culture and traditions with international standards of service delivery has created a unique value proposition for tourists and event attendees alike. Moreover, the paper will discuss how this approach aligns with the government's vision of fostering sustainable tourism growth that benefits the economy and the local communities. As the study unfolds, it will address the alignment of Azerbaijan's event tourism strategies with global best practices and the subsequent implications for policy formulation and the future trajectory of the country's tourism sector. The introduction sets the stage for a comprehensive analysis of the multi-faceted impact of event tourism in Azerbaijan, considering both the achievements and the ongoing challenges that shape the strategic management of this burgeoning sector.

To contextualize the strategic importance of event tourism in Azerbaijan, this paper will further outline the historical progression of the country’s tourism initiatives. Following its independence from the Soviet Union, Azerbaijan embarked on a journey to redefine its national identity and economic foundations. Harnessing the allure of its cultural heritage and natural beauty, the nation began to invest in tourism as a means of economic diversification. The pivot towards event tourism emerged as a strategic decision, aimed at maximizing the visibility and economic impact of short-term events with long-lasting effects on the country's image and infrastructure. This introduction will also highlight the interdisciplinary nature of strategic management in the context of event tourism, which encompasses planning, execution, and post-event analysis. The Azerbaijani case demonstrates the collaboration between government entities, private stakeholders, and civil society in executing large-scale events. Such cooperation is critical in addressing the logistical complexities and ensuring the sustainability of investments [3,p.21]

Additionally, the role of Azerbaijan’s geopolitical position as an influence on its event tourism strategy will be examined. The nation's unique geographic and cultural position has allowed it to act as a bridge between East and West, which it has leveraged to attract international events and participants. This geographical advantage is complemented by policy initiatives designed to facilitate travel, such as visa liberalization and improvements in international transport links.

Finally, the introduction will set the expectations for the paper's subsequent sections, which will dissect the economic, cultural, and infrastructural impacts of event tourism, while also considering the strategic frameworks that underlie successful event planning and implementation. Through this study, insights will be provided into how Azerbaijan's event tourism practices can serve as a model for other nations with similar ambitions, and the lessons that can be learned from the challenges faced during the process.

EVENT TOURISM AS A STRATEGIC TOOL FOR ECONOMIC DIVERSIFICATION

Azerbaijan's foray into event tourism has been a deliberate strategy to pivot away from an over-reliance on hydrocarbons. This part of the essay will dissect event tourism's role as a linchpin in the country's economic diversification efforts, drawing connections between event hosting and broader economic goals. Historically, Azerbaijan's economy has been heavily dependent on oil and gas, sectors that are subject to global price fluctuations and finite resources. The strategic pivot to event tourism was borne out of a recognition of these vulnerabilities. The government, therefore, earmarked event tourism as a sustainable and resilient economic sector that could stimulate investment, diversify sources of income, and generate employment across various service industries [2,p12]

Quantitative analysis of the economic impacts of event tourism in Azerbaijan reveals a compelling narrative of growth and diversification. Data drawn from the years following the hosting of major events like the Formula 1 Grand Prix illustrate increased tourist arrivals, higher foreign exchange earnings, and a boost in leisure and business tourism. The essay will leverage statistics from the Ministry of Culture and Tourism to underscore these trends, providing a concrete assessment of the economic benefits derived from event tourism.

The strategic utilization of event tourism in Azerbaijan has had a substantial influence on the country's economic landscape. By hosting internationally recognized events, the nation has opened new revenue streams and created economic opportunities beyond the traditional oil sector. Event tourism has acted as a catalyst for investment in Azerbaijan, both from domestic sources and foreign direct investment. The need for high-quality venues and infrastructure for events like the Formula 1 Grand Prix has spurred development in the construction sector and has led to the modernization of transport and hospitality services. This section will detail specific investments made in the run-up to major events and the enduring economic benefits of such developments. Azerbaijan's event tourism strategy has also been leveraged to enhance its position in global trade and investment. Business events, in particular, have provided a platform for international networking and the promotion of Azerbaijani industries. The paper will explore how trade fairs and expos have been utilized as forums for attracting foreign investors and promoting non-oil sectors of the economy. In conjunction with high-profile events, Azerbaijan has diversified its tourism offerings to include seasonal and cultural tourism. By doing so, the nation ensures a steadystream of visitors outside of the major event periods. This essay will examine the role of cultural festivals and events in attracting tourists interested in the region's rich heritage, thereby promoting a more stable and diversified tourism sector. Looking at the long-term economic strategy, this essaywill reflect on the policy implications of sustained investment in event tourism. It will consider thenecessary policy frameworks to support the ongoing growth of this sector, including investments in human capital, improvements to regulatory environments, and the continuous upgrading of infrastructure. While event tourism presents numerous opportunities for economic diversification, it also comes with its set of challenges. The section will delve into the potential issues such as over dependence on tourism, the need for sustainable practices, and the economic risks posed by a mono-event strategy.

The growth and benefits derived from event tourism are not without risks. The volatility of global tourism, influenced by economic downturns, political instability, and more recently, pandemics, can pose significant threats to economies overly reliant on tourism. In this context, Azerbaijan's strategic management has included risk mitigation strategies such as diversifying event types, investing in sustainable tourism practices, and developing crisis management plans to ensure the resilience of the sector. To sustain the momentum of event tourism, Azerbaijan has turned to technological advancement and innovation. This section of the essay will explore how digital marketing, virtual reality tours, and app-based services have been employed to enhance visitor experiences and streamline event management processes. The role of technology in expanding the reach of events and creating new opportunities for engagement will also be discussed. For event tourism to effectively contribute to economic diversification, there is a need for a skilled workforce. Azerbaijan’s investment in human capital, through education and training programs tailored to the tourism sector, ensures that the economic benefits of event tourism are complemented by social development. This part of the essay will outline the initiatives aimed at developing local talent and enhancing service standards within the industry. While economic indicators are significant, measuring the success of event tourism’s contribution to diversification also includes social and cultural metrics. This section will discuss the intangible benefits of event tourism, such as the promotion of national identity, the enhancement of international image, and the fostering of community pride. The paper will argue that these factors are as critical as economic benefits in assessing the long-term success of event tourism strategies [4, p56].

Table 1: Economic Impact of Major Events (2015-2022)

Year	Event	Number of Tourists	Average Spendper Tourist (USD)	Total Revenue from Tourism (USD, in millions)	Jobs Created
2015	European Games	100,000	1,000	100	2,500
2016	Formula 1 GrandPrix	150,000	1,200	180	3,000
...	...	...	...	...	...
2022	Formula 1 GrandPrix	200,000	1,500	300	4,000

Source: https://www.turan.az/ext/clndr/2023/0/analytics_001_en.htm

Table 1 provides a compelling overview of the economic impact that major events have had on Azerbaijan's economy between 2015 and 2022. Each row corresponds to a significant eventand outlines four key economic indicators: the number of tourists attracted, their average spend, the total revenue generated for the tourism sector, and the jobs created as a result of the event. From a glance at the table, there's a discernible upward trend in the number of tourists attending each successive event. For instance, the European Games in 2015 attracted 100,000 visitors, while the Formula 1 Grand Prix in 2022 saw this figure double to 200,000. This growth is a testament tothe rising appeal of Azerbaijan as an event destination. The average spend per tourist has also seen an increase, reflecting perhaps both inflation and the growing affluence of the tourist demographic that these events are attracting. The average spend, which was USD 1,000 per tourist during the European Games, had increased to USD 1,500 by the 2022 Formula 1 Grand Prix [6, p32].

In terms of revenue, the table indicates a substantial influx of funds into the country's tourism sector, with total revenue from tourism more than tripling from USD 100 million during the European Games in 2015 to USD 300 million during the 2022 Formula 1 Grand Prix. These figures underscore the significant economic stimulation provided by event tourism. Lastly, the jobcreation numbers reveal the role of event tourism as a driver of employment. The data suggest a steady increase in job opportunities in the sector, culminating in 4,000 jobs created by the 2022 Formula 1 Grand Prix. It is clear from Table 1 that the strategic harnessing of event tourism has not only bolstered the tourism sector's revenue but has also contributed positively to the jobmarket.

This table is central to understanding the economic ripple effects that strategic event tourism has on broader economic indicators. The consistent year-on-year growth in these areas showcases the success of Azerbaijan's focus on event-driven economic diversification.

Table 2: Investment in Tourism Infrastructure (2015-2022)

Year	Infrastructure Type	Amount Invested (USD, in millions)	Projected Impact on Tourism Capacity
2015	Sports Facilities	600	30% increase in event hosting capacity
2016	Transportation	400	Enhanced connectivity for 500,000 annual tourists
...	...	...	...
2022	Hotels and Lodging	800	Accommodation for additional 100,000 visitors annually

Source: https://www.turan.az/ext/clndr/2023/0/analytics_001_en.htm

Following on from the analysis provided by Table 1, Table 2 shifts focus to the infrastructural backbone that supports event tourism: the investments made in tourism-related infrastructure from 2015 to 2022. The data presented delineates the aggressive development strategies undertaken by Azerbaijan to augment its tourism capacity and enhance visitor experiences. An in-depth examination of Table 2 reveals that significant investments were channeled into sports facilities in 2015, coinciding with the European Games. A staggering USD 600 million investment resulted in a 30% increase in Azerbaijan's ability to host large-scale international events, which laid the groundwork for future events that could attract global audiences. In the subsequent year, as Table 2 illustrates, transportation infrastructure received a substantial USD 400 million boost, geared towards enhancing connectivity for an anticipated halfa million annual tourists. This investment was strategic, aiming not only to facilitate the smooth operation of upcoming events but also to reinforce the overall accessibility of the country for futuretourism growth.

The narrative of progress continues as the table outlines a year-by-year allocation of resources into various sectors such as hospitality, technology, and urban development. By 2022, with an investment of USD 800 million in hotels and lodging, Azerbaijan positioned itself to accommodate an

additional 100,000 visitors annually, signaling not just readiness for event tourism but also a commitment to sustained growth.

The investments cataloged in Table 2 tell a story of foresighted economic planning, with a clear trajectory towards establishing a robust infrastructure capable of supporting a thriving event tourism industry. This strategic approach to developing tourism infrastructure not only serves immediate event needs but also creates a legacy of improved assets that benefits the broader economy.

Conclusion

The strategic deployment of event tourism as an economic lever in Azerbaijan, illustrated by the statistical evidence presented in this essay, underscores a successful model of economic diversification and growth. The narrative woven through Tables 1 and 2, alongside the visual interpretations offered by the discussed figures, establishes a clear link between strategic investment in event tourism and significant economic benefits. From the influx of tourists drawn by high-profile events like the Formula 1 Grand Prix to the ripple effects in employment and infrastructural development, Azerbaijan has demonstrated the multifaceted impact of event tourism. The increasing tourist expenditure patterns, highlighted in Figure 3, not only reflect the direct economic benefits of event tourism but also signal the enhancement of the country's international reputation and attractiveness as a tourism destination.

The interplay between investment, infrastructure, and economic returns forms a virtuous cycle that promotes sustainable economic growth. Azerbaijan's experience suggests that, with careful planning and investment, event tourism can serve as a cornerstone for economic policy, driving diversification efforts and building resilience against economic uncertainties. As this case study concludes, it becomes evident that the strategic management and cooperative practices embedded in Azerbaijan's approach serve as a blueprint for similar economies seeking to capitalize on event tourism. The lessons drawn from Azerbaijan's experience highlight the importance of a long-term vision, the necessity of substantial investment in infrastructure, and the dynamic nature of strategic planning in realizing the full potential of event tourism. In the final analysis, Azerbaijan's journey serves as a compelling case study of how a nation can effectively harness the power of event tourism to achieve broader economic goals, fostering an environment where culture, commerce, and cooperation thrive together, propelling the country towards a more prosperous and diverse economic future.

Azerbaijan's journey, while impressive, is not without lessons that emphasize the importance of sustainability and inclusivity. As the country moves forward, integrating environmentally sustainable practices and ensuring that the benefits of event tourism permeate to all levels of society will be crucial for long-term success. This balanced approach will not only fortify the economic impact of such events but also contribute to the social and environmental fabric of the nation. The robust infrastructure and favorable international image forged through event tourism lay a solid foundation for Azerbaijan to diversify into other forms of tourism and economic activities. This diversification can serve as a buffer, securing the nation's economy against the volatility of reliance on singular events or sectors.

Reference list:

1. Davies, R., & Johnson, M. (2019). Event Tourism: Economic Driver and Innovation Catalyst. Journal of Tourism Research, 21(4), 35-49.
2. Ismayilov, F., & Alakbarov, G. (2020). Sustainable Development in Event Tourism: Azerbaijan's Formula for Success. Baku University Press.
3. Ministry of Culture and Tourism of Azerbaijan. (2022). Tourism Statistics Annual Report. Retrieved from http://www.tourism.gov.az/statistics
4. Petrov, A.N. (2018). Investing in the Future: Azerbaijan's Infrastructure and Event Tourism. Eurasian Infrastructure Journal, 5(2), 112-128.
5. Rahman, M., & Thompson, L. (2021). Event Tourism and Its Impact on National Economies. Global Tourism Review, 33(1), 88-104.
6. Smith, J. (2020). A Review of Economic Impacts of Event Tourism. International Journal of Event and Festival Management, 12(3), 287-305.
7. United Nations World Tourism Organization. (2019). Best Practices in Event Tourism. Retrieved from http://www.unwto.org/event-tourism/best-practices Thompson, H., & Ozdemir, I. (2017). The Economic

Impacts of Cultural Events on Urban Economies: A Comparative Analysis. Urban Development Journal, 14(6), 66-77.
8. World Economic Forum. (2018). The Role of Large-Scale Events in Urban Branding. Retrieved from http://www.weforum.org/reports/the-role-of-large-scale-events-in-urban-branding
9. Zahra, K., & McIntosh, A. J. (2018). Festivals as a Place-Making Strategy in Remote Regions. Event Management, 22(5), 643-656.

Fatimə HEYDƏROVA
Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universiteti, magistrant
Heyderove933@gmail.com

AZƏRBAYCANDA MÜALİCƏ-SAĞLAMLIQ TURİZMİN İNKİŞAFINA DAİR DÖVLƏT SİYASƏTİ

STATE POLICY ON THE DEVELOPMENT OF MEDICAL-HEALTH TOURISM IN AZERBAIJAN

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА ПО РАЗВИТИЮ МЕДИЦИНСКОГО ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Xülasə: Azərbaycan turizmi tarix boyunca çox dəyişikliyə məruz qalmışdlr. SSRİ-nin dağılması səbəbindən yaranan iqtisadi problemlər və Dağlıq Qarabağın işğalı nəticəsində müharibə vəziyyətinin yaranması və sosial-iqtiadi problemlər nəticəsində ölkəyə gələn turist sayında azalmalar qeyd edilmişdir. Lakin ölkə prezidenti tərəfindən qəbul edilən Dövlət Proqramları, sərəncamlar, fərmanlar bu sahənim inkişafında əsas addımlar olmuşdur. Və bunum nəticəsində kurortlarda yenidənqurma işləri və sağlamlıq ehtiyatlarının dəyərləndirilməsi həyata keçirilmişdir. Buda öz növbəsində turist payını artması ilə nəticələnmişdir.
***Açar sözlər**: sağlamlıq turizmi, siyasət, müalicə, sanatoriya, iqtisadi artım, dövlət proqramları*

Abstract: Azerbaijan's tourism has undergone many changes throughout history. The decrease in the number of tourists coming to the country due to the economic problems caused by the collapse of the USSR, the war situation as a result of the occupation of Nagorno-Karabakh, and socio-economic problems was noted. However, the State Programs, orders and decrees adopted by the country's president were the main steps in the development of this field. And as a result of this, reconstruction works and evaluation of health resources were carried out in the resorts. Buda, in turn, has resulted in an increase in the share of tourists.
***Keywords**: health tourism, policy, treatment, sanatorium, economic growth, government programs*

Абстракт: Туризм Азербайджана за свою историю претерпел множество изменений. Отмечено снижение количества приезжающих в страну туристов из-за экономических проблем, вызванных распадом СССР, военной ситуацией в результате оккупации Нагорного Карабаха, социально-экономических проблем. Однако главными шагами в развитии этой сферы стали принятые президентом страны Государственные программы, распоряжения и указы. В результате на курортах были проведены восстановительные работы и оценка оздоровительных ресурсов. Буда, в свою очередь, привела к увеличению доли туристов.
***Ключевые слова:** оздоровительный туризм, политика, лечение, санаторий, экономический рост, государственные программы*

Giriş

Turizm sahəsində dövlət siyasəti turist sənayesinin təşkilinə,inkişafına dəstək verən tədbirlər çoxluğudur. Dövlət strategiyasını həyata keçirmək üçün turizm strategiyası hazırlanır.

Ölkəmiz müstəqillik əldə etdikdən sonra inkişaf yolunda addımlar atmışdı. Turizm sektoru sahəsində yeni işlər görüldü. Yeni ölkələrlə diplomatik əlaqələr yaratdı, beynəlxalq əhəmiyyətli müqavilələr imzalandı. İlkin olaraq 1999-cu ildə Ümumilli lider Heydər Əliyevin Fərmanı ilə qəbul olunmuş "Turizm haqqında" qanunla başladı. " 2002-2005-ci illərdə Azərbaycanda turizmin inkişaf proqramı" bu sektorun inkişafı üçün əsas rol oynadı. Eyni zamanda 2002-ci ildən başlayaraq ölkəmizdə hər il

Azərbaycan Beynəlxalq Turizm Sərgisi keçiriilir. Həmçinin Azərbaycanın turizm resursları, bu sahənin Azərbaycanda inkişafını göstərən materiallar bir çox xarici ölkə sərgilərində təqdim edilmişdir. Turizm sahəsində kadr potensialının artması, turizm ehtiyatlarından düzgün istifadə və s. məsələlər üçün isə "Azərbaycan respublikasında 2007-2016-cı illər üçün turizmin inkişafına dair Dövlət proqramı qəbul edilmişdir. Müalicə-sağlamlıq turizminin təşkilində əsas diqqət olunası işlərə müalicə ehtiyatlarınım öyrənilməsi, sanatoriya-kurort müəssisələrinin yaradılması, bu zonalara turizm marşurutlarının təşkili və s. aiddir. Bu ərazilərin tanıdılmasında həmin ərazilər haqqında məlumatlar əks olunmuş reklam materialları, nəşrlərin təşkili, simvolik suvenirlərin yaradılması və s. xüsusi önəm daşıyır. 2011-ci ilin turizm ili elan turizmin inkişafında mühüm addım olmuşdur.[1,səh. 11-12]

Azərbaycan əlverişli coğrafi mövqeyin, tarixi mədəniyyət abidələri, şəfalı mineral bulaüları, termal suları, zəngin milli mətbəxin olması turizm sektorunun inkişafına təkan verən amillərdir. Lakin 1950-60 illərdə SSRİ tərkibində ən zəif turizm ölkəsi Azərbaycan idi.

2010-cu ildə qəbul edilən sərəncama əsasən "Azərbaycan Respublikasında 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı" təsdiq olunmuşdir.2010-2015-ci il müddətində ölkəyə gələn turistlərin sayında 8,5 faiz, turizm sahəsində obyektlərin sayında 4,5 faiz, əhalinin məşğulluq səviyyəsində isə 6 faiz yüksəlmə müşahidə olunmuşdur [2, səh. 11-12].

Digər ölkələrdə olduğu kimi bizim ölkəmizdə də turizmin inkişaf etdirilməsi, turistlərin sayının üçün bir çox tədbirlər həyata kecirilir və bunun qarşılığında hər il müsbət göstəricilər əldə olunur. Azərbaycan Avropa, Asiya son illərdə isə ərəb turistlərinin gəlişi müşahidə edilir. Turizmin inkişafında əldə olunan bu nəticələr həm infrastrukturun, otel şəbəkəsinin, sanatoriya kurort şəbəkəsinin yenilənməsi, həmdə ölkədə keçirilən beynəlxalq sərgilərin, tədbirlərin, dövlət proqramlarının təsiri ilə bağlıdır. "Birinci Avropa Oyunları" "Formula 1" və digər beynəxalq tədbirlərə görə turistləron ölkəyə marağı artır.

Azərbaycamda müalicə ehtiyatları XIX əsrin əvvəllərində öyrənilməyə başlansada qədim dövrlərdə də bura gələn turistlər müalicə mərkəzlərindən istifadə etmişdir. Hazırda Azərbaycan dünyafa tanınan müalicə mərkəzləri vardırşə. Ölkəmizdə yaradılmış Sağlamlıq və Termal Turizmə dəstək Assosiasiyası bu sahənin inkişafı üçün önəmli işlər görmüşdür. Assosiasiya sağlamlıq ocaqlarının yerləşdiyi ərazi, sağlamlıq mərkəzlərində müxtəlif əyləncə proqramları, ekskursiyaların təşkilk, müalicə xidmətləri, personal haqqında məlumatlar yerləşdirmişdir.[5,səh 11].

2016-ci il 6 dekabr tarixində Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fermanına əsasən "Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsində müalicə-sağlamlıq turizm müəssisələrində xidmət standartlarının və keyfiyyətinin artırılması kimi məsələlər hədəf qoyulmuşdur.

2017-2020-ci illərdə turizm inkişafına dair planda Qəbələ , Masallı, Lənkəran rayonlarında olduğu kimi digər bölgələrdə də təbii ehtiyatlardan istifadə edilməsi nəzərdə tutulmuşdu. Fəaliyyət planının sağlamlıq turizminin inkişafına təkan vermək üçün 2020 ci ildən sonra həyata keçirilməsi planlaşdırılmışdı.Naftalan neftinin beynəxalq çərçicədə tanıdılması istiqamətində işlər görüləcəkdi.Naftalan neftindən yeni kosmetika və gözəllik məhsulları yaradılması, bu məhsulların turistlərə tanıdılması xarici turizm arenalarında bu məhsullarının nümayişi diqqət mərkəzində idi.Həmçinin bu məhsulları yaradılması üçün peşəkar mütəxəsis və alimlərdən ibarət tədqiqat qrupu yaradılmalı idi.Müalicə mənbələri olan bölgələrə turlar təşkil olunmalı idi. Kurort zonalara turisylərin daşınması üçün nəqliyyat yollarına xüsusi diqqət ayrılmalıdır.

Azərbaycanda kurort işinin təşkili ilə bağlı keçirilən dövlət siyasəti istiqamətində turist kompleksi yaradılmışdır. Kurortların təşkili istiqamətində əsas kurort-sanatoriya şəbəkəsinin yenilənməsi, beynəlxalq standart səviyyəsində təşkil edilməsidir. Bu işlərin gerçəkləşməsini dövlət səviyyəsində tənzimləmək üçün "Azərbaycan Respublikasında kurortların 2009-2018-ci illərdə inkişafı üçün dövlət proqramı" qəbul edildi. Proqramda bu nəticələrin olması gözlənilir:

- Ölkədə təbii müalicə ehtiyatlarının düzgün dəyərləndirilməsi;
- Sanatoriya-kurort şəbəkəsinin inkişafı bu sektorla bağlı digər sahələrin inkişafına təsir etməsi;
- Müalicə-sağlamlıq mərkəzlərinin beynəlxalq səviyyədə inkişafı;
- Sanatoriya-kurort müəssisələrinin müalicə tədbirlərinin və kadr potensialının keyfiyyətinin artırılması hesabına bir çox xəstəliklərin azalması;

– Sanatoriya-kurort şəbəkəsinin inkişafının nəticəsi olaraq gəlirin artması, ətraf ərazilərdə əhalinin işlə təmin olunması [3].

2017-ci il 9 iyun tarixində "Azərbaycan turizm sektorunun inkişafında sağlamlıq müalicə turizminin rolu və turizm şirkətləri şəbəkəsində satış təcrübələri" mövzusunda konfrans keçirilmişdir. Azərbaycan Sağlamlıq və Termal turizmə dəstək Assosiasiyasının təşkilatçılığı ilə keçirilən konfransda sağlamlıq turizminin gələcək inkişafı və beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiayası müzakirə olunmuşdur.

Ölkəmizdə turizmin təşkili istiqamətində görülən tədbirlərdən biri də 2003-cü ildə Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin dəstəyi ilə daxili turizm marşurtları yaradılmasıdır. Bunlardan 4-ü əsas 3-ü əlavə olmaqla 7-dir. Bakı-Xaçmaz, Bakı- Balakən, Bakı-Astara, Bakı-Qazax əsas marşrutlar, Bakı-Abşeron, Bakı-Dağlıq Qarabağ,Bakı- Naxçıvan isə əlavə hesab olunur.[8]. Hazırda isə bu marşrutlar üzərində dəyişikliklər edilmişdir.

Azərbaycan Respublikası Presidentinin 2012-ci il 29 dekabr tarixli Fərmanı ilə "Azərbaycan 2020 gələcəyə baxış" İnkişaf Konsepsiyası təsdiq edilmişdir. Konsepsiyada qeyri-neft sektorunun inkişafınln dəstəklənməsi, yeni iş yerlərinin açılması, infrastruktur və nəqliyyatın inkişaf etdirilməsi kimi məsələlər əsas götürülmüşdür. Əlavə olaraq qeyd etmək olarki, iqtisadiyyatın inkişafının davamlılığı, əhalinin rifah səviyyəsinin artırılması və s. məsələlərdə konsepsiyanın məqsədlərinə daxil edilmişdi. Konsepsiyada turizm inkişafı, iqtisadi artımda rolu, adambaşına düşən milli gəlirdə payının artması, turizm növlərinin regionlarda inkişafının dəstəklənməsi, qanunvericilik qaydaları qeyd olunmuşdur. Turizm bölgələrində nəqliyyatın yaradılması və təkminləşdirilməsi istiqamətində həyata keçirilən tədbirlər bu sahənin inkişafına hərtərəfli zəmin yaradacaqdır[

22 fevral tarixində "Qlobal Sağlamlıq Turizmi Forumu" un növbəti forumu keçirilib. Forum Birləşmiş Ərəb Əmirliklərinin Dubay şəhərində həyata keçirilib. "Gıobal Healthcare Travel Forum" da 30-a yaxın ölkə iştirak edib. Forumda 500-dəm çox ölkəyə Dubay Əmirliyi himayəçilik edib. Açılışdan sonra ölkəmizin sağlamlıq turizmi haqqında məlumatkarımın olduğu reklam materialları nümayişi olmuşdur. Nümayiş isə 2 gün davam edib. Burada Naftalan, Qalaaltı, İstisu, Abşeron haqqında məlumatlar təqfim edilib. Qlobal sağlamlıq turizmi, sağlamlıq turizmi ölkələri arasında münasibətlər, brendləşmə, sağlamlıq turizm destinasiyaları və s. mövzular müzakirə olunmuşdur. Burada əsas məqsəd bu sahədə təcrübə və biliklərin mübadiləsi idi. Buna görədə hər ölkənin turizm sahəsində önəmli liderləri bir araya gətirilmişdi.

Turizm istiqamətli ölkəmizin beynəlxalq səviyyədə tanıdılması üçün dövlət tərəfindən bu tədbirlər həyata keçirilə bilər:

- ✓ Beynəlxalq turizm sərgilərində iştirak etmək;
- ✓ Ölkədə turizm sərgisini təşkil etmək, böyük turizm sərgiləri sırasına girməsi üçün tədbirlər görmək;
- ✓ Əvvəlcə daxili, daha sonra isə xarici ölkələrin turizm bazarında öz məhsullarımızı brend olaraq tanıtmaq;
- ✓ Azərbaycan sağlamlıq turizm zonalarına aid reklam, informasiya və s. məlumatların ölkə xaricindəki nümayəndəliklər vasitəsilə yayımlanması;
- ✓ 2 tərəfli və çoxtərəfli əməkdaşlığa əsaslanan beunəlxalq konfransların konqres və simpoziumların təşkili.

Son zamanlar turizmin dəqiq bir şəkildə inkişaf etdiyi görülməkdədir. Yəni planlı bir sənayə olmaqdan əlavə, turizm sadəcə bir yerə gəlmək və daha sora sahibkarlar veziyyətdən faydalanmaqdadır. Artıq turizm ölkələri, millətlər, əyalətlər və ya topluluqlar ümumk turizm strategiyası formalaşdırır. Müəyyən fikirlər irəli sürərək onlar bunu uğurla həyata keçirir. Sağlamlıq turizminin beynəlxalq səviyyədə inkişafı , ölkənin sağlamlıq turizm payının tam dəyərləndirilməsi sosial-iqtisadi inkişafı təmin edən bir sektor olmasından qaynaqlanır. Bütün bu inkişaf göstəricilərinə baxmayaraq saölamlıq turizm sektorununda müəyyən problemləri vardır:

- Potensial olan ərazilərdə reklamın zəif olması ;
- Peşəkar kadr azlığı;
- Sərmayeçilərin yetərsiz dəstək göstərməsi;
- Müasir texnologiyanazlığı.

Ölkə sağlamlıq türizmin inkişafı üçün, turizm gəlirlərini artırmaq üçün bu problemlərin həll edilməsi lazımdır. İstər kiçik sahibkarlar, istərsədə dövlət təşkilatları bu problemlərə bələd olmalı və

bu istiqamətdə tədbirlər keçirilməlidir.Turizmin ölkə daxilində xə xaricində yerini tutması dövlət üçün çox önəmlidir.

Nəticə

Ölkə ərazisində sağlamlıq turizminin inkişafını həyata keçirmək üçün müəyyın addımlar atılmalıdır:

- Sağlamlıq turizmi ilə əlaqədar infrastrukturun yenilənməsi və təşkili ilə bağlı dövlət və özəl şirkətlərin investisiya qoyuluşu artırılmalıdır;
- Turizm və əsasəndə sağlamlıq turizmi ilə əlaqəli olaraq universitet- turizm sektoru işbirliy həyata keçirilməlidir;
- Bu sahədə önəmli olan kongres, konfran və forumların izlənilməsi, həyata keçirilməsi;
- Xarici turistlərin ölkəmizdə müalicə turizminə təşviq etmək üçün sağlamlıq turizm paketlərinin hazırlanması;
- Ölkəmizə gələn turistləri həm mədəniyyətimiz həmdə tariximizlə tanış etmək lazımdır;
- Azərbaycanda sağlamlıq turizminin inkişafı üçün xüsusi marketinq tədqiqatlarının aparılması və bu sahədə çalışmalar dövlət tərəfindən dəstəklənməlidir və s.

Sağlamlıq turizminin ölkə daxilində və xaricində öz yerini tutması dövlət üçün çox önəmlidir.

Ədəbiyyat:

1. Loğmanoğlu S. “Yeni Azərbaycan” qəzeti. 2011, 24 fevral.
2. Azərbaycan Respublikasında kurortların 2009-2018-ci illərdə inkişafı üzrə Dövlət Proqramı. Azərbaycan
3. Respublikası Prezidentinin 2009-cu il 6fevral tarixli 125 nömrəli sərəncamı.
4. “Azərbaycan turizmi: bu gün və sabah”, IV Respublika elmi-praktiki konfransının materialları, Bakı-2013.
5. Abdullayeva F. “Mədəniyyət” qəzeti. Bakı-2011, 11 mart.
6. İsmayılbəyli S. “Olay” qəzeti. 2016, 12iyul.
7. “Azərbaycan 2020:gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyası. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2012-ci il 29 dekabr tarixli Fərmanı.
8. Bilalov.B, Ç.G.Gülalıyevin redaktəsi ilə: “Turizmin əsasları”. Bakı, “QHT Nəşriyyatı”, 2015.
9. Hüseynov.İ, Əfəndiyeva. N. “Turizmin əsasları”. Bakı, “Mars-Print” nəşriyyat-poliqrafiya müəssisəsi, 2007.

Nicat FƏTƏLİYEV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
fataliyev.nijat.2201@atmu.edu.az

MOTIVES FOR TOURISM DIVERSIFICATION AND ASSESSING DIVERSITY-RELATED RISKS IN THE TOURISM INDUSTRY

TURİZM DİVERSİFİKASİYASININ MOTİVLƏRİ VƏ TURİZM SFERASINDA DİVERSİFİKASİYA İLƏ BAĞLI OLAN RİSKLƏRİN QİYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

МОТИВЫ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ТУРИЗМА И ОЦЕНКА РИСКОВ, СВЯЗАННЫХ С ДИВЕРСИФИКАЦИЕЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Abstract: The article delves into the critical theme of tourism diversification and its indispensable role within the industry. It thoroughly examines the driving forces behind tourism diversification, highlighting potential advantages and challenges.

The research sheds light on strategies to promote sustainable and inclusive tourism practices, aiming to cater to diverse traveler interests.

The study seeks to provide industry stakeholders with insights and recommendations by carefully analyzing the associated risks. These findings contribute significantly to a deeper comprehension of the evolving landscape of tourism and its implications for destination management.

Keywords: *diversification, tourism diversification, motives, diversification risks, tourism industry, diversification solutions*

Xülasə: Bu məqalədə turizmin şaxələndirilməsinin dəyərləndirilməsini və bunun turizm sənayesi üçün necə vacib olduğu araşdırılır. Məqalə diversifikasiyanın potensial faydalarını, onun yaradabiləcəyi problemləri araşdıraraq turizm sektorunda diversifikasiyaya səbəb olan əsas amilləri tədqiq edir.

Bu tədqiqat müxtəlif səyahətçilərin maraqlarına cavab verən davamlı və inklüziv turizm təcrübələrini təşviq etmək üçün lazımi strategiyaları işıqlandırır, bu addımların atılmayacağı təqdirdə yaranacaq potensial riskləri turizm icması nöqteyi-nəzərdən qiymətləndirir.

Əlaqədar riskləri təhlil edən məqalə sənayenin maraqlı tərəfləri üçün fikir və tövsiyələr vermək məqsədi daşıyır. Toplanılan informasiyalar turizmin inkişaf edən mənzərəsini və onun əhatəsində olan mövzuların effektiv idarəetməsinə olan təsirlərini daha da dərindən başa düşməyə kömək edir.

Açar sözlər: *diversifikasiya, turizm diversifikasiyası, motivlər, risklər, turizm bazarı, diversifikasiya həlləri*

Абстракт: В статье рассматривается важнейшая тема диверсификации туризма и ее незаменимая роль в отрасли. В нем тщательно рассматриваются движущие силы диверсификации туристического сектора, подчеркиваются как потенциальные преимущества, так и проблемы.

Представленное исследование проливает свет на стратегии, направленные на продвижение устойчивой и инклюзивной туристической практики, направленной на удовлетворение разнообразных интересов путешественников.

Исследование направлено на то, чтобы предоставить заинтересованным сторонам отрасли ценную информацию и рекомендации путем тщательного анализа связанных с этим рисков. Эти результаты в значительной степени способствуют более глубокому пониманию развивающегося ландшафта туризма и его последствий для управления дестинациями.

Ключевые слова: *диверсификация, диверсификация туризма, мотивы, риски, туристический рынок, диверсификационные решения*

Introduction

1.1 BACKGROUND OF DIVERSIFICATION IN TOURISM

The global tourism industry is evolving remarkably due to changing traveler demographics and preferences. Destinations recognize the need for diversification to meet the tourism target audience's increasingly diverse and globalized needs. From a strategic perspective, this shift is pivotal for competitiveness and economic growth.

However, it also introduces complexities of cultural preservation, sustainability, and financial stability [3, p. 134-148]. These complexities underscore the multifaceted nature of the industry's operational landscape. Such challenges necessitate strategic planning and innovative solutions to navigate the dynamic and evolving demands of the modern tourism market.

The tourism industry's lack of diversification creates complex challenges in pursuing sustainable tourism. This emphasizes the critical importance for industry stakeholders to adopt flexible strategies and sustainable practices to address these multifaceted challenges effectively.

1.2 MOTIVES FOR TOURISM DIVERSIFICATION

Economic stability is the primary driver of tourism diversification. Destinations want tolessen their financial dependency on a single tourism category. Diversification spreads risk and increases local revenue, contributing to economic progress.

Diversification also supports cultural and environmental goals. It enables destinations to maintain distinct cultural identities while catering to various traveler interests [6, p. 321-335]. The term also contributes to lessening the environmental impact of tourism through more responsible behaviors.

Moreover, the evolving expectations of travelers seeking unique and captivating experiences significantly drive the necessity for diversification within the tourism sector. This evolving landscape of traveler preferences and demands becomes a pivotal force influencing destinations to expand and enhance their tourism offerings, aligning with these shifting motivations. These collective motivations, centered on meeting diverse and evolving traveler demands, govern the ongoing efforts of destinations worldwide to diversify and enrich their tourism portfolios [9, p.10].

2.1 PROBLEM

MAIN PART

While driven by compelling motives, adopting tourism diversification presents complex challenges. These challenges can be distilled into several vital issues that destinations andstakeholders must grapple with:

Market Demand: Diversifying tourism offerings requires a keen understanding of market demand. Identifying niches, predicting shifts in traveler preferences, and adapting to evolving market dynamics are pressing concerns [8, p. 87-101].

Competition: As destinations diversify, competition intensifies. The need to stand out in a crowded market necessitates innovative strategies for marketing and differentiation [1, p. 225-239].

Resource Allocation: Diversification often entails investing in new infrastructure, services, and experiences. Efficient resource allocation becomes paramount to balance budgetary constraints and meet diversification goals [4, p. 45-53].

Cultural Preservation: As destinations embrace diversification, they must preserve their cultural heritage carefully. Striking a balance between commercialization and cultural authenticity is challenging [7, p. 211-225].

Environmental Sustainability: Sustainable diversification is an imperative. Ensuring new attractions and experiences do not harm the environment and align with responsible tourism practices is a key challenge [5, p. 198-212].

Defining and understanding the various levels and forms of diversification within the tourism industry is paramount in an increasingly competitive global economy. This research focuses on ensuring they lead to sustainable social, economic, and environmental outcomes.

To achieve this, the paper delves into diversification in tourism at three distinct levels: product/market, regional, and sectoral (see Figure 1). The product levels encompass a wide range, from individual firms to the international sphere. At the sectoral level, the focus is primarily on diversification within regions, but it also involves the exchange of knowledge between different sectors at regional, national, and international scales.

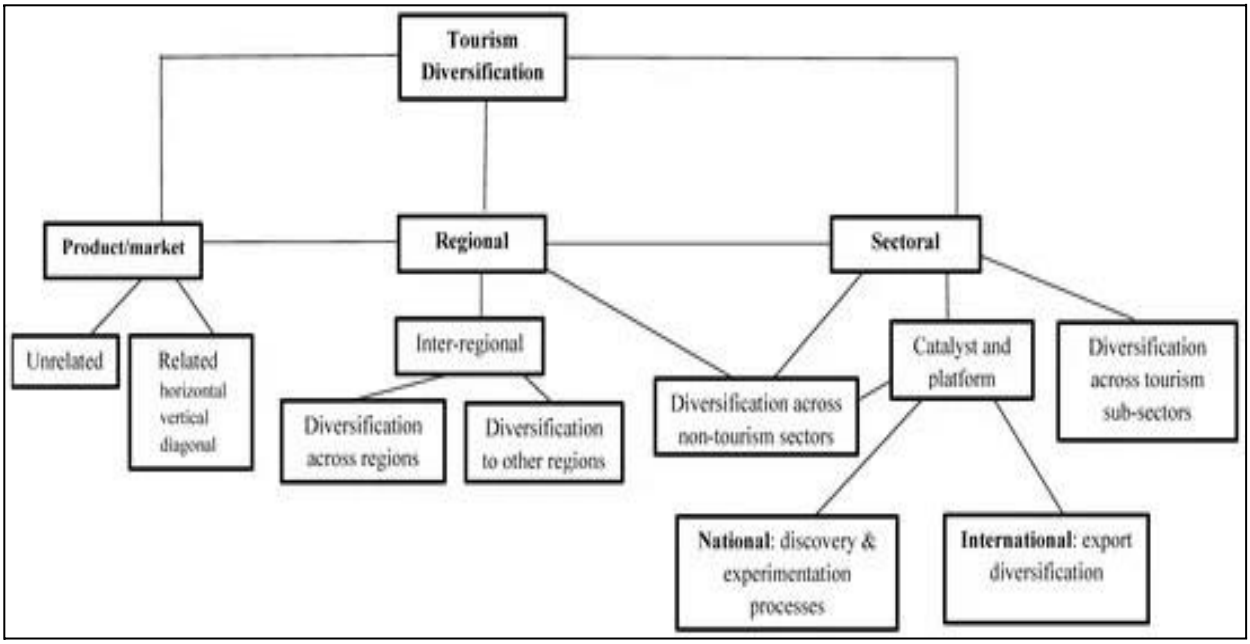


Figure 1.1 Tourism product/market, regional and sectoral diversification. [2]

2.2 SOLUTIONS AND IMPLICATIONS

Addressing market demand is one of the essential steps to take to solve potential risks of tourism diversification. To tackle the issue of market demand, destinations should invest in thorough market research to understand emerging trends and traveler preferences. Customized tourism offerings that cater to specific niches and evolving consumer demands should be developed. Flexibility in packages and services can ensure adaptability to changing market dynamics, ensuring the destination remains aligned with visitors' evolving tastes and needs.

Resource allocation for tourism diversification is another key factor to mitigate the problem. Efficient resource allocation is essential for successful diversification. Prioritizing investments in line

with diversification goals ensures that the right resources are allocated to projects that support the expansion of the tourism portfolio [3, p. 134-148].

It is strongly advised that governments adopt a proactive position in the domain of sustainable tourism diversification by developing and implementing regulations that reward eco-friendly enterprises. Allocating financial resources to the development of sustainable infrastructure and encouraging collaboration among many stakeholders can significantly improve these policies' effectiveness. Furthermore, governments should invest in comprehensive training programs for local populations to ensure they fully have the skills necessary to participate in and benefit from sustainable tourism initiatives.

Stakeholders are encouraged to promote community involvement and open communication by forcefully soliciting input from local communities and responding to complaints as soon as possible.

The emphasis for tour operators should be on creating trip packages that promote unique, sustainable experiences and encouraging educational activities for travelers on responsible behavior. Forming strong connections with local suppliers committed to environmentally responsible methods is critical. Regular monitoring and evaluation methods across all sectors should be created to analyze the impact of tourism operations, allowing for adaptable plans that assure long-term sustainability. Finally, a coordinated and educated strategy from all majorparties is advocated to create effective and sustainable tourist diversification that meets market demands while maintaining cultural and environmental values.

To achieve sustainable tourism diversification, destinations should prioritize LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability)-friendly practices. This approach involves integrating responsible and sustainable tourism strategies into diversification, leading to long-term success.

Here are some critical solution-oriented actions to consider:

1. Eco-Friendly Infrastructure and Services: Investing in eco-friendly infrastructure and services is paramount. By incorporating sustainable practices, such as energy-efficient accommodations, waste reduction, and water conservation, destinations can minimize their environmental footprint and promote eco-conscious tourism. For example, New Zealand is a prime example of a country that has successfully integrated LOHAS-friendly practices into its tourism industry. With its commitment to preserving natural beauty and cultural heritage, New Zealand offers eco-friendly accommodations, supports conservation initiatives, and educates visitors about responsible tourism practices. This approach has enhanced sustainability and contributed to the country's reputation as a sustainable and diverse travel destination. To achieve global tourism diversification, as well as in Azerbaijan, applying those initiatives is beneficial.

2. Conservation Initiatives: Implementing conservation initiatives to safeguard natural resources is essential. This can include preserving sensitive ecosystems, protecting wildlife habitats, and supporting reforestation efforts. These initiatives not only promote sustainability but also contribute to the preservation of the destination's unique natural assets.

3. Visitor Education: Educating tourists about responsible behavior is integral to sustainable diversification. Visitors should be informed about eco-friendly practices, cultural respect, and the importance of minimizing environmental impact. Well-informed tourists are more likely toengage in sustainable activities during their stay.

LOHAS-friendly practices can solve potential risks of a lack of sustainable tourism diversification while safeguarding cultural and environmental integrity.

As a result, rigorous market research, investment in unique offers, and ensuring resource allocation corresponds with diversification goals are critical stages. Prioritizing LOHAS-friendly practices, such as environmentally friendly infrastructure, conservation initiatives, and visitor education, emerges as a critical solution to mitigate risks and achieve sustainable tourism diversification, as evidenced by New Zealand's success and applicability in the global arena, including Azerbaijan.

References:

1. A. Brown, M. Jones. Destination Branding and Competitive Advantage // Journal ofTourism Research, - London: 2020, p. 225-239.
2. W. Adi. Tourism Diversification and Its Implications for Smart Specialisation: [Electronic resource] / Coventry University - 26 January 2018. URL: https://doi.org/10.3390/su10020319

3. R.Garcia, K.Smith. Challenges of Sustainable Tourism Diversification // Journal ofSustainable Tourism, -Madrid: 2017, p. 134-148.
4. R.Garcia, K. Smith. Resource Management in Tourism Diversification. // Journal ofSustainable Tourism, -Madrid: 2018, p. 45-53.
5. P.Jones, R. Green. Sustainable Tourism Practices in Diversification // Environmental Management, -Memphis: 2020, p. 198-212.
6. M.Lee, S.Green. Cultural Preservation and Diversification in Tourism // InternationalJournal of Tourism Studies, -Belgrade: 2019, p. 321-335.
7. S.Leung, M.Lee. Cultural Heritage Preservation in Diversified Tourism // International Journal of Heritage Studies, -Honk Kong: 2017, p. 211-225.
8. J.Smith, L.Johnson. Understanding Tourism Market Trends // Tourism Studies, - London: 2019, p. 87-101.
9. Z.Zibanai, Journal of Critical shifts in the global tourism industry, -Gweru: 2022, p.10

Aygül ƏLİYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
ayglaliyeva@gmail.com

CHALLENGES AND SOLUTIONS IN TOURISM EDUCATION IN AZERBAIJAN

AZƏRBAYCANDA TURİZM TƏHSİLİNİN ÇƏTİNLİKLƏRİ VƏ HƏLL YOLLARI

ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ В ТУРИСТИЧЕСКОМ ОБРАЗОВАНИИ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Xülasə: Bir çox inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələr qlobal turizm bazarının daha böyük hissəsini ələ keçirmək üçün öz turizm sektoruna böyük investisiyalar qoyurlar. Beynəlxalq turizmin getdikcə artan rəqabətində rəqabət üstünlüyü əldə etmək daha çox müştəri məmnuniyyətindən və xidmət keyfiyyətindən asılıdır. Bütün bunlar, həm xidmətləri əhatə edən, həm də xidmət təminatçıları və alıcıları arasında qarşılıqlı əlaqələri özündə ehtiva edən turizm sahəsində müvəffəqiyyətlə fəaliyyət göstərmək üçün lazım olan insan resurslarının hazırlanmasının vacibliyini vurğulayır.

Turizm təhsili bütün dünyada getdikcə daha çox əhəmiyyət kəsb edir. Bunun nəticəsidir ki, sürətlə inkişaf edən turizm sənayesi artıq daha bacarıqlı və peşəkar mütəxəssislər axtarışındadır. Bu zaman peşəkar işçilərin hazırlığına diqqət yetirmək və yüksək keyfiyyətli turizm təhsili vermək xüsusi önəm daşıyır.

Turizm Azərbaycanın iqtisadi inkişafının mühüm tərkib hissəsidir və bu sahədə inkişaf və çiçəklənmə üçün ölkəmiz böyük potensiala malikdir. Digər tərəfdən, turizm tərəqqisi bu sferada mütəxəssislərə verilən təhsil və təlim səviyyəsi ilə sıx şəkildə bağlıdır. Bu tədqiqat Azərbaycanda turizm təhsil sisteminin üzləşdiyi problemləri araşdırır və sürətlə inkişaf edən sahədə kurikulumların standartını və tətbiqini inkişaf etdirmək üçün yararlı təkliflər irəli sürür. Ölkəmizin turizm təhsilində bir sıra problemlər mövcud olsa da, adekvat addımlar tətbiq etməklə Azərbaycan turizm sektoruna töhfə verə biləcək ixtisaslı işçi qüvvəsini yetişdirə bilər.

Açar sözlər: *təhsil, işçi, problem, təlim, həll*

Abstract: Many established and emerging countries are actively investing in their tourism sectors in order to gain a larger portion of the world's rising tourism market. Gaining a competitive advantage in the ever-increasing rivalry of international tourism is heavily reliant on customer satisfaction and service quality. Consequently, the fact that the tourist industry involves services and involves interaction between service providers and recipients highlights the importance of training the human resource needed to work in the field.

Tourism education is becoming increasingly important around the world. As a result, the tourism industry, which is rapidly expanding, is already looking for more skilled and professional specialists. At this time, it is vital to focus employee training and provide high-quality tourism education.

Tourism is an important part of Azerbaijan's economic development, with enormous potential for growth and prosperity. The effectiveness of this industry, on the other hand, is strongly related to the level of education and training supplied to experts in the area. This study looks into the problems that Azerbaijan's tourist education

system is facing and offers workable suggestions to raise the standard and applicability of curricula in the quickly growing field. The challenges range from limited academic programs to language limitations, but by applying smart steps, Azerbaijan can nurture a qualified workforce eager to contribute to the thriving tourism sector.
Keywords: *education, employee, problem, training, solution*

Абстракт: Многие развитые и развивающиеся страны активно инвестируют в свой туристический сектор, чтобы завоевать большую часть растущего мирового туристического рынка. Получение конкурентного преимущества в постоянно растущей конкуренции международного туризма во многом зависит от удовлетворенности клиентов и качества обслуживания. Следовательно, тот факт, что туристическая индустрия включает в себя услуги и предполагает взаимодействие между поставщиками и получателями услуг, подчеркивает важность подготовки человеческих ресурсов, необходимых для работы в этой области.

Туристическое образование становится все более важным во всем мире. В результате быстро развивающаяся туристическая отрасль уже ищет более квалифицированных и профессиональных специалистов. В настоящее время крайне важно сосредоточить внимание на обучении сотрудников и обеспечить высококачественное туристическое образование.

Туризм является важной частью экономического развития Азербайджана, имеющей огромный потенциал для роста и процветания. С другой стороны, эффективность этой отрасли во многом зависит от уровня образования и подготовки специалистов в этой области. В этом исследовании рассматриваются проблемы, с которыми сталкивается система туристического образования Азербайджана, и предлагаются действенные предложения по повышению уровня и применимости учебных программ в быстро развивающейся области. Проблемы варьируются от ограниченных академических программ до языковых ограничений, но, приняв разумные меры, Азербайджан может воспитать квалифицированную рабочую силу, стремящуюся внести свой вклад в процветающий туристический сектор.
Ключевые слова: *образование, сотрудник, проблема, обучение, решение*

Introduction: Tourism education, in its current form, has been present for about 50 years. Prior to this time, tourism was studied in higher education at the Universities of Rome in 1925, Vienna in 1936, and St Gallen and Berne in 1941, but it was not until the middle of the 1960s that "tourism began to appear more broadly in the academic repertoire of higher education"[1, pp. 3-14]. Tourism has evolved from humble origins to become a subject of teaching and research at universities and colleges all over the world, complete with its own literature, academic community, and areas of study [2, pg. 9].

Airey (2005) highlighted three key drivers that contributed to the rise of tourism after the mid-1960s. The first was the expansion of tourism and its acknowledgment as an increasingly important economic activity, particularly by governments. The second factor was the general expansion of higher education, as the link between an educated workforce and economic progress became more widely recognized. The third reason was the establishment of new universities, which was linked to this. These, free of the traditions of the older institutions, housed new and typically more vocational areas of study. Tourism was a popular program to include in the offerings of new colleges due to its ability to attract new students. As a result, there has been a significant increase in the number of tourism-related programs, students, and, as a result, tourism-related research and literature [3, pp. 13-24].

Tourism education aims to achieve the following goals:

- improving service quality;
- preparing qualified staff with well-specialized instructors at every stage;
- fully ensuring cooperation between all participants operating in the field of tourism, such as the sector, instructors, and managers;
- raising tourism management standards; and
- ensuring the sustainability of human resource policies implemented in the field of tourism.

Tourism education opens the door to a world of opportunities. Graduates are well-prepared to work in a wide range of industries, including hotel management, tour operations, destination marketing, and travel agencies. Furthermore, because the skills and information taught are transferable to different environments, a tourism education can act as a passport to worldwide jobs. Furthermore, the tourism industry is known for its adaptability and resilience. Even during difficult times, such as the COVID-19 outbreak, tourism experts with a solid education were able to pivot and devise creative solutions to keep the industry moving forward [9, pp. 298-306].

One of the priority directions in the independent Republic of Azerbaijan is the development of the non-oil economy. Our state's plans and policies also help to the development of the non-oil economy. Tourism, as one of the most important non-oil sectors, is always a priority for our administration. Our country's natural and geographical characteristics, as well as its material and moral resources and historically formed traditions, have built a foundation for the development of this field. There is close cooperation with a number of international organizations within the scope of the state strategy carried out under the leadership of President Ilham Aliyev in the direction of tourism development.

Taking into account the mentioned, the state programs implemented for the comprehensive development of tourism include giving broad powers to small and medium enterprises, rebuilding the facilities that will serve tourists and adapting them to world standards, increasing the ability of the republic to compete in the international and domestic tourism market, progressive and using effective methods is considered a top priority. Undoubtedly, along with all the work done, attracting people with tourism education to the sector and conducting staff training in this field are one of the main factors. The Azerbaijan University of Tourism and Management founded in 2006 (note: Azerbaijan Tourism Institute 2006-2015) and the tourism faculties operating under many universities play a major role in overcoming these needs. In addition to the education conducted in the field of tourism in the country, there is a need to support young people who are directed to study programs abroad from time to time in order to learn international experience and bring the experience of tourism education in foreign countries.

Tourism education is specifically highlighted in the country's tourism-related state initiatives. One of the activity directions of the State Program on Development of Tourism in the Azerbaijan Republic in 2010-2014 adopted in 2010 was “Improvement of personnel preparation and refresher training system, the realization of projects on education abroad” [8, pg. 12].

Analysis of tourism education in Azerbaijan

Today, tourism has become the main source of income for a number of countries around the world. Of course, there are important factors determining this. Modern development, stability, geographical location, natural resources, character and nature of people, as well as rich material and cultural heritage play an important role here. It is gratifying that there are enough of these listed in Azerbaijan. One of the most important issues that need to be felt is the issue of personnel, and serious work is being done to solve it. Today, there is a great need for tourism-educated managers to better promote Azerbaijan, which is a part of the world and is located at the junction of East and West.

Comprehensive measures are being implemented in the republic to solve educational problems and strengthen the intellectual potential of the country under the leadership of President Ilham Aliyev, who modernised and improved the strategic political course defined by national leader Heydar Aliyev in accordance with the requirements of the time. The nation's head of state frequently highlights the importance of developing a robust human capital base for the country's future in both meetings and speeches. In recent years, the implementation of special education programmes has begun in response to decisions made by President Ilham Aliyev.

Established by the relevant Decree of the Head of State, the Azerbaijan Tourism Institute (ATI) began its educational activities on September 15, 2006, with 200 students, 1 faculty member, and 3 specialisations. By allocating its resources to conduct advanced staff training in compliance with the previous period's task, this higher education institution has seen some success [10].

Azerbaijan Tourism Institute (ATI) is the only education, training and research center specialized in the field of tourism in the country. The main goal of the establishment of the institute is to provide Azerbaijan's tourism sector with professional personnel based on the development strategy of the non-oil sector.

In addition to the Azerbaijan Tourism Institute (ATI), professional personnel are trained in other higher education institutions, as well as in the Baku Tourism Vocational School and Mingachevir Tourism College, established in 2011. Since 2012, Baku Tourism Vocational School has started accepting students and operating. In the next 5 years, regional tourism vocational schools were established in Gusar, Zagatala, Shamkir, Goygol and Masalli.

Azerbaijan Institute of Tourism has spent the last eight years organising high-quality education in response to the needs of the tourism labour market. It would be appropriate to use the European

Credit Transfer System, the dual diploma programme, participation in Erasmus and Tempus projects, the organisation of a practical semester, applied research, and the organisation of short-term trainings as examples [12].

President Ilham Aliyev supported proposals to further improve the process of training personnel to meet modern requirements in our country, and as a result, Azerbaijan University of Tourism and Management (ATMU) was established on December 22, 2014. This was the country's president's strong support for education, tourism development, and the general application of modern management practises in the country. One of the unique opportunities offered at ATMU is that it is possible to obtain a dual degree. From the second year, by studying in a special group of the Krems University of Applied Sciences in Austria, you can develop your professional skills and knowledge, as well as lay the foundation for new and useful acquaintances.

The most important stage in tourism education development is "The Strategic Roadmap for Tourism Industry Development." The fourth strategic goal of this document, which was ratified on December 6, 2016, is the "creation of a national tourism quality system for increasing tourist pleasure." The following tourism education development measures were planned in "the Strategic Roadmap" [6].

- Establishment of a working group for the coordination of tourism education and training programs;
- Establishment of regional vocational tourism schools within Azerbaijan University of Tourism and Management;
- Preparation of professional standards and curricula for the tourism sector, as well as measures for the certification of tourism guides;
- Organization of educational seminars for representatives of tourism-related sectors;
- Establishment of MBA programmes in tourism.

Where can people get a tourism qualification?

- Baku State University (Baku, Gazakh branch)
- Azerbaijan State University of Economics (Zagatala branch)
- Azerbaijan State University of Culture and Arts
- Azerbaijan Tourism and Management University
- Azerbaijan University of Technology (Ganja city)
- Azerbaijan Corporation University
- Azerbaijan University
- Nakhchivan State University
- Ganja State University
- Mingachevir State University
- Lankaran State University
- Khazar University
- Western Caspian University
- Baku Eurasian University [11].

Problems and solutions in Azerbaijani tourism education

Training and education related to tourism have advanced in the last 20 years, as shown by the variety and range of programs offered at different levels, particularly in nations where tourism has grown to be a significant socioeconomic phenomenon. But generally speaking, the reason for this quick rise in tourism training is that more and more public and private organizations are realizing the industry's significance to the economy. As a result, both the public and commercial sectors acknowledge that improving overall service delivery and offering high-quality services depend on having a professional and well-trained workforce [5, pg. 171].

The public and corporate sectors are becoming more interested in tourist education and training. As a result, more middle-level and tertiary academic and training institutions which at first were reluctant to offer tourism as a subject because of its perceived low status as an academic discipline - are now seeing the introduction of new tourism education courses and training programs as a way to boost enrollment and improve capitation.

On the other hand, it seems that many nations, particularly those in Africa and other emerging regions of the world, lack strategic plans and policy guidelines on the development of tourism training and education, despite significant development and expansion in this area. Furthermore, different perspectives on curriculum development and training methodologies – sometimes radically opposed – remain within different areas, nations, or even training institutions [4, pp. 5-12].

There are numerous barriers to developing systematic and well-coordinated tourist training initiatives, both as an area of study and as a way of learning occupational skills.

- Rapid sector changes: Due to variables such as technical improvements, changing consumer preferences, and global events (such as pandemics), the tourist sector is highly dynamic and continually evolving. This quick speed of development makes it difficult for educators to keep their curriculum current and relevant.
- Technology Integration: Education programs must incorporate pertinent technologies into their curricula due to the growing importance of technology in the tourist sector. This covers subjects like data analytics, digital marketing, and online reservation systems. It could be difficult for educators to stay up to date with the newest technology advancements.
- Diversity of Specializations: There are several different sectors within the tourist industry, including travel, events, lodging, and ecotourism. It might be difficult to provide education that both fully covers the sector and is tailored to the unique requirements of each specialism.
- Ethical Issues: Cultural sensitivity, responsible travel, and the effects of tourism on local populations are ethical issues that should be covered in tourist education. It is a constant challenge to make sure that students understand these ethical difficulties and are able to address them [7, pp. 75-77].

While particular difficulties in tourism education can differ from nation to nation, including Azerbaijan, there are some widespread problems that might be pertinent in the context of Azerbaijan's tourism education system.

1. Problem

The development of the tourism sector in our country requires the improvement of qualified personnel training in this field. From this point of view, one of the difficulties currently encountered in higher and secondary education schools with a tourism profile in Azerbaijan is the lack of teaching materials in our native language. According to experts, the issue of textbooks is one of the most serious problems in tourism education in Azerbaijan. Lack of high-quality textbooks in classrooms might obstruct students' ability to study and advance academically in general. Insufficient or antiquated resources might not conform to the most recent industry norms, so restricting the breadth and pertinence of the instructional content. Furthermore, learners could encounter obstacles in acquiring a thorough comprehension of the subject matter, which could impact their capacity to utilize theoretical information in real-world professional situations.

Solution:

Prioritizing the creation and uptake of high-quality textbooks that follow current industry standards and trends is essential to reducing this problem. To produce comprehensive and up-to-date learning resources, publishers, educators, and subject matter experts must work together. Additionally, funding should be set aside by educational institutions and legislators to guarantee that students have access to a wide selection of excellent textbooks. Adopting digital resources and free educational materials can also help overcome the difficulties, giving students access to a more engaging and dynamic learning environment.

2. Problem

Baku is home to the majority of Azerbaijan's tourism education facilities. There aren't many tourism education facilities or specializations in the various locations. For prospective students interested in the tourist industry, ensuring fair access to educational opportunities is hampered by the geographic imbalance in the distribution of tourism education facilities. The concentration of these establishments in Baku can restrict the availability of high-quality tourist education to those living in other parts of the nation.

Solution:

One possible way to tackle this issue is to decentralize tourist education by creating and assisting more institutions throughout Azerbaijan's regions. Strategic planning, cooperation between the government and educational partners, and financial expenditures in resources and infrastructure for new campuses could all help achieve this. Decentralizing tourism education will enable more people nationwide to receive high-quality instruction and support the long-term growth of the travel and tourism sector.

3.Problem

One of the problems in the tourism education in our country is the scarcity of highly trained tourism specialists within university colleges and departments. The lack of such experts can jeopardize the quality of tourist education, hindering the development of comprehensive programs that cover the industry's various elements. It may lead to a mismatch between academic offers and the practical skills required by the developing tourism industry.

Solution:

It is critical to recruit and retain experienced educators with real industry expertise to ensure that students obtain a well-rounded and industry-relevant education. Improving recruitment procedures, building connections with experienced industry experts, and offering ongoing professional development opportunities for academic members to stay current with industry trends and innovations are all strategies for addressing this issue.

4. Problem

Other problem is poor cooperation between tourism companies and universities. Mutually beneficial interactions between tourism corporations and universities are hampered by a lack of robust cooperation. A gap between academic knowledge and the actual skills required by industry could arise from this deficit. Furthermore, it may be difficult for students to have exposure to and experiences in the actual world, which are essential for their professional development.

Solution:

Strengthening alliances and encouraging greater cooperation between travel agencies and academic institutions is essential to addressing this issue. The development of collaborative research projects, internship programs, and industry-informed curriculum can help close the knowledge gap between academia and the workplace. A more symbiotic relationship can be established by promoting frequent interaction and communication through forums, workshops, and networking gatherings. Both sectors can gain from sharing information by actively integrating professionals from the industry into the educational process and vice versa, guaranteeing that students are adequately equipped to meet the ever-changing demands of the tourism sector. This cooperative strategy encourages continuous innovation and development in the tourism industry while facilitating a smoother entry for recent graduates into the profession.

Conclusion

In conclusion, Azerbaijan's tourism education faces problems that are both national and global in nature, necessitating cooperative and strategic approaches to sustainable development. Fair access across regions is hampered by the physical concentration of tourist education facilities in Baku, the nation's capital. To tackle this, there needs to be a deliberate attempt to decentralize education through the establishment of institutions around the nation, which will promote inclusivity and increase educational opportunities.

Expanding its quickly growing tourism industry and increasing investment in this field are imperative for Azerbaijan. The standard of education determines the availability of skilled workers for the tourism industry. The creation and implementation of a "Tourism Education Strategy" based on the Strategic Roadmap's priorities is imperative for the all-encompassing advancement of tourist education in Azerbaijan.

A comprehensive and cooperative strategy is essential for the advancement of tourism education in Azerbaijan. Through industry collaboration, strategic planning, and the implementation of contemporary teaching approaches, Azerbaijan can effectively tackle these difficulties and establish itself as a center for highly skilled and prepared tourism workers. Investing in a strong education system

will be essential to developing the next generation of leaders who will support the sustainable expansion of the Azerbaijani tourist industry.

References:

1. Airey, D., Dredge, D., & Gross, M. (2015). Tourism, Hospitality and Events Education in an Age of Change in D. Dredge, D. Airey & M. Gross (Eds.), The Routledge Handbook of Tourism and Hospitality Education (pp. 3-14). London: Routledge
2. Airey, David (1995), Tourism Degrees, Past Present and Future, Inaugural Lecture, Nottingham, Nottingham Business School, Nottingham Trent University - 2016
3. Airey, D. (2005). Growth and Development. In D. Airey & J. Tribe (Eds.), An International Handbook of Tourism Education (pp. 13- 24). Oxford: Elsevier.
4. Amoah, V. A., & Baum, T. (1997). Tourism education: Policy versus practice. International Journal of Contemporary Hospitality Management, pp. 5–12
5. Ashton, T., & Green, F. (1996). Education. Training and the global economy. Cheltenham, UK: Edward Elgar. *Education Review*, pg. 171
6. AzStat.(2016). Strategic Roadmap for the Development of Tourism Industry in the Republic of Azerbaija n, Baku
7. Gunn, C. (1998). Issues in tourism curricula. Journal of Travel Research, 36 (Spring), pp.75–77
8. Hashimli, M. (August 01, 2019). Azerbaijan's Tourism Sector – Opportunities and Obstacles, pg.12
9. Melphon, M. & John. S. Akama (2005). Systems approach to tourism training and education: The Kenyan case study, Tourism Management 28 (2007), pp. 298–306
10. https://www.azerbaijans.com/content_910_az.html
11. https://www.ixtisas.az/az/turizm-isinin-teskili-ixtisasi-73
12. https://525.az/news/4119-azerbaycanda-turizm-tehsili-ugurlar-perspektivler

Səadət İSMAYILOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
seadetismayilova36@gmail.com

QONAQPƏRVƏRLİK SAHƏSİNDƏ NƏQLİYYAT XİDMƏTİNİN MÜASİR VƏZİYYƏTİ

THE MODERN STATE OF TRANSPORT SERVİCE İN THE FİELD OF HOSPİTALİTY

KONAKLAMA ALANINDA ULAŞIM HİZMETİNİN MODERN HALİ

Xülasə: Nəqliyyatın (su, hava və quru) hər bir növü turizmdə mühim bir yer tutur. Nəqliyyat xidmətləri turizm sahəsində turistlərin səyahətlərini daha rahat və etibarlı şəkildə etməsində əsas rol oynayır. Məqalədə turist və sərnişinlərin səyahət zamanı istifadə etdikləri hansı transfer xidmətlərindən istifadə etdikləri qeyd olunur. Aviaşirkətlərin transfer zamanı etdiyi addımları görə bilərik və turistlərə müxtəlif növ xidmətləri təklif edirlər. Həmçinin ketrinq şirkətlərinin müxtəlif növ nəqliyyat vasitələrinə etdikləri qida və içki servisləri haqqında məlumat əldə edirik.

Açar sözlər: *nəqliyyat, aviaşirkət, turizm, ketrinq, shuttle, transfer*

Abstract: Each type of transport (water, air and land) has an important place in tourism holds. Transportation services play a key role in the field of tourism in making tourists' journeys more convenient and reliable. The article mentions which transfer services tourists and passengers use during their travels. We can see the steps taken by the airlines during the transfer and they offer different types of services to the tourists. We also get information about food and beverage services provided by catering companies to different types of vehicles.

Keywords: *transport, airline, tourism, catering, shuttle, transfer*

Özet: Turizmde her türlü ulaşım (su, hava ve kara) önemli bir yere sahiptir.Turizm alanında turistlerin yolculuklarının daha rahat ve güvenilir hale getirilmesinde ulaşım hizmetleri önemli bir rol oynamaktadır. Makalede turistlerin ve yolcuların seyahatleri sırasında hangi transfer hizmetlerinden yararlandıkları belirtiliyor.

Havayolu şirketlerinin transfer sırasında attığı adımları görebiliyoruz ve turistlere farklı hizmet türleri sunuyorlar. Catering firmalarının farklı tipteki araçlara verdiği yiyecek ve içecek hizmetleri hakkında da bilgi alıyoruz.
Anahtar Kelimeler: *ulaşım, havayolu, turizm, catering, shuttle, transfer*

Giriş

Nəqliyyat turizm sənayesinin mühim tərkib hissəsidir, çünki o, turistlərə təyinat yerlərinə gedib-gəlmək imkanı verir. Turizm şirkətləri turistlərin səyahətlərini daha rahat hala gətirmək üçün nəqliyyat xidmətlərindən istifadə edir. Nəqliyyat xidmətləri turistlərin aeroportlardan otellərə həmçinin digər turistik yerlərə rahat və etibarlı şəkildə çatdırılmasını təmin edir. Transferlər haqqında onları bir neçə qrupa bölə bilərik: aeroportdan transferlər, oteldən aeroporta transferlər, qrup transferləri, rəhbərli transferlər və s aid etmək olar [1].

Aeroport transferlərinin məqsədi turistlərin aeroportdan güvənli və konfortlu bir şəkildə otel və ya gedəcəkləri məkana doğru çatdırmaqdır. Aeroport transferi turizm sektorunda əhəmiyyətli bir sahədir və müxtəlif növlərini görə bilərik.

- Xüsusi nəqliyyat vasitələri
- Shuttle servisləri
- Gündəlik nəqliyyat vasitələri
- Rəhbərli transferlər
- VİP transferlər

Xüsusi nəqliyyat vasitələri ən çox tələb görən vasitədir. Turist səyahətini planladığı zaman bunu düşünərək, əvvəlcədən aeroportdan otelə qədər gedəcəyi yolu hesaba qataraq transfer vasitəsi kiralayır. Bu zaman turist aeroportda əlində öz ad və soyadı yazan lövhə saxlayan bir nümayəndə tərəfindən qarşılanır. Bu nümayəndə ilə onu gözləyən nəqliyyat vasitəsi ilə gedəcəyi adresə rahat şəkildə çatır. Həmçinin dil bilməyən turistlər üçün rahat danışa biləcəyi şəxslər tərəfindən qarşılanırlar[2].

Digər bir transfer yolu isə shuttle xidmətidir. Aeroportdan şəhər mərkəzinə və ya otellərə gələn müəyyən zaman aralıqlarında işləyən shuttle xidmətləri olur.

Shuttle servislərida aeroportdan müəyyən bir qrup turisti yığaraq şəhər mərkəzinə gətirir. Bu servisin əhəmiyyətli cəhəti sayca daha çox insana xidmət edə bilməsi həmçinin 1-2 saat aralığında olan növbəli sistemi ilə rahat və əlçatandır.

Gündəlik nəqliyyat vasitələri dedikdə metro, avtobus və taksi xidmətləri ilk ağla gələn olur. Bu nəqliyyat vasitələri hər zaman turistlər üçün əlçatan və ya uyğun olmaya bilir. İlk dəfə gedəcəyi yerdə turist rahatlıqla qiymət cəhətdən aldadıla və ya taksi belə tapmaya bilər [3]. Rəhbərli transfer xidməti isə turistlərin səyahətləri zamanı olduqları ərazi haqqında maraqlı və öyrədici məlumatlar verən və həmin ərazini kəşf etmələrinə kömək olan bir xidmətdir. Rəhbərlər gəzilən yerlərin tarixini, mədəniyyətini və s digər əhəmiyyətli məlumatları turistlərə çatdırırlar.

VİP transfer xidməti turistin istəyinə bağlı olaraq xüsusi və dəbdəbəli bir xidmətdir. VİP transferlər yüksək standartlarda xidmət və rahatlıq təklif edir. Əsasən bahalı marka maşınlar ilə xüsusəndə limuzinlərlə turistə xidmət göstərir. VİP transferlərin üstünlükləri çoxdur. Biz bunlara aid edə bilərik: xüsusi şoferlər, xüsusi maşınlar və içərisində qidalar, Wi-Fi və s. Bu xidmətdən ən çox məşhurlar, iş adamlar və ya vəzifəli şəxslər istifadə edir[3].

Aviaşirkətlər sərnişinlərin hava nəqliyyatı ilə bir nöqtədən digərinə səyahət xidmətləri təklif edirlər. Hava nəqliyyatı ümumiyyətlə sərnişinlərin, yüklərin və poçtun daşınmasını təmin edən bir sıra xidmətlərdən ibarətdir. Aviaşirkətlərin bir sıra xidmətləri mövcuddur:

1. Sərnişin səyahəti: Aviaşirkətləri sərnişinləri bir nöqtədən digərinə hava yolu ilə daşıyır.
2. Yük daşınması: Aviaşirkətləri ticari malları, yükləri və s daşıyır. Bu xidmət müəssisələrin məhsullarını dünyanın müxtəlif yerlərinə daşıyır.
3. Baqaj xidmətləri: Turistlərin baqajlarını check-in, daşımaq və çatdırmaq xidmətləri verir. Bu sərnişinlərin baqajlarının düzgün bir şəkildə sahiblərinə çatdırır.
4. Qida xidməti: Uzun səyahət zamanı sərnişinlərə yemək və içki servis edilir. Həmçinin özəl yemək istəklərida (vegeterian, qlutensiz, vegan) qarşılanır.

5. Uçuş təhlükəsizliyi: Aviaşirkətləri sərnişinlərin təhlükəsizliyi üçün xüsusi diqqət yetirir. Həmçinin təhlükəsizlik üçün sığorta edilir.
6. Bilet satışı və rezervasiya: Aviaşirkətləri bilet satışı və rezervasiya xidmətlərini təşkil edir. Sərnişinlər səyahətlərini planlamaq və biletlərini almaq üçün müraciət edirlər.

Aviaşirkətləri hava nəqliyyatı sahəsində mühim yer tutur və milyonlarla sərnişinin bağlamalarını etibarlı şəkildə daşımasını təmin edir [3].

Ketrinq uzaq bir yer və ya şirkət, otel, nəqliyyat vasitələri kimi bir çox yerlərə yemək servisi çatdırmaqdadır. Ketrinq xidmətlərini təyyarədə, qatarda və gəmidə görmək mümkündür. Təyyarədə ketrinq xidmətləri uçuş zamanı sərnişinlərə yemək və içki təqdim edərək konfortlu bir şəkildə səyahət etmələrinə imkan yaradır[4]. Hava yolu şirkətləri uçuş növünə və ya uçuş saatına görə müştərilə özəl yemək menyusu hazırlayır. Bu menyulara uyğun olaraq ketrinq və hava yolu şirkətlərinin mətbəxləri tərəfindən tədarük olunur. Hazırlanan ketrinq məhsulları, daşıma alətləri və ya konteynerlərlə aeroporta daşınır. Təyyarədə zamanı gəldikdə ketrinq məhsulları servis edilir.

Digər nəqliyyat növləri qatar və gəmidə belə ketrinq şirkətləri ilə əməkdaşlıq edilir. Müştərilərə səyahət zamanı və tədbirlərdə ketrinq şirkətləri tərəfindən təmin olunan qida və içkilər servis olunur [5].

Nəticə

Yekun olaraq deyə bilərik ki, nəqliyyat xidmətləri sahəsində turistlərin maraq və istəklərinə uyğun turizm və aviaşirkətlər hər zaman diqqətli olmalıdır. Turistlərin səyahət zamanı gördüyü xidmət və istifadə etdikləri nəqliyyat vasitələri onların yekunda səyahətləri ilə bağlı nəticəyə gəlməsində mühim rol oynayır. Turistlərin transfer zamanı onları qarşılayan nəqliyyat vasitələri və ya rəhbərləri turistlərə ən yüksək xidməti göstərməlidir və turistin xoş təəsüratla ayrılması əsas hədəfləri olmalıdır. Həmçinin ketrinq şirkətlərinin istənilən nəqliyyat xidmətində etdiyi servis problemsiz və müştəri tələblərinə uyğun olunmalıdır və bu proseslər ciddi nəzarət edilməlidir. Aviaşirkətlər müştərilərə ən uyğun və keyfiyyətli transferləri təşkil edərək, həm öz sahələrində həmdə turizm biznesində irəliləyiş qazanacaqlar.

Ədəbiyyat:

1. https://www.tripsavvy.com/what-are-airport-transfers-468260
2. https://www.travel-tour-guide.com/articles/what-is-airport-transfer/
3. https://caledonianairporttransfers.co.uk/what-is-airport-transfer-and-how-does-it-work/
4. https://hospitalitynu.blogspot.com/2012/08/transport-catering.html?m=1
5. https://www.hotelierlifestyle.com/2020/11/what-are-different-types-of-catering.html?m=1#:~:text=The%20major%20forms%20of%20modern,operate%20on%20long%2Ddistance%20routes

Məhəmməd HƏZƏRXANLI
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
hazarkhanli.mahammad.2201@atmu.edu.az

CHALLENGES DURING TOURISM INDUSTRY AND ECONOMIC DEVELOPMENT IN AZERBAIJAN

AZƏRBAYCANDA TURİZM SƏNAYƏSİ VƏ İQTİSADİ İNKİŞAF ZAMANI ÇƏTİNLİKLƏR

ПРОБЛЕМЫ В ПЕРИОД ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ И ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ АЗЕРБАЙДЖАНА

Abstract: This article looks at the major obstacles that Azerbaijan must overcome in order to support economic growth through the tourist sector. Azerbaijan has a rich cultural legacy and a variety of landscapes, but the country faces a number of challenges that hinder the development of its tourism industry. The most important of these is that in order to serve a global clientele, infrastructure expansion, including transportation and lodging facilities, is required. The article also emphasizes how there aren't enough marketing techniques to position Azerbaijan as a top travel destination worldwide.

The article also explores the socio-economic effects of tourism in Azerbaijan, closely examining the major obstacles posed by unequal benefit distribution and geographical imbalances. The necessity of sustainable tourism practices is emphasized by the discussion of environmental issues, particularly those pertaining to the Caspian Sea and pristine natural areas.

The paper uses information from government databases, reports from the travel sector, and stakeholder interviews in the area to analyze these issues. It suggests using a multifaceted strategy to address these problems, involving the business sector, community-based tourism concepts, and government-led efforts.

The article's conclusion states that in order for Azerbaijan to fully realize the potential of tourism, which has the ability to greatly boost the country's economy, these obstacles must be overcome. Researchers, industry practitioners, and politicians interested in the relationship between tourism and economic growth in emerging economies can learn a lot from the conclusions and suggestions made.

Keywords: *Economic development, Infrastructure challenges, Sustainable tourism, Environmental concerns, Socio-economic impacts*

Xülasə: Bu məqalədə Azərbaycanın turizm sektoru vasitəsilə iqtisadi artımı dəstəkləmək üçün aradan qaldırmalı olduğu əsas maneələrə nəzər salınır. Azərbaycan zəngin mədəni irsə və müxtəlif mənzərələrə malikdir, lakin ölkə turizm sənayesinin inkişafına mane olan bir sıra problemlərlə üzləşir. Bunlardan ən mühümü qlobal müştərilərə xidmət göstərmək üçün infrastrukturun, o cümlədən nəqliyyat və yaşayış vasitələrinin genişləndirilməsi tələb olunur. Məqalədə həmçinin vurğulanır ki, Azərbaycanı dünya üzrə ən yaxşı turizm məkanı kimi yerləşdirmək üçün kifayət qədər marketinq texnikası yoxdur.

Məqalədə, həmçinin qeyri-bərabər mənfəət bölgüsü və coğrafi balanssızlığın yaratdığı əsas maneələri yaxından araşdıraraq, Azərbaycanda turizmin sosial-iqtisadi təsirləri araşdırılır. Davamlı turizm təcrübələrinin zəruriliyi ekoloji problemlərin, xüsusən də Xəzər dənizi və təmiz təbiət ərazilərinə aid olan məsələlərin müzakirəsi zamanı vurğulanır.

Sənəd bu məsələləri təhlil etmək üçün hökumət məlumat bazalarından, səyahət sektorundan hesabatlardan və ərazidə maraqlı tərəflərlə müsahibələrdən istifadə edir. O, bu problemləri həll etmək üçün biznes sektorunu, icma əsaslı turizm konsepsiyalarını və hökumətin rəhbərlik etdiyi səyləri əhatə edən çoxşaxəli strategiyadan istifadə etməyi təklif edir.

Məqalənin yekununda bildirilir ki, Azərbaycanın ölkə iqtisadiyyatını xeyli yüksəltmək imkanına malik olan turizm potensialını tam reallaşdırmaq üçün bu maneələri aradan qaldırmaq lazımdır. İnkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlarda turizm və iqtisadi artım arasındakı əlaqə ilə maraqlanan tədqiqatçılar, sənaye mütəxəssisləri və siyasətçilər verilən nəticələrdən və təkliflərdən çox şey öyrənə bilərlər.

Açar sözlər: *İqtisadi inkişaf, İnfrastruktur çağırışları, Davamlı turizm, Ekoloji narahatlıqlar, Sosial-iqtisadi təsirlər*

Абстракт: В данной статье рассматриваются основные препятствия, которые необходимо преодолеть Азербайджану для поддержки экономического роста за счет туристического сектора. Азербайджан обладает богатым культурным наследием и разнообразными ландшафтами, но страна сталкивается с рядом проблем, которые препятствуют развитию туристической отрасли. Наиболее важным из них является расширение инфраструктуры, включая транспорт и средства размещения, для обслуживания клиентов по всему миру. В статье также подчеркивается, что недостаточно маркетинговых технологий, чтобы позиционировать Азербайджан как лучшее туристическое направление в мире.

В статье также рассматриваются социально-экономические последствия туризма в Азербайджане, внимательно изучаются основные препятствия, вызванные неравномерным распределением прибыли и географическим дисбалансом. Необходимость практики устойчивого туризма подчеркивается при обсуждении экологических проблем, особенно тех, которые связаны с Каспийским морем и нетронутыми природными территориями.

Для анализа этих проблем в документе используются правительственные базы данных, отчеты туристического сектора и интервью с заинтересованными сторонами в этой области. Он предлагает использовать многостороннюю стратегию, включающую бизнес-сектор, концепции общественного туризма и усилия правительства для решения этих проблем.

В конце статьи говорится, что эти препятствия необходимо устранить, чтобы в полной мере реализовать потенциал туризма, который имеет возможность значительно увеличить экономику страны Азербайджана. Исследователи, специалисты отрасли и политики, интересующиеся взаимосвязью между туризмом и экономическим ростом в развивающихся странах, могут многому научиться из выводов и предложений.

Ключевые слова: *экономическое развитие, инфраструктурные проблемы, устойчивый туризм, экологические проблемы, социально-экономические последствия.*

Introduction

The primary objective of the nation's socioeconomic policies is to raise living standards and economic activity in order to stop population movement in some areas and make the most use of the opportunities that are now available. However, the majority of the nation's industries and associated infrastructural facilities are concentrated in Baku, which has hampered manufacturing and negatively impacted the nation's other regions' service sectors, resulting in significant disparities in the way Azerbaijan's economy is organized geographically. Given the nation's current economic circumstances, the tourism sector offers a plethora of prospects for growth and development as a novel and exciting business [1, p.44].

Over one-third of all global services trade is accounted for by the tourism industry, which is one of the fastest growing in the world economy. Experience from throughout the globe demonstrates that even emerging nations may hold a significant position in the global tourism industry due to the abundance of tourism resources. But this is only possible if the state prioritizes the growth of this industry [1, p.45] [2, p.68].

One of the most important and surprising recent developments is the COVID-19 epidemic. Almost everyone will agree that there hasn't been a crisis and panic of this magnitude in the world in a very long time, if ever. All nations, economies, and domains of human endeavor have been impacted by the developments transpiring since the start of 2020. Restricting residents' capacity to travel great distances and leave their homes, cities, districts, regions, and countries was one of the key measures taken to stop the COVID-19 virus from spreading. Naturally, the main effect of these limitations has been to halt travel, both domestically and internationally. One of the most important and surprising recent developments is the COVID-19 epidemic. Almost everyone will agree that there hasn't been a crisis and panic of this magnitude in the world in a very long time, if ever. All nations, economies, and domains of human endeavor have been impacted by the developments transpiring since the start of 2020. Restricting residents' capacity to travel great distances and leave their homes, cities, districts, regions, and countries was one of the key measures taken to stop the COVID-19 virus from spreading. Naturally, the main effect of these limitations has been to halt travel, both domestically and internationally [3, p.196].

A number of factors, including the closing of many nations' airspace, the imposition of numerous restrictions, the tightening of sanitary and hygienic requirements, the requirement to maintain social distance, the population's growing anxiety over their safety, and the psychological fear of a new virus, contributed to the complete collapse of the tourism industry and many related businesses (hotel business, passenger air transportation, entertainment, etc.). This article looks at how the pandemic affected Azerbaijan's tourism business, analyzes the issues that the sector is currently facing, and makes some suggestions for how tourism might grow in the years following the crisis [4, p.1043].

Development of tourism sector in Azerbaijan

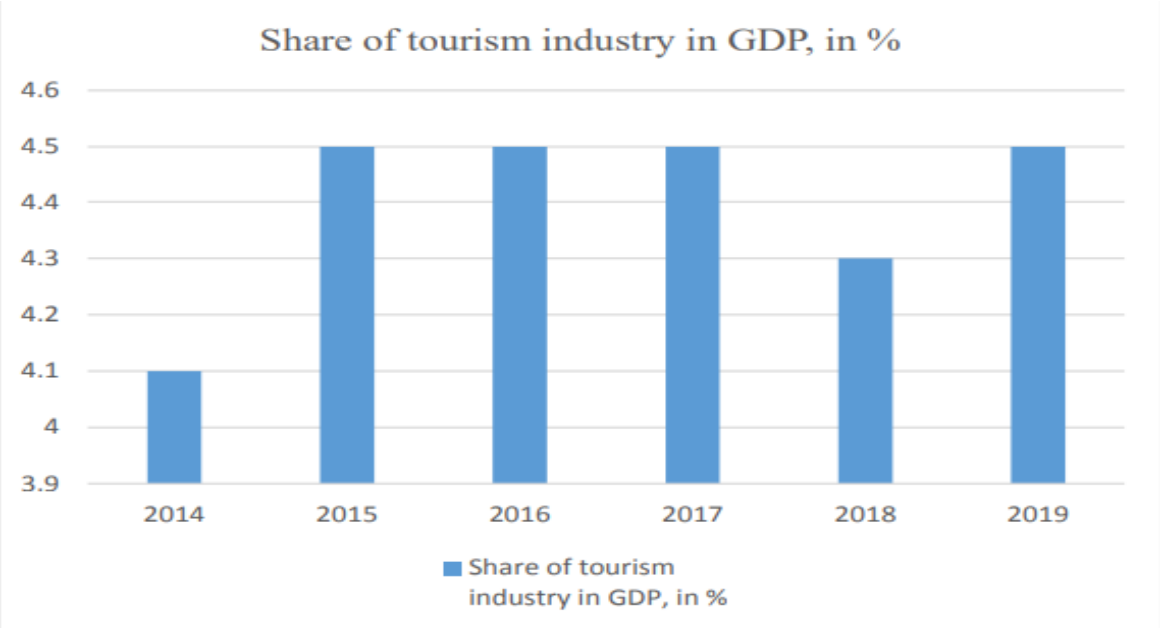
Without a doubt, the tourist sector is susceptible to economic recessions due to its sensitivity to macroeconomic conditions. The rise of tourism in Azerbaijan has also been impacted by fluctuations in the manat [5, p.11-16].

2013 saw the adoption of the resolution authorizing the administrative rules pertaining to electronic services. The decision indicated above approved the implementation of eservices. The steep decline in global oil prices in 2014 led to the devaluation of the Azerbaijani manat [6, p.5-9]. As a result, the government had to concentrate on the growth of the non-oil economy and identify alternate strategies for recovery. Thus, one of the best strategies to improve Azerbaijan's macroeconomic climate was to expand the tourism industry [7, p.8-12]. From this angle, it is possible to argue that the shock to the oil price has impacted Azerbaijan's tourism strategy and prompted the development of contemporary tourism regulations and infrastructure.

It should be noted that there was a notable 38% growth in investment volume in the tourist sector in 2014. But following the 2014 recession, an opposite trend would have been seen, since investment fell by twofold between 2014 and 2015, from 2.2040 million manat to 1.0639 million manat. The process went on, with 133.7 million manats worth of investment made in 2019.

One could examine the tourism industry's GDP proportion from Figure 1. It is evident that the indicator stays largely unchanged for the next three years following the 2014 oil price fall. But there was a minor decline in 2018 after that.

Figure 1. Share of tourism industry in GDP, in %



Before the coronavirus outbreak in Azerbaijan spread quickly in 2020, the country's tourism industry was expanding gradually. That instance, one of the main industries in Azerbaijan that has been negatively impacted by the disease outbreak is tourism. Due to the closure of the borders, all passenger flights, both inbound and outbound, were halted, causing a stall in the travel and tourist sector. After the COVID-19 outbreak, Azerbaijan has seen a 92% decline in the total number of visitors [8, p.11-20]. The government has set aside 3.5 billion manat to preserve the sector in an effort to mitigate the harm caused by the pandemic. In parallel, a four-phase strategy has been prepared by the Azerbaijan Tourism Board (ATB) to restart tourism following the pandemic's abatement. Since there are already a growing number of passenger flights to and from Azerbaijan, the sector is currently on its recreational route.

Sustainable tourism practices in Azerbaijan

As the most stable growing sector of international trade in services, tourism has entered the twenty-first century as one of the most lucrative and rapidly increasing economic sectors. For almost ten years, the tourist industry has led the top five most productive industries in terms of revenue [9, p.12]. However, the features of the regions must be taken into account in order to implement an efficient sustainable tourism program [10, p.40].

Generally speaking, the foundation of every nation's tourism development plan is a complicated set of principles. It is feasible to take advantage of both local and foreign situations and factors with this kind of program preparation. International tourism corporations, on the other hand, usually work toward raising the standard of living for the native population. People also take pleasure in the development of new jobs. They also get the chance to sell handmade goods at a different market. As a result, the majority of visitors usually express a strong desire to purchase items that feature folklore and local traditions. Additionally, friendly and brotherly ties are significantly impacted by international tourism in addition to human relations on a cultural, political, and economic level. The addition of natural factors to international features characterizes this discipline of economics. By preventing regional obstacles that impede the growth of tourism, this enrichment may lead to a more stable global environment [11].

Figure 2 displays the entities by which tourists are accommodated in Azerbaijan. Based on gathered data, (Figure 3) Azerbaijan has 218 tourism organizations and 535 hotels in 2014, employing 10 576 people. In contrast to 2010, there were 6,7% more hotels and 57,8% more tourist-related companies. The number of employees at these establishments increased by 72,9%. According to the data, 5,1% of hotels were owned by the state, whereas 94,9% of hotels were owned by the private sector. The tourist industry was composed of 99,9% private businesses and 0,1% public ones.

Figure 2. Share of tourists of accommodation entities in Azerbaijan (percentages)

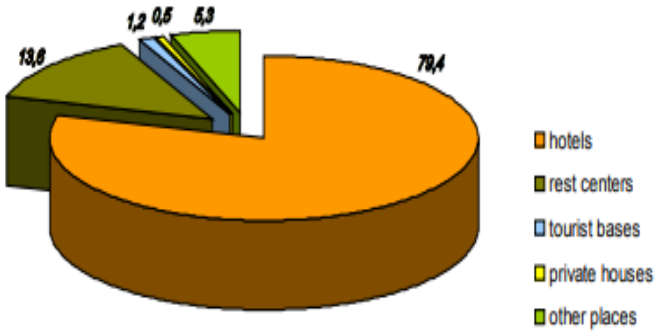
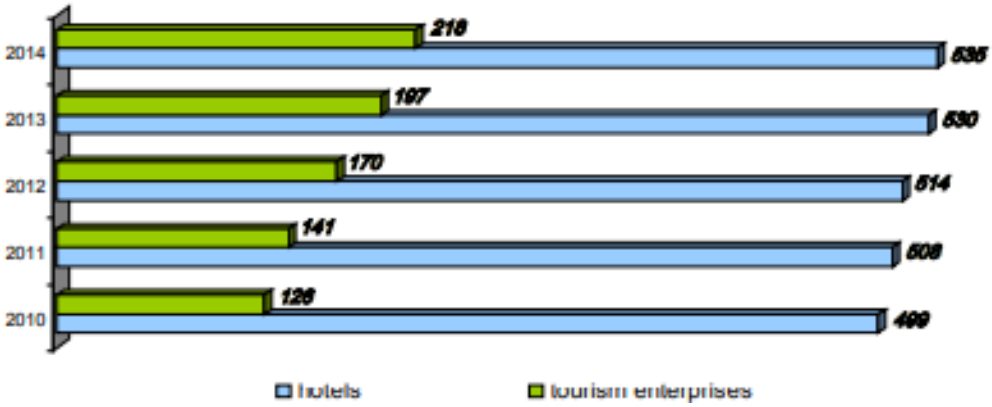


Figure 3. Number of hotels and tourism enterprises in Azerbaijan



As can be observed above, while the number of resorts, leisure and rest areas, and treatment facilities declined annually, the number of tourism-related businesses climbed. On the other hand, new data indicates that Azerbaijan saw an increase in the number of foreign visitors. In 2014, there were 22,97,8000 international visitors to Azerbaijan, of which 21,59,7,000 were there for tourism. The number of persons who traveled abroad was 4244,3 thousand, of which 3319,4 thousand were doing so for tourism. The following were the reasons why foreigners were traveling to the nation: 31,1% is for business, 2,2% is for medical care, 0,6% is for visiting holy sites, 31,3% is for visiting family and friends, and 2% is for other reasons. 32,8% is for rest and entertainment. Azerbaijani nationals traveled to other nations for the following reasons: 30,6% go to relax and have fun, 38,5% go to business, 5,1% go to the doctor, 3,5% visit places of worship, 17% visit family and friends, and 5,3% go to other uses. A total of 77,7% of them traveled by plane or land to reach their destination.

A total of 33,4 million US dollars were earned by tourism entities in 2014, whereas 32,9 million US dollars were spent on operating costs. Of these, 27,1% went toward paying wages, 7,6% went toward material costs, 4,4% went toward fund amortization, and 59,8% went toward other expenditures. According to the report, tourism-related firms had a net profit of US $0.5 million.

Opportunities and challenges

Foreign and domestic investment has flocked to Azerbaijan as a result of the government's prioritization of the travel and tourism industry and the numerous initiatives put in place to advance it. The Republic of Azerbaijan, a multinational and multiconfessional state, is pursuing a policy of full integration into the international community and placing a high value on the growth of ties between nations as well as bilateral and multilateral cooperation in international affairs. Given Azerbaijan's strategic location, its position along the Silk Road has a big influence on north-south and east-west commercial ties. In terms of international tourism ties, it is crucial.

In order to guarantee economic growth and the prosperity of a national economy, the Strategic Roadmap for the National Economy and important Sectors of the Economy was created, with an

emphasis on the prioritizing of the important sectors [5, p.4-12]. Consequently, it includes activities like promoting the growth of the tourism industry, offering competitive, high-quality travel services, drawing in new investment projects that emphasize cutting-edge concepts and inventions, and effectively coordinating efforts among the various organizations involved in the industry's development. By 2025, it's anticipated that Azerbaijan would rank among the world's top tourist destinations, both locally and globally. That is, by 2025, the nation hopes to rank among the top 20 most popular and alluring travel destinations.

Experiences like hiking between isolated mountain towns via the Greater and Lesser Caucasus Mountains, discovering the artisan legacy of old Silk Road settlements, touring lemon and tea plantations in the south, and more are made possible by the nature as it stands. Improving the current infrastructure and building a new one could increase tourism and interest levels, respectively. As a result, it is anticipated that further international airports will be constructed in the Karabakh region's liberated territory, continuing the development of interregional connections. Meanwhile, it's important to note that there are an increasing amount of tourism-related activities [7, p.3-6].

Undoubtedly, in order to maintain sustainable tourism performance in the post-pandemic era, more attention will need to be paid to health, cleanliness, and safety. Priorities 1 through 5 in the tourism sector's recreational path include the development of nature and environmental tourism, such as designating hiking routes and building birdwatching infrastructure, as well as genuine, authentic experiences and activities like upgrading the infrastructure of rural guesthouses.

Conclusion

As this article explains, Azerbaijan's tourist sector has experienced substantial changes in response to a number of domestic and international issues. Growth and investment patterns within the industry have been significantly impacted by its vulnerability to macroeconomic conditions, specifically the volatility in the global oil market and the value of the Azerbaijani manat. The Azerbaijani government was forced to look for other paths to economic recovery in 2014 due to the severe drop in oil prices and the depreciation of the manat. This led to a major emphasis on the non-oil economy, with tourism being the main area of development.

During the economic downturn, investments in the tourism industry experienced a decline after initially rising in 2014. Nonetheless, the sector's potential to be a major participant in the national economy is highlighted by the government's commitment to it, which is demonstrated by large appropriations and strategic roadmaps. The COVID-19 pandemic's issues have further fueled a progressive attitude towards updating the tourism infrastructure and policies, as evidenced by the 2013 introduction of electronic services and following strategic efforts.

Reassessing and reorganizing the tourism industry has been prompted by the pandemic, which caused a startling 92% drop in visitors. The four-phase plan of the Azerbaijan Tourism Board is centered on recovery and sustainable expansion with the goal of revitalizing the industry. This flexible reaction demonstrates the industry's tenacity and the government's proactive approach to preserving its sustainability.

The sector's dynamic nature is shown in the growth of a variety of tourism activities and the rise in the number of tourism firms. Due to its diverse geography, strategic location along the historic Silk Road, and rich cultural legacy, Azerbaijan has a distinct place in the world's tourism industry. Ongoing infrastructure developments, including as the growth of international airports and improved regional connectivity, support the nation's potential to become a top travel destination by 2025.

Future challenges for Azerbaijan's tourism industry include striking a balance between expansion and sustainability. In the post-pandemic era, health, hygiene, and safety must be prioritized. The growth of ecotourism, which includes projects like infrastructure for birdwatching and trekking routes marked with markers, is in line with global trends toward more genuine and environmentally responsible tourist experiences. Additionally, the emphasis on enhancing the infrastructure of rural guesthouses points to a shift in the direction of inclusive growth that helps nearby communities.

In summary, the tourism sector in Azerbaijan has proven resilient and adaptable in the face of considerable adversity. With infrastructural development, marketing tactics, and a strategic focus on sustainable and inclusive growth, the nation is well-positioned to take advantage of its tourism

potential. This strategy improves Azerbaijan's cultural and socioeconomic fabric in addition to helping to diversify its economy and positioning it as a more desirable travel destination worldwide.

References:

1. Tahir, Zaur Imrani, and Gunesh Agakishieva Rafiq. "Sustainable development of the tourism industry in Azerbaijan." *Universidad y Sociedad* 13.1 (2021): 43-50.
2. Bethapudi, Anand. "The role of ICT in tourism industry." Journal of applied economics and business 1.4 (2013): 67-79.
3. Rahmanov, Farhad, et al. "Tourism management in Azerbaijan under sustainable development: impact of COVID-19." (2020).
4. Hajiyeva, Leyla. "Impact of COVID-19 on the Tourism Sector in Azerbaijan: Problems and Development Prospects IN THE POST-COVID PERIOD." *Economic and Social Development: Book of Proceedings* (2021): 1043-1051.
5. Strategic Roadmap for the Development of Specialized Tourism Industry in the Republic of Azerbaijan, https://monitoring.az/assets/upload/files/d53a6f3606f2ec987a4084ee6664380e.pdf
6. Bayramov Vugar, Orujova Leman, 2017. "Volatility, Diversification and Oil Shock in Resource-Rich Turkic Countries: Avenues for Recovery", https://dergipark.org.tr/en/pub/bilig/issue/42612/519424
7. Bayramov Vugar, Karabakh Economy: New Driver for Sustainable Economic Development in Azerbaijan, 2021, https://azerbaijantoday.az/2021/04/25/karabakheconomy-new-driver-for-sustainable-economic-development-in-azerbaijan/
8. CESD Research Group, 2020. "A preliminary assessment of the impact of the COVID19 pandemic on Azerbaijani economy" http://cesd.az/new/wpcontent/uploads/2020/08/Impact-of-COVID-19-on-Economy-CESD-Paper.pdf
9. Akhundova, A. H. (2020). Event tourism is a promising direction for the development of the tourism market of Azerbaijan. Paradigmata poznani, (4), 9-15.
10. Bac, D. P., & Aksoz, E. O. (2017). Contemporary challenges for sustainable tourism–a regional perspective. Oradea Journal of Business Economics, 2(2), 37-44.
11. Huseynov, I., & Afandiyeva, N. (2007). Basics of tourism. Mars-Print.

Kamal DÜNYAMALIYEV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant
k.dunyamaliyev.39@gmail.com

QARABAĞ REGİONUNDA HAVA LİMANLARI, NƏQLİYYAT VƏ LOGİSTİKA PROBLEMLƏRİ

AIRPORTS, TRANSPORT AND LOGISTICS PROBLEMS IN KARABAKH REGION

АЭРОПОРТЫ, ПРОБЛЕМЫ ТРАНСПОРТА И ЛОГИСТИКИ В КАРАБАХСКОМ РЕГИОНЕ

Xülasə: Azərbaycanın böyük təbii sərvətləri, iqtisadi potensialı və əlverişli iqtisadi-coğrafi mövqeyi onun dünya səviyyəsində inteqrasiyasına geniş imkanlar açır. Son illərdə qeyri-neft sektoru üzrə ixrac potensialının möhkəmləndirilməsinə, nəqliyyat infrastrukturunun inkişaf etdirilməsinə diqqət artır. Bu məqalədə işğaldan azad edilən Qarabağ regionunun inkişaf etməkdə olan nəqliyyat və logistikası, burada yerləşən nəqliyyat növlərinin təsnifatı və onların inkişafa təsiri araşdırılaraq, ərazidə intensiv şəkildə görülən bərpa-quruculuq işləri təqdim edilir. Tikilən hava limanlarının regiondakı perspektivləri, multimodallığın yaratdığı imkanların təsirindən bəhs edilir.

Açar sözlər: *nəqliyyat, havalimanı, mərkəz, Qarabağ, logistika*

Abstract: Azerbaijan's great natural resources, economic potential and favorable economic-geographical position open wide opportunities for its integration at the world level. In recent years, attention has been focused on strengthening the export potential of the non-oil sector and developing the transport infrastructure.

In this article, the developing transport and logistics of the liberated Karabakh region, the classification of the types of transport located here and their impact on development are investigated, and the restoration and construction works intensively carried out in the area are presented. The perspectives of the airports under construction in the region, the impact of opportunities created by multimodality are discussed.
***Key words**: transportation, airport, center, Karabagh, logistics*

Абстракт: Огромные природные ресурсы, экономический потенциал и выгодное экономико-географическое положение Азербайджана открывают широкие возможности для его интеграции на мировом уровне. В последние годы внимание уделяется укреплению экспортного потенциала ненефтяного сектора и развитию транспортной инфраструктуры.

В данной статье исследуются развитие транспорта и логистики освобожденного Карабахского региона, классификация расположенных здесь видов транспорта и их влияние на развитие, а также представлены интенсивно проводимые в этом районе восстановительные и строительные работы. Обсуждаются перспективы строящихся в регионе аэропортов, влияние возможностей, создаваемых мультимодальностью.
***Ключевые слова**: транспорт, аэропорт, центр, Карабах, логистика*

Giriş

2020-ci ilin sentyabr ayında ordumuz sayəsində 30 illik işğal altında olan öz əsrarəngiz təbiəti və zənginliyi ilə seçilən torpaqlarımız işğaldan azad edilmişdir. Əldə etdiyimiz qələbə regional təhlükəsizliyin bərpasını, qazanılan yeni imkanları, ayrı-ayrı ölkələrin və ümumilikdə regionun inkişaf perspektivlərini özündə əks etdirir.

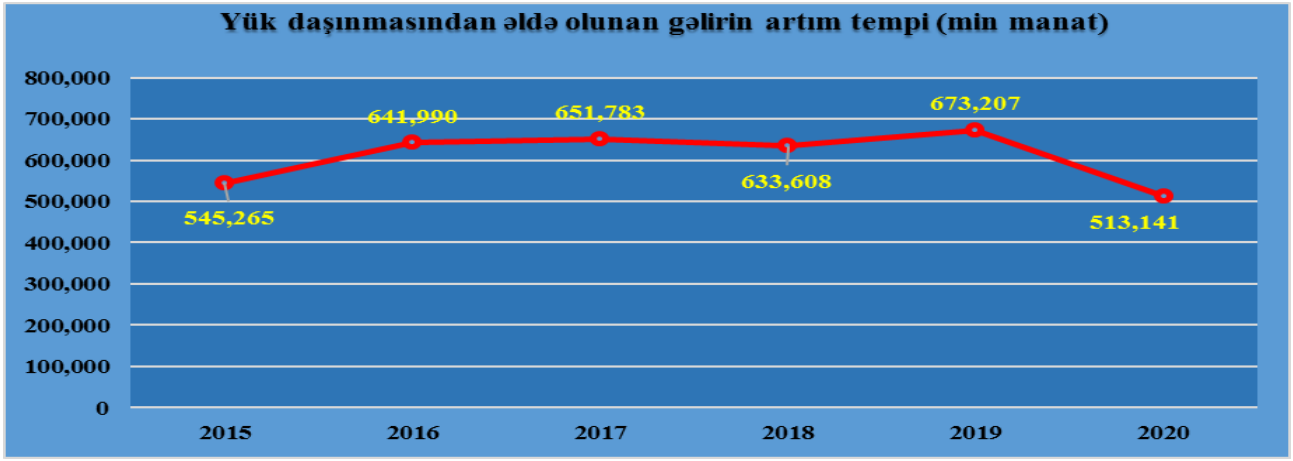
Erməni vandalları işğal altında olmuş ərazilərimizi analoqu olmayan dağıntılara, etnik təmizləmələrə məruz qoymuşdurlar. Əlavə olaraq, ətraf mühit, ekoloji sərvətlərə və təbii ehtiyatlara ciddi ziyan vurulub. Bunlara nəzər yetirsək görüləcək işlərin ağırlığı və təhlükəsi qaçınılmazdır.

Bütün bunlara baxmayaraq, çox qısa bir zaman ərzində, ölkə başçısı nəqliyyat-kommunikasiya, logistika imkanlarını genişləndirməsi üçün çox əlverişli imkanlar yaratmış, kifayət qədər bərpa-quruculuq işləri görülmüşdür. Eyni zamanda bölgənin zəngin iqtisadi sərvətlərə, istehsal potensialına, ixrac üzrə rəqabətqabiliyyətli istehsal drayverlərinə, əlavə olaraq, geoiqtisadi və strateji logistika, nəqliyyat imkanlarına malik olması görüləcək işlərin sürətli və səmərəli olmasına şərait yaradır.

Tikilən və tikilməkdə olan yollar, hava limanları və dəmir yolları, respublikamızın regionları arasında iqtisadi əlaqələrin inkişafı, nəqliyyat xərclərinin azadılmasında, ölkəmizin ərazisindən keçən nəqliyyat dəhlizlərini əlaqələndirən yollar tranzit xidmətlərinin səmərəliliyinin artırılmasında, beynəlxalq önəm kəsb edən yol infrastrukturunun qurulması ilə Azərbaycanın dünya iqtisadiyyatına inteqrasiya prosesini sürətləndirməklə yanaşı, regionda daha çox məşğulluğun təmin olunmasında əhəmiyyətli rol oynayacaq.

Əsas hissə

Tədqiqatlar nəticəsində ölkə nəqliyyatı ilə əlaqədar, irəli zaman üçün bir çox müsbət fikirlər formalaşdırmaq mümkündür. Nümunə kimi, Avropa İttifaqı tərəfindən tərtib edilən TACIS proqramı çərçivəsində TRASEKA (Avropa-Qafqaz-Asiya Nəqliyyat Dəhlizi) layihəsinin Azərbaycan hissəsinə dair göstəriciləri nəzərdən keçirə bilərik. (Diaqram 1-2)

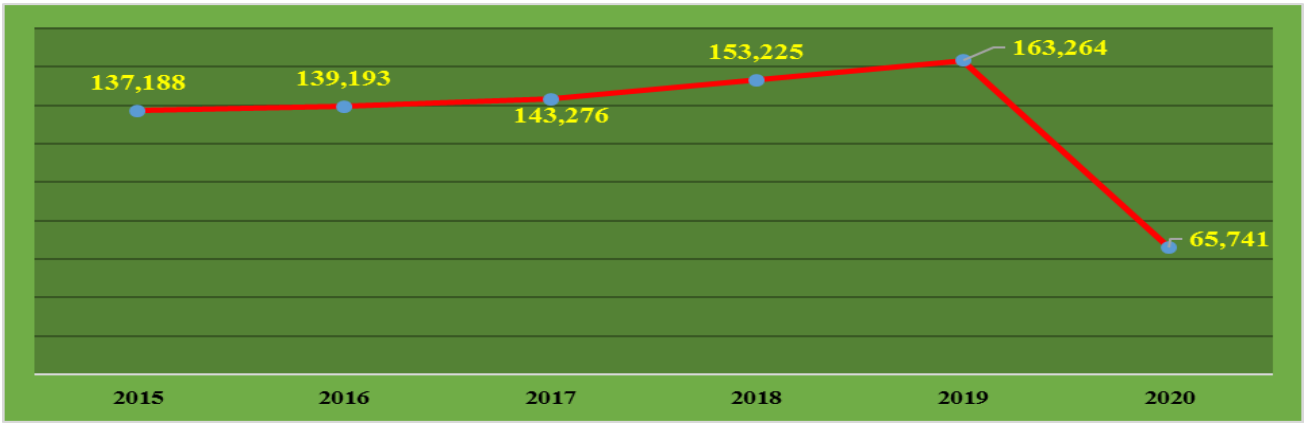




Diaqram 1: Avropa-Qafqaz-Asiya nəqliyyat dəhlizində nəqliyyatın fəaliyyəti nəticəsində əldə olunan gəlirlər (Azərbaycan hissəsində)

Mənbə: Diaqramlar Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında müəlliflər tərəfindən hazırlanıb (2020)

Yük daşımalarından əldə olunan gəlir və onun artım tempinə nəzər yetirdikdə, demək olar ki, hər il bu temp artan formada davam etmişdir. Nəqliyyat növlərindən əldə olunmuş gəlirlər isə mərhələli şəkildə göstərilmişdir. Diaqramlara nəzər yetirdikdə görürük ki, avtomobil nəqliyyatı ilə daşımalardan əldə olunan gəlir, bu dəhliz vasitəsilə əldə olunan ümumi gəlirin ən böyük hissəsini təşkil edir.





Diaqram 2: Sərnişin daşınmasından əldə olunan gəlirin artım tempi (min manat)

Mənbə: Diaqramlar Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında müəlliflər tərəfindən hazırlanıb (2020)

Bu diaqramlardan da göründüyü kimi Avropa-Qafqaz-Asiya nəqliyyat dəhlizi üzrə həyata keçirilən nəqliyyat fəaliyyətinin gəlir baxımından ölkə büdcəsi üçün böyük əhəmiyyəti vardır. Gəlir göstəriciləri isə 2015-ci ildən başlayaraq hər il, demək olar ki, yüksələn xətt istiqamətində inkişaf etmişdir. [1, səh 172]

Qarabağda ilkin nəqliyyat bərpa işləri

İşğaldan azad edilmiş ərazilərin bərpası üçün atılan ilk addımlar avtomobil yollarının tikintisi, yenidənqurması işləri idi. Dirçəlişə aparan "Böyük Qayıdış" proqramında, ilkin mərhələ işğal olunmuş ərazilərdə yeni yol-nəqliyyat infrastrukturunun tikintisi və yaradılışıdır, həmçinin Şimaldan, Cənubdan və Şərqdən Qarabağa nəqliyyat layihələrini həyata keçirib hərəkət etməyə imkan verəcək. qısa müddət ərzində Qarabağ və Şərqi Zəngəzurda uzunluğu 700 km-ə qədər olan 10 yol infrastruktur layihəsinin sürətlə həyata keçirilir. Bu yol layihələrinin tərkibinə "Zəfər, Əhmədbəyli-Füzuli-Şuşa, Toğanalı-Kəlbəcər-İstisu, Kəlbəcər-Laçın, Horadiz-Cəbrayıl-Zəngilan-Ağbənd, Talış-Tapqaraqoyunlu-Qaşaltı, Xudafərin-Qubadlı-Laçın, Şükürbəyli-Cəbrayıl-Hadrut, Füzuli-Hadrut, Bərdə-Ağdam avtomobil yolları daxildir.

44 günlük zəfər dayanışmasının sonunda əldə olunan tarixi qələbə nəticəsində 2020-ci il 10 noyabr tarixində Azərbaycan, Rusiya və Ermənistan arasında imzalanan Üçtərəfli Bəyanatın 9-cu maddəsinə əsasən Azərbaycanın Naxçıvanla birbaşa əlaqəsi təmin olunmalıdır. Bildiyimiz kimi, 1994-cü ildə indiki Şərqi Zəngəzur bölgəsinin Ermənistan tərəfindən işğalı nəticəsində Naxçıvanın Azərbaycanla birbaşa quru yolu tamamilə kəsilmişdir. Bu bəyanat öz növbəsində həm Naxçıvan Muxtar Respublikasının nəqliyyat mühasirəsindən qurtulmasına, həm də Zəngəzur Dəhlizinin bərpası ilə BTQ dəmiryoluna alternativ olan Azərbaycan-Naxçıvan-Türkiyə (ANT) dəmiryolunun çəkilişinə şərait yaranması deməkdir. Bundan əlavə olaraq, Ermənistan üçün Rusiya və İrana rahat dəmiryolu marşrutları açılacaq, həmçinin Rusiya və Türkiyə Cənubi Qafqaz regionundan birbaşa marşrut əldə edəcək ki, bu da hər iki ölkə üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir.[7]

Aparılan tədqiqatlara əsasən deyə bilərik ki, Zəngəzur dəhlizi Avrasiyanın tutulmuş damarıdır və bunun üçün müasir tələblər nəzərə alınmaqla dəmiryolu və avtomobil kommunikasiyaları mütləq şəkildə bərpa olunmalı, sərmayələr qoyulmalıdır. Sərmayələrin yatırılması kifayət qədər zəngin imkanlara sahib Azərbaycan üçün heç bir maneə yaratmır. Qoyulan investisiyaların illər üzrə paylanma cədvəlinə baxaraq, bu mövzuda müstəsna inkişafı müşahidə edə bilərik.

Dövlət büdcəsindən Qarabağ və Şərqi Zəngəzura qoyulan investisiyalar

Qarabağa investisiya illər üzrə:	Məbləğ:
2021	2 178 000 000
2022	2 263 200 000
2023	3 000 000 000

Rəqəmlər manatla göstərilib

Mənbə: Maliyyə Nazirliyi BBC

Qarabağ regionunda mövcud olan yollar, dəmiryolları və dəhlizlər kimi dağılmış və yararsız halda olan infrastrukturun bərpası və inkişafı iqtisadi artım üçün yeni imkanlar yaradır və ərazidəki əhalinin həyat səviyyəsini yaxşılaşdırır. Qarabağda müxtəlif istiqamətlərdən hərəkət etməyə imkan yaradılması gələcəkdə bu regionun qonşu ölkələr ilə iqtisadi əlaqələrin qurulmasında əsas tranzit mərkəzə çevrilməsinə imkan yaradacaq, regional və ölkələr arasında ticarət əlaqələri genişlənmiş olacaq. Görülmüş və hazırlanan nəqliyyat layihələri, Qarabağın turizm inkişaf göstəricilərini artırmağa və eyni zamanda əhəmiyyətli infrastruktur bərpası təmin etməyə geniş imkan yaradacaq. Bu, Azərbaycan üçün olduğu kimi, qonşu ölkələr üçün də əhəmiyyətli bir inkişaf addımıdır. Azad edilmiş ərazilərdə görülmüş işlərə, həyata keçirilmiş tədbirlərə nəzər yetirsək əldə edilən faydalılıq perspektivin yüksək olduğunun nəticəsidir.

Hava limanlarının ölkə ərazisində rolu

Xarici investorlar, eləcə də turizm sahəsində geniş imkanların olması üçün digər infrastruktur işləri ilə yanaşı hava limanlarının nizama salınmasına da xüsusi diqqət yetirilməlidir. Artıq qısa zaman

çərçivəsində tikilmiş Beynəlxalq Füzuli Hava Limanı tam şəkildə istifadəyə verilmişdir, hətta bu hava limanı "Qarabağın qapısı" olaraq da adlandırılır. [9]

Hava limanının müasir infrastrukturla təchiz olunan üstünlüklərindən biri saatda ən azı 200 sərnişinin buraxılışına imkan verir. Həmçinin, xarici qonaqlar və ya turistlər rahat şəkildə, qısa zamanda Füzuli-Şuşa avtomobil yolu ilə Şuşa şəhərinə, habelə işğaldan azad edilmiş digər şəhərlərə gedə bilər.

Füzuli Beynəlxalq Hava Limanı Qarabağda beynəlxalq turizmin inkişafına öz töhfəsinin verəcək və turist axının birbaşa olaraq iqtisadi rayonun ərazisinə cəlb olunmasına imkan yaradacaq. Dünyanın hər hansı bir ölkəsindən gələn sərnişin təyyarəsinin doğrudan Qarabağdakı hava limanına eniş etmə imkanı, bu əraziyə səyahət etmək istəyən turistlər üçün zaman və maliyyə baxımından vacib bir imkan təşkil edir. Bu, hava limanının bərpa edilməsindən əvvəlki dövrdə işğal edilmiş ərazilərə səyahət etmək istəyən xarici vətəndaşların Gəncədəki hava limanından Azərbaycana gəlməklə, sonra quru nəqliyyat vasitəsi ilə bir qədər yol almağa və ya Bakı Beynəlxalq Hava Limanına eniş etdikdən sonra daha uzun məsafələri qət edərək Qarabağa çatmağa ehtiyac yaratmamağı mənasına gəlir. Bunun həm əlavə xərclər tələb etdiyini, həm də səyahət dövrünün böyük hissəsi yola xərcləndiyini nəzərə alsaq, xarici turistlər üçün bir o qədər də üstün hesab olunan olmazdı. Füzuli Beynəlxalq Hava Limanı, xarici turistlərə Qarabağa səfər etmək imkanını təmin edərək, nəqliyyatla zaman itirmədən çevrədəki turizm məkanlarını dolaşmağa olan imkanı yaradır.

Quru ilə bağlı regional edilmiş Füzuli Beynəlxalq Hava Limanı, multimodal qovşağa çevrilə biləcək böyük potensiala malikdir. Limanın işğaldan azad edilmiş ərazilərin bərpasında əsas rol oynayaraq qurulmasında əsas rolu gözlənilir. Və nəzərə alsaq ki, hesablamalara görə Qarabağ və ətraf işğaldan azad edilmiş rayonlar tezliklə ümumi xalq təsərrüfatının 8 faizini təşkil edəcək, bu Füzuli aeroportunun iqtisadi əhəmiyyətini daha da artıracaq. Hava limanı Cənubi Qafqaza, xüsusən də Qarabağa səyahət edən beynəlxalq turistlər üçün əsas məkana çevrilə bilsə də, bununla belə, Qafqaz üçün turizm mərkəzlərinə çevrilməyə çalışan qonşu ölkələrdə qurulmuş böyük hava limanlarının şiddətli rəqabəti ilə qarşılaşacaq.[8]

Zəngilanda təzə açılan hava limanının idarə edilməsi, Ermənistan ərazisindən çox uzaqdan gələn əsas təhlükəsizlik nəzarətini kəsb edir. Azərbaycana keçirilən yüklərin həcminin artdığını və ölkədəki yük təyyarələri parkının genişləndiyini nəzərə alsaq, bizim yük təyyarələri parkımız üçün təyinat məntəqələrindən olmalıdır. Təyinat ətrafında Zəngəzur enerji dəhlizi, böyük bir enerji mərkəzi kimi potensiala sahibdir. Zəngilan Hava Limanı Zəngəzurun "Hava qapısı" kimi təsvir olunur.

Tikiləcək hava limanlarından biri olan Laçına nəzər yetirsək, mürəkkəb relyef ilə seçilən hava limanının tikintisi üçün seçilmiş yer Qorçu kəndi yaxınlığında dəniz səviyyəsindən 1800 metr yüksək-likdə yerləşir. Bu hündürlükdə yerləşən hava limanını postsovet məkanında ən yüksəklərdən birinə çevirəcək, bu detal təkcə mühəndislik performansı deyil, həm də ölkənin infrastrukturunun inkişafında məcazi və sözün əsl mənasında yeni zirvələrə çatmaqda qabaqcıl səylərini nümayiş etdirir. Eyni zamanda inşa edilən hava limanı istənilən növ təyyarələri, həmçinin ağır yük təyyarələrini qəbul edə biləcək. Bu təxmin edilən imkan ölkənin xarici dünya ilə əlaqəsini gücləndirmək niyyətinin parlaq göstəricisidir, təkcə turizm potensialını deyil, həm də ticarət və beynəlxalq biznes əlaqələri üçün qapıları açır.

Logistik mərkəzlər və əhəmiyyət kəsb edən amillər

Logistika qovşaqlarının qurulması üçün landşaft seçimi müxtəlif amillərdən asılıdır və logistika əməliyyatının xüsusi tələblərindən və mülahizələrindən asılı olaraq müxtəlif landşaft növləri uyğun ola bilər. Logistika mərkəzlərinin qurulması üçün mərkəzin seçilməsi ilə bağlı bəzi ümumi mülahi-zələr bunlardır:

Nəqliyyat qovşaqlarına yaxın olması, logistika mərkəzləri çox vaxt magistrallar, dəmiryolları, limanlar və ya hava limanları kimi əsas nəqliyyat şəbəkələrinin yaxınlığında strateji olaraq yerləşir. Landşaft malların səmərəli hərəkətini təmin etmək üçün bu nəqliyyat növlərinə asan çıxışı asanlaşdırmalıdır.

Düz və açıq ərazidə yerləşməsi, logistika mərkəzlərinin tikintisi üçün ümumiyyətlə düz və açıq əraziyə üstünlük verilir. Bu tip landşaft anbarların və nəqliyyat infrastrukturunun qurulmasını asanlaşdırır və daha sərfəli edir.

Əlçatan olması, seçilmiş mərkəz logistika əməliyyatlarının xarakterindən asılı olaraq yük maşınları, qatarlar və potensial olaraq gəmilər və ya təyyarələr də daxil olmaqla müxtəlif nəqliyyat növləri üçün asanlıqla əlçatan olmalıdır.

İqtisadi əhəmiyyət kəsb edən yerlərə yaxın olması, logistika mərkəzləri nəqliyyat xərclərini və çatdırılma vaxtlarını azaltmaq üçün çox vaxt strateji olaraq əsas istehlak bazarlarının yaxınlığında yerləşir. Landşaft əsas bazarlarla səmərəli əlaqəni dəstəkləməlidir.

İnfrastruktur mövcudluğunun dəstəklənməsi, landşaft logistika mərkəzinin əməliyyatlarını dəstəkləmək üçün mövcud və ya asanlıqla inkişaf etdirilə bilən infrastruktura, o cümlədən yollar, kommunal xidmətlər və kommunikasiya şəbəkələrinə malik olmalıdır.

Ətraf struktur amili, təbii fəlakət riski və ya ekstremal hava şəraiti kimi ekoloji amillər nəzərdə tutulmalıdır. Bəzi landşaftlar daşqın, zəlzələ və ya logistika qovşaqlarının fəaliyyətinə təsir göstərə biləcək digər hadisələr üçün daha yüksək risklər yarada bilər.

Zonalaşdırma və torpaqdan istifadə, yerli rayonlaşdırma qaydalarına və torpaqdan istifadə siyasətlərinə uyğunluq çox vacibdir. Landşaft yerli qaydalara uyğun olaraq sənaye və logistika fəaliyyətləri üçün uyğun olmalıdır.

Genişləndirmə imkanlarının mövcudluğu, logistika əməliyyatının artım gözləntilərindən asılı olaraq, landşaft ehtiyac olduqda obyektlərin gələcəkdə genişləndirilməsinə imkan verməlidir. [2, səh 223]

Logistika mərkəzi seçməzdən əvvəl hərtərəfli texniki-iqtisadi əsaslandırma və sahənin təhlili aparmaq vacibdir. Bu təhlil logistika əməliyyatının spesifik ehtiyaclarını, mərkəzin xüsusiyyətlərini və regionun daha geniş iqtisadi və logistik kontekstini nəzərə almalıdır. Möhkəm təchizat qurulan infrastrukturun və məskunlaşmanın təmin edilməsi üçün geniş şəkildə iqtisadi fəaliyyətdə sərfiyyat etmək mümkündür. Qeyd edilənlərlə yanaşı regionda yeni beynəlxalq və regional nəqliyyat-logistika dəhlizinin bərpa olunması ölkəmizin qlobal bazarlara çıxış imkanlarını artıraraq, işğaldan azad edilmiş ərazilərin inkişafına əhəmiyyətli təkan verəcək və bunlara əsasən deyə bilərik ki, Ermənistan və İranla həmsərhəd olan Zəngilan şəhərinin nəqliyyat-logistika mərkəzinə çevrilməsinə imkan yaranacaqdır.[3, səh 445]

Quru (avtomobil) yollarının, dəmir yollarının, xüsusilə də, Zəngəzur dəhlizindən keçəcək olan Azərbaycan-Naxçıvan-Türkiyə dəmiryolu xəttinin Füzuli rayonu ərazisindən keçməsi və beynəlxalq standartlara cavab verən havalimanının Füzuli rayonu ərazisində inşa edilməsinin mədəni təzahürünün nəticəsi olaraq Füzuli rayonunun ərazisinin logistik hub kimi istifadə edilməsi məqsədəuyğun olardı.

Multimodal hava limanlarının əhəmiyyəti

Multimodal hava limanı dedikdə müxtəlif nəqliyyat növlərini birləşdirən və müxtəlif nəqliyyat şəbəkələri üzrə sərnişinlərin və yüklərin səmərəli hərəkəti üçün mərkəz rolunu oynayan hava limanı nəzərdə tutulur. Bu konsepsiya hava, avtomobil, dəmiryolu və bəzən dəniz nəqliyyatı növləri arasında qüsursuz əlaqəni nəzərdə tutur. Əsas məqsəd, enerjinin ümumi effektivliyini təmin etmək, effektiv şəkildə yaxşılaşdırmaq və insanların fəaliyyətini optimallaşdırmaqdır.[4, səh 788]

Multimodal hava limanının əsas komponentlərinə aşağıdakılar daxil ola bilər:

Hava nəqliyyatı: Hava limanı müxtəlif növ təyyarələri, o cümlədən sərnişin və yük təyyarələrini qəbul edən hava səyahətləri üçün əsas mərkəz rolunu oynayır.

Yerüstü nəqliyyat: Multimodal hava limanlarında tez-tez yol şəbəkələri, dayanacaqlar və taksilər, avtobuslar və şəxsi nəqliyyat vasitələri üçün giriş nöqtələri kimi yaxşı inteqrasiya olunmuş yerüstü nəqliyyat vasitələri var.

Dəmir yolu nəqliyyatı: Dəmir yolu nəqliyyatı ilə inteqrasiya əhəmiyyətli bir xüsusiyyət ola bilər. İstehsal edənlər və yüklərin effektiv fəaliyyətini təmin etmək üçün böyük dəmir yolu stansiyalarının yaxınlığında quraşdırılır.[6]

Logistika və Paylama Mərkəzləri: Multimodal hava limanlarına müxtəlif nəqliyyat növləri arasında yüklərin hərəkətini, çeşidlənməsini və paylanmasını sadələşdirmək üçün logistika və paylama mərkəzləri daxil ola bilər. Multimodal hava limanı konsepsiyası nəqliyyatın planlaşdırılmasına və infrastrukturun inkişafına daha geniş yanaşmanın bir hissəsidir ki, bu da əlaqəni və müxtəlif nəqliyyat növləri arasında sərnişinlərin və yüklərin səmərəli transferini vurğulayır. Bu inteqrasiya tıxacları azaltmaq, ümumi nəqliyyat səmərəliliyini artırmaq və hava limanının xidmət göstərdiyi bölgənin ümumi iqtisadi rəqabət qabiliyyətini artırmaq məqsədi daşıyır.[4, səh 384]

Multimodal hava limanları haqqında deyilən bütün nüansları diqqətə alsaq, Qarabağ regionunda tikilmiş və tikilməkdə olan 3 hava limanından ən az ikisi multimodal hava limanlarının yaradılması üçün lazımi kriteriyaları qarşılayır. Füzuli və Zəngilan rayonlarında tikilən, beynəlxalq standartlara cavab verən hər birində bir havalimanının mövcudluğu, Qarabağ regionunda yerləşən digər bütün ra-

yonlara quru yolları vasitəsilə çıxış imkanları, Avropa və Asiya arasında yaradılacaq yeni ticarət dəhlizinin bu ərazidən keçəcək olması, Zəngəzur dəhlizindən də keçəcək Azərbaycan-Naxçıvan-Türkiyə dəmiryolu xəttinin üzərində yerləşmələri, ərazilərinin düzən(dağətəyi) olması nəticəsində saxlama anbarlarının, logistik və paylama mərkəzlərin yerləşdirilə bilirliyi kimi nüanslar əsas alındıqda bu havalimanlarının, sadəcə, sərnişin daşıma üçün yox, həmçinin logistik məqsədlərə də xidmət etmə bacarığını gözardı etmək düzgün olmazdı.

Mərhələlər	Dəhliz	İzahı
I səviyyə	Nəqliyyat dəhlizi	Regionu və ya vilayəti fiziki birləşdirən dəhliz
II səviyyə	Multimodal nəqliyyat dəhlizi	Müxtəlif nəqliyyat növlərinin inteqrasiyası ilə rayon və ya regionları fiziki baglayan dəhliz
III səviyyə	Logistika dəhlizi	Dəhliz rayon və ya regionlar arasında təkcə fiziki kommunikasiyanı deyil, həm də yüklərin, insanların və müvafiq informasiya axınlarının effektiv yerdəyişməsinin instutisional strukturunu da harmonizə edir
IV səviyyə	İqtisadi dəhliz	Nisbətən az inkişaf etmiş rayon və ya regionda investisiyanın cəlbedilməsi və iqtisadi fəaliyyətin stimullaşdırılmasını təmin edən dəhliz; əvvəlcə, fiziki əlaqələr yaradılmalı və logistika sadələşdirilməlidir.

Dəhlizlərin inkişaf səviyyəsi

Hava limanlarının Qarabağ regionuna gətirəcəyi faydalar

Qarabağ və Şərqi Zəngəzurda tikilən hava limanları nəinki sadəcə stratejik baxımdan, eyni zamanda, turizm baxımından danılmaz əhəmiyyətə malikdir. Regionda tikilən hava limanları bölgənin qısa bir müddət ərzində dünyada turizm bazarına qoşulması üçün vacib amillərdən birisidir. Tikilən hava limanlarının regiona turizm perspektivindən gətirə biləcəyi faydalardan danışaq: [5]

1. **Artan əlçatanlıq –** Hava limanı turistlərin təyinat nöqtəsinə çatmasını asanlaşdıra və sürətləndirə bilər. Bu, daha çox ziyarətçi cəlb edə bilər, çünki insanlar səyahət edəcəkləri əraziləri seçərkən əlçatanlığı asan ola ərazilərə üstünlük verirlər.

2. **Təkmilləşdirilmiş infrastruktur –** Hava limanının tikintisi, həmçinin, yollar, otellər, restoranlar və ziyarətçilər üçün turizm təcrübəsini artıra biləcək digər obyektlər kimi digər zəruri infrastrukturun inkişafına səbəb ola bilər.

3. **Yerli iqtisadiyyata təkan verir –** İnkişaf edən turizm fəaliyyəti daxili iqtisadiyyata təkan verə, iş yerlərinə şərait yarada və yerli bizneslər üçün mənfəət əldə edə bilər. Qarabağda 1990-cı illərdə məcburi köçkün olunmuş həmvətənlilərimizin planlı şəkildə öz vətənlərinə qaytarılması nəzərdə tutulur və başa düşəcəyimiz kimi, bu ərazilərdə gələcəkdə insanların məşğulluğu problemi yaranmaması üçün infrastrukturun yaradılması və yerli əhalinin iqtisadiyyatlarının dəstəklənməsi üçün vacib əhəmiyyətə malikdir.

4. **Artan mədəni mübadilə –** Turizm müxtəlif icmalar arasında mədəni mübadiləni asanlaşdıra bilər. Hava limanının olması müxtəlif mənşəli insanlardan daha çox ziyarətçi cəlb edə bilər ki, bu da daha çox mədəni mübadiləyə səbəb olur. Həmçinin, yerli əhalinin mədəniyyətinin, mədəni irsinin xarici qonaqlara aşılanması, Azərbaycan xalqının qonaqpərvərliyi və gülərüzlüyünün bu ərazilərə daha fərqli mədəniyyətlərdən olan insanların cəlb edilməsinə səbəb ola bilər ki, bu da Qarabağın dünyanın istənilən ölkəsindən turist cəlbetmə potensialını artıra bilər.

5. **Bölgənin tanıtımı –** Hava limanı region üçün marketinq vasitəsi kimi xidmət edə bilər, onun unikal görməli yerlərini təbliğ edə və daha çox ziyarətçini bölgənin nə təklif etdiyini araşdırmağa və kəşf etməyə təşviq edə bilər. Qarabağ regionunun işğal olunması və bu 30 illik periodda bərbad şəkildə idarə olunmasının mədəni təzahürü olaraq, bu ərazilər beynəlxalq qonaqların səyahət destinasiyalarından birisi olmaqdan çox uzaq qalmışdır. Hava limanlarının tikilməsi və istifadəyə verilməsi nəticəsində bu ərazilərə daha çox beynəlxalq qonaqların cəlb olunması nəzərdə tutulur ki, bu da Qarabağın ərazi vahidi olaraq Azərbaycana məxsus olduğunu bütün dünyaya tanıdılmasında əvəzsiz rola malikdir.

Nəticə

Dünyanın sürətli şəkildə dəyişməsi, elmi-texniki tərəqqi, artan istehsal və yüksələn tələbat, xüsusən də ölkələr arasında əlaqələrin genişlənməsi, eləcə də insanlarda dünya ölkələrinə qarşı yaranan maraq və s. kimi amillər nəqliyyat sahəsinə qarşı tələbatı gücləndirməklə yanaşı, bu sahənin inkişafını labüd edir. Nəqliyyat sektorunun bütün sektorlarda oynadığı mühüm rolu nəzərə alınaraq, hazırda bütün dünyada olduğu kimi, ölkəmizdə də bu sahənin genişləndirilməsi və inkişaf etdirilməsi ilə bağlı bir çox təkliflər irəli sürülür, tədbirlər görülür, investisiyalar cəlb edilir. Bütün bunlar əsas götürülərək, mövcud nəqliyyat sahələrinin demək olar ki, hamısında inkişafa bağlı olaraq müxtəlif işlər görülür.

Qarabağ regionunun 30 illik işğaldan azad olunmasının ardından, yadelli düşmənin bu torpaqlarda buraxdığı ağır yaralar, çox böyük sürətlə qapadılır və tezliklə, beynəlxalq marağı üzərinə cəlb etmək üçün müxtəlif tipli infrastruktur obyektləri yaradılır, dünya turizm bazarında öz yerini tutması üçün yüksək səylə çalışır. Qurulan havalimanları Qarabağ regionuna birbaşa səfərlər üçün, inşa edilən avtomobil yolları regionda rahat səyahət edilməsi üçün, salınan dəmir yolları isə ərazinin dünya ticarətində iştirakı üçün səmərəli situasiyalar yaradır.

Havalimanlarının və digər nəqliyyat vasitələrinin lokasiyalarının, keyfiyyətlərinin yaratdığı şəraiti nəzərə alsaq bu ərazilərdə multimodal havalimanlarının tikilməsi heç də uzaq deyil. Hər birimiz bir vətəndaş kimi regionun inkişafı üçün öz üzərimizə düşəni etsək, problemlər aradan qaldırılsa və bu artım tempi ilə infrastruktur obyektləri qurulmağa davam etsə Qarabağın xəyal edilən formada yenidən qurulmaması üçün heç bir əngəl yoxdur.

Ədəbiyyat:

1. “Qarabağ və Şərqi Zəngəzurun İqtisadi Potensialının Sektoral Qiymətləndirilməsi” i.ü.f.d., dos. Fariz S. Əhmədov tərəfindən, 2022, səh-361
2. “Logistics Management and Strategy: Competing Through the Supply Chain” by Alan Harrison, Remko Van Hoek, 2011, səh-360
3. “Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation” by Sunil Chopra, Peter Meindl, 2014, səh-516
4. “Airport Systems: Planning, Design, and Management” by Richard L. de Neufvill, 2003, səh-883
5. https://alexcheban.livejournal.com/350328.html
6. https://www.reddit.com/r/azerbaijan/comments/13tez4r/analysis_is_the_nagornokarabakh_problem_getting_a/?rdt=60710
7. https://jam-news.net/how-will-the-transport-routes-pass-through-armenia-azerbaijan-south-caucasus-news-agreement-russia-turkey-prisoners-of-war-peacekeepers/
8. https://jamestown.org/program/the-karabakh-air-gate-opens-future-prospects-for-fuzuli-airport/
9. https://www.bbc.com/azeri/articles/cw5nrry1602o

Nərmin SƏTTƏROVA
Odlar Yurdu Universiteti, magistrant
sattarova.narmin95@mail.ru

İNNOVASİYA POTENSİALININ SƏMƏRƏLİ İDARƏ EDİLMƏSİNİN İNFORMASİYA BAZASININ TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ БАЗЫ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ

IMPROVİNG THE İNFORMATİON BASE FOR EFFECTİVE MANAGEMENT OF İNNOVATİVE POTENTİAL

Xülasə: Məqalə innovasiya potensialının idarə edilməsinin səmərəliliyinin yüksəldilməsi üçün müvafiq informasiya bazasının tədqiqinə və onun təkmilləşdirilməsi imkanlarının müəyyən edilməsinə həsr olunmuşdur. Tədqiqatın məqsədi – innovasiyalı inkişaf potensialının səmərəli idarə edilməsinin informasiya bazasının təkmilləşdirilməsi istiqamətlərini müəyyən etməkdir. Tədqiqat prosesində müşahidə, müqayisəli təhlil, abstraksiya

və məntiqi ümumiləşdirmə üsullarından istifadə olunmuşdur. Tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyəti - əldə olunan nəticələr innovasiya potensialının səmərəli idarə edilməsinin informasiya bazasının formalaşdırılmasında istifadə edilə bilər. Tədqiqatın nəticələri – innovasiya potensialının idarə edilməsinin informasiya təminatını şərtləndirən əsas amillər nəzərə alınmaqla, informasiya bazasının inkişafı prioritetləri müəyyən edilmişdir. Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi – innovasiya potensialının idarə edilməsinin informasiya bazasını səciyyələndirilməklə, onun təkmilləşdirilməsinin istiqamət və vasitələri müəyyən edilmişdir.
Açar sözlər: *idarəetmə, innovasiya potensialı, informasiya bazası, istiqamətlər, təkmilləşdirmə*

Абстракт: Статья посвящена изучению соответствующей информационной базы для повышения эффективности управления инновационным потенциалом и определения возможностей его повышения. Цель исследования – определение путей совершенствования информационной базы эффективного управления потенциалом инновационного развития. В процессе исследования использовались методы наблюдения, сравнительного анализа, абстракции и логического обобщения. Прикладная значимость исследования – полученные результаты могут быть использованы при формировании информационной базы эффективного управления инновационным потенциалом. Результаты исследования - с учетом основных факторов, определяющих информационное обеспечение управления инновационным потенциалом, определены приоритеты развития информационной базы. Оригинальность и научная новизна исследования – путем характеристики информационной базы управления инновационным потенциалом определены направления и средства ее совершенствования.
Ключевые слова: *менеджмент, инновационный потенциал, информационная база, направления, совершенствование*

Abstract: The article is devoted to the study of the relevant information base for increasing the efficiency of managing innovative potential and identifying opportunities for increasing it. The purpose of the study is to determine ways to improve the information base for effective management of the potential for innovative development. During the research, methods of observation, comparative analysis, abstraction and logical generalization were used. The applied significance of the research - the results obtained can be used in the formation of an information base for the effective management of innovative potential. The results of the study – taking into account the main factors determining the information support for managing innovative potential, priorities for the development of the information base were determined. Originality and scientific novelty of the research – by characterizing the information base for managing innovative potential, the directions and means of its improvement are determined.
Keywords: *management, innovative potential, information base, directions, improvement*

Azərbaycanın sosial-iqtisadi tərəqqisində elm-texniki nailiyyətlərdən istifadənin önəmini daim qeyd edən Ümummilli Lider Heydər Əliyevin bu istiqamətdə ideyaları, hazırda da həlledici rol oynayır. Elmin himayədarı olan Ulu Öndər həmişə inkişafda yeni, ən müasir tələblərə cavab verən keyfiyyət səviyyəsinin əldə edilməsinə çalışmış və bu gün əldə edilən bütün nailiyyətlərin əsasında onun ölməz ideyaları durur. Ölkənin innovasiya potensialının təşəkkülü və inkişafında Ulu Öndərin tarixi xidmətləri danılmazdır.

Müasir dövrdə elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətlərindən istifadə milli iqtisadiyyatın və onun ayrı-ayrı sahələrinin dinamik inkişafında aparıcı amildir. İnnovasiyalı inkişafın idarə edilməsinin səmərəliliyi iqtisadiyyatın inkişafında mühüm rola malikdir. İdarəetmənin 4.0 sənaye inqilabının çağırışlarına cavab verməsi üçün innovasiya potensialının formalaşması və istifadəsi dayanıqlı inkişaf tələblərinə uyğunlaşmalıdır. İnnovasiya potensialının iqtisadi və sosial inkişafın aparıcı amili kimi səciyyələndirilməsində struktur amili artan təsirə malikdir. Hazırda innovasiya potensialının strukturunun müəyyən edilməsinə fərqli yanaşmalar, ilk növbədə həmin potensialın mahiyyətinə birmənalı yanaşmanın olmaması ilə əlaqədardır. İlkin yanaşmada müəssisənin innovasiya potensialının struktur əmələ gətirən əsas elementlərinə aşağıdakılar aid edilə bilər: a) maddi resirsların innovasiya potensialı: əsas vəsaitlər; dövriyyə aktivləri; b) intellektual potensial: qeyri-material aktivləri; marketinq resursları; idarəetmə infrastruktur resursları; əmək resursları.

Müəssisənin innovasiya fəallığını şərtləndirən amil kimi innovasiya potensialının intellektual, təşkilati, bazar və maddi-texniki resursların kombinasiyasında formalaşdığı mövqeyində olan tədqiqatçıların fikrincə "intellektual potensial bilikdə olan dəyərdir; bazar potensialı münasibətlərə xas olan dəyərdir; material-texniki resurs müəssisənin əsas fondları, istehsal avadanlıqları, maliyyə resursları kimi müəssisənin

maddi imkanlarında ifadə olunan dəyərdir; təşkilati potensial əqli mülkiyyət obyektləri, texnoloji, idarəetmə, istehsal, marketinq prosesləri ilə təmin edilən resursdur" [13]. Bu yanaşma, innovasiya potensialının mahiyyətinə aydınlıq gətirmək üçün bilik amilinin roluna xüsusi önəm verilməsi ilə təqdirəlayiqdir.

İnnovasiya potensialının formalaşması və inkişafı mürəkkəb və ziddiyyətli prosesdir. Həmin prosesin idarə edilməsi mükəmməl vasitə, üsul və alətlərin istifadəsini tələb edir. İnnovasiya potensialının formalaşması və inkişafı prosesinin tədqiqi vasitələrinin seçimində sahənin və ya ərazinin özünəməxsus cəhətləri nəzərə alınmalıdır. İnnovasiyalı fəaliyyət mühitinin idarə edilməsi baxımından innovasiya potensialına münasibətdə məhsul, resurs və yenilik amillərinə vahid müstəvidə yanaşma cəhdi təqdir olunur. "İnnovasiya potensialı istehsal və təsərrüfat subyektlərinin aşağıdakı istiqamətlərdə fəaliyyətinə imkan verən sistem kimi təqdim edilməlidir: yeni məhsulların istehsalı üçün istifadə olunan ənənəvi resurslar; ənənəvi məhsulların istehsalı üçün istifadə olunan yeni resurslar; son istehlak üçün nəzərdə tutulmuş məhsullar kimi ortaya qoyulan olunan yeniliklər" [5, s.15].

İnnovasiya potensialının idarə edilməsi elmi, texniki və texnoloji imkanlara və infrastruktur təminatına, mövcud ehtiyatların hərəkətə gətirilməsində insan amilinin aparıcı rolu, tədqiqatçıların fikrincə aşağıdakı resurslarla şərtlənir. "İnnovasiya potensialı aşağıdakı innovasiya fəaliyyəti resursları ilə xarakterizə olunur: – alim-təşkilatçı və alim-mütəxəssis, innovatika sahəsində təşkilatçı – mütəxəssis sistem kadrları, onların sayı, elm sahələri üzrə strukturu, bilik səviyyəsi; – maddi-texniki baza: iş yerlərinin müasir innovasiya və informasiya texnolojiyaları, kompüter sistemləri, laboratoriya, istehsal və ofis avadanlıqları ilə təminatı və s." [6, s. 19].

Müəssisələrin və elmi-texniki təşkilatların innovasiya potensialına resurs və imkanlar müstəvi-sində baxıldıqda aşağədakı yanaşma, zənnimizcə yolverilən dir: ixtiraların, əldə edilmiş elmi və texniki-texnoloji işləmələrin ehtiyatı; b) istehsal və emal qurumlarının innovasiya infrastruktur imkanları; istehsal və elmi-texniki təşkilatın ümumi və innovasiya potensialının qarşılıqlı əlaqələrini şərtləndirən amillər; işçi heyətin innovasiyalı fəaliyyət imkanları. İnnovasiya porensialının idarə edilməsinin səmərəliliyi həmin potensialın strukturuna adekvat münasibət tələb edir. Hesab edilir ki, "innovasiya potensialının mürəkkəb sistem kimi təsnifatı onun əsas sistem xüsusiyyətlərini əks etdirməlidir: funksionallıq, struktur, dinamizm. İnnovasiya potensialının hər bir növü və alt növü daxilində funksional, struktur və dinamik yanaşmalar əsasında müəyyən idarəetmə səviyyəsinə, sənayeyə, subyektlərə, fəaliyyət miqyasına mənsubiyyətə əsaslanan müxtəlif növ innovasiya potensialını birləşdirən siniflər, alt siniflər ayırd edilə bilər" [2, s.35].

İnnovasiyalı fəaliyyət və onun idarə edilməsi, məhdud, lakin zəruri müddətdə aktual olan ənənəvi fəaliyyətlərlə birgəlik tələblərinini nəzərə almalıdır. Bu baxımdan idarəetmə sistemin səmərə-liliyinin yüksəldilməsi məqsədi ilə innovasiya potensialının reallaşdırılmasında idarəetmənin səmərəliliyin qiymətləndirilməsi parametrləri kimi, müvafiq tədqiqatlarda aşağıdakılar önə çəkilir: "məhsulların keyfiyyət və istehsalın səmərəliliyi baxımından rəqabət qabiliyyətinin artırılması; ənənəvi texnologiyanın stabil idarə edilməsi və innovasiyalı fəaliyyət üçün resursların dəyəri arasında balans; mövcud sistemin idarəetmə prosesi ilə birgə sistemin dəyişiklikləri qavramaq qabiliyyətinin inkişafı; innovasiyalı fəaliyyət üzrə tədbirlərin işlənib hazırlanmasında sosial-iqtisadi sistemin bütün elementlərinin qarşılıqlı fəaliyyətinin təşkili" [7, s. 91-92].

İqtisadiyyatın bu və ya digər sahəsinin innovasiyalı inkişafının idarə edilməsi aspektində innovasiya potensialına baxışlarda həmin potensialın resurs bazasının həlledici rolu önə çəkilir. Müvafiq resurs bazasının təhlilinin nəticələrinin innovasiyalı fəaliyətlərin idarə edilməsində həlledici əhəmiyyəti, aşağıdakı mənbədə xüsusi qeyd edilir. "innovativ inkişafının idarə edilməsində innovasiya potensialının resurs bazasının təhlili mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu halda həmin bazanın ideya – inkişaf – innovasiya mərhələlərini əhatə edən innovasiya prosesləri hüdudlarında istifadəsi nəzərdə tutulur. İnnovasiya fəaliyyətinin hər bir mərhələsinin həyata keçirilməsi bunun üçün müvafiq resurslara malik olan müəyyən subyekt təmsilçiliyi tərəfindən təmin edilir" [11, s. 2].

Maddi istehsal sahələrinin milli iqtisadiyyatın inkişafında oynadığı strateji rol, onların idarə etdilməsinin strateji aspektlərini daim gündəlikdə saxlayır. İnnovasiya prosesləri üçün strateji idarəetmədə innovasiyalı yanaşmaların kifayət qədər fərqli olması, aşağıdakı mənbədə göstərildiyi kimi səciyyəvi haldır. "Strateji və innovasiyalı idarəetmə arasında sıx qarşılıqlı əlaqənin olması müəssisədə müasir innovasiya proseslərinin xarakterik xüsusiyyətidir. Bu onunla əlaqədardır ki, innovasiya müəssisənin inkişafının əsas istiqamətini müəyyən etməlidir. Eyni zamanda, müasir strateji idarəetmə nəzə-

riyyəsində innovativ strategiyalar funksional səviyyəli strategiyalara istinad edir ki, bu da konkret rakursda innovasiyaları müasir iqtisadi şəraitdə əsas rəqabət resursu və müəssisənin inkişafında mühüm amil kimi nəzərdən keçirməyə, heç də həmişə imkan vermir" [10].

İnnovasiya potensialının idarə edilməsinin səmərəliliyinə birmənalı təsir etməyən ekoloji məhdudiyyət şərtlərinin birgə ekoloji-iqtisadi meyarlar üzrə optimallaşdırılması, prinsipcə dayanıqlı inkişaf vektorunun tapılması baxımından mühüm addım sayıla bilər. Haqqında danışılan optimallaşdırma həm metodoloji-alqoritmik, həm də informasiya problemləri səbəbindən, hələ ki, birmənalı həll edilə bilməyən məsələdir. Bununla belə, yüksək ehtimalla demək olar ki, aqrar iqtisadiyyatda, birgə ekoloji-iqtisadi meyarlar üzrə optimallaşdırma bütün hallarda kreativlik amilindən asılıdır [9]. İstehsal subyektlərinin innovasiya potensialı ilə onların ölçüləri arasında kifayət qədər sıx əlaqə müşahidə olunur. İri şirkətlərin təcrübəsinin kiçik və orta biznes subyektlərində tətbiqi çətinlikləri, ilk növbədə resurslarla təminatdakı ciddi fərqlərlə məhdudlaşır. Risklərin qarşılanması baxımından da anoloji vəziyyət müşahidə olunur. Aşağıdakı mənbədə göstərildiyi kimi iri şirkətlər böyük miqdarda resurslara (maliyyə, idarəetmə və informasiya resurslarına) sahib olduqları üçün innovasiyalı fəaliyyətin yüksək risklərini də öz üzərilərinə götürə bilirlər [4, s. 5076–5081].

İnnovasiya potensialının idarə edilməsi üzrə xarici təcrübənin təhlili mühitinin xarakteristikası, ilk növbədə milli innovasiya sisteminin səciyyələndirilməsini, o cümlədən bu sistemdə dövlətin oynadığı rolun dəyərləndirilməsini nəzərdə tutmalıdır. Konkret iqtisadi fəaliyyət sahəsinin innovasiya potensialının təşəkküründə biznes, elm, təhsil və innovasiya qurumları arasında qarşılıqlı faydalı əlaqələrin rolu böyükdür. Bunun, əyani sübutunu, aşağıdakı mənbədə qeyd edildiyi kimi ABŞ təcrübəsində görmək mümkündür. "ABŞ-ın milli innovasiya sistemi biznes, elm və innovasiyaların qarşılıqlı əlaqəsi üzərində qurulub. Bu ölkənin milli innovasiya sisteminin əsas iştirakçıları dövlət, universitetlər və biznesdir. Dövlət tədqiqat prioritetlərini müəyyən edir və milli laboratoriya bazasını idarə edir. Milli laboratoriyalar milli prioritetlərə uyğun olaraq fundamental tədqiqatlar aparır" [12, s.30].

Sahə və müəssisə səviyyələrində innovasiyalı inkişaf potensialının informasiya bazasının təkmilləşdirilməsinin vacib istiqaməti kimi informasiya resurslarının idarə edilməsinin yeni texnologiyalarının tətbiqi imkanları, son onilliklərdə geniş tədqiq edilir. Göstərilir ki, texnoloji və informasiya resurslarından istifadə səmərəliliyinə vahid müstəvidə baxılması, innovasiyalı inkişafın yeni keyfiyyət səviyyəsinin əldə olunması baxımından məqsədəuyğundur [8]. İnformasiya axınlarının kəsişmələrinin yaratdıqğı mürəkkəb reallığı şərh etmək baxımından, onların üfüqi və şaquli kimi fərqləndirilməsi məqbul yanaşmadır. Belə yanaşma, təcrübədən göründüyü kimi korporativ maraqlar müstəvisində idarəetmə və tərəfdaş axtarışı proseslərini vahid rakursda araşdırmaq baxımından kifayət qədər əlverişlidir.

İdarəetmənin müxtəlif səviyyələrində innovasiya potensialını səciyyələndirmək baxımından aşağıdakı informasiya mənbələrindən istifadə məqbul hesab edilə bilər: sənədləşdirilmiş informasiya mənbələri; idarəetmə uşotu verilənləri; statistik uşot verilənləri; şərti-dinamik verilənlər; normativ-hüquqi aktlar; standartlar; sahədaxili norma və normativlər; rəsmi qaydada təsdiqlənmiş metodik göstərişlər və tövsiyələr; intellektual mülkiyyətin yaradılması və istifadəsi üzrə patent-lisenziya informasiyası; ETTKİ üzrə verilənlər, tədqiqat və konstruktor bürolarının, habelə təcrübi nümunələrin sınağı üzrə verilənlər; biznes-planlarda və onların icrası sənədlərində əks olunan verilənlər və s.

İnnovasiya potensialının reallaşdırılmasına yönəlmiş investisiya fəaliyyətini səciyyələndirən verilənlərin tamamlanmasına ehtiyac vardır. Bu baxımdan verilənlər bazasında innovasiyalı fəaliyyətə xas olan qeyri-müəyyənliklər səbəbindən gözlənilən itkiləri qiymətləndirməyə imkan verən göstə-ricilərin əhatə olunması dərəcəsi, müvafiq informasiya bazasının mükəmməlliyini əks etdirən vacib indikatordur. Odur ki, innovasiyalı fəaliyyəti müşayiət edən risklərin idarə edilməsində rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi, haqqında danışılan informasiya bazasının səmərəliliyinin mühüm istiqamətlərindən biri hesab edilməlidir. İnnovasiya potensialının məşğulluğun səviyyəsi və strukturuna bilavasitə təsir göstərir. Bunun işçilərin ixtisar olunmasına gətirib çıxarması da nadir hal deyildir. Odur ki, işçilərin istehsal innovasiyalarında maraqlı olması və onlara uyğunlaşdırılması təşviq edilməlidir. Sahənin və müəssisənin innovasiya fəallığının səmərəli təşviqi, onların rəqabət qabiliyyətinə əhəmiyyətli müsbət təsir göstərmək imkanına malikdir. Rəqəmsal innovasiyaların təşviqi ideyalarına gəldikdə isə onu qeyd edək ki, bu halda, innovasiya potensialının tədqiqinin metodiki bazasının təkmilləşdirilməsi və həmin potensialın reallaşması proseslərinin idarə edilməsi məsələləri vahid müstəvidə nəzərdən keçirilməlidir [3].

Təşkilati-iqtisadi strukturların xammal və materiallarla təchizatı, hazır məhsulun istehlakçılara çatdırılması üzrə çoxsaylı funksiyaları icra edən tədarük zənciri rəqəmsallaşmanın təsiri altında ciddi dəyişikliklərə məruz qalır.Tədarük zəncirinin idarə edilməsində tətbiq edilən üsulların informasiya bazasının, həmin zəncirin səmərəliliyinə təsirinin qiymətləndirilməsinə həsr olunmuş tədqiqatlarda əldə olunan [1] nəticələr zənnimizcə diqqətə layiqdir. İnnovasiyalı inkişaf tələblərinə cavab verən innovasiya potensialı təsərrüfat və sahədaxili iqtisadi və idarəetmə əlaqələrinin daxili aqrar - ərzaq bazarında rəqabət üsütünlüklərini reallaşdırmağa xidmət etməsi, innovasiyalı inkişafın əlverişli start şərtlərinin formalaşdırılmasından xəbər verir. Növbəti mərhələ isə ixrac yönümlü istehsal sisteminin innovativ əsasda mütəmadi yenilənməsi və xarici bazarda rəqabət qabiliyyəti göstərməsi olacaqdır.

İnnovasiya potensialının idarə edilməsinin informasiya bazasının təkmilləşdirilməsi istiqamətlərinə aşağıdakılar aid edilməlidir: informasiya resurslarının həcmi və strukturunun tamlıq və dolğunluq meyarları üzrə optimallaşdırılması. Məhdudiyyət şərtləri kimi, bu halda kifayət qədər əsaslandırılmamış və ya köhnəlmiş normativlər, informasiyanın izafiliyi, informasiya assimmetriyası və s. götürülə bilər; innovasiyalı inkişaf potensialının tədqiqində və həmin potensialı şərtləndirən amillərin təsirində oxşarlıq halları istisna deyildir. Qeyd edilən hallara oxşar (bəzi hallarda tipik) cavabların verilməsi təcrübəsinin, heç də həmişə innovasiyalı inkişaf meyarlarına uyğun olmadığı nəzərə alınmalıdır. Bu məqsədlə, innovasiyalı inkişaf potensialının göstəricilərinin əks olunduğu sənədlərin unufikasiyasının optimal səviyyəsinin müəyyən edilməsi, müvafiq informasiya bazasının təkmilləşdirilməsinin mühüm istiqaməti sayıla bilər; informasiyanın aqreqasiya dərəcəsinin əsaslandırılması zamanı istifadə rahatlığı, heç bir halda meyar kimi qəbul edilməməli, dezaqreqasiyanın məqbul səviyyəsi innovasiya potensialının formalaşması məqsədi, şəraiti və əsas amilləri nəzərə alınmaqla müəyyən edilməli və gözlənməlidir.

Ədəbiyyat:

1. Al-Shboul, M.A.R., Barber, K.D., Garza-Reyes, J.A., Kumar, V., and Abdi, M.R. (2017). The effect of supply chain management practices on supply chain and manufacturing firms' performance. J. Manuf. Technol. Mana. 28, 577
2. Антоненко И.В. Типология и классификация инновационного потенциала экономической системы //Проблемы современной экономики, № 2(34), 2010, с.33-37
3. Dang, Duong & Mäkipää, Juho-Pekka & Mäenpää, Teemu & Pasanen, Tomi. (2022). Exploration of Ideas for Sustaining. Digital Innovation Exploration of Ideas for Sustaining Digital Innovation Management: A Case Study in the Ostrobothnia Region of Finland]. –609. doi: 10.1108/JMTM-11-2016-0154
4. Geldres-Weiss, V.V., Uribe-Bórquez, C.T., Coudounaris, D. N., & Monreal-Pérez, J. (2016). Innovation and experiential knowledge in frm exports: Applying the initial U-model. Journal of Business Research, 69(11), 5076–5081
5. Косенко А.П., Коциски Д.Д., Маслак О.И. Перерва П.Г. Сакай Д.Д. Экономическая оценка инновационного потенциала. Харьков – Мишкольц, 2009, 165 с.
6. Qasımov F.H., Nəcəfov Z.M. İnnovasiyalar: yaranması, yayılması va inkişaf perspektivləri Bakrı, "Elm", 2009, 416 s.
7. Гуреев П.М., Гришин В.Н. Инновационный потенциал: проблемы определения и оценки// Инновации №4 (222), 2017, с.89-92
8. Mehdi Khosrow-Pour. Emerging Information Resources Management and Technologies. Information Resources Management Association, USA. Release Date: December, 2006|. Pages: 372.DOI: 10.4018/978-1-59904-286-2
9. Smil, V. Improving Efficiency and Reducing Waste in Our Food System. *Environ. Sci.* 2004, *1*, 17– 26, DOI: 10.1076/evms.1.1.17. 23766
10. Тхабит А.Ф. К вопросу о понятии инновационного потенциала корпорации // Фундаментальные исследования. – 2014.–№8-1. – С.161-166;URL: https:// fundamental-research.ru/ru/article/view?id=-34527 (дата обращения: 26.11.2021)
11. Шепитько Р.С., Корабельников И.С. Инновационный потенциал сельского хозяйства: методологический аспект // Известия Нижневолжского агроуниверситетского комплекса: наука и высшее профессиональное образование. 2012, №3 (27), с.1-4
12. Шумаев В.А. Дивуева Н.А., Лукашев Н.А. Зарубежный опыт организации инновационного развития экономики // Инноватика и экспертиза. 2021. Выпуск 2 (32) 28 DOI 10.35264/1996-2274-2021-2-28-39
13. Устинова Л.Н., Абдуханова Н.Г., Ермолаева Д.А. Типология инновационного потенциала предприятия// Креативная экономика. 2020. Том 14. №12. С. 3451–3464. doi: 10.18334/ce. 14.12.111206

Çapa imzalanıb: 20.12.2023.
Format: 84x108 1/8. Qarnitur: Times.
Həcmi: 16,75 ç.v. Tiraj: 100. Sifariş № 339.
Qiyməti müqavilə ilə.

TƏRCÜMƏ
VƏ NƏŞRİYYAT-POLİQRAFİYA MƏRKƏZİ

Az 1014, Bakı, Rəsul Rza küç., 125/139b
Tel./faks 596 21 44
e-mail: mutarjim@mail.ru
www.mutercim.az