Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

Ümummilli lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 102-ci ildönümünə həsr olunmuş gənc tədqiqatçılar üçün

“AZƏRBAYCAN TURİZMİ: BU GÜNÜ VƏ GƏLƏCƏYİ”

mövzusunda

X Respublika elmi-praktiki konfransın

MATERİALLARI

8 may 2025-ci il

TƏŞKİLAT KOMİTƏSİ

Sədr:

İlham İsa oğlu Mədətov - ATMU-nun rektoru, t.ü.f.d.

Sədr müavini:

Hafiz Fehruz oğlu Hüseynov - "Turizm biznesi" kafedrasının müdiri f.ü.f.d.,dos.

Katib:

Çinarə Rüfət qızı İmamverdiyeva - "Turizm biznesi" kafedrasının baş müəllimi, i.ü.f.d

Üzvlər:

Zaur Siyavuş oğlu Bağırov - Tədris işləri üzrə prorektor, f.e.d., prof.

İranə Məmməd qızı Əliyeva – Elmi məsələlər üzrə prorektor, p.e.d., prof.

Araz Azad oğlu Aslanlı – Strateji inkişaf üzrə prorektor

Nəsirulla Beytulla oğlu Nəsirli - "Elm və innovasiya" şöbəsinin müdiri, f-r.e.n., dos.

Əli Hamlet oğlu Musayev – Ümumi məsələlər üzrə rektor müşaviri

Fərid İlham oğlu Cabbarlı - Təhsil məsələləri üzrə rektor müşaviri, i.ü.f.d

Bəhruz Həmidulla oğlu İsgəndərov - Tədris-metodiki şöbənin müdir əvəzi

Bahadur Ənvər oğlu Bilalov - "Turizm və qonaqpərvərlik" fakültəsinin dekanı, t.ü.f.d., dos.

Kənan Hüseyn oğlu Allahverdiyev - "Sosial menecment" fakültəsinin dekanı, s.e.d., dos.

Vüqar Mehrəli oğlu Nəzərov – "Biznes idarəçiliyi" fakültəsinin dekanı, i.ü.f.d., dos.

Əzizə Qurban qızı Məmmədova – "Dillər" kafedrasının müdiri, f.ü.f.d., dos.

Novruz Əmirxan oğlu Quliyev – "Mehmanxana və restoran biznesi" kafedrasının müdiri, p.e.n., dos.

Camal Cəlil oğlu Hacıyev – "Menecment" kafedrasının müdir əvəzi, i.ü.f.d., dos.

Səkinə Əbdülrəhim qızı Hacıyeva – "İqtisadiyyat" kafedrasının müdiri, i.ü.f.d., dos.

Nazim Sədi oğlu Rüstəmov – "Nəqliyyat, informasiya texnologiyaları və təbiət elmləri" kafedrasının müdiri, f-r.ü.f.d., dos.

Cənnətxan Əhməd oğlu Eyvazov – "Beynəlxalq münasibətlər" kafedrasının müdiri, s.ü.f.d., dos.

Günay Nizami qızı Qafarova – "İctimai fənlər" kafedrasının müdiri, sən.ü.f.d., dos.

Tərlan Növrəs oğlu Növrəsli – "Turizm biznesi" kafedrasının dosenti, s.ü.f.d.

Güllü Fərman qızı Əsgərli – "Turizm biznesi" kafedrasının baş müəllimi

Əlixan Canı oğlu Mürvətov – "Turizm biznesi" kafedrasının baş müəllimi

Samirə Səyyad qızı Əzizova – "Turizm biznesi" kafedrasının baş müəllimi

Narxanım Səlim qızı Kamilova – "Turizm biznesi" kafedrasının baş müəllimi

Ülviyyə Firamil qızı Cümşüdlü – "Turizm biznesi" kafedrasının müəllimi

Abbas Fizuli oğlu Yusifzadə -TEC

09:30 – 10.00 İştirakçıların qeydiyyatı

10:00 – 11.00 Plenar iclas

Konfransın açılışı və salamlama: ATMU-nun rektoru, İlham İsa oğlu Mədətov

"Turizm və qonaqpərvərlik" fakultəsinin dekanı, t.ü.f.d., dos.Bilalov Bahadur Ənvər oğlu

11.15 – 14.00 Bölmələr üzrə məruzələr

14:00 – 14:30 Yekun iclas – Konfransın bağlanışı

BÖLMƏLƏR

1. **Azərbaycanın işğaldan azad olunan ərazilərinin turizm potensialı**

Bölmə sədri: Emin Quliyev

Elmi katib: Ülviyyə Cümşüdlü

1. **Aydan Baxşıyeva** – XANKƏNDİ VƏ ƏTRAF ƏRAZİLƏRDƏ TURİZM NÖVLƏRİNİN TƏTBİQİ PERSPEKTİVLƏRİ
   Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

2. **Aydın Səlimli**- NAXÇIVAN MR-DA TURİZMDƏ NƏQLİYYAT XİDMƏTLƏRİ PROBLEMLƏRİ VƏ "ZƏNGƏZUR" DƏHLİZİNİN AÇILMASININ TURİZMƏ TƏSİRLƏRİ
   Bakı Dövlət Universiteti

3. **Aslan Əskərov** - ŞUŞA RAYONUNUN TURİZM POTENSİALI: TARİXİ-MƏDƏNİ ABİDƏLƏR ƏSASLI TURİZM
   Sumqayıt Dövlət Universiteti

4. **Etibar Həsənov** – QARABAĞDA TURİZMİN İNKİŞAFI: YENİ HƏDƏFLƏR VƏ ÇAĞIRIŞLAR
   Sumqayıt Dövlət Universiteti

5. **Elcan Əhmədov**- MÜASİR DÖVRDƏ AZƏRBAYCANDA "YAŞIL TURİZM"-İN İNKİŞAF ASPEKTLƏRİ
   Sumqayıt Dövlət Universiteti

6. **Fatimə Həsənova**- QARABAĞ ALBAN ABİDƏLƏRİ-YENİ TURİZM MARŞRUTU
   Sumqayıt Dövlət Universiteti

7. **Gülsurə Teymurova**-QARABAĞIN TƏBİİ GÖZƏLLİKLƏRİ: EKOTURİZMİN YENİ ÜNVANI
   Sumqayıt Dövlət Universiteti

8. **İlkin Məmmədli –** İŞĞALDAN AZAD OLUNMUŞ ƏRAZİLƏRDƏ EKSTREMAL TURİZM
   Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

9. **İlham Yusubov**-AĞDƏRƏ RAYONUNUN VƏ SƏRSƏNG SU ANBARININ DAVAMLI TURİZMİN İNKİŞAFINA TƏSİRİ
   Sumqayıt Dövlət Universiteti

10. **Məleykə Rəsulova**-AZƏRBAYCANIN İŞĞALDAN AZAD OLUNAN ƏRAZİLƏRİNİN TARİXİ VƏ MƏDƏNİ TURİZM POTENSİALI
    Qərbi Kaspi Universiteti

11. **Qurban İntiqamli**- AZƏRBAYCANIN İŞĞALDAN AZAD OLUNAN ƏRAZİLƏRİNİN TURİZM POTENSİALI,
    Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

12. **Naibə Nəsirova** - İŞĞALDAN AZAD OLUNMUŞ ƏRAZİLƏRDƏ TURİZM İNFRASTRUKTURU: MÖVCUD VƏZİYYƏT VƏ PERSPEKTİVLƏR
    Sumqayıt Dövlət Universiteti

13. **Nərgiz Cəfərzadə** - ŞUŞANIN TARİXİ – MƏDƏNİ ABİDƏLƏRİNİN TURİZM PLANLAŞDIRMASINDA TURİZM RESURSU KİMİ QİYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ
    Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

14. **Nərmin İsmayılova**-AZƏRBAYCANIN İŞĞALDAN AZAD OLUNAN ƏRAZİLƏRİNDƏ İNVESTİSİYA VƏ TURİZM İMKANI

Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti

15. **Şəbnəm Eldarova** – QARABAĞDA ATÇILIQ TURİZMİNƏ RETROSPEKTİV BAXIŞ VƏ VƏTƏNPƏRVƏRLİK İRSİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

2. Azərbaycanın turizm destinasiyaları

Bölmə sədri: b/m Samirə ƏZİZOVA
Elmi katib: Səbinə ƏSGƏROVA

1. **Aydın Şeydabəyov** - MƏDƏNİ İRS OBYEKTLƏRİNİN TƏSİRİ ALTINDA TURİST SEÇİMLƏRİNİN DƏYİŞDİRİLMƏSİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

2. **Aytac Mehdiyeva** - ŞƏKİ DAYANIQLI TURİZM DESTİNASİYASI
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, Zaqatala fillialı

3. **Aysel Məmmədzadə**- AZƏRBAYCANIN TURİZM DESTİNASİYALARINDA KREATİV TURİZMİN TƏTBİQİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

4. **Günel Musayeva**- AZƏRBAYCANIN TURİZM DESTİNASİYALARI VƏ DAYANIQLI İNKIŞAF İMKANLARI
Sumqayıt Dövlət Universiteti

5. **Xanməmməd Piriyev**- MƏDƏNİ TURİZM VƏ İRSİN QORUNMASI. BASQALIN TURİZM DESTİNASİYASI KİMİ İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

6. **Mətləb Abbasov**- AZƏRBAYCANIN DAYANIQLI TURİZMİNDƏ DESTİNASİYA PLANLAŞDIRILMASI
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

7. **Naim Bayramov**- ŞƏKİ: AZƏRBAYCANIN EKOTURİZM DESTİNASİYASI
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti Zaqatala filialı

8. **Nigar İsmayilova**- TURİZM ZONALARININ YARADILMASINDA EFFEKTİV TƏCRÜBƏ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

9. **Nicat Mərdanov**-AZƏRBAYCANDA YENİ TURİZM DESTİNASİYALARININ FORMALAŞMASI:MÖVCUD RESURSLAR VƏ İDARƏETMƏ MODELLƏRİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

10. **Rəna Quliyeva**- MÜASİR TEXNOLOGİYA VƏ İNNOVASİYA AZƏRBAYCANDA ŞƏHƏR TURİZMİNİN İNKİŞAFINDA (BAKI ŞƏHƏRİNİN NÜMUNƏLƏRİNDƏ)
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

11. **Səbinə Orucova**- ŞƏKİ-ZAQATALA İQTİSADİ RAYONUNDA TURİZM-REKREASİYA YÜKÜNÜN OPTİMALLAŞDIRILMASI YOLLARI
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

12. **Səbinə Əhmədova**- SOSİAL DESTİNASİYA MÜASİR CƏMİYYƏTİN FORMALAŞMASINDA MÜHÜM PROSESDİR
Sumqayıt Dövlət Universiteti

13. **Solmaz Babayeva**- AZƏRBAYCANIN MÜALİCƏ - SAĞLAMLAŞDIRMA TURİZM DESTİNASİYALARI
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

14. **Səadət Əlizadə** - BÖYÜK QAFQAZDA EKOTURİZMİN İNKİŞAFI VƏ LANDŞAFT DƏYİŞİKLİKLƏRİNİN GEOİNFORMASİYA MODELLƏŞDİRİLMƏSİ
Gəncə Dövlət Universiteti

15. **Toğrul Bəkirli**- ŞƏMKİR RAYONUNUN TURİZM POTENSİALI
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

16. **Vüsal Əsgərli** – MILLI TURIZM DESTINASIYALARININ PLANLAŞDIRILMASI
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

17. **Zibeydə Ağabalayeva**- ŞABRAN RAYONUNUN TURİZM POTENSİALI
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

18. **Zeynəb Məmmədli** - BAKI: AZƏRBAYCANIN İDMAN TURİZM DESTİNASİYASI
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti Zaqatala filialı

3. Turizmin iqtisadiyyatı və idarəedilməsi

Bölmə sədri: i.e.d. Arzu Həsənov
Elmi katib: b/m Narxanım Kamilova

1. **Aydan Rəhimova**- DƏRBƏND QALA İSTEHKAMLARININ TURİZM SAHƏSİNDƏ İDARƏ EDİLMƏSI
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

2. **Aydın Qasımov** –AZƏRBAYCAN TURİZMİ İQTİSADİ ƏMƏKDAŞLIQ VƏ BEYNƏLXALQ ƏLAQƏLƏR KONTEKSTİNDƏ
Sumqayıt Dövlət Universiteti

3. **Brilyant Hacıyeva**- TURİZM İQTİSADİYYATINDA FÖVQƏLADƏ VƏZİYYƏTİN İDARƏEDİLMƏSİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

4. **Cəfərli Coşqun** –TURİZMİN İQTİSADİYYATDAKI STRATEJİ ƏHƏMİYYƏTİ VƏ İDARƏEDİLMƏSİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

5. **Fidan Mustafayeva** - BÖYÜK BRİTANİYA VƏ FRANSADA DAYANIQLI TURİZMİN İNKİŞAFI
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

6. **Gülay Əlizadə**- REGİONAL TURİZMİN İNKİŞAFINDA DAYANIQLI PROBLEMLƏR
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

7. **Günay Əhmədzadə-** MİLLİ PARKIN TURİZM VƏ İNVESTİSİYA CƏLBEDİCİLİYİNİN ARTIRILMASI ÜÇÜN PROQRAMLARIN HAZIRLANMASI
Bakı Slavyan Universiteti

8. **Həzrət Əbilov-** LƏNKƏRAN REGİONUNUN TURİZM POTENSİALI
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

9. **İlahə Əfəndiyeva**- YERLİ VƏ XARİCİ TURİSTLƏR ÜÇÜN TURİZM TƏQVİMLƏRİNİN İQTİSADİYYATDAKI ROLU
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

10. **Jalə Muradova - DAYANIQLI TURİZMİN İNKİŞAFINDA "YAŞIL" İQTİSADİYYATIN ROLU**
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

11. **Kamal Vəliyev-** TİFLİSDƏ YERLƏŞƏN TARİXİ VƏ ARXEOLOJİ ABİDƏLƏR VƏ ONLARIN TURİZM POTENSİALI
Bakı Dövlət Universiteti

12. **Kainat Əliyev** - İCMA ƏSASLI TURİZMİN YERLİ İQTİSADİYYATLARA FAYDALARI
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti Zaqatala filialı

13. **Məhəmməd Əliyev** - AZƏRBAYCANDA ARXEOLOJİ TURİZMİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

14. **Mələkxanım Soltanova**- DAVAMLI TURİZMİN İNKİŞAFINDA EKOTURİZMİN TƏSİRİ
Mingəçevir Dövlət Universiteti

15. **Miryusif Feyzullazadə** - AZƏRBAYCANIN ŞİMAL BÖLGƏLƏRİNDƏ TURİZMİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

16. **Nihad Fərhadlı-** TƏŞKİLATİ DƏYİŞİKLİKLƏRƏ MÜQAVİMƏT VƏ İNNOVASİYA PROBLEMLƏRİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

17. **Səmanur Kərimova-** AZƏRBAYCAN TURİZMİNDƏ XİDMƏTİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

18. **Səbuhi Zeynallı** - OV TURİZMİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ ÜÇÜN İNNOVATİV YANAŞMALARIN TƏTBİQİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

4. Turizmdə dillərin rolu

Bölmə sədri: f.ü.f.d., dos. Əzizə MƏMMƏDOVA

Elmi katib: Vəfa Əliyeva

1. **Aynur Nəhmətova** - TURİZM BƏLƏDÇİLƏRİNİN ÖLKƏNİ TANITMA MƏTNLƏRİNİN AKTUAL PROBLEMLƏRİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

2. **Ayşən Aslanlı** - TURİZM DİSKURSUNDA KULİNARİYA SAHƏSİ ÜZRƏ FRANSIZ VƏ İTALİYA MƏNŞƏLİ LEKSİK VAHİDLƏR
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

3. **Gulnar Əzimova -** TURİZM MENECMENTİNİN İNKİŞAFİNDA İNGİLİS DİLİNİN ROLU
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

4. **Xədicə Xudiyeva** - TURİSTLƏRDƏ DİALOQ SİTUASİYALARINDA LEKSİK MİNİMUM VƏ ETNOQRAFİK ANLAYIŞLARIN TƏRCÜMƏSİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

5. **Lamiyə Kərimova** - AZƏRBAYCAN DİLİNİN TURİZM SAHƏSİNDƏ KOMMUNİKATİV ROLU
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

6. **Nübar İsmayilova –** ŞƏHƏR MƏDƏNİYYƏTİMİZDƏ BAKININ TARİXİ MEYDANLARININ ROLU
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

7. **Nuray Hüseynova** - QONAQPƏRVƏRLİK VƏ OTEL BİZNESİ SAHƏSİNDƏ XARİCİ DİLLƏRİ BİLMƏYİN VACİBLİYİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

8. **Nəzrin Camalava** - TURİZM İŞÇİLƏRİNİN MƏDƏNİ NİTQİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

9. **Polad Abbasov** - ANA DİLİNİN SAFLIĞI MƏSƏLƏLƏRİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

10. **Rahim Şahbazov-** ÖLKƏLƏRARASI MÜNASIBƏTLƏRDƏ TURIZM FAKTORU
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

11. **Səma Mürsəlova** - TURİZM DİSKURSUNDA FRANSIZ DİLİNDƏN ALINAN SÖZLƏRİN TƏRCÜMƏSİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

12. **Səma Hacızadə** - TURİZM LEKSİKASININ İNKİŞAF MƏRHƏLƏLƏRİ VƏ QLOBALLAŞMANIN TURİZMƏ VƏ TURİZM LEKSİKASINA TƏSİRİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

5. Azərbaycanda qonaqpərvərlik və qida sənayesi: bugünkü və gələcək inkişafı

Bölmə sədri: i.ü.f.d.,Tural SALIFOV
Elmi katib: Günay Paşazadə

1. **Aysu Bəkirova** - AZƏRBAYCANIN TURİZM SEKTORUNDA NƏQLİYYAT XİDMƏTLƏRİNİN ROLU
Sumqayıt Dövlət Universiteti

2. **Camal Məmmədov** - AZƏRBAYCANDA QONAQPƏRVƏRLİK VƏ QİDA SƏNAYESİNİN MÜASİR VƏZİYYƏTİ VƏ TURİZM İNKİŞAFI KONTEKSİNDƏ GƏLƏCƏK PERSPEKTİVLƏRİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

3. **Elşad Şahəliyev** - AZƏRBAYCANDA HAZIR QİDA MƏHSULLARININ İSTEHSALI VƏ BAZAR TƏHLİLİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

4. **Əsli Zeynalova** - QUBA RAYONUNUN ETNOMƏDƏNİ MÜXTƏLİFLİYİNİN TURİZMİN İNKİŞAFINA TƏSİRİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

5. **Əziz Mirzəyev** - QONAQPƏRVƏRLİK SƏNAYESİNDƏ İNVESTİSİYANIN CƏLB EDİLMƏSİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

6. **Güney Bayramova** - AZƏRBAYCANDA TURİZMİN REGİONAL XÜSUSİYYƏTLƏRİ VƏ BUNUN MEHMANXANA ŞƏBƏKƏLƏRİNƏ TƏSİRİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

7. **Hüseyn Abbasov** – AZƏRBAYCANDA MEYVƏ-TƏRƏVƏZ SEKTORUNDA PROBLEMLƏR VƏ ONLARIN ARADAN QALDIRILMASI YOLLARI: ELMI-PRAKTİKİ YANAŞMA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

8. **Nərgiz Cavadova** – AZƏRBAYCANIN QONAQPƏRVƏRLİYİ VƏ QASTRONOMİYASI : MÜASİR MEYLLƏR VƏ İNKİŞAF ÜFÜQLƏRİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

9. **Nuri Umleyla –** QASTRONOMİYA FESTİVALININ REGİONLARDA HADİSƏ TURİZMİNİN İNKİŞAFINA TƏSİRİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

10. **Nihat Qasımov** - İCTİMAİ SABİTLİK VƏ SÜLH TURİZMİN İNKİŞAFI ÜÇÜN ƏSAS FAKTORDUR
Sumqayıt Dövlət Universiteti

11. **Rəmidə Abbasova** - COP 29 KONFRANSININ AZƏRBAYCAN TURİZMİNƏ TƏSİRİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

12. **Rəşad Dəmirov** - BEYNƏLXALQ TURİZMİN İNKİŞAFINDA İNTERNETİN ROLU VƏ İDARƏETMƏDƏ YENİ YANAŞMALAR
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

13. **Tural Məmmədli** - QONAQPƏRVƏRLİK SƏNAYESİNDƏ İNNOVATİV MARKETİNQ STRATEGİYALARI VƏ ONLARIN MÜŞTƏRI TƏCRÜBƏSİNƏ TƏSİRİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

14. **Zəhra Əsgərli** – AZƏRBAYCAN TURİZMİNİN PERSPEKTİV İMKANLARI
Sumqayıt Dövlət Universiteti

6. Turizmdə marketinq

Bölmə sədri: Murad Rizvanqaya
Elmi katib: Mehdiyeva Ayşən

1. **Aynur Nəhmətova**-TURİZM BƏLƏDÇİLƏRİNİN ÖLKƏNİ TANITMA MƏTNLƏRİNİN AKTUAL PROBLEMLƏRİ
   Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

2. **Cəlil Kərimli** - TURİZM SEKTORUNDA İQLİM DƏYİŞİKLİKLƏRİNİN TƏSİRİ
   Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

3. **Ellada Zərgərova** - TURİZM MARKETİNQİNİN AZƏRBAYCAN KONTEKSTİNDƏ TƏTBİQİ VƏ GƏLƏCƏK PERSPEKTİVLƏRİ
   Sumqayıt Dövlət Universiteti

4. **Əsmər Fərzəlibəyova** - TURİZMDƏ ELEKTRON TİCARƏTİN MARKETİNQ STRATEGİYALARI
   Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

5. **Əli Əkbərov**-TURİZMİN SOSİAL İNKİŞAFDA ROLU
   Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

6. **İlahə İbrahimli-** KARAVAN TURİZMİNDƏ MARKETİNQ STRATEGİYALARI
   Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

7. **İlduzə Əlizadə- Abdullayeva** - TURİZMDƏ ÜTT-NİN TƏLİM SİYASƏTİ
   Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

8. **Mirfatimə Ağayeva** - TURİZMDƏ ONLAYN SİFARİŞ PLATFORMALARI, SOSİAL MEDİA VƏ VİRTUAL REALLIQLARIN TƏRİFİ VƏ ƏSAS ANLAYIŞI
   Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

9. **Nicat Mustafalı** - TURİZMDƏ MARKETİNQ SİYASƏTİNİN ƏHƏMİYYƏTİ
   Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

AZƏRBAYCANIN İŞĞALDAN AZAD OLUNAN ƏRAZİLƏRİNİN TURİZM POTENSİALI

AYDAN BAXŞIYEVA

Xankəndi və ətraf ərazilərdə turizm növlərinin tətbiqi perspektivləri

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: aydanbaxsiyeva3@gmail.com

Xülasə: Azərbaycan Respublikasının zəngin turizm potensialının olması hər kəsə məlumdur. Lakin ölkəmizdə turizmin inkişafının ən böyük əngəllərindən biri də məhz topraqlarımızın 20%-nin 30 ildən artıq bir zamanda işğal altında olması idi. Bu müddət ərzində Qarabağ və ətraf bölgələrdə turizm infrastrukturu məhv edilmiş, tarixi abidələr dağıdılmış, ekoloji tarazlıq pozulmuşdur. Sadalanan səbəblərdən dolayı vətənimizin bu dilbər guşələrinin bərpasına külli miqdarda vəsait və vaxt tələb olunur. Bütün bunlara baxmayaraq, 2020-ci ildə Vətən müharibəsində qazanılan qələbə ilə işğaldan azad edilən ərazilərdə bərpa işləri aparılır, nəticədə turizmin inkişafı üçün geniş imkanlar yaranır. Dövlət və özəl sektor tərəfindən infrastruktur layihələri həyata keçirilməkdədir ki, bu da bölgəni yerli və xarici turistlər üçün cəlbedici məkan halına gətirəcək. Məqalədə Xankəndi və ətraf ərazilərdə turizm növlərinin tətbiqi perspektivləri analiz edilərək yaxın gələcəkdə bölgənin inkişafına təsirləri araşdırılmışdır.

Açar sözlər: Ekoturizm, sağlamlıq turizmi, qış turizmi, Xankəndi, Qarabağ iqtisadi rayonu

Abstract: The rich tourism potential of the Republic of Azerbaijan is well known to everyone. However, one of the biggest obstacles to the development of tourism in our country was the fact that 20% of our lands were under occupation for more than 30 years. During this period, the tourism infrastructure in Karabakh and surrounding regions was destroyed, historical monuments were demolished, and ecological balance was disrupted Due to these factors, the restoration of these areas requires significant financial resources and time. Despite all these challenges, the victory gained in the Patriotic War in 2020 has created vast opportunities for development of tourism in the liberated territories. Infrastructure projects are being implemented by both the state and the private sector, making the region an attractive destination for local and international tourists. This article analyzes the perspectives of implementing tourism types in Khankendi and surrounding areas, and examines the potential impacts on the region's development in the near future.

***Key words*:** Ecotourism, health tourism, winter tourism, Khankendi, Karabakh economic region.

Резюме: Богатый туристический потенциал Республики Азербайджан известен каждому. Однако одним из самых больших препятствий для развития туризма в нашей стране было то, что 20% наших земель находились под оккупацией более 30 лет. В этот период туристическая инфраструктура в Карабахе и прилегающих районах была разрушена, исторические памятники уничтожены, а экологическое равновесие нарушено. Восстановление этих территорий требует значительных финансовых ресурсов и времени. Несмотря на все эти трудности, победа, одержанная в Отечественной войне в 2020 году, создала широкие возможности для развития туризма на освобожденных территориях. Инфраструктурные проекты реализуются как государством, так и частным сектором, что делает регион привлекательным направлением для местных и иностранных туристов. Статья анализирует перспективы внедрения видов туризма в Ханкенди и прилегающих районах, а также исследует потенциальные последствия для развития региона в ближайшем будущем.

Ключевые слова: Экотуризм, оздоровительный туризм, зимний туризм, Ханкенди, Карабахский экономический регион.

Giriş: Azərbaycan Respublikası öz təbii ehtiyyatları, tarixi-mədəni abidələri və füsünkar təbiəti ilə göz oxşayan coğrafi ərazilərdən biridir. Hər bir dövlətin iqtisadiyyatı onun təbii sərvətləri əsasında formalaşır və inkişaf etdirilir. Azərbaycan Respublikasının "Turizm Haqqında" Qanununda, "turizm ehtiyyatları" bəndində qeyd olunur ki, səyahət edilən ölkənin mədəni, tarixi və təbii irsi, infrastruktur obyektləri və turistlərin tələb və ehtiyyaclarını təmin edə bilən digər obyektlərin məcmusudur. Qarabağ iqtisadi rayonuna nəzər saldıqda isə buranın zəngin turizm ehtiyyatlarının olduğunu aydın müşahidə edə bilərik. Səfalı təbiəti, təbii sərvətləri ilə xüsusilə seçilən bu torpaqlar hələ qədim zamanlardan səfər edən səyyahların xüsusi diqqətini cəlb etmişdir.

Bölgənin iqlimi, dağlıq relyefi, flora və faunası onu ekoturizm, sağlamlıq turizmi, dağ turizmi, qış turizmi və aqroturizm üçün ideal məkan halına gətirir. Böyük dağıntılara məruz qalmış bu ərazilərdə dünya florasının nadir nümunələrindən olan bitkilər məhvolma həddinə çatmış, təbiət ciddi təsirlərə məruz qalmışdır [1].

Təhlil. 30 illik işğal dövründə dağıntılara məruz qalmış Xankəndi və ətraf ərazilərdə bu gün infrasturkturun qurulması, yenidənbərpa işləri birmənalı olaraq fasiləsiz şəkildə həyata keçirilir. Turizmin prioritet inkişaf sahələri və istiqamətləri müəyyən edilir, həmin sahələr və istiqamətlər üzrə layihələr hazırlanaraq gələcək dövr üçün həyata keçirilməsi planlaşdırılır.

Xankəndi şəhəri Qarabağın mərkəzində yerləşən mühüm şəhərlərdən biridir. Nisbətən digər şəhərlərdən gənc olması şəhərin çağdaş zamanla daha da uyğunlaşmasına şərait yaradır. Şəhərin salınması XVIII əsrin sonlarını əhatə etmiş, Qarabağ xanının ailəvi istirahət mərkəzi hesab olunmuşdur. Şəhərin toponiminə nəzər saldıqda adının buradan götürüldüyünü açıq şəkildə təyin etmək olur - "Xanın kəndi". Şəhərin yaşının nisbətən gənc olmasına baxmayaraq biz burada müxtəlif sivilizasiyaların izini görə bilərik. Xankəndində və ətraf ərazilərdə qədim dövrlərə aid abidələr, məscidlər, karvansaralar və digər tarixi tikililərlə rastlaşmaq mümkündür [4].

İnzibati ərazisinə görə Xocalıya aid olan Kərkicahan qəsəbəsi məhz bu cür mədəni nümunələrin olduğu yerlərdən biridir. Qarabağ dağ silsiləsinin ətəyində, Qarqar çayınının sahilində yerləşən Kərkicahanın tarixi minillikləri əhatə edir. Qədim yaşayış məskənləri və bir sıra tarixi abidələrlə zəngin olan qəsəbədə eyni zamanda Qarabağ xanı Məhəmmədhəsən xanın tiktirdiyi ev, daha yaxın dövrləri əhatə edən mədəniyyət nümunələri mövcud olmuşdur. Təəssüf ki, erməni işğalçıları bir çox mədəniyyət nümunələrini məhv etmiş, bu nümunələrin tarixi yaddaşdan silinməsinə çalışmışlar. Lakin Vətən müharibəsində qazanılan zəfərdən sonra, bu məkanlara xüsusi diqqət ayrılmış, onların yenidən bərpa edilərək turizm marşrutlarına əlavə edilməsi planlaşdırılmışdır. Gələcək dövrdə bu həm yerli, həm də xarici turistlərin diqqətini cəlb edəcəkdir [3].

Ekoturizm Xankəndi və ətraf ərazilər üçün ən perspektivli turizm sahələrindən biridir. Azərbaycan Respublikasının "Turizm haqqında" Qanununda qeyd edildiyi kimi "Ekoturizm" və ya Ekoloji turizm – təbiətə minimum təsir, ekoloji sistemin bütövlüyünün qorunması prinsipləri əsasında səyahət edilən yerin (ölkənin) təbiəti, təbii ekoloji sistemi, bioloji və mədəni müxtəlifliyi ilə tanışlığı özündə ehtiva edir. Nəzərə almaq lazımdır ki, Xankəndi dağlıq və ərazisi mürəkkəb olan bir bölgədə yerləşir. Bu xüsusiyyəti onun enerji istehsalında müxtəlif imkanlar yaratmasına, günəş və külək enerjisi, həmçinin hidroenerjidən istifadə etməyə imkan verir. Bu cür layihələr təkcə yerli enerji istehsalını artırmaqla kifayətlənməyib, həm də ətraf mühütin yad təsirlərdən qorunmasında mühüm rol oynayır. Bundan əlavə, Yaşıl enerji layihələrinin həyata keçirilməsi Xankəndinin iqtisadi inkişafına mühüm təsir göstərəcəkdir. Bu cür layihələrin həyata keçirilməsi gələcək dövr üçün bura səfər edən ekofəal turistlərin marağını, eyni zamanda investorların da marağını cəlb edəcəkdir. Belə ki, Xankəndi yaxınlığında "Qırxqız" dağ silsiləsi yaxınlığında olan "Qarqarçay" sahilində kiçik "eco-kapsul" hotellər yaradılaraq burada ekoturizm fəaliyyəti ilə məşğul olmaq mümkündür [4]. Regionun zənginliyi təkcə bununla kifayətlənmir.

Bu gün Xankəndində müasir standartlara cavab verən hotellər fəaliyyət göstərir. Buna misal olaraq məşhur "Qarabağ" hotelini göstərə bilərik. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, bu region təkcə istirahət məqsədilə deyil, həm də sağlamlığın bərpası məqsədilə gələn qonaqları da qəbul edə bilər. Bu səbəbdən də Xankəndi şəhərində ən son texnologiyalara sahib müasir sağlamlıq mərkəzlərinin yaradılması da nəzərdə tutula bilər. Termal turizm bu bölgədə uzunmüddətli turizmin inkişafına təkan verə bilər. Müalicəvi sanatoriyaların, spa və wellness mərkəzlərinin yaradılması bölgənin iqtisadi inkişafına da müsbət təsirsiz ötüşməyəcəkdir [2].

Xankəndi və ətraf ərazilərin coğrafi mövqeyini nəzərdən keçirdiyimiz zaman bölgənin dörd tərəfinin dağlıq ərazilərdən ibarət olmasını rahatlıqla müşahidə edə bilirik. Məhz bu cür mürəkkəb relyef bizə onu deməyə imkan verir ki, bu ərazilər dağ və qış turizmi üçün də geniş potensiala malikdir. Bölgənin yüksək dağlıq relyefi və qış aylarında qar örtüyünün uzun müddət qalması, buranı dağ-xizək turizmi üçün ideal məkan halına gətirir. Dövlət başçısının xüsusi tapşırıqlarına əsasən yaxın gələcəkdə burada müasir xizək mərkəzlərinin və dağ kurortlarının yaradılması planlaşdırılır. Onu deyə bilərik ki, Qış turizmi sahəsində qoyulan investisiyalar regionun turizm cazibəsini artıracaq və buraya turist axınını çoxaldacaqdır.

Qış və dağ turizminə verilən təkanlar nəticəsində bölgədə idman turizminin inkişaf etdirilməsi məsələsi kənarda qala bilməz. Bölgənin dağlıq relyefi ekstremal idman növləri üçün əlverişli şərait yaradır. Dağ velosipedi, alpinist turları, paraplan uçuşları və piyada yürüş marşrutları idman həvəskarları üçün cəlbedici fəaliyyətlər sırasındadır. Bundan əlavə, dövlət tərəfindən burada müasir idman komplekslərinin inşası nəzərdə tutulur ki, bu da beynəlxalq idman yarışlarının keçirilməsinə şərait yaradacaqdır. 2023-cü ilin dekabr ayında Xankəndi stadionunda keçirilən futbol üzrə Azərbaycan kubokunun 1/8 final mərhələsi və Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev cənablarının həmin yarışda iştirak etməsi ölkəmizdə idman sahəsinə göstərilən xüsusi diqqəti bir daha vurğulayır. Məhz belə addımlar bizə onu deməyə imkan

verir ki, Xankəndində yerləşən stadionda biz nəinki yerli futbol komandalarının oyununu, həmçinin beynəlxalq futbol yarışlarını da izləyə bilərik [6].

Nəticə. Yekunda qeyd etmək lazımdır ki, işğaldan azad edilmiş ərazilərdə turizmin sadalanan və hələ gələcək dövr üçün planlaşdırılan növləri ölkəmizə həm iqtisadi, həm sosial, həm də turizmin müxtəlifliyi baxımından bir sıra faydalar gətirəcəkdir. Turizmin qeyd olunan növlərinin tətbiqi həmin ərazilərin davamlı və dayanıqlı inkişafına öz müsbət təsirlərini göstərəcəkdir. Bu gün Azərbaycan hökuməti Xankəndi və ətraf ərazilərdə tarixi-mədəni irs nümunələrini, təbii zənginlikləri qoruyub yenidən bərpa edərək bölgəni müxtəlif turizm növləri üçün əlverişli məkana çevirir. Ekoturizm, qış turizmi, sağlamlıq turizmi, idman və mədəni turizm kimi sahələrdə aparılan işlər, regionun iqtisadi artımına və qeyri-neft sektorunun inkişafına böyük töhfə verəcəkdir.

Dövlət və özəl sektorun birgə səyləri ilə Xannkəndi yaxın gələcəkdə Azərbaycanın və regionun ən populyar turizm mərkəzlərindən birinə çevriləcəkdir. Bu səbəbdən, bölgənin turizm potensialının tam qiymətləndirilməsi və müvafiq strategiyaların həyata keçirilməsi olduqca vacibdir.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısı

1. Turizm haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Bakı şəhəri, 27 dekabr 2021, https://e-qanun.az/framework/49162
2. Alışlı C. Qarabağın gözəllikləri turizmə qucaq açır, Xalq qəzeti, 10 avqust, 2024 https://xalqqazeti.az/az/medeniyyet/189222-qarabagin-gozellikleri-turizme-qucaq-acir
3. Babayev S., Qədim yurd yerimiz Kərkicahan, Respublika qəzeti, 07 yanvar,2023, https://respublika-news.az/news/qedim-yurd-yerimiz-kerkicahan
4. Mirzəzadə A. Xankəndi – Azərbaycanın mirvari şəhəri, 525-ci qəzet, 2010, 16 fevral, S.6, https://anl.az/down/meqale/525/2010/fevral/107143.htm
5. https://ekologiya.az/ekologiya/6177-xankendi-ekoloji-dayaniqliligin-yeni-merkezi.html
6. https://president.az/az/articles/view/62625

AYDIN SƏLİMLİ

Naxçıvan MR-da turizmdə nəqliyyat xidmətləri problemləri və "Zəngəzur" dəhlizinin açılmasının turizmə təsirləri

Bakı Dövlət Universiteti, magistr

salimliaydin@gmail.com

Xülasə: Məqalədə Naxçıvan MR-da blokada probleminə, blokadanın regionda turizmin inkişafına, həmçinin turizmdə nəqliyyat xidmətlərinə təsirləri və "Zəngəzur" dəhlizinin[1] açılmasının regionda turizmə təsirləri araşdırılmışdır. Araşdırma mövsunun tədqiqi üçün riyazi-statistik metodlardan istifadə edərək Bakı iqtisadi rayonunda əhalinin hər nəfərinə düşən turizmdə iaşə dövriyyəsi göstəricisinin artma və azalmasının Naxçıvan Muxtar Respublikasındakı artım və azalma ilə əlaqəsi, onlar arasında korrellyasiya araşdırılmışdır. Həmçinin, 2024-cü il yanvar-iyun aylarında AR-nın iqtisadi rayonlarında daxili turizmdə bir səfərə düşən nəqliyyat xidmətləri xərclərinin miqdarı, 2018-2024-cü (yanvar-iyun) illərdə AR-da daxili turizmdə Naxçıvan MR-da turizm məqsədi ilə çəkilən xərclərin miqdarında nəqliyyat xidmətləri xərclərinin miqdarı araşdırılmışdır.

***Açar sözlər*:** "Zəngəzur" dəhlizi, Naxçıvan Muxtar Respbulikası, nəqliyyat qiymətləri, turizm, iqtisadi rayonlar

Abstract: In the article, the problem of the blockade in Nakhchivan MR, the impacts of the blockade on the development of tourism in the region, as well as on transport services in tourism, and the impacts of the opening of the "Zangazur" corridor on tourism in the region were investigated. Using mathematical-statistical methods for the study of the research season, the relationship between the increase and decrease of the indicator of tourism turnover per capital in the Baku economic region with the increase and decrease in the Nakhchivan Autonomous Republic, and the correlation between them was investigated. Also, the amount of transport services expenses per trip in domestic tourism in the economic regions of the AR in January-June 2024, the amount of transport services expenses in the amount of expenses incurred for the purpose of tourism in Nakhchivan MR in domestic tourism in AR in the years 2018-2024 (January-June) was investigated.

Keywords: "Zangezur" corridor, Nakhchivan Autonomous Republic, transport prices, tourism, economic regions

Резюме: В статье исследованы проблема блокады Нахчыванской МР, влияние блокады на развитие туризма в регионе, а также на транспортные услуги в туризме, а также влияние открытия коридора «Зангезур» на туризм в регионе. Используя математико-статистические методы исследования исследовательского сезона, исследована связь между увеличением и уменьшением показателя туристического оборота на столицу в Бакинском экономическом районе с увеличением и снижением в Нахчыванской Автономной Республике, а также корреляция между ними. Также исследована сумма расходов транспортных услуг на одну поездку во внутреннем туризме в экономических районах АР в январе-июне 2024 года, сумма расходов транспортных услуг в сумме расходов, понесенных с целью туризма в Нахчыванской МР во внутреннем туризме в АР в 2018-2024 годах (январь-июнь).

Ключевые слова: коридор «Зангезур», Нахчыванская Автономная Республика, транспортные цены, туризм, экономические районы.

Giriş

Bəzi ölkələrdə turizm dövlət büdcəsinə olan daxilolmaların 15% və bəzən də daha çox hissəsini təşkil edir. 2024-cü ildə Azərbaycan Respublikasında turizm sənayesi ÜDM-nün 2.4 faizini təşkil etmişdir[2].

Turizmin inikişafı ilə nəqliyyatın inkişafı qarşılıqlı təsirə malikdir. **"**Zəngəzur**"** dəhlizinin açılması ilə Naxçıvan MR-da turizmdə nəqliyyat xərclərinin azalmasına, turist axının artmasına, işgüzar turizmin daha geniş vüsət almasına, regionda ticarət və nəqliyyat qovşağının yaradılmasına səbəb ola bilər.

Metodologiya

Nəqliyyatın asanlaşdırılmasının səyahət qərarı vermək, nəqliyyat xidmətləri xərcləri ilə səyahət destinasiyası seçimi arasında orta müsbət və statistik əhəmiyyətli korrelyasiya əlaqəsi[3] olduğu aşkarlanmışdır[4].

Məqalədə AR-da iqtisadi rayonlar üzrə əhalinin hər nəfərinə düşən turizmdə iaşə dövriyyəsi göstəricisi əsasında Bakı iqtisadi rayonu ilə digər iqtisadi rayonlar arasında korrelyasiya əlaqələrinin tədqiqi üçün "Karl Pearson's Coefficient of Correlation" formulasından istifadə edilmişdir.

$$\text{Karl Pearson korrelyasiya əmsalı}(r)=\frac{\text{Müvafiq vasitələrdən sapma məhsullarının cəmi}}{\text{Müşahidə cütlüyünün sayı}\times\text{Hər iki seriyanın orta kvadratik meyli}}$$

və yaxud

$$r=\frac{\sum xy}{N\times\sigma x\times\sigma y}$$

r= Karl Pearson korrelyasiya əmsalı

N = Müşahidə cütlüyünün sayı

x = X seriyasının ortadan sapması[4] $(X-\bar{X})$

y = Y seriyasının ortadan sapması $(Y-\bar{Y})$

σ_x = X seriyasının orta kvadratik meyli[5] $\sqrt{\frac{\sum x2}{n}}$

σ_y = Y seriyasının orta kvadratik meyli $\sqrt{\frac{\sum y2}{n}}$

5. Seriyanın ortadan sapması ehtimal nəzəriyyəsində və statistikada iki təsadüfi dəyişənin birgə dəyişkənliyinin ölçüsüdür.

6. Orta kvadratik meyl dəyişənin qiymətlərinin onun ortasına nisbətdə dəyişməsinin ölçüsüdür.

Formulun izahı:

Karl Pearson korrelyasiya əmsalı -1 ilə +1 arasında dəyişən xətti korrelyasiya əmsalı kimi müəyyən edilir. -1 göstəricisi çox güclü neqativ korrelyasiya olduğu, +1 göstəricisinin isiə çox güclü korrelyasiya əlaqəsi olduğu göstərilir.

1. Korrelyasiya 1-dirsə bu zaman bu o deməkdir ki, bir dəyişəndəki hər artım üçün digər sabit nisbətdə müsbət artım olur.

2. Korrelyasiya əgər -1-dirsə bu zaman bu o deməkdir ki, bir dəyişəndəki hər atım üçün digər sabit nisbətdə mənfi azalma olur.

3. Korrelyasiya əgər 0-dırsə bu zaman bu o deməkdir ki, bir dəyişəndəki hər hansı artım və azalma üçün digər sabit nisbətdə mənfi və ya müsbat dəyişim olmur və bu iki dəyişənlər əlaqəli deyillər.

Müzakirə

Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafında nəqliyyat xidmətləri əsas vasitə olmaqla dörd qolundan birini təşkil edir. Təxmini olaraq, 2023-cü ildə AR-da daxili turizmdə nəqliyyat xidmətləri xərcləri çəkilən xərclərin 13%-ni təşkil etmiş, bir səfərə düşən nəqliyyat xərcləri 28 manat təşkil etmişdir[5]. Nəqliyyat xidmətlərinin turizmə təsirləri müəyyən etdiyimiz metoda uyğun olaraq araşdırılmışdır. 2024-cü il yanvar-iyun aylarında AR-nın iqtisadi rayonlarında daxili turizmdə bir səfərə düşən nəqliyyat xidmətləri xərclərinin miqdarı hesablanmış, həmçinin 2018-2024-cü (yanvar-iyun) illərdə AR-da daxili turizmdə turizm məqsədi ilə çəkilən xərclərdə nəqliyyat xidməti xərclərinin dəyişməsi göstərilmişdir. "Zəngəzur" dəhlizinin açılmasının turizmə təsirləri araşdırılmış, həmçinin nəqliyyat xidmətləri xərclərinin azaldılması üzrə təkliflər verilmişdir.

Cədvəl.1

AR-da iqtisadi rayonlar üzrə əhalinin hər nəfərinə düşən turizmdə iaşə dövriyyəsi min, manatla.

İqtisadi rayonun adı	2015	2018	2019	2020	2021	2022
Şirvan-Salyan iqtisadi rayonu	48.52	62.62	65.04	31.21	38.63	62.22
Mərkəzi Aran iqtisadi rayonu	55.72	73.37	74.93	35.72	42.06	71.09
Qazax-Tovuz iqtisadi rayonu	31.34	39.45	41.02	20.17	24.8	38.97
Gəncə-Daşkəsən	60.54	77.13	77.35	36.13	46.74	79.09
Lənkəran-Astara iqtisadi rayonu	33.51	42.94	45.05	23.3	28.88	48.4
Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu	56.62	75.15	76.91	40.3	53.51	81.75
Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu	37.3	57.64	59.53	31.75	39.8	66.32
Mil-Muğan iqtisadi rayonun adı	39.62	47.58	48.25	26.89	29.46	38.38
Dağlıq-Şirvan iqtisadi rayonu	51.87	66.16	67.99	39.26	48.26	77.38
Abşeron-Xızı iqtisadi rayonu	70.72	90.67	92	42.28	50.5	55.22
Naxçıvan Muxtar Respublikası iqtisadi rayonu	113.51	141.32	141.9	140.87	143.23	144.17
Bakı iqtisadi rayonu	311.48	426.92	466.01	190.27	256.57	429.04

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi[6]

Cədvəl.1-ə əsasən, Bakı iqtisadi rayonu ilə göstərilmiş iqtisadi rayonlar arasında "Pearson" korrelyasiya əmsalının nəticələri

İqtisadi rayonun adı	Göstərici	Dəyərləndirmə
Şirvan-Salyan iqtisadi rayonu	1	Çox güclü əlaqə
Mərkəzi Aran iqtisadi rayonu	0.99	Çox güclü əlaqə
Qazax-Tovuz iqtisadi rayonu	0.99	Çox güclü əlaqə

Gəncə-Daşkəsən iqtisadi rayonu	0.98	Çox güclü əlaqə
Lənkəran-Astara iqtisadi rayonu	0.97	Çox güclü əlaqə
Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu	0.97	Çox güclü əlaqə
Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu	0.93	Çox güclü əlaqə
Mil-Muğan iqtisadi rayonu	0.9	Çox güclü əlaqə
Dağlıq Şirvan iqtisadi rayonu	0.9	Çox güclü əlaqə
Abşeron-Xızı iqtisadi rayonu	0.78	Kifayət qədər güclü əlaqə
Naxçıvan Muxtar Respublikası iqtisadi rayonu	0.18	Çox zəif əlaqə

"Pearson" korrelasiya əmsalının göstəricilərinə əsasən, Naxçıvan Muxtar Respublikasının göstəricisi ən aşağı göstəricidir. Göstəriciyə əsasən, Bakı iqtisadi rayonunda adambaşına düşən turizmdə iaşə dövriyyəsinin artmasının Naxçıvan Muxtar Respublikasındakı artımla çox zəif əlaqəsi olduğu görülmüşdür. Bu da ümumilik də Naxçıvan Muxtar Respublikasının ölkədəki turizmin inkişafında ən geridə qalan rayon olduğunu göstərir. Yəni, ölkədə turizmin inkişafının Naxçıvan Muxtar Respublikasında turizmin inkişafı ilə çox zəif əlaqəsi olduğu aşkarlanıb. Bunun da əsas səbəbinin Naxçıvan MR-nın uzun müddət blokada şəraitində olması, ölkəninin daxili turizm imkanlarından istifadə də geri qalması ilə açıqlana bilər.

Cədvəl. 2

2024-cü il yanvar-iyun aylarında AR-nın iqtisadi rayonlarında daxili turizmdə bir səfərə görə düşən nəqliyyat xidmətləri xərclərinin miqdarı.

İqtisadi rayonun adı	Nəqliyyat xidmətləri xərcləri, min, manatla.	Həyata keçirilmiş turizm səfərlərinin sayı	Bir səfərə düşən turizm nəqliyyat xidmətləri xərcləri
Bakı iqtisadi rayonu	171661500	5310750	32.3
Şirvan-Salyan iqtisadi rayonu	2457400	233721	10.5
Mərkəzi Aran iqtisadi rayonu	4502700	387403	11.6
Qazax-Tovuz iqtisadi rayonu	6928900	456749	15.2
Gəncə-Daşkəsən iqtisadi rayonu	10869200	528738	20.6
Lənkəran-Astara iqtisadi rayonu	6945500	469996	14.8
Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu	4847800	275208	17.6
Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu	5783200	377393	15.3
Mil-Muğan iqtisadi rayonu	3722	234399	15.9
Dağlıq Şirvan iqtisadi rayonu	1481600	108710	13.6
Abşeron-Xızı iqtisadi rayonu	16950700	754100	22.5
Naxçıvan Muxtar Respublikası iqtisadi rayonu	58562900	643079	91.1

Mənbə: AR-da daxili turizmdə iqtisadi rayonlara səyahət zamanı 2024 (yanvar-iyun ay.)-cü illər üzrə nəqliyyat xərcləri, min, manatla və səfərlərin sayı əsasında hesablanmışdır[7].

Cədvəl. 2-dən anlaşılır ki, AR-da daxili turizmdə 2024-cü (yanvar-iyun) ildə bir səfərə görə düşən nəqliyyat xidmətləri üzrə ən yüksək göstərici Naxçıvan MR-sında olmuşdur. Bunun da əsas səbəbi,

Naxçıvan MR-nın blokada şəraitində olması, quru səyahətinin transfer ölkədən istifadə edilərək həyata keçirilməsi, hava nəqliyyatı xidmətləri təklif edən bazarda yeganə istehsalçının olmasıdır.

Cədvəl. 3

2018-2024-cü (yanvar-iyun) AR-da daxili turizmdə turizm məqsədi ilə çəkilən xərclərin miqdarı, min, manatla.

İl	Turizm məqsədi ilə çəkilən xərclər	Nəqliyyat xidmətləri xərcləri	Faiz nisbəti
2024 (yanvar-iyun)	181623.7	58562.9	32%
2023	404621.7	127916.2	32%
2022	317267.6	101348.9	32%
2021	268943.3	80931	30%
2020	86611.3	23726.3	27%
2019	314992.7	83842.1	27%
2018	266795.3	70167.2	26%

Mənbə: AR Dövlət Statistika Komitəsinin daxili turizmlə bağlı dərc etdiyi hesabatlarda Naxçıvan MR-na səyahət zamanı turizm məqsədi ilə çəkilən xərclərdə nəqliyyat xidməti xərclərinin 2020, 2021, 2022, 2023, 2024 (yanvar-iyun ay.)-cü illər üzrə göstəriciləri.

AR-da daxili turizmdə 2018-2024-cü illərdə turizm məqsədi ilə çəkilən xərclərdə nəqliyyat xidmətləri xərclərinin miqdarında artım müəyyənləşdirilmişdir.

Cədvəl. 4

Daxili turizmdə Naxçıvan MR-na səyahət zaman turizm məqsədi ilə çəkilən xərclərdə nəqliyyat xərcləri və "Time series" modeli ilə 2024-cü ilin III, IV, 2025-ci ilin I, II-ci rübləri üçün proqnoz.

İl	Daxili turizmdə Naxçıvan MR-na səyahət zaman turizm məqsədi ilə çəkilən xərclərdə nəqliyyat xərcləri, min.manat.
2020	23726.3
2021	80931
2022	101359
2023	112555
2024 (I, II rüb.)	43932.6
2024, III-cü rüb)	39426.6
2024, (IV-cü rüb)	26563.5
2025 (I-ci rüb)	30904.3
2025 (II-ci rüb)	38331.3

Mənbə: AR Dövlət Statistika Komitəsinin daxili turizmlə bağlı dərc etdiyi hesabatda Naxçıvan MR-na səyahət zamanı nəqliyyat xidməti xərcləri üzrə 2020, 2021, 2022, 2023, 2024 (yanvar-iyun ay.)-cü illər üzrə göstərilən məlumatlara əsaslanmışdır.

Nəticə

Araşdırmanın nəticəsində Bakı iqtisadi rayonunda əhalinin hər nəfərinə düşən turizmdə iaşə dövriyyəsi göstəricisinin artma və azalmasının Naxçıvan Muxtar Respublikasındakı artım və azalma ilə çox zəif əlaqəsi olduğu görülmüşdür. 2024-cü il yanvar-iyun aylarında AR-nın iqtisadi rayonlarında daxili turizmdə bir səfərə düşən nəqliyyat xidmətləri xərclərinin miqdarı üzrə ən yüksək göstəricinin Naxçıvan MR üzrə olmuşdur. 2018-2024-cü (yanvar-iyun) AR-da daxili turizmdə Naxçıvan MR-da turizm məqsədi ilə çəkilən xərclərin miqdarında nəqliyyat xidmətləri xərclərinin miqdarının artımı müşahidə edilmişdir.

"Zəngəzur" dəhlizinin açılması Azərbaycan Respublikasında turizmin regional inkişafına təkan vermiş ola bilər. **"Zəngəzur"** dəhlizinin açılmasının turizm iqtisadiyyatına təsiri əsasən Naxçıvan MR-sı bölgəsində ola bilər. Xüsusi ilə Naxçıvan Muxtar Respublikasında işgüzar turizmin inkişafına kömək edə bilər. Bəzi turizm növləri üzrə Türkiyə Respublikasından Azərbaycan Respublikasına gələnlərin, həmçinin sağlamlıq turizmi məqsədi ilə Türkiyə Respublikasına gedənlərin sayının artmasına təsir edə bilər[8].

"Zəngəzur" dəhlizinin açılması ilə nəqliyyat xərclərinin azalmasının mümkünlüyü Horadiz-Ağbənd-Culfa xətti üzrə sürət qatarlarının istifadəyə verilməsi ilə ola bilər. Həmçinin nəqliyyat əlaqələrinin Türkiyə Respublikası ilə Bakı-Tbilisi-Qars, İran İslam Respublikası ilə Culfa-Tehran xəttinə qoşulması nəqliyyat qovşağının yaranmasına imkan verəcək. Ticarət və nəqliyyat qovşaqları hal-hazırda Cəbrayılda, Xudafərin, İran İslam Respublikası ilə sərhəddə Ağbənd qəsəbəsində mövcuddur. Naxçıvan MR-nın blokada şəraitində olması özünü aparılmış korrelyasiya hesablaması əsasında Bakı iqtisadi rayonunda əhalinin hər nəfərinə düşən turizmdə iaşə dövriyyəsi göstəricisinin artma və azalmasının Naxçıvan Muxtar Respublikasındakı artım və azalma ilə çox zəif əlaqəsində, AR-nın iqtisadi rayonlarında daxili turizmdə bir səfərə düşən nəqliyyat xidmətləri xərclərinin miqdarı üzrə ən yüksək göstəricinin Naxçıvan MR üzrə olmasında, daxili turizmdə Naxçıvan MR-da turizm məqsədi ilə çəkilən xərclərin miqdarında nəqliyyat xidmətləri xərclərinin miqdarının artımında büruzə verir. Sürət qatarlarının və avtomobil yollarının açılması Naxçıvan MR-da turizmdə nəqliyyat xərclərinin düşməsinə təsir edə bilər.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. https://www.bbc.com/azeri/articles/c1w7jdy4g80o (08 avqust, 2024)
2. DTA-nın 2024-cü il üzrə xəbər bülleteni, səh.4
3. A.K.Sharma, Textbook of Correlation and Regression, 2005, səh.1.
4. Rohini P.K, The role of transportation in tourism development, Administration Theory and Practice journal 30(4):9308-9312 April, 2024.
5. AR Dövlət Statistika Komitəsi, Daxili turizm hesabatı (2023, s.27.) https://www.stat.gov.az/source/tourism/
6. AR Dövlət Statistika Komitəsi, Azərbaycanın regionları hesabatı (2015, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022) https://www.stat.gov.az/source/regions/
7. AR Dövlət Statistika Komitəsi, Daxili turizm hesabatı (2016, s.24, 2018, s.23, 2019, s.25, 2020, s.23, 2021, s.29, 2022, s.29, 2023, s.27, 2024, s.27.) https://www.stat.gov.az/source/tourism/

12. E.Kaya, Y.Karakuş, G.Onat, Azerbaijan and Türkiye's Tourism Ties: The Role of Zangezur Corridor, s.21, Journal of Hospitality and Tourism Issues 6(1), 16-27.

ASLAN ƏSKƏROV

Şuşa rayonunun turizm potensialı: tarixi-mədəni abidələr əsaslı turizm

Sumqayıt Dövlət Universiteti, tələbə

aslanskrov28@gmail.com

Xülasə: Şuşa rayonu çox zəngin turizm potensialına malikdir. Rayonda turizmin müxtəlif növlərini inkişaf etdirmək mümkündür. Şuşa rayonu həm də çox sayda tarixi-mədəni abidələrlə zəngindir. Şuşa rayonunun mərkəzi Şuşa şəhəri bütövlükdə tarixi-mədəni şəhərdir. Şəhər çox sayda tarixi-mədəni abidələrlə zəngindir. Şuşa rayonunun kəndlərində də müxtəlif tipli tarixi-mədəni abidələr vardır. Lakin işğal dövründə bu abidələr ermənilər tərəfindən dağıdılmışdır. Məqalədə Şuşa rayonunun turizm potensialına toxunulmuşdur. Məqalədə qoyulan əsas elmi problem Şuşa rayonu ərazisində tarixi-mədəni abidələr əsaslı turizmin həyata keçirilməsidir. Eləcə də, məqalədə Şuşa şəhərində tarixi-mədəni abidələr əsasında turizm işinin həyata keçirilməsinin formaları göstərilmiş, Şuşa rayonunun kəndlərindəki tarixi-mədəni abidələrlə bağlı olan elmi problem və onun həlli yolları qeyd olunmuşdur.

***Açar sözlər*:** Şuşa, rayon, turizm, abidə, tarix, mədəniyyət

Abstract: Shusha district has a very rich tourism potensial. It is possible to develop various types of tourism in the district. Shusha district is rich in numerous historical and cultutal monuments. The city of Shusha, the center of the Shusha district, is also a historical and cultural a whole. There are many historical and cultural monuments in the city. There are also various types of historical and cultural monuments in the villages of Shusha district. However, during occupation, these monuments were destroyed by armenians. In the article, mentioned the tourism potential of the Shusha district. The main scientific posed in the article is the implementation of tourism based on historical and cultural monuments in the Shusha district. The forms of implementing tourism based on historical and cultural monuments in the city of Shusha are shown in the article. The scientific problem related to historical and and cultural monuments in the villages Shusha district and its solutions are shown.

***Key words*:** Shusha, district, tourism, monument, history, culture.

Резюме: Шушнский район имеет очен богатый туристический потенциал. В округ возможно развитие различных видов туризма. В Шушинском районе много исторических и культурных памятников. Город Шуша, центр Шушинского округ, также является историко- культурным городом в целом. В городе много исторических икуьтурных памяатников. В селах Шушинского района также имеются различные виды историко – культурных памяников. Однако эти памяатники были разрушены армянами вовремя оккупацин. В статье рассматривается туристический потенчиал

Щушинского района. Основной научной проблемой, поставленной в статье, является реализация туризма на основе историко-культурных памяатников в Шушинском районе. В статье представлены формы развития туризма на базе историко- ккльтурних памяатников город Шуша. Были отмечены научные проблемы свяазанные с историко-кулытурными памяатниками в селах Шушинского района, и пути их решения.

***Ключевые слова*:** Шуша, округ, туризм, памятник, история, культура.

Hal-hazırda turizm işini öz iqtisadiyyatının mühüm sahələrindən birinə çevirən Azərbaycan Respublikası bu sahədən gəlir götürməklə yanaşı, həm də öz tarixini, mədəniyyətini və təbiətini təbliğ edir. Azərbaycan Respublikasının zəngin tarixi, rəngarəng və çoxşaxəli mədəniyyəti, füsnkar təbiəti minlərlə turisti respublikamıza cəlb edir. Məhz bu nöqteyi-nəzərdən baxıldığı zaman tarix, mədəniyyət və təbiətin unikal vəhdəti olan Şuşa rayonu (Şuşa şəhəri və rayonunun kəndləri) Azərbaycan Respublikası ərazisində turizm işinin inkişaf etdirilməsi üçün mühüm bir mövqeyə malikdir. Şuşa rayonunun turizm potensialı çoxyönümlü olsa da, Şuşa rayonu ərazisinin, xüsusən Şuşa şəhərinin qədim tarixi, tarixi-mədəni abidələrlə zənginliyi nəzərə alınaraq, Şuşa rayonu ərazisində tarixi-mədəni abidələr əsaslı turizmin həyata keçirilməsi işi üzərində daha çox dayanılmalı, bu məqsədlə nəzəri və tətbiqi işlər görülməlidir.

Şuşa rayonu rayon statusunu ilk dəfə 1930-cu il 8 Avqust tarixində almışdır [3]. Lakin rayon ərazisi tarixi Azərbaycan torpaqları olmaqla birlikdə, erkən insan sivilizasiyalarına ev sahibliyi etmiş, çox uzun tarixi inkişaf yolu keçmişdir. Belə ki, 1971-1975-ci ildə Şuşa şəhərinin yaxın ərazisində, Cıdır düzünün aşağı hissəsində, həyata keçirilən arxeoloji tədqiqatlar nəticəsində Qədim Daş dövrünə mənsub olan çox sayda müdafiə tikililəri və o dövrdə yaşayış məskəni olaraq istifadə edilmiş təbii mağaralar aşkar olunmuşdur [5, s.14]. Daha sonrakı tarixi dövrlərdə də Şuşa rayonu ərazisində insanlar yaşamış, indiki Şuşa şəhəri ərazisində yaşayış məskəni mövcud olmuşdur. Qarabağ xanı Pənahəli xan (1748-1763) bu yaşayış məskəninin ətrafına qala divarı çəkdirərək buranı abadlaşdırmışdır [1, s. 30]. Bundan sonra isə şəhər sürətlə inkişaf etməyə başlamışdır. Belə ki, Şuşa şəhərində Şuşanın əzəli və əbədi sakinləri olan azərbaycanlılar tərəfindən 17 məhəllə salınmış, müxtəlif tarixi-mədəni abidələrin əsası qoyulmuşdur. Şuşa şəhəri XIX – XX əsrin əvvəllərində sürətlə inkişaf edib böyüsə də, 1923-cü ildən sonra məqsədli şəkildə diqqətdən kənarda saxlanılmışdır. 1969-cu ildə ulu öndər Heydər Əliyevin Azərbaycan SSR-də hakimiyyətə gəlməsinin ardından Şuşa şəhərinə və Şuşa rayonuna yenidən diqqət artırılmışdır. Ulu öndər Heydər Əliyevin təşəbbüsü ilə 1977-ci ildə " Şuşa şəhərinin tarixi hisssəsini memarlıq qoruğu elan etmək haqqında" qərar qəbul edilmişdir [4]. Bu tarixi qərar Şuşa şəhərinin ermənilərin mədəni terroruna qarşı müdafiəsini təmin etməklə yanaşı, həm də şəhərin özünə və özündə mövcud olan tarixi-mədəni abidələrə verilən mühüm tarixi qiymət olmuşdur. Ulu öndər Heydər Əliyevin bu addımı Şuşa rayonu ərazisindəki tarixi-mədəni abidələr əsaslı turizmin həyata keçirilməsi üçün də mühüm tarixi əsas olaraq qiymətləndirilməlidir.

Şuşa rayonu ərazisi 1992-ci ildə, Şuşa şəhəri özü isə 8 May 1992-ci ildə işğal edilmişdir. Uzunmüddətli işğal dövründə ermənilər tərəfindən Şuşa şəhəri və Şuşa rayonunda olan tarixi-mədəni

abidələr dağıdılmış, Şuşa rayonunun turizm potensialına, xüsusən isə tarixi-mədəni abidələr əsaslı turizm potensialına ciddi zərər vurulmuşdur. Belə ki, Şuşa şəhəri ərazisindən çox sayda tarix-mədəniyyət nümunəsi olan qiymətli əşyalar daşınmış, şəhər ərazisindəki müxtəlif muzeylər, tarixi-mədəni abidələr ya məhv edilmiş, ya da ciddi olaraq dağıdılmışdır.

2020-ci ildə 44 günlük Vətən savaşı nəticəsində Şuşa rayonu və mərkəzi olan Şuşa şəhəri işğaldan azad edilmişdir. Hal-hazırda Şuşa rayonu ərazisində Azərbaycan Respublikası tərəfindən quruculuq işləri aparılır, rayon sakinlərinin buraya mərhələli köçü təmin olunur. Bütün bunlarla yanaşı, rayonun iqtisadi inkişafının təmin olunması da dövlətimizin mühüm hədəflərindəndir ki, turizm işi bu istiqamətdə başlıca yer tutur. Şuşanın (habelə Şuşa rayonunun - A. Ə.) turizmin bütün növləri üzrə (tarixi , hərbi, dağ , sağlamlıq , mədəni və s.) olduqca böyük potensialı vardır [6 , s. 242]. Şuşa rayonunda turizm işinin tarixi də bunu əyani olaraq sübut etməkdədir. Şuşa şəhərinin özündə turizm fəaliyyətinin rəsmən yaranması 1935-1936-cı ilə aiddir və ilk istirahət evi Şuşada 1936-cı ildə fəaliyyətə başlamışdır [2, s. 94]. Hal- hazırda Şuşa rayonu ərazisində turizm işinin müxtəlif növlərinin inkişaf etdirilməsi üçün dərin və dolğun məzmunlu elmi tədqiqatlara ehtiyac var. Şuşa rayonunun turizm potensialının mühüm hissəsini məhz rayon ərazisində yerləşən tarixi-mədəni abidələr təşkil etdiyindən rayon ərazisindəki tarixi-mədəni abidələrin öyrənilməsi və onların əsasında turizm işinin qurulması yollarının irəli sürülməsi mühüm əhəmiyyətə malikdir.

Təklikdə Şuşa şəhərinin özü unikal tarix-mədəniyyət nümunəsidir. Belə ki, Şuşa şəhəri ərazisində müxtəlif tarixi dövrlərə aid müxtəlif tipli tarixi -mədəni abidələr mövcuddur və bütün bu tarixi -mədəni abidələr vəhdət təşkil edərək Şuşa şəhərini unikal tarixi-mədəni şəhər olaraq formalaşdırmışdır. Bu fakt inkar edilə bilməz ki, tarixi-mədəni abidələr və onlarla bağlı tarix düzgün təqdim olunarsa, insanlarda ən azı əsrarəngiz təbiət gözəllikləri qədər maraq oyada bilər. Bu səbəbdən dolayı da Şuşa şəhərinə gələn yerli və xarici turistlər üçün şəhərin ərazisini və tarixi inkişafının xronologiyasını tam əhatə edən, tarixi hadisələrlə bağlı istinadlarla zəngin, tarixi-mədəni abidələr əsaslı şəhər ekskursiyaları təşkil etməklə Şuşa rayonu ərazisindəki turizm işini inkişaf etdirmək mümkündür. Həmçinin Şuşa şəhərinin tarixi-mədəni abidələri ilə bağlı zəngin informasiyaya malik və 5 dildə (Azərbaycan, rus, ingilis, ərəb və Çin dilləri) fəaliyyət göstərən informasiya saytının yaradılması məqsədəuyğun və yararlı hesab olunur. Şuşa şəhərinin bütöv və unikal tarixi-mədəni şəhər olaraq təbliğ olunması ilə yanaşı, Şuşa şəhəri ərazisində mövcud olan tarixi-mədəni abidələrin qruplaşdırılmış şəkildə təbliği də tarixi-mədəni abidələr əsaslı turizmin həyata keçirilməsi baxımından mühüm əhəmiyyətə malikdir. Belə ki, Şuşa şəhəri ərazisindəki tarixi məscidlərə, imarətlərə, hamamlara və digər tarixi-mədəni abidələrə özəl ekskursiyaların təşkil olunması və Şuşanın tarixi-mədəni abidələrinin xüsusi bölmələr şəklində, tarixi əhəmiyyətləri qeyd olunmaqla təbliğ olunması mümkündür. Şuşa şəhərinin 17 tarixi məhəlləsi olması nəzərə alınaraq, şəhərin müxtəlif məhəllələrinə tarixi ekskursiyaların təşkili mümkündür. Məsələn, Şuşa şəhərinin Köçərli məhəlləsinə xüsusi bir ekskursiya təşkil oluna bilər ki, bu zaman məhəllənin tarixi inkişafına paralel şəkildə məhəllə ərazisindəki tarixi-mədəni abidələrlə bağlı məlumat vermək məqsədəuyğundur. Şuşa şəhərinin ərazisində mövcud olan elə tarixi-mədəni abidələr vardır ki, onların öyrənilməsi və təbliği Şuşa rayonu ərazisində tarixi-mədəni abidələr

əsaslı turizmin həyata keçirilməsi üçün mühüm əsasdır. Bu tip abidələrə nümunə olaraq Şuşa mağarasının adı qeyd oluna bilər. Şuşa şəhərinin yaxınlığında , Daşaltı çayının sol sahilində yerləşən Şuşa mağarası 125 metr uzunluğa, 20 metr enə, 10 metr hündürlüyə malikdir [5, s. 14]. 1971- 1975-ci illərdə Məmmədəli Hüseynovun rəhbərliyi altında aparılan arxeoloji araşdırmalar nəticəsində mağaranın çöküntülərində 5 təbəqə müəyyən olunmuşdur. Burada ibtidai insanlar 200- 250 min il bundan əvvəl məskunlaşmağa başlamışlar [7, s. 14-15]. Şuşa mağarasının qeyd olunan tarixi əhəmiyyəti səbəbilə buraya turistlər üçün xüsusi ekskursiyaların təşkil edilməsi, bu zaman mağaranın tarixindən bəhs etməklə Şuşa rayonunun qədim tarixinin təbliği və burada tarixi-mədəni abidələr əsaslı turizmin inkişaf etdirilməsi təmin oluna bilər. Şuşa şəhərinin qədim qala divarları da bu baxımdan mühüm əhəmiyyətə malikdir. Şəhərin müdafiəsində mühüm rol oynayan qala divarlarının tarix boyu oynadıqları əhəmiyyətli rolun turistlərə ekskursiya zamanı danışılması və turistlərə şərti səhnəciklərlə göstərilməsi mümkündür. Habelə Şuşa şəhərində yaşamış görkəmli tarixi şəxsiyyətlərə aid (Bülbül , Üzeyir Hacıbəyli , Xurşidbanu Natavan və s) ev-muzeylərinin bərpası, əvvəlki Şuşa muzeylərinin yenidən fəaliyyətə başlaması və yenilərinin yaradılması Şuşada tarixi-mədəni abidələr əsaslı turizmi inkişaf etdirəcək mühüm amildir. Ayrıca, Şuşada Qarabağ xanlığını idarə etmiş Cavanşir nəslinə aid muzeyin, habelə II Qarabağ savaşı ilə bağlı muzeyin yaradılması da Şuşa rayonunun turizm potensialına mühüm töhfə olardı. Şuşa şəhərinin özü ilə yanaşı, Şuşa rayonunun kəndlərində olan tarixi-mədəni abidələrin də tarixi-mədəni abidələr əsaslı turizm işinin qurulmasına cəlb olunması vacibdir. Lakin işğal dövründə bu abidələr dağıdılmışdır. Belə ki, Şuşa rayonu kəndlərinin ərazisindəki qəbir abidələri, məscidlər, hamamlar kimi tarixi-mədəni abidələr ermənilər tərəfindəndən dağıdılmışdır. Bu səbəbdən də Şuşa rayonunun kəndlərindəki tarixi-mədəni abidələr öyrənilməli, bərpa edilməli və məhz bundan sonra tarixi-mədəni abidələr əsaslı turizmə cəlb olunmalıdır.

Şuşa mədəniyyət və incəsənət sahəsində nadir xidmətləri, coğrafi mövqeyi, təbii iqlim şəraiti və tarixi ilə işğaldan azad olunmuş ərazilərdə turizmin inkişafı üçün impuls rolunu oynamaqdadır [6, s.241]. Qədim tarixə malik Şuşa rayonunun turizm potensialının tarixi-mədəni abidələr əsaslı turizm istiqamətində dəyərləndirilməsi səmərəli və faydalıdır. Şuşa rayonunun tarixi-mədəni abidələrinə əsaslanan turizm formasının həyata keçirilməsi rayonun və ölkəmizin iqtisadi inkişafına təkan verməklə yanaşı, həm də Şuşa rayonunun və Azərbaycan Respublikasının mədəniyyətinin və tarixininin beynəlxalq səviyyədə təbliği və çatdırılması üçün çox vacibdir. Bunun üçün isə rayon ərazisində tarixi-mədəni abidələr əsaslı turizm düzgün bir şəkildə, doğru əsaslarla həyata keçirilməli və Şuşa rayonunun tarixi-mədəni abidələri ilə bağlı Dünya ictimaiyyəti lazımi şəkildə məlumatlandırılmalıdır. Bütün bunların təmin olunması ilə Şuşa rayonu öz tarixi-mədəni abidələri ilə yaxın gələcəkdə Dünyanın mühüm turizm mərkəzlərindən birinə çevriləcəkdir.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Məmmədov N. «Azərbaycan Respublikasının Şuşa şəhərinin tarixi» Nazim Rəhbər oğlu Məmmədov, Bakı, “ Avropa” nəşriyyatı, 2016, 960 səhifə.

2. “Naxçıvan beynəlxalq ticarət və logistika mərkəzi kimi” mövzusunda Respublika Elmi Konfransının materialları” , Naxçıvan, Naxçıvan Dövlət Universiteti , “ Qeyrət “ nəşriyyatı, 2023, 145 səhifə.
3. “ Rayon haqqında “ https://www.shusha-ih.gov.az/az/page/10.html
4. “ Rayon haqqında” https://nmdk.gov.az/page/region_info/245
5. Mahmudov Y., Mustafayev C« Şuşa- Pənahabad» , Bakı, “ Təhsil” , 2012, 152 səhifə.
6. « Şuşa-270» (Şuşanın demoqrafik, sosial-iqtisadi inkişafı: dünən bu gün və perspektivlər “) , Yeganə Məmmədova, Səfiyyə Səmədova, Lamiyə Nəbiyeva, Mətanət Hüseynova, Afət Əhmədova, Azad Quliyev, Zülfü İlyasov, Bakı, “ Letterpres” MMC-nin mətbəəsi , 2022.
7. “ Şuşa – Azərbaycanın tarixi və strateji əhəmiyyətli mədəniyyət paytaxtı”, tərtibçi: Elçin Əhmədov, Bakı, “ Zərdabi Nəşr “ MMC, 2021, 180 səhifə.

ETİBAR HƏSƏNOV

Qarabağda turizmin inkişafı: yeni hədəflər və çağırışlar

Sumqayıt Dövlət Universiteti, tələbə

etibarhesenov082@gmail.com

Xülasə: Əsrlərlə davam edən münaqişədən sonra Qarabağ regionu davamlı turizm vasitəsilə strateji yenidənqurma üçün unikal imkanlar təqdim edir. Bu məqalədə Qarabağda turizmin çoxşaxəli potensialı araşdırılır və onun yalnız iqtisadi artımı təşviq etməklə kifayətlənməyib, eyni zamanda mədəni irsin bərpası, ekoloji davamlılıq və sosial inteqrasiyanın gücləndirilməsindəki rolu vurğulanır. Münaqişədən sonrakı şəraitdə turizm irsin qorunması ilə innovasiya arasında körpü rolunu oynayır və yerli ənənələrə hörmət edən, eyni zamanda müasir infrastruktur və xidmətləri təşviq edən balanslı yanaşma tələb edir. İnkişafın əsas istiqamətlərinə tarixi abidələrin bərpası və qorunması, nəqliyyat və kommunikasiya şəbəkələrinin yaxşılaşdırılması, müxtəlif növ yaşayış obyektlərinin inşası və ekoturizm, aqroturizm və macəra turizmi kimi yaşıl turizm modellərinin təşviqi daxildir. Tədqiqat bir sıra əsas çağırışları müəyyən edir: təhlükəsizlik və minatəmizləmə işləri, ixtisaslı turizm mütəxəssislərinin çatışmazlığı, ətraf mühitlə bağlı risklər, effektiv idarəetmə və investisiya mexanizmlərinə olan ehtiyac. Xüsusi diqqət yerli icmaların planlaşdırma və idarəetmədə fəal iştirakına yetirilir ki, inkişaf inklüziv və bərabər faydalı olsun. Məqalədə həmçinin rəqəmsal transformasiya, brendinq strategiyaları, marketinq və beynəlxalq tərəfdaşlıqların Qarabağın qlobal tanınmasında və rəqabət qabiliyyətinin artırılmasında rolu təhlil olunur. Bu tədqiqat, Qarabağda dayanıqlı və davamlı turizm sektorunun qurulmasında maraqlı olan siyasətçilər, investorlar və digər tərəfdaşlar üçün strateji baxışlar təqdim edir.

***Açar sözlər*:** Qarabağ, turizmin inkişafı, münaqişədən sonrakı bərpa, dayanıqlı turizm, mədəni irs

Abstract: Emerging from decades of conflict, the Karabakh region presents a unique opportunity for strategic redevelopment through sustainable tourism. This paper explores the multifaceted potential of

tourism in Karabakh, highlighting its role not only in driving economic growth, but also in fostering cultural restoration, environmental sustainability, and social integration. In the post-conflict setting, tourism serves as a bridge between heritage preservation and innovation, demanding a balanced approach that honors local traditions while promoting modern infrastructure and services. Key development priorities include the restoration and conservation of historical monuments, improvement of transportation and communication networks, construction of diverse accommodation facilities, and the promotion of green tourism models such as ecotourism, agritourism, and adventure tourism. The research identifies critical challenges such as ongoing security and demining efforts, shortage of qualified tourism professionals, environmental concerns, and the need for strong governance and effective investment mechanisms. Particular emphasis is placed on the active involvement of local communities in planning and management to ensure inclusive, community-driven development. Furthermore, the study examines the role of digital transformation, strategic branding, marketing, and international partnerships in enhancing Karabakh's global visibility and competitiveness. This paper provides valuable strategic insights for policymakers, investors, and stakeholders committed to building a sustainable and resilient tourism sector in Karabakh.

Key words: Karabakh, tourism development, post-conflict recovery, sustainable tourism, cultural heritage

Резюме: Выйдя из многолетнего конфликта, регион Карабаха представляет собой уникальную возможность для стратегического восстановления через устойчивый туризм. В данной статье рассматривается многогранный потенциал туризма в Карабахе, подчеркивается его роль не только в стимулировании экономического роста, но и в содействии культурному возрождению, экологической устойчивости и социальной интеграции. В послеконфликтной ситуации туризм выступает мостом между сохранением наследия и инновациями, требуя сбалансированного подхода, уважающего местные традиции и одновременно продвигающего современную инфраструктуру и услуги. Ключевые направления развития включают восстановление и охрану исторических памятников, улучшение транспортных и коммуникационных сетей, строительство различных типов средств размещения, а также продвижение зелёных форм туризма — экотуризма, агротуризма и активного туризма. Исследование выявляет ряд серьёзных вызовов: обеспечение безопасности и разминирование территорий, нехватка квалифицированных специалистов в сфере туризма, экологические риски и необходимость эффективного управления и инвестиционных механизмов. Особое внимание уделяется активному участию местных сообществ в планировании и управлении, чтобы развитие было инклюзивным и приносило равные выгоды. Кроме того, статья анализирует роль цифровой трансформации, стратегического брендинга, маркетинга и международного сотрудничества в повышении глобальной узнаваемости и конкурентоспособности Карабаха. Исследование предоставляет стратегическое видение для политиков, инвесторов и заинтересованных сторон, стремящихся построить устойчивый и жизнеспособный туристический сектор в Карабахе.

***Ключевые слова*:** Карабах, развитие туризма, постконфликтное восстановление, устойчивый туризм, культурное наследие

Qarabağ bölgəsi uzun illər davam edən münaqişə və işğal nəticəsində ciddi sosial, iqtisadi və infrastruktur itkiləri ilə üzləşmişdir. Bu səbəbdən, postmünaqişə dövründə bölgənin yenidən qurulması dövlət siyasətinin əsas prioritetlərindən birinə çevrilmişdir. Yenidənqurma prosesində turizmin inkişafı xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Qarabağın zəngin təbii resursları, qədim mədəni-tarixi irsi, əlverişli coğrafi mövqeyi və iqlimi regionu turizm baxımından cəlbedici edir. Bu potensialdan səmərəli istifadə həm iqtisadi artımın sürətlənməsinə, həm də sosial rifahın yüksəldilməsinə töhfə verə bilər. Turizm yalnız iqtisadi deyil, sosial və mədəni təsirləri ilə də əhəmiyyətlidir [3, s. 20]. Bu sahədə kompleks və uzunmüddətli strategiyaların hazırlanması zəruridir. Belə yanaşmalar dayanıqlı inkişafı, ətraf mühitin mühafizəsini və yerli icmaların iştirakını təmin etməlidir. Alternativ turizm növləri — kənd, ekoturizm, macəra, dini və mədəni irs turizmi — bu istiqamətdə balanslı inkişaf imkanı yaradır. İlkin mərhələdə mina təmizliyi, nəqliyyat, rabitə, enerji və su infrastrukturunun bərpası mühümdür. Bu sahədə dövlətlə yanaşı, özəl sektor və beynəlxalq tərəfdaşların da iştirakı vacibdir [7, s. 5]. Turizm xidmətləri üzrə təlimlər, məşğulluq imkanlarının artırılması və regionun tanıdılması prosesin əsas komponentlərindəndir. Eyni zamanda, rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi — onlayn bronlaşdırma, virtual bələdçilər və interaktiv xəritələr — müasir tələblərə cavab verir və Qarabağın beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyasını sürətləndirə bilər. Effektiv inkişaf üçün fiziki infrastrukturla yanaşı, güclü institusional və hüquqi çərçivə də vacibdir. Normativ-hüquqi bazanın formalaşdırılması, torpaq və əmlak məsələlərinin tənzimlənməsi, investisiya təşviqləri və idarəetmə modelləri uzunmüddətli dayanıqlığın təminatıdır [10, s. 45]. Turizmin inkişafı regional bərabərsizliyin azaldılması və Azərbaycanın beynəlxalq turizm bazarındakı mövqeyinin gücləndirilməsi baxımından strateji əhəmiyyət daşıyır. Bu proses yalnız fiziki tədbirlərlə məhdudlaşmamalı, Qarabağın unikal tarixi və mədəni kimliyi də qorunmalı və tanıdılmalıdır. Xudavəng monastırı, Qanlı körpü, Şuşa qalası və Cıdır düzü kimi abidələr iqtisadi və mədəni baxımdan dəyərli simvollardır [1, s. 17].

Bununla yanaşı, Qarabağın zəngin təbiəti — dağlar, meşələr, çaylar — ekoturizm və sağlamlıq turizmi üçün böyük potensial yaradır. Ekoloji məsuliyyətli turizm, təbiətə zərər verməyən infrastruktur və biomüxtəlifliyin qorunması bu istiqamətdə əsasdır. Qarabağın biosfer ərazisi kimi tanınması regionun beynəlxalq cazibədarlığını artıra bilər. Sonda qeyd etmək lazımdır ki, insan kapitalı bu prosesdə həlledici rol oynayır. Turizm sahəsi üzrə ixtisaslı kadrların hazırlanması, təhsil və peşə hazırlığı proqramlarının təşkili və yerli əhalinin bu sektora inteqrasiyası sosial rifahın yüksəlməsinə və yerli resursların səmərəli istifadəsinə xidmət edəcəkdir [7, s. 39].

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi. “Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi.” Bakı: Dövlət Turizm Agentliyi, 2016.

2. Əliyev, Vüqar. “Qarabağda turizm potensialının reallaşdırılması imkanları.” *Azərbaycan Turizm Jurnalı*, №2, Bakı, 2022.
3. Hacıyev, Rəşad. *Postmünaqişə dövründə Qarabağın iqtisadi inkişaf perspektivləri*. Bakı: İqtisad Nəşriyyatı, 2021.
4. Məmmədov, Cavid. “Azərbaycanın turizm sənayesində innovativ yanaşmalar.” *İqtisadiyyat və Menecment Elmi Jurnalı*, №4(38), Bakı Dövlət Universiteti, 2023.
5. United Nations Development Programme (UNDP). “Post-conflict Recovery and Tourism: Global Experiences and Lessons for Karabakh.” New York: UNDP Publications, 2021.
6. Əsədova, Aytən. *Mədəni irs və turizm: Qarabağ nümunəsi üzrə təhlil*. Bakı: Elm və Təhsil Nəşriyyatı, 2023.
7. World Tourism Organization (UNWTO). “Sustainable Tourism for Development: A Global Perspective.” Madrid: UNWTO, 2020.
8. Əliyeva, Ləman. “Qarabağ regionunda ekoturizm potensialı və inkişaf istiqamətləri.” *Azərbaycan Coğrafiya Cəmiyyəti Xəbərləri*, cild 9, №1, 2023.
9. Qarabağ Dirçəliş Fondu. “Qarabağ regionunun bərpası üzrə icmal hesabat.” Bakı: QDF Nəşriyyatı, 2022.
10. Smith, Melanie K. & Robinson, Mike. *Cultural Tourism in a Changing World: Politics, Participation and (Re)presentation*. Bristol: Channel View Publications, 2019.

ELCAN ƏHMƏDOV

Müasir dövrdə Azərbaycanda “yaşıl turizm”-in inkişaf aspektləri

Sumqayıt Dövlət Universiteti, tələbə

ahmadovelcan0043@icloud.com

Xülasə: Məqalədə müasir dövrdə sosial-iqtisadi problemlər fonunda turizmin, xüsusilə yaşıl və dayanıqlı turizmin inkişafının əhəmiyyəti araşdırılır. Ətraf mühitin çirklənməsi, təbii resursların tükənməsi və insan tələbatlarının artması probleminin həllində dövlətin alternativ inkişaf modellərindən istifdəsinin zəruriliyi qeyd edilmişdir. Bu baxımdan Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafı dövlət siyasətinin əsas istiqamətlərindən biri kimi qiymətləndirilir. Məqalədə Azərbaycanın turizm tarixinin formalaşması, Böyük İpək Yolu üzərində yerləşməsi və müstəqillik dövründə turizm sahəsində aparılan islahatlar təhlil olunur. Ümummilli lider Heydər Əliyevin və Prezident İlham Əliyevin rəhbərliyi ilə qəbul edilən dövlət proqramlarının turizm sektorunun inkişafına mühüm töhfə verdiyi qeyd edilir. Eyni zamanda, yaşıl turizm, ekoturizm, dayanıqlı səyahət yanaşmaları və rəqəmsallaşma sahəsində görülən tədbirlər vurğulanır. Nəticə olaraq, Azərbaycanın turizm potensialının iqtisadi inkişaf və ekoloji tarazlığın qorunmasında mühüm rol oynadığı qənaətinə gəlinir.

Açar sözlər: Yaşıl iqtisadiyyat, Milli turizm prioritetləri, turizm tendensiyası

Abstract: В статье рассматривается значение развития туризма, в частности зелёного и устойчивого туризма, в условиях современных социально-экономических проблем. Отмечается необходимость использования государством альтернативных моделей развития для решения таких проблем, как загрязнение окружающей среды, истощение природных ресурсов и рост потребностей общества. В этом контексте развитие туризма в Азербайджанской Республике рассматривается как одно из приоритетных направлений государственной политики.

В работе анализируется процесс формирования туристической отрасли в Азербайджане, его стратегическое расположение на Великом Шёлковом пути, а также реформы, проведённые в сфере туризма в период независимости. Подчёркивается, что государственные программы, принятые под руководством общенационального лидера Гейдара Алиева и продолженные Президентом Ильхамом Алиевым, внесли значительный вклад в развитие туристического сектора. Одновременно выделяются меры по развитию зелёного туризма, экотуризма, устойчивых туристических подходов и цифровизации. В заключение делается вывод о важной роли туристического потенциала Азербайджана в обеспечении экономического развития и сохранении экологического равновесия.

Giriş: Müasir dünyada bütün dövlətlərin qarşısında sosial-iqtisadi porblemlər durur. Bu problemlərə ətraf mühitin çirklənməsi, təbii ehtiyyaclarin tükənməsi və insan tələbatlarının artıqlığını misal göstərmək olar. Problemlərin qarşısını almaq məqsədilə dünyanin qabaqcil ölkələri “Təmiz ətraf mühit”, “Yaşıl artim” kimi böyük məsələləri Beynəlxalq Təşkilatlarda müzakirəyə qoydular. Aparılan müzakirələr nəticəsində bir çox ölkələr bəzi tədbir proqramlari hazırladı. Bu dövlətlər sırasına Azərbaycan Respublikası da daxildir. Azərbaycan Respublikasi bu tədbirləri öz dövlət siyasəti çərçivəsində həyata keçirməyi qarşısına məqsəd qoymuşdur. 1993-cü ildə Ümummilli lider Heydər Əliyevin rəhbərliyi dövründə müharibə şəraitinin sabitləşməsindən sonra Azərbaycanın iqtisadi inkişafı üçün turizm sənayesini bir istiqamət kimi seçmişdir. Günümüzdə bu siyasət Ümummilli lider Heyder əliyevin davamçısı İlham Əliyev tərəfindən aparılır.

Əsas hissə: Bildiyimiz kimi, Azərbaycan ərazisi tarix boyu yüksək geo-coğrafi məkan sahibi olmuşdur. Azərbaycan dövlətinə ilk səyahətlər ticarət, dini, siyasi və dərketmə məqsədləri ilə əlaqədar olmuşdur. Qədim Azərbaycan ərazisindən keçən ilk ticarət karvanları ilk səyahətlər hesab olunur. Hələ eramızdan əvvəl Azərbaycan ərazisində olmuş səyyah və alimlərdən Plininin, Herodotun, Ptolomeyin və Strabonun adlarını çəkmək olar.

Azərbaycan hələ qədim dövrlərdə Böyük İpək Yolu üzərində mühüm dayanacaq kimi tanınan bir ölkə olmuşdur. İpək Yolu vasitəsi ilə gətirilən mallar Azərbaycanın Mingəçevir rayonuna yerləşdirilir və Mingəçevir anbarından mallar Qafqaz Albaniyasına və digər şəhərlərə göndərilirdi. 1990-cı ilin 1-ci rübündəndən etibarən Azərbaycanda fəaliyyət göstərən ümumitiffaq və beynəlxalq turist marşurtları ləğv olundu. Müharibə və sərhədlərdəki qeyri-stabil vəziyyət turizm sistemində başqa problemlərin yaranmasına da səbəb olmuşdur. Məsələn, Həmkarlar itiffaqları sistemində mövcud olan 10 turist bazasının ikisi işğal olunmuş ərazilərdə qalmış, qalan yerlərə isə məcburi köçkün ailələri yerləşdirilmişdir.

1991-ci ilin sentiyabr ayında mövcud olan xarici turizm üzrə idarələr ləğv olundu, onun yerinə isə Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabineti nəznində Xarici Turizm Şurası yaradıldı. Sonrakı dövr ölkə iqtisadiyyatı bərpa dövrünü keçdikcə, turizm istiqamətində müəyyən irəliləyişlər müşahidə olunurdu. 2001-ci ilin sentyabr ayının 25-də ilk dəfə olaraq Cənubi Koreya Respublikasının paytaxtı Seul şəhərində Ümumdünya Turizm Təşkilatının XIV Baş Assambleyasında Azərbaycan Respublikası bu beynəlxalq turist təşkilatına üzv oldu. 2001-ci ildə ilk dəfə olaraq Azərbaycanı tam genişliyi ilə təbliğ edən "Welcome to Azerbaijan" adı xüsusi disk hazırlandı, ÜTT-nın Baş Assamblemiyasına təqdim olundu. Bununla yanaşı, diskin "Turizm in Azerbaijan" adlı veb səhifəsi yaradıldı. 2002-ci ildə ilk dəfə Bakıda xarici ölkələrin turizm şirkətlərinin iştirakı ilə Beynəlxalq Turizm Sərgisi təşkil olundu və ÜTT-nın dəstəyini qazandı. Beləliklə, Azərbaycan Respublikası ulu öndər Heydər Əliyevin səyləri hesabına dunyada turizm məkanı kimi qəbul olundu və tanınmağa başladı [2, s.442].

2003-cü illdə "Azərbaycan Respublikasında sosial- iqtisadi inkişafın sürətlədirilməsi 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 oldu. 2009-cu ilin aprel ayında Bakıda Heydər Əliyev adına İdman və konsert Kompleksində 8-ci dəfə Beynəlxalq Turizm Sərgisi keçirildi. "2009-2018-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında kurortların inkişafı üzrə Dövlət Proqramı" Azərbaycanda sonrakı illərdə turizm-kurort sahələrinin planlı surətdə inkişaf etdirilməsinə və səmərəli şəkildə istifadəsinə zəmin yaradırdı.

Azərbaycan Respublikasının 27 dekabr 2021-ci il tarixli 448-VIQ nömrəli "Turizm haqqında" Qanunu qəbul edilmişdir. Yeni qanun proqramının əsasına Azərbaycan Respublikasında turizmin davamlı inkişafının təmin edilməsi məqsədi ilə turizm sahəsində dövlət idarəçiliyinin bazalarının, turizm sənayesinin tənzimlənməsi mexanizmlərinin, turizm resurslarından səmərəli istifadənin qaydasını və turizm sənayesinin maliyyələşdirilməsi kimi məsələlər aiddir.

2022-ci ildə ölkədə turizm fəaliyyətini tənzimləyən milli standartların beynəlxalq tələblərə uyğunlaşdırılması məqsədilə AZS 906-2022 "Turizm xidmətləri. Yerləşmə vasitələrinin təsnifatı.Minimum tələblər" yeni dövlət standartı qəbul edildi. Yeni standartın təqdim edilməsi turizm qeydlərini asan qeydiyyatda saxlamaq, turizm növünü müəyyən etməklə mənzil-qərargah xidmətlərinə dair tələblərə xidmət etməyə imkan yaratdı.

2022-ci ildə Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyinin məlumatlarına görə, qış mövsümündə Azərbaycana ən çox Rusiya, Türkiyə, İran və Ərəb ölkələrindən qonaqlar gəlmiş və otellərdə qalan turistlərin 40% xaricilərdir [3, s.494].

2023-cü ilin yanvarında Azərbaycan Xarici İşlər Nazirliyi ölkəyə gəlmək istəyən əcinəbilərə və ya vətəndaşlığı olmayan şəxslərə elektron viza ərizəsi formasını doldurmaq imkanı verən "Viza Müraciət portalı"nı istifadəyə verilib.

Hazırda Azərbaycanda Respublikasında yaşıl turizmin inkişafı üçün bir neçə addımlar atılır:

Dayanıqlı səyahət yanaşması: Bu yanaşma, təbiəti, xüsusilə endemik növləri mühafizə edir, həm də qlobal iqlim dəyişikliyi ilə mübarizə apararaq yerli icmalara dəstək verir1. Turizm sənayesinin zərərli tullantılarını minimuma endirərək çirklənmənin azaldılmasında mühüm rol oynayır.

"Slou Səyahət" konsepsiyası: Bu ideya, turistlərin müəyyən bir ərazinin ənənələri və insanları ilə daha yaxından tanış olduqları dayanıqlı səyahət yanaşmasını özündə ehtiva edir.

Dayanıqlılıq prinsiplərinin Tətbiqi: Azərbaycanda dayanıqlılıq prinsiplərini tətbiq etdiyimiz layihələr və sahələrin sayı artmaqda davam edir.

Turizmin Dayanıqlı İnkişafı Strategiyası: Bu strategiya, Azərbaycanın dayanıqlı səyahəti təşviq etmə prinsipləri və necə iştirak edə biləcəyiniz haqqında tanış ola bilərsiniz. Bu addımlar, Azərbaycanın yaşıl turizmin inkişafına dəstək olur və bu sahədəki potensialını artırır. Bununla belə, bu, həm də yerli iqtisadiyyata, mühitə və yerli icmalara fayda gətirir.

Strateji yanaşma: Azərbaycan Turizm Şurası, 2023-2026-cı illər üçün turizm inkişaf strategiyasını təqdim etmişdir. Bu strategiya, ölkədə turizmin inkişafını idarə etmək üçün strateji və bütövlüklü bir çərçivə təqdim edir.

Ekoturizm: Azərbaycan, ekoturizmi inkişaf etdirmək üçün bir çox tədbirlər görür. Bu, insanların təbiətə daha yaxın olmaq istədiyi və ekoloji olaraq dayanıqlı səyahət etmək istədiyi bir zamanda xüsusi önəm kəsb edir.

Dijitalizasiya proqramı: Azərbaycan Turizm Şurası, daxili turizm şirkətləri üçün dijitalizasiya proqramına qeydiyyatı başlatmışdır.

Bu addımlar, Azərbaycanın yaşıl turizmin inkişafına dəstək olur və bu sahədəki potensialını artırır. Bununla belə, bu, həm də yerli iqtisadiyyata, mühitə və yerli icmalara fayda gətirir.

Nəticə: Azəbaycan daima qonaqpərvərliyi ilə bütün dünyaya əz qapılarını açmaqdadır. Bunun üçün butun iqtisadi məsələlər dövlət siyasəti çərçivəsində çoxlu təbirlər keçirilməkdədi. Azərbaycanın II Qarabağ Müharibəsindən sonra işğaldan azad edilmiş ərazilərdə yeni turizm məkanları istifadəyə verilməkdədir. Hazırda daxili və xarici turistlər üçün fəaliyyət göstərən Şuşa hoteli dunyanın bir çox ölkəsindən turistlərə öz qapılarını açmaqdadır. Şübhəsiz ki, hər bir Azərbayacan vətəndaşı Azərbaycanın iqtisadiyyat sektorunun inkişafını ən yüksək pilləyə ucalacağını bilir.

Ədəbiyyatı:

1.https://economy.gov.az/az

2. İ.Hüseynov, N.Əfəndiyev, "Turizmin əsasları"

3. Əlirzayev Ə. Q. Turizmin iqtisadiyyatı və idarə olunması.

4. https://tourismboard.az/strategy

5. https://azstand.gov.az/az/xeberler/turizm-sahesinde-yeni-dovlet-standarti-qebul-edilib

FATİMƏ HƏSƏNOVA

Qarabağ Alban abidələri-yeni turizm marşrutu

Sumqayıt Dövlət Universiteti, tələbə

fatima.hasanova.230653@sdu.edu.az

Xülasə. Qarabağ, Azərbaycanın zəngin tarixi və mədəni irsinin ayrılmaz tərkib hissəsi olmaqla yanaşı, Qafqaz Albaniyası dövrünə aid mühüm memarlıq abidələri ilə diqqət çəkir. Xudavəng, Gəncəsər, Amaras monastırları, Ağoğlan və Mıxtökən məbədləri kimi nümunələr qədim Alban memarlığının şah əsərləri olmaqla, Azərbaycanın çoxəsrlik mədəni irsinin tərkib hissəsini təşkil edir. Bu abidələr Azərbaycan tarixinin mühüm elementlərindən biri kimi tədqiq olunur və onların qorunması dövlət siyasətinin prioritet istiqamətlərindən biridir.

Lakin tarix boyu bu abidələrin mənimsənilməsi və təhrif edilməsi istiqamətində sistemli cəhdlər edilmişdir. Xüsusilə, Sovet dövründə və sonrakı illərdə bu memarlıq nümunələri müxtəlif məqsədyönlü dəyişikliklərə məruz qalaraq, onların Qafqaz Albaniyasına aid olması inkar edilməyə çalışılmışdır. Elmi araşdırmalar və tarixi mənbələr bu abidələrin əsl mənşəyinin Qafqaz Albaniyası ilə bağlı olduğunu təsdiqləyir və onların Azərbaycan mədəni irsinin ayrılmaz hissəsi olduğunu sübut edir.

Azərbaycan dövləti Qarabağdakı alban abidələrinin qorunması, bərpası və beynəlxalq ictimaiyyətə tanıdılması istiqamətində mühüm addımlar atır. Bu çərçivədə yeni turizm marşrutlarının yaradılması əsas hədəflərdən biridir. Qarabağda yerləşən alban abidələri üzərində qurulmuş bu marşrutlar həm regionun tarixi irsini dünyaya tanıtmaq, həm də mədəni turizmin inkişafını stimullaşdırmaq məqsədi daşıyır. Turizm marşrutları çərçivəsində müasir infrastrukturun qurulması, bələdçi xidmətlərinin təşkil edilməsi və beynəlxalq turistlərin cəlb olunması planlaşdırılır. Bu yanaşma təkcə Qarabağın mədəni irsinin qorunmasına deyil, eyni zamanda, regionun sosial-iqtisadi inkişafına da mühüm töhfə verəcəkdir.

Aparılan araşdırmada Qarabağ alban abidələrinin tarixi əhəmiyyəti və onların Azərbaycan mədəni irsindəki rolu vurğulanmış, eyni zamanda, erməni saxtakarlığına dair tarixi faktlar elmi əsaslarla təqdim edilmişdir. Bununla yanaşı, alban irsinin turizm potensialı və yeni marşrutların yaradılmasının mümkün təsirləri geniş şəkildə təhlil edilmişdir.

Açar sözləri: Qafqaz Albaniyası, Qarabağın alban abidələri, turizm marşrutu, tarixi gerçəklər

Abstract: Karabakh, an integral part of Azerbaijan’s rich historical and cultural heritage, is distinguished by its significant architectural monuments dating back to the era of Caucasian Albania. Examples such as the Khudavang, Gandzasar, and Amaras monasteries, as well as the Aghoghlan and Mixtoken temples, stand as masterpieces of ancient Albanian architecture and constitute an essential part of Azerbaijan’s centuries-old cultural legacy. These monuments are a crucial element of Azerbaijani history, and their preservation is among the top priorities of the national cultural policy.

However, throughout history, systematic attempts have been made to appropriate and distort these monuments. Particularly during the Soviet era and in subsequent years, these architectural structures were

deliberately altered in an effort to deny their connection to Caucasian Albania. Scientific research and historical sources, however, confirm the genuine origins of these monuments as part of Caucasian Albania and affirm their inseparable link to cultural heritage of Azerbaijan.

The Azerbaijani government has undertaken significant initiatives to preserve, restore, and promote the Albanian monuments of Karabakh on the international stage. One of the primary objectives in this regard is the establishment of new tourism routes. These routes, centered around the Albanian monuments of Karabakh, aim to introduce the region's historical heritage to the global audience and stimulate the development of cultural tourism. The tourism projects include the construction of modern infrastructure, the organization of guided tours, and the attraction of international visitors. This approach not only ensures the preservation of Karabakh's cultural heritage but also contributes to the socio-economic development of the region.

The conducted research highlights the historical significance of the Albanian monuments of Karabakh and their role in Azerbaijani cultural heritage. Additionally, historical evidence of Armenian falsifications is presented on a scholarly basis. Moreover, the tourism potential of the Albanian heritage and the potential impacts of the new tourism routes are thoroughly analyzed.

Keywords: Caucasian Albania, Albanian monuments of Karabakh, tourism route, historical facts, cultural heritage

Abstract: Карабах, являясь неотъемлемой частью богатого исторического и культурного наследия Азербайджана, также выделяется важными архитектурными памятниками периода Кавказской Албании. Такие примеры, как монастыри Худаванг, Гандзасар Амарас, храмы Агохлан и Мехтекан, являются шедеврами древней албанской архитектуры и составляют часть многовекового культурного наследия Азербайджана. Эти памятники рассматриваются как важные элементы азербайджанской истории, и их сохранение является одним из приоритетных направлений государственной политики.

Однако на протяжении истории предпринимались системные попытки присвоения и искажения этих памятников. В частности, в советский период и в последующие годы эти архитектурные образцы подвергались целенаправленным изменениям, и их принадлежность к Кавказской Албании пытались отрицать. Однако научные исследования и исторические источники подтверждают, что эти памятники действительно относятся к Кавказской Албании и являются неотъемлемой частью культурного наследия Азербайджана.

Азербайджанское государство предпринимает важные шаги по защите, восстановлению и международному представлению албанских памятников в Карабахе. В этом контексте одной из главных целей является создание новых туристических маршрутов. Эти маршруты, основанные на албанских памятниках Карабаха, призваны не только популяризировать историческое наследие региона в мире, но и способствовать развитию культурного туризма. В рамках туристических

маршрутов планируется создание современной инфраструктуры, организация гидов и привлечение международных туристов. Такой подход окажет значительное влияние не только на сохранение культурного наследия Карабаха, но и на социально-экономическое развитие региона.

В проведенном исследовании была подчеркнута историческая значимость албанских памятников Карабаха и их роль в культурном наследии Азербайджана, а также на научной основе представлены исторические факты, разоблачающие армянские фальсификации. Кроме того, был детально проанализирован туристический потенциал албанского наследия и возможное влияние создания новых маршрутов.

Ключевые слова: Кавказская Албания, албанские памятники Карабаха, туристический маршрут, исторические факты**.**

Qarabağın Alban abidələri və yeni turizm marşrutu

"Qafqazın incisi hesab edilən Qarabağ abidələri və mədəniyyəti ilə regionun ən dəyərli yerlərindəndir" - Lord Kerzon (1859-1925), Britaniyalı siyasətçi və diplomat.

Cənubi Qafqazda çoxetnosluluğu və çoxdinliliyi yaşadan Qafqaz Albaniyası bugünkü Azərbaycan Respublikasının tarixi və mədəni köklərinin daha qədim olduğunu göstərir. Tarix sübut edir ki, Albaniyada əsrlər boyu qafqazdilli, türkdilli, irandilli etnoslar yaşamış və Azərbaycan xalqının çoxəsrlik tolerantlıq ənənələrinə yol açmışdır. Alban abidələri albanların çoxetnikli və çoxmədəniyyətli cəmiyyətinin sübutu olaraq, əsasən dini və müdafiə tikililərindən ibarətdir. Alban abidələri haqqında danışarkən, qısa da olsa alban tayfalarının tariximizdə yerinə nəzər yetirmək və bizim tariximizi özününküləşdirməyə çalışanların uydurmalarını ifşa etmək lazımdır [1, s.7].

Yevlax şəhərinin sakini, anası Olqa (Solomiya) Saparova tərəfindən alban olan Pavel Florenski, öz mənşəyi ilə bağlı çox maraqlı və dəyərli fikirlər söyləmişdir: "Saparovlar Armeniyanın (yəni, Bizans, Sasani və Ərəb Xilafətinin müxtəlif dövrlərdə olan bölgələri) müxtəlif və etnik cəhətdən qaynayıb-qarışan sakinlərinə aid olan bir neçə tayfası sırasında olmuşdur. Etnik bir altlıq olaraq bu irqin tarixi Homer Yunanıstanına qədər uzanır. Qarabağ ermənіləri əslində ermənilər deyil, sadəcə bir tayfadır. Onları qədim dövrlərdə alban adlandırırdılar, ermənilər isə onlara axavan deyirdilər." Bu fikirlərdən belə bir nəticəyə gələ bilərik ki, albanlar qədimdə Cənubi Qafqazda yaşayan yerli tayfaların törəmələri olmuş və e.ə II-I minilliklərdən tədricən burada dövlət qurmuşlar. [2,s.7-8]

Azərbaycanın ayrılmaz parçası olan Qarabağ bölgəsinin tarixi abidələri, eləcə də tariximizin ən qədim köklərinə gedib çıxan alban abidələrinin tədqiqi və bərpası dövlətçilik ənənələrimizin qorunub saxlanması istiqamətində ən vacib məsələlərdən sayılır. XX əsrin sonlarında Qarabağ bölgəsinin Azərbaycandan qoparılmasına yönələn separatizm meyillərinin nəticəsində Azərbaycan dünyanın ən böyük və qəddarcasına həyata keçirilən işğal faciələrini yaşamışdı. Mənfur düşmənlərimiz olan ermənilər bu dövr ərzində yalnız soyqırımlar, deportasiyalar törətməklə qalmayıb, eləcə də yaşı minillərlə ölçülən zəngin abidələrimizi, müqəddəs ocaqlarımızı, təxminən 60 alban məbədinin bir hissəsini dağıtmış, bir hissəsini isə

tamamilə yox etmişdilər. Alban etnosu yarandığı dövrdən, hələ e.ə IV əsrdən eramızın VIII əsrinə qədər Qafqaz Albaniyasının, daha sonrakı dövrlərdə isə Sacilər, Salarilər, Qaraqoyunlu, Ağqoyunlu və Səfəvilər dövlətinin tərkibində, eləcə də Arsak, Sünik, Uti, Şəki, Kambisena əyalətlərində yaşamış və alban abidələrini, monastrlarını, kilsələrini gələcəyə tarixi irs olaraq qoymuşlar. Lakin, alban abidələrini və monastırların protoazərbaycanlılar tərəfindən inşa edilməsi mənfur düşmənlərimizi narahat etmişdir.[3,s.8]

Kəlbəcərin Vəng kəndinin Xaçın çayının sol sahilində ucaldılmış Gəncəsər monastırı Alban Apostol kilsələrinin tarixini araşdırmaq və daxilində olan tarixi nümunələrlə bəzi "don geyindirilmiş fikirləri" təkzib etmək üçün əsaslı memarlıq abidələrindəndir. XIII əsrdə Xaçın knyazı Həsən Cəlal tərəfindən inşa edilən bu abidə ermənilərin 1995-2010-cu illərdə burada təmir işləri adı altında həyata keçirdikləri dəyişikliklərə məruz qalmışdır. Belə ki, monastırın divarlarındakı bir çox yazılar silinib tarixi dəyişdirilmiş, divardakı rəsmlər yenilənmiş, daşların üzəri erməni yazıları ilə doldurulmuşdur. Təxminən eramızın VII əsrində inşa edilən Xudavəng monastırında da bu proseslər baş vermişdir - bütün alban izləri, etnik türk mənsubiyyətinə aid bir çox adlar tamamilə silinmişdir. [4,s.124]

Dədəvəng adı ilə də tanınan bu monastırın tarixi tədqiqində maraqlı bir gerçək də vardır. M.Kalankatlı yazır ki, VII əsrdə Armeniya katolikosu İovhannesin Aluank katolikosu Ter Abbasa göndərdiyi inancın toxunulmazlığına dair müraciətində qeyd olunur: "Xeyirxah, ədalətli, Allahı sevən [yepiskoplara] və lütfkar qardaşım və taxt-tac ortağımız katolikos Ter Abasa, Baxalat yepiskopu Movsesə, Kabala yepiskopu Qriqora, Amaras yepiskopu Romikə, Balasakan yepiskopu Timotiyə, Şəki yepiskopu Ambakuma, Gardman yepiskopu Johannikə, Mets-Kolmank yepiskopu Levonda Böyük Armeniyanın katolikosu İovhannesdən xeyir-dua və salam". Bu yazışmadan aydın olur ki, Albaniya katolikosunun ardınca əvvəlcə Alban yepiskopluğu və yepiskopları xatırlanır və erməni yepiskopluğunun erməni katolikosları, yepiskoplarının ardınca verilmiş sadalanma nəzərə alınmaqla, onların hamısının Cənubi Qafqazın xaricində olduqları aydın olur. Bu da Dədəvəng monastrını"öz adlarına çıxaranlara"bir tarixi xatırlatma olur. [2,s.39]

Milli mədəni irsimizin qoruması üçün Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev 2014-2020-ci illər üzrə Dövlət Proqramının 2.2.6 maddəsinə əsasən "Tarix və mədəniyyət qoruqlarında və turizm məqsədləri üçün istifadə edilən daşınmaz tarix və mədəniyyət abidələrində turizm infrastrukturunun yaradılması və inkişafı"na dair Sərəncam imzalamışdır.[5]

Şübhəsiz ki, Azərbaycan xalqının maddi-mədəniyyət nümunələrini saxtalaşdırmağa çalışanlar 2020-ci ildə 44 günlük Vətən müharibəsində susduruldu. Bu gün Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab İlham Əliyevin həyata keçirdiyi quruculuq işləri həmin şəhərləri, abidələri separatizmdən təmizləyir. Bəs Alban kilsələrinin bərpasında görülən işlərdə yeni turizm marşrutu necədir? Hələ 2021-ci ildə başlanan bu proses əsasən turistlərin diqqətini çəkən adların qoyulması ilə başlanmışdı. Azərbaycan Turizm Bürosu məlumat verir ki, bu layihəni Qafqaz Albaniyasının tarixini dərindən bilən alimlərlə hazırlayırıq və turzim marşrutunun birinə maraqlı adlardan olan "Əli və Nino" qoymaqda əsas məqsədimiz, bu əsərin Avropada tanınması, əsəri əhatə edən bütün regionları turistlərə göstərməkdir. Hansı ki, əsərin baş qəhrəmanı olan Əli

Xan Şirvanşir Şuşada çox yaşayıb və bura böyük rəğbət bəsləyib. Eləcə də Şuşa, Cıdır düzü, alban, xanlıq dövrünə aid abidələrin və s. tura daxil edilməsi nəzərdə tutulub.

Mən düşünürəm ki, Qarabağ bölgəsində çəkilən "Qanun naminə" (1968),"Dədə Qorqud"(1975)", "Fəryad" (1993), "Haray" (1993), "Dolu" (2012) kimi yerli Azərbaycan filmlərinin adlarına uyğun marşrut xətləri qurmaqla bir çox xarici vətəndaşın diqqətini cəlb edə bilərik və bizim tarixi abidələrimizin bərpasında böyük addım atmış olarıq. Hansı ki, bu filmlərdə çəkilən səhnələr Qarabağın dilbər guşələri olan Kəlbəcər, Laçın, Şuşa, Ağdam, Xocavənd əraziləri olmuşdur ki, bu ərazilərdə tariximizin keçmiş izlərini qoruyub saxlayan Gəncəsər monastırı, Ağoğlan məbədi, Mıxtökən məbədi, Amaros monastırı, Tuğ kəndindəki Alban məbədi, eləcə də, Zəngilan və Qubadlıda 2020-ci il Qarabağ müharibəsindən sonra aparılan tədqiqat və arxeoloji işlər zamanı tapılan yeni alban kilsələrini, monstır və qəbiristanlıqlarını görmək olar. Həmçinin, son araşdırmalar əsasında Laçında, Şuşada tapılan, qədim alban dilində yazılan və simvollarla bəzədilmiş daşları da görmək bu marşrutun bir hissəsini təşkil edə bilər.

Ümumiyyətlə, Azərbaycan tarixi, bizim kökümüz, etnogenezimiz, coğrafi toponimlərimiz, maddi-mədəniyyət nümunələrimiz haqqında danışarkən ən vacib olan məsələni - kökümüzün ən qədim dövrlərə gedib çıxdığını, avtoxton xalq olduğumuzu unutmamalıyıq. Son olaraq onu qeyd edim ki, biz gənclər tariximizi unutmayıb, gələcəyimizi qorumağı ən vacib vəzifəmiz olaraq görməli və gələcək nəsillərə şərəflə daşımalıyıq.

Ədəbiyyat siyahısı

1. "Qafqaz Albaniyasının etno-mədəni irsi" Nömrə 2. Bakı, 2021, 232 s.

2. Azərbaycan Respublikasının Əqli və Mülkiyyət Agentliyi "Qafqaz Albaniyası, onun sakinləri və işğaldan azad edilmiş ərazilərdə mədəni sərvətlər". Bakı, 2021,126 s.

3.Məhəbbət Paşayeva."Qarabağın və Şərqi Zəngəzurun Alban Abidələri". Bakı, 2022. 200 s.

4.İsmayılov F. "Məcburən ermənileşdirmə". Bakı, 2009,183 s.

5.http://www.e-qanun.az/framework/27561

GÜLSURƏ TEYMUROVA

Qarabağın təbii gözəllikləri: ekoturizmin yeni ünvanı

Sumqayıt Dövlət Universiteti, tələbə

gulsureteymurova006@gmail.com

Xülasə: Qarabağ, zəngin təbiəti və qədim tarixi ilə yanaşı, ekoloji turizmin inkişafı üzrə çox mühüm mövqedədir. Qarabağ uzun illər işğal altında qaldıqdan sonra 2020-ci ildə Azərbaycanın ərazi bütövlüyünün bərpası ilə azad edilmiş və burada yenidənqurma, bərpa işləri aparılmağa başlanmışdır. Bu proses təkcə infrastrukturun deyil, təbiətin də canlandırılmasını hədəfləyir. Qarabağ bölgəsi dağlar, meşələr, bulaqlar, nadir flora və fauna, müalicəvi sular və təbii abidələrlə zəngindir. Şuşa, Xocavənd, Xocalı, Kəlbəcər və Laçın kimi ərazilər həm təbii gözəllikləri, həm də tarixi və mədəni əhəmiyyəti ilə diqqət çəkir. Qarabağda

çoxsaylı nadir və nəsli kəsilməkdə olan bitki və heyvan növləri var. Ərazidə yerləşən qoruq və yasaqlıqlar işğal zamanı nəzarətsiz qalıb, lakin indi onların bərpası və qorunması üçün işlər görülür. Eyni zamanda, ekoturizm sadəcə iqtisadi fayda deyil, ətraf mühitin qorunması və yerli icmaların rifahı üçün də əhəmiyyətlidir.

Açar sözlər: Qarabağın ekoturizm potensialı, Qarabağın təbiəti, flora və faunası, Ekoturizm

Abstract: Karabakh, in addition to its rich nature and ancient history, plays a crucial role in the development of eco-tourism. After being under occupation for many years, Karabakh was liberated in 2020 with the restoration of Azerbaijan's territorial integrity, and reconstruction and restoration works have started here. This process aims not only to restore infrastructure but also to revitalize nature. The Karabakh region is rich in mountains, forests, springs, rare flora and fauna, healing waters, and natural monuments. Areas such as Shusha, Khojavend, Khojali, Kalbajar, and Lachin stand out not only for their natural beauty but also for their historical and cultural significance. Karabakh is home to numerous rare and endangered plant and animal species. The reserves and sanctuaries in the region were left unprotected during the occupation, but efforts are now being made to restore and protect them. Additionally, eco-tourism is not just an economic benefit but also important for environmental protection and the well-being of local communities.

Keywords: Ecotourism potential of Karabakh, nature of Karabakh, flora and fauna, Ecotourism

Резюме. Карабах, помимо своего богатого природного наследия и древней истории, занимает важное место в развитии экотуризма. После долгих лет оккупации Карабах был освобожден в 2020 году с восстановлением территориальной целостности Азербайджана, и здесь начались работы по реконструкции и восстановлению. Этот процесс направлен не только на восстановление инфраструктуры, но и на возрождение природы. Регион Карабаха богат горами, лесами, источниками, редкой флорой и фауной, целебными водами и природными памятниками. Такие районы, как Шуша, Ходжавенд, Ходжали, Кельбаджар и Лачин, привлекают внимание не только своей природной красотой, но и историческим и культурным значением. В Карабахе встречается множество редких и находящихся под угрозой исчезновения видов растений и животных. Заповедники и охраняемые территории региона оставались без надзора во время оккупации, но теперь предпринимаются усилия для их восстановления и защиты. Кроме того, экотуризм представляет собой не только экономическую выгоду, но и важен для охраны окружающей среды и благосостояния местных общин.

Ключевые слова: Потенциал экотуризма Карабаха, природа Карабаха, флора и фауна, экотуризм

Qarabağ uzun illər boyu sadəcə siyasi və hərbi münaqişələrlə deyil, həm də bənzərsiz təbiəti ilə tanınıb.Bu torpaqlar 28 ildən çox müddət ərzində işğal altında qalmışdır. Ali Baş Komandan İlham Əliyevin

rəhbərliyi altında Azərbaycan Respublikasının ərazi bütövlüyü uğrunda aparılan 44 günlük Vətən müharibəsi nəticəsində torpaqlarımız işğaldan azad olundu və yenidən qurulma, bərpa işlərinə start verildi.Azad olunan torpaqlarda Prezident İlham Əliyevin xüsusi diqqəti ilə geniş işlər başladı.Dağların, meşələrin, bulaqların və digər təbii gözəlliklərin işğaldan sonra yenidən öz saf və möhtəşəm görkəmini bərpa etməsi, xarici və yerli turistlərin marağına səbəb oldu. Bu da Qarabağın Azərbaycanın ekoturizm xəritəsində yeni və cəlbedici bir ünvan kimi ön plana çıxmasına şərait yaratdı. Qarabağ regionu zəngin təbiətinə görə ekoturizm sahəsində böyük potensiala malikdir. Dağlar, meşələr,təbii bulaqlar, təmiz su hövzələri və nadir flora və fauna ilə zəngin olan bu ərazi, sadəcə yerli əhali üçün yox , eyni zamanda dünyanın müxtəlif bölgələrindən gələn turistlər üçün də böyük maraq doğurur. Ərazinin bənzərsiz bioloji müxtəlifliyi,xüsusəndə flora və faunası, ekoturizm fəaliyyətlərinin inkişafı üçün ideal şərait yaradır.

Bölgədə qızıltək qiymətli olan qırxbuğum, çobanyastığı, moruq, baldırğan, quzuqulağı, yarpız, çətənə, gülxətmi, yemişan və s. dərman bitkiləri, yabanı meyvə və giləmeyvələr geniş yayılmışdır.Bu bitkilər qədimdən təbabətdə və türkəçarədə əvəzsiz rol oynayır və öz şanını müxtəlif bölgələrdə, hətta xarici ölkələrdə belə tanıtmışdı. [2,s-65] Düşmən tapdağı altına düşməmişdən əvvəl Qarabağın ümumi ərazisinin 36 % (160 min hektar) sahəsi sadəcə meşəliklərlə örtülmüşdü . Ulu Öndər Heydər Əliyevin təşəbbüsü nəticəsində 1970-ci illərdə buranın zəngin flora və faunasını qorumaq məqsədi ilə yeni qoruqlar salınmağa başlanılmışdır. Azərbaycanın Qırmızı Kitabına düşmüş Şərq çinarı növü artırılmaq məqsədi ilə Şuşa ərazisində Topxana Dövlət Qoruğu yaradılmışdı.Bununla yanaşı enliyarpaq və iynəyarpaqlı növlər, daha sonra alp çəmənlik və subalp biki növlərinin artırılması isiqamətində işlər aparıldı. Dünyanıın ən qədim yaşayış məskənlərindən sayılan, Xocavənd ərazisində yerləşən Azıx mağarası nadir yarasa növlərinin yaşayış məskəni olub, BMT-nin Ətraf Mühit Proqramı çərçivəsində beylənxalq statusla qorunma altına alınmışdır.İşğal altında olduğu müddət nəzarətsiz qalmış Bəsitçay və Qaragöl Dövlət Təbiət Qoruqları, Qubadlı, Laçın, Daşaltı Dövlət Təbiət Yasaqlıqlarının nadir flora və faunası məhv olmaq təhlükəsi ilə üz-üzə qalmışdır.Eyni zamanda burada yüzlərlə relik, nadir və ibidai bitki növləri, bununla yanaşı 21 növ Azərbaycan endemi, 82 növ Qafqaz endemi, həmçinin yüzlərlə nadir və nəsli kəsilməkdə olan növlər üçün təhlükəl vəziyyət yaranmışdır.[2,s-67]

2020-ci il noyabrında Müzəffər Ali Baş Komandan İlham Əliyevin Qətiyyəti və Azərbaycan Respublikasının Milli Ordusunun şücaəti nəticəsində düşmən tapdağından azad olan torpaqlarımızda yenidənqurma, bərpa və abadlıq işləri aparılır. Bu proses yalnız fiziki infrastuktruktunun bərpası deyil, həm də Qarabağın zəngin təbiətini yenidən dirçəltməyi hədəfləyir. Qarabağın incisi, Azərbaycanın mədəniyyət paytaxtı Şuşa təmiz havası, zəngin təbiət ilə göz oxşayır. Ərazisində yerləşən Turşsu, İsa bulağı müalicəvi əhəmiyyət daşıması ilə yanaşı, Cıdır düzü , Qarqarçayın qolları olan Zarıslı,Xəlfəli çayı onun relyefinin ecazkar nümunələrindəndir. Eyni zamanda ərazisinin flora və faunasıda öz müxtəlifliyi ilə xüsusi seçilir.Yamyaşıl meşələrində şərq fıstığı, iberiya palıdı, qafqaz vələsi və s.yayılmışdır. İkinci Qarabağ müharibəsində şəhid olan əsgərlərin xatirəsinin,eyni zamanda zəfərin rəmzi kimidə tanınan xarıbülbül məhz bu ərazilərdə yetişir. Təbiətin qonur ayı, avropa cüyürü, porsuq, tirəndaz, turac, bozqır qartalı, boz kəklik və

s. heyvan və quşlara ev sahibliyi edir.Elə lap əvvədən Şuşa misilsiz gözəlliyi ilə turistlərin diqqətindən uzaq qalmamış, onların istirahət mərkəzlərindən olmuşdu.

Şuşa ilə yanaşı Azərbaycanın qədim yaşayış məskənlərindən sayılan Xocalı, Xocavənd, Kəlbəcər də ekoturzimin inkişafıına müsbət təsir göstərir. Xocalı rayonunun 40%-ni təkil edən meşələrdə şərq fistığı, cökə,ağcaqayın çoxluq təşkil edir.Eyni zamanda Bədərə çayı ərazisində qırmızı kitaba salınmış hirkan pırkalı kollarınada rast gəlmək mümkündür. Yüksək dağlıq ərazidə yerləşməsi onu yay turizmi üçün əlverişli məkana çevirir. Termal bulaqlar, şəlalələr və karst mağaraları ilə zəngin olan Xocavənd rayonu tarixi baxımdan da xüsusi maraq doğurur.Belə ki burda yerləşən Azıx və Tağlar mağaraları ən qədim insanlara ev sahibliyi etmişdir. Azıx mağarasından tapılan qadın alt çənə sümüyü, ocaq izləri, heyvan qalıqları,o cümlədən Mustye mədəniyyətinə aid Tağlar mağarası bizə dövrlərinin xarakterik xüsusiyyətləri haqqqında zəngin məlumatlar verir. Uca dağlarla əhatə olunmuş Kəlbəcərin ən yüksək zirvələri Camışdağ və Dəlidağdır.İstər təbii gözəllikləri ,istərsə də tarixi baxımdan heç də digər ərazilərdən geri qalmır.Qayaüstü rəsmlər,mağaralar, qazıntılar zamanı aşkar edilən tapıntılar buranın tarixi zənginliyini sübut edir.Başqa rayonlarda rast gəlinməyən ayı fındığı meşəsi,o cümlədən Çiçəkli meşəsi Təbiətinin xüsusi nümunələrindən bir neçəsidir.Turistlik ərazilərindən biridə Laçın rayonudur ki, ərazisində yerəşən çoxlu bulaqlar,su qaynaqları ,nadir flora və faunası ,eləcədə burda yerləşən Alban mədəniyyətinin abidələri ekoturizmin inkişafına töhvə verir.Ərazinin 16%-ni təşkil edən meşələr müalicəvi əhəmiyyət daşımaqla,əksəriyyətini iberiya palıdı, şərq palıdı və qafqaz vələsi təşkil edər. Ərazidə yerləşən Minkənd çayının sol sahilində bitən 40-a yaxın innab kolları buranı respublikanın digər rayonlarından fərqləndirir.Azərbaycanın zəngin tərkibə malik qoruqlarından olan Laçın və Qaragöl Dövlət qoruğuda məhz burda yerləşir və burda qonur ayı, iran sincabı, süleysin, sürünənlədən qafqaz kələzi, ciliz koramal , quşlardan turac, qumru, ağbaş kərkəs,böyük qırğı, saqqalı quzugötürən və s. onun təbiətinə xüsusi rəng qatır.[1] Müasir dövrümüzdə texnologiyanın inkişafı, şəhərlərin genişlənməsi insanları təbiətdən xeyli uzqlaşdırır. Yeni binaların tikilməsi üçün ağacların kəsilməsi, zavodlardan,maşınlardan və s. xaric olunan müxtəlif tərkibli qazların havanı çirkləndirməsi insanların təbiətin qədrini daha yaxşı bilməsinə gətirib çıxarır.Artıq şəhərlərdə lüks hotellərdə, kondisonerli otaqlarda istirahətdən çox insanlar təbiət qoynunda, kənd mühitində dincəlməyi daha üstün tuturlar.Bu da öz növbəsində dünya turizmində ekoloji turizmin inkişaf etməsinə səbəb verir. Ekoturizm həm təbiət aşiqlərinin ətraf mühitlə daha yaxından tanış olmaq, müşaidə etmək, öyrənmək ,eyni zamanada ekosistemi qorumaq üçün, həm də insanların təbiətdən zövq alması üçün edilən turistlik səfərlərdir.

Azərbaycan Respublikası ekoturizm baxımdan çox əlverişli və qabaqcıl ölkələrdən biridir. Prezident İlham Əliyevin verdiyi qərar əsasında 2011-ci ilin "Turizm ili" elan edilməsi bu istiqamətə verilən diqqətin göstəricisidir.Ekoturizm təbiətin qorunmasına ,eyni zamanda yerli əhalinin güzəranın yaxşılaşdırılmasına və onların tələbatlarının ödənilməsinə yönəlməsi baxımından, belə bir tərif vermək olar "İcmaların iqtisadi imkanlarını genişləndirərək turist qəbul edən sahibkarlara görə iqtisadi, sosial imkanlar təmin etmək, bununla yanaşı təbii interpretasiya, ekoloji təhsilin vasitələri ilə təbii ehtiyatların mühafizəsinə kömək göstərərək səfər edilən yerlərin təbiəti və tarixi həmçinin mədəniyyətləri haqqında öyrənməkdə maraqlı olan

şəxslərin ekoloji gəzintilərdən zövq almağıdır" [3,s-4]. Bütün bunlardan nəticə çıxararaq demək olar ki, Qarabağın ekoturizm potensialının düzgün qiymətləndirilməsi təkcə Azərbaycanın turizm sahəsinin inkişafına deyil, ümumilikdə ölkə iqtisadiyyatına da mühüm müsbət təsir göstərə bilər. Ekoturizmin inkişafı Qarabağda yerli icmaların rifah səviyyəsinin artırılmasına, yeni iş yerlərinin yaradılmasına, sakinlərə məşğulluq imkanlarının təqdim olunmasına, sosial-iqtisadi canlanmaya və bununla yanaşı, ekologiyanın qorunmasına, təbiətə xüsusi qayğının göstərilməsinə səbəb ola bilər.

Eyni zamanda, Azərbaycanın beynəlxalq səviyyədə ekoloji turizm istiqamətində nüfuzunun artmasına və regionda sülh və əməkdaşlıq platformasına çevrilməsinə də xüsusi töhfə verə bilər. Turistlərin kənd həyatına, yerli sakinlərin rəhbərliyi ilə təşkil olunan gəzintilər və ekskursiyalara marağı onların Qarabağın dincəlməli guşələrini daha yaxından tanımasına imkan yaradar. Sözsüz ki, bu prosesdə yerli sakinlər də fəal iştirak edəcək, öz hazırladıqları əl işlərini, müxtəlif bəzək və zinət əşyalarını satararaq gəlir əldə edəcəklər. Həm də Azərbaycanın zəngin mədəniyyətini dünyaya tanıtmış olacaqlar.Lakin bir məsələni də nəzərə almaq vacibdir: ekoloji turizm islahatlarının Qarabağda uğurla həyata keçirilməsi üçün müəyyən zamana ehtiyac var. Çünki Qarabağ bölgəsi işğaldan yeni azad olunub və bu müddət ərzində erməni vandalları tərəfindən ərazilərə xeyli ziyan dəyib. Minalar, dağıntılar və təhlükəli vəziyyət burada fəaliyyətin genişlənməsinə mane olur. Bununla yanaşı, əhalinin ərazilərə köçürülməsi və adaptasiya prosesi də vaxt tələb edən məsələlərdəndir.

Şübhəsiz ki, Prezident İlham Əliyevin bu bölgəyə olan xüsusi diqqət və qayğısı nəticəsində Qarabağda infrastruktur bərpa edilir, maneələr aradan qaldırılır və əhali üçün daha yaxşı şəraitin yaradılması istiqamətində işlər sürətlə davam etdirilir. "Ağıllı kənd" və "Ağıllı evlər" layihələri uğurla həyata keçirilir və bu da turizm istiqamətinə təsirsiz qalmayacaq.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Məmmədov Q. "Azərbaycanın ekoturizm potensialı" II cild ,Bakı-2012, 420-s
2. Qəhrəmanova M. "Qarabağın flora və faunası", Bakı-2023,192-s
3. Şıxıyev K.Y. "Eloloji turizmin xüsusiyyətləri və inkişaf problemlərinin tədqiqi" , Bakı-2018,80-s
4. Qubadlı T.H. "Ekoturizmin inkişaf perspektivlərinin qiymətləndirilməsi və Azərbaycanda tətbiqi məsələləri",Bakı-2021,87-s

İLKİN MƏMMƏDLİ

İşğaldan azad olunmuş ərazilərdə ekstremal turizm

E-mail: memmedlilkinten@gmail.com

Xülasə: Qarabağ və Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonu ərazisində idman turizmini inkişaf etdirmək üçün rekreasiya ehtiyatlarının düzgün və səmərəli şəkildə istifadəsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu məqsədlə müxtəlif idman növlərinə uyğun müasir və ixtisaslaşdırılmış təyinatlı sahələrin yaradılması vacibdir. Həmçinin regionun zəngin və rəngarəng təbii ehtiyatlarından – dağlıq relyefdən, mineral bulaqlardan, meşəlik və açıq ərazilərdən, çay və göllərdən – ekoloji tarazlığı pozmadan, dayanıqlı şəkildə istifadə

edilməlidir. Bu yanaşma həm idmançıların və turistlərin cəlb olunmasına, həm də yerli əhalinin sosial-iqtisadi rifahının yüksəldilməsinə təkan verəcək. Regionun turizm potensialının tam reallaşdırılması üçün logistik imkanların yaxşılaşdırılması, təhlükəsizlik tədbirlərinin gücləndirilməsi və yerli insan resurslarının bu sahəyə cəlb edilməsi də vacib şərtlərdəndir.

***Açar sözlər*:** Qarabağ, Şərqi Zəngəzur, rekreasiya, idman, turizm

Abstract: To develop sports tourism in the Karabakh and Eastern Zangezur economic region, the proper and efficient use of recreational resources is of great importance. For this purpose, it is essential to establish modern and specialized areas designated for various types of sports. Additionally, the region's rich and diverse natural resources – including mountainous terrain, mineral springs, forests and open landscapes, rivers, and lakes – should be used sustainably without disrupting ecological balance. This approach will contribute to attracting athletes and tourists, as well as improving the socio-economic well-being of the local population. To fully realize the tourism potential of the region, it is also important to improve logistical infrastructure, strengthen security measures, and engage local human resources in this field.

Key words: Karabakh, Eastern Zangezur, recreation, sports, tourism

Резюме: Для развития спортивного туризма в Карабахском и Восточном Зангезурском экономическом регионе крайне важно правильное и эффективное использование рекреационных ресурсов. С этой целью необходимо создать современные и специализированные площадки, предназначенные для различных видов спорта. Кроме того, природные богатства региона — горный рельеф, минеральные источники, леса, открытые пространства, реки и озера — должны использоваться устойчиво, без нарушения экологического баланса. Такой подход будет способствовать привлечению спортсменов и туристов, а также улучшению социально-экономического благосостояния местного населения. Для полного раскрытия туристического потенциала региона также важно улучшить логистическую инфраструктуру, усилить меры безопасности и вовлечь местные человеческие ресурсы в эту сферу.

Ключевые слова: Карабах, Восточный Зангезур, отдых, спорт, туризм

Giriş: Qarabağ və Şəqi Zəngəzur iqtisadi rayonu, tarihi və təbiəti zənginlikləri ilə diqqət çəkən bölgələrdən biridir. Bu ərazi, rekreasiya ehtiyatları ilə zəngin təchiz edilmiş olması və idman turizminin inkişafı üçün müstəqil imkanları ilə nümunəvi bir timsal təşkil edir. Rekreasiya ehtiyatları, idman turizminin tərəfdaşlarına geniş perspektivlər açа biləcək potensial imkanları özündə ehtiva edir.

Dağ turizmi, daglıq ərazilərdə həyata keçirilən turizm fəaliyyətlərini ifadə edir. Bu növ turizm, təbiətə məxsus gözəllikləri olan dağlıq bölgələrdə icra olunan müxtəlif tədbirləri əhatə edir və əsasən doğa ilə iç-içə təcrübə təmin edir. Dağ turizmi, doğa gəzintiləri, dağ velosiped turistləri, dağ tırmanışı, kayak, snoubord, kempinq, doğa fotosəntrliyi kimi müxtəlif fəaliyyətləri əhatə edə bilər.

Dağ turizmi, insanların dağlıq bölgələrdəki təbiət gözəlliklərini və macəra fəaliyyətlərini kəşf etmələrini təmin edir. Bu növ turizm, yerli iqtisadiyyatə dəstək ola bilər və doğal mühitin qorunması və davamlılığı üçün bilinçləndirmə təmin edə bilər. Lakin, sıxlıqla bağlı turizm fəaliyyətləri təbii ərazilərə zərər verə bilər, buna görə də davamlı turizm tətbiqatlarının qəbul edilməsi önəmlidir.

Dağ turizmi, Şuşa, Kəlbəcər və Laçın kimi yerlərdə icra edilən turistik fəaliyyətləri ifadə edir. Bu bölgələr, Azərbaycanın tarixi və mədəni irsini daşıyan və gözəllikləri ilə tanınan yerlərdir.

Şuşa, Azərbaycanın qədim şəhərlərindən biridir və zəngin mədəni irsi ilə tanınır. Dağlıq bir əraziyə sahib olan Şuşa, turistlər üçün populyar bir mənşəyə malikdir. Şuşa'da icra olunan dağ turizmi fəaliyyətləri, tarixi məkanları ziyarət etmək, doğa gəzintiləri etmək və manzaralı ərazilərdə fotosənli çəkmək kimi fəaliyyətləri əhatə edə bilər [5].

Kəlbəcər, Azərbaycanın qərbində yerləşən bir şəhərdir və dağlıq bir bölgədə yer alır. Təbiət gözəlliklərinə malik olan Kəlbəcər, dağ turizmi üçün ideal bir məkan sayılır. Bu ərəfədə icra olunan fəaliyyətlər arasında dağ dırmanma, trekking, kampinq və.s kimi fəaliyyətlər mövcuddur. Əlavə olaraq, bölgenin tarixi və mədəni irsini tanımaq üçün ziyarətçilərə fürsətlar təmin edir.[4]

Laçın, Azərbaycanın cənubunda yerləşən bir bölgədir və dağlıq bir əraziyə sahibdir. Laçın, təbiət gözəllikləri və macəra fəaliyyətləri üçün populyar bir məkan olaraq tanınır. Bu ərəfədə icra olunan dağ turizmi fəaliyyətləri arasında kayak, snoubord, dağ velosiped turları və doğa gəzintiləri kimi fəaliyyətlər mövcuddur [6].

Şuşanın,Laçının,Kəlbəcərin inkişafı relyefi dağlıq olduğu üçün snoubord və xizəksürmə üçün uyğun qarlı zəmin yaradıla bilər.Həmçinin sıldırım qayalar və yüksəkliklər Şuşa,Laçın və Kəlbəcərdə alpinizm,dağ turizmi və bangi jampinq üçün ideal şərait yaradır.

Raftinq və kayakinq. Qarabağ və Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonlarındakı çayları raftinq və kanoe üçün uyğundur.

Tərtərçayın uzunluğu 200 km-dir. Başlıca qolları sol dan Levçay, Ağdabançay, sağdan Turağayçay çaylarıdır. Yaz-yay aylarında qar suları çayda daşqınlar əmələ gətirir.Yamaclı meyilliyi yüksək olması, qollarının əsasən dağ çayları olması, kimi amillər raftinq və kayakinqin IV,V,VI dərəcəli mürəkkəb və çətin dərəcəli parkurlar yaradıla bilər.

Bazarçay və Həkəri çayları da raftinq və kanoe üçün zəngindir,Həkəri çayı və qolları Ağsuçay, Şəlvəçay, Hocazuçay, Piçənizçay və Xoznavar və digər qolları ilə birlikdə mürəkkəb və çətin raftinq və kayakinqlə turistləri özünə cəlb edə bilər [2,s.192].

Kür çayında isə gəmiçilik inkişaf etmişdir,gəmiçiliyin inkişafı isə flipboardinqin inkişafına gətirib çıxara bilər.

Mototurizm və avtoturizm

1. Mototurizm motorlu iki tekerlekli araçlarla yapılan seyahatleri kapsar. birbaşa motosikletlərlə edilən uzun məsafə səyahətləri və ya turistik marşrutlarda gəzintiləri özündə əks etdirir. Mototurizm, bir

şəxsin və ya qrupun motosikletlə müəyyən bir bölgəyi kəşf etməməsi, təbii mənzərələri görməsi və ya fərqli mədəniyyətlərə tanık olması kimi müxtəlif məqsədlərə xidmət edir.

2. Avtoturizm , motorlu dördtəkərli maşınlarşa edilən səyahətləri ifadə edir. Bununla edilən ümumi səyahətlərdən, karavanlarla yapılan kamplama turlarına qədər müxtəlif səyahətləri özündə əks etdirir. Avtoturizm, insanların rahat səyahət etməsini və müxtəlif yerlərdə qonaqlamasını təmin edən bir tur turizm növüdür [3,s.112].

Hava turizmi

2021-ci il oktyabrın 26-da hava limanının rəsmi açılışı olmuşdur. Açılışda Azərbaycan prezidenti İlham Əliyev və birbaşa təyyarəsi hava limanına eniş edən Türkiyə prezidenti Rəcəb Tayyib Ərdoğan iştirak ediblər.Təməli isə 2020-ci ildə qoyulmuşdur[7].

Zəngilan Beynəlxalq Hava Limanın 2021-ci ilin aprelində havalimanının təməlqoyma mərasimi keçirildi.Zəngilan havalimanı 20 oktyabr 2022-ci il tarixində açılmışdır[7].

Laçın aeroportunun 21 avqust 2021 ci ildə təməli qoyulmuşdur, 2025-ci ildə açılmışdır.

Hava limanlarının mövcud olması,orada paraşütlə tullanmanın bütün növlərinin inkişaf etdirmək olar,lakin infrastuktur problemlərinə görə paraşütlə tullanmanın inkişafı mümkün görünmür.

Nəticə: Bu tədbirlər, Qarabağ iqtisadi rayonu ərazisində idman turizmini inkişaf etdirmək üçün əlaqədar və effektiv bir yol təşkil edə bilər. Bu sahədə ətraflı bir plan və strategiya hazırlamaq üçün yerli icmalar, sahibkarlar və dövlət orqanları ilə iş birliyi vacibdir və idman turizminin Qarabağ iqtisadi rayonunda inkişafını stimullaşdırmağa və turistlərin marağını cəlb etməyə nail ola bilər. Nəzərdə tutulan əməliyyatlar və proqramlar, yerli sakinlərin və iş adamlarının dəstəyi ilə daha da effektiv olacaq.

Təkliflər

1. Zəfər moto-marşurutunun təşkili;
2. Dağçılıq və yürüyüş parkurlarını artırılması və təkmilləşdirilməsi;
3. Həkəri, Bazarçay və Tərətəçayda çaylarında raftinq və kayakinqin təşkili;
4. Füzuli,Zəngilan,Laçın hava limanlarında paraşütlə tullanmanın inkişaf etdirilməsi.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Azərbaycan Respublikasının turizm strategiyası,2023-2026,s.18
2. Qarabağ və Şərqi Zəngəzurun İqtisadi potensialının sektoral qiymətləndirilməsi, Bakı,2022,s.361
3. Tərlan Növrəsli, Azərbaycanın turizm potensialının kalkınma amaçlı değerlendirilmesi,İzmir:2009,s.300
4. Thomas Hinch, James Higham,Sport Tourism Development,London,2016,p.690

İnternet resursları

5. .https://www.virtualkarabakh.az/az/new-item/16/98/kelbecer.html
6. .https://www.virtualkarabakh.az/az/new-item/27/96/susa.html
7. .https://www.virtualkarabakh.az/az/new-item/27/100/lacin.html

8. .https://www.azerbaijan-news.az/az/posts/detail/qarabag-ve-serqi-zengezurun-hava-qapilari-1663016964
9. https://www.timeturk.com/gezi/kendinizi-suya-birakmaya-hazir-misiniz/haber-1676811

YUSUBOV İLHAM

Ağdərə rayonunun və Sərsəng su anbarının davamlı turizmin inkişafına təsiri

Sumqayıt Dövlət Universiteti, tələbə

yusubovilham083@gmail.com

Xülasə: Elmi tədqiqat işi işğaldan azad olunmuş ərazilərdə davamlı turizmin təşviqi, yerli turizmin təşviqi, bazanın formalaşdırılması, ayrı-ayrı turizm-rekreasiya zonalarının yaradılması ideyasını özündə əks etdirir. Həmçinin regionda davamlı tuzirm növlərinin təşkili perspektivlərinin araşdırılması və tuzirm məhsulunun brendinq və marketinq strategiyasının hazırlanması mərhələlərini əhatə edir.

Açar sözlər **:** iqtisadiyyat, inkişaf, faydalı, turizm, ərazi

Abstract: The scientific research work reflects the idea of promoting sustainable tourism in the liberated territories, promoting local tourism, forming a base, and creating separate tourism and recreation zones. It also includes the stages of studying the prospects for organizing sustainable types of tourism in the region and developing a branding and marketing strategy for the tourism product.

Keywords **:** economy, development, useful, tourism, territory

Резюме: Научно-исследовательская работа отражает идею развития устойчивого туризма на освобожденных территориях, популяризации местного туризма, формирования базы и создания отдельных туристско-рекреационных зон. Также включены этапы исследования перспектив организации устойчивых видов туризма в регионе и разработки брендинговой и маркетинговой стратегии туристического продукта.

Ключевые слова: экономика, развитие, полезность, туризм, территория

Giriş: Tədqiqat ərazisinin turizm resurs potensialının qiymətləndirilməsi, davamlı turizm təcrübələrinin formalaşdırılması və turizm infrastrukturunun yaxşılaşdırılması, o cümlədən tədqiqat ərazisinin turizm-rekreasiya zonasına çevrilməsi məqsədi ilə tuzirm məhsulunun yaradılması, brendinq və marketinq strategiyasının işlənib hazırlanmasıdır.

Əsasən dağlıq, şərq hissəsi isə düzənliklərdən ibarət olan Ağdərə rayonu faydalı qazıntılarla- polimetal yatağı, əhəng daşı və gipslə zəngindir. İşğal olunana qədər Ağdərə mühüm kənd təsərrüfatı rayonlarından biri idi, iqtisadiyyatında üzümçülük, taxılçılıq, tütünçülük və heyvandarlıq əsas yer tuturdu. Tərtər çayı dərəsi boyunca Azərbaycanın yuxarı və aşağı Qarabağını birləşdirən avtomobil yolları var idi. Ermənistan Ağdərəni işğalda saxladığı dövrdə rayonun sərvətləri talan edərək beynəlxalq hüquqa zidd əməllər həyata

keçirdi. Tərtər çayı üzərində salınmış Sərsəng su anbarı ilə əlaqədar yaranmış vəziyyətə görə ciddi narahatlıq Avropa Şurası Parlament Assambleyasının 2085 saylı qətnaməsində öz əksini tapmışdır. Həmin qətnamədə qəsdən süni ekoloji böhranın yaradılması "ekoloji təcavüz" kimi qiymətləndirilildi, Sərsəng bəndinin baxımsızlığının xeyli sayda insan itkisi və yeni humanitar böhranla müşayiət olunan fəlakətlə nəticələnə biləcəyi vurğulanırdı.

Ağdərə rayonunun qışı quraq keçən mülayim isti və yarımsəhra quru çöl iqlimi var. Torpağı şabalıdı, boz və çəmən-boz qrupuna aiddir. Rayonun ərazisində Tərtər, İncəçay, cənub sərhəddindən isə Xaçın çayı axır. Rayonun səthi şimal-şərqində düzənlik, cənub-qərbində dağlıqdır. Dağlıq sahədə təbaşir, düzənlikdə Antropogen çöküntüləri yayılmışdır. Rayonun iqtisadiyyatının əsasını kənd təsərrüfatı təşkil edir. Tarix boyunca əkinçilik və maldarlıq inkişaf etmişdir. Ağdərə rayonunda, Tərtər çayı vadisində Şərq çinarı meşəliyi xüsusi olaraq qorunurdu.

Ağdərə rayonununda zəngin faydalı qazıntı yataqları var idi: Qızılbulaq qazıntı yatağında 13,6 ton vahid sənaye ehtiyatı olan qızıl və 47,9 milyon ton mis, Mehmana yatağında sənaye ehtiyatları 37,3 milyon ton olan qurğuşun, 40,4 milyon ton olan sink, 100 milyon ton olan Dəmirli mis yatağı, Canyataq-Gülyataq qızıl yatağı var idi. Sənaye ehtiyatları 38 080 min m³ olan Ağdərə, 6 423 min m³ olan Şorbulaq-I, 2 129 min m³ olan Şorbulaq-II mişar daşı yatağı, 200 min m³ olan Ağdərə gəc yatağı işğal dövründə Ermənistan tərəfindən qanunsuz istismar olunmuşdur.

İşgaldan azad olunmuş ərazilərdən axan çayların orta illik su ehtiyatları təxminən 2 295 mln m³ təşkil edir, bunun da təxminən 46%-i və ya 1 049 mln m³-i tranzit çayların hesabına formalaşır. Quraq illərdə bu ehtiyatlar 2 dəfəyə qədər azalır. 1976-cı ildə Tərtərçayın üzərində inşa edilmiş Sərsəng su anbarının ümumi su tutumu 575 mln m³, bəndinin hündürlüyü isə 125 m təşkil edir. İşğala qədər Sərsəng su anbarının suyu 6 inzibati rayonun (Tərtər, Ağdam, Bərdə, Goranboy, Yevlax və Ağcabədi) 100-120 min hektara qədər torpaq sahələrini suvarma suyu ilə təmin edirdi. Sərsəng su elektrik stansiyasının (Sərsəng SES) gücü anbar fəaliyyətə başladığı dövrdə 50 meqavat, orta çoxillik istehsal gücü isə 123,0 mln kVt-saat idi. Sərsəng su anbarına torpaq bənd, irriqasiya-enerji məqsədi ilə buraxıcı və istismar su tullayıcısı daxildir.

Sahəsinə və həcminə görə Azərbaycanda beşinci böyük su anbarı olan Sərsəng su anbarı Ağdərə inzibati rayonunda yerləşir. Coğrafi mövqeyinə və yerləşdiyi ərazinin quruluşuna görə dünyanın ən mürəkkəb su anbarlarından biri kateqoriyasına aid edilir. Belə ki, Sərsəng su anbarının yerləşdiyi ərazi hipsometrik nöqteyi-nəzərdən çox yüksəkdədir və dəniz səviyyəsindən təxminən 726 m hündürlükdə inşa edilib. Bu isə baş verə biləcək qəzanın nəticəsinin ağır olması ehtimalını ciddi şəkildə artırır. Sahil xəttinin mürəkkəbliyi anbarın sahil zolağında müxtəlif növ təsərrüfat fəaliyyətlərinin təşkilinə imkan verir.

Sərsəng su anbarının yerləşdiyi Ağdərə rayonunun iqlimi mülayim isti səhra tipinə aid olmaqla, yumşaq qış və quru isti yayı ilə fərqlənir. Havanın orta illik temperaturu 12-14°C təşkil edir. Ən isti aylar iyul-avqust aylarıdır. Bu dövrdə havanın orta aylıq temperaturu 26°C, maksimal temperatur isə 40°C olur. Ən soyuq ay yanvar olmaqla, orta aylıq temperatur 1,6-2,5°C təşkil edir. Atmosfer yağıntılarının orta illik

norması 370 mm-dir. Külək rejimi mövsümü xarakter daşımaqla, küləyin orta sürəti 3-4 m/san (Bofort şkalası ilə 3 bal) təşkil edir.

Sərsəng su anbarı təsərrüfatda istifadəsi suvarma (irriqasiya) və balıq təsərrüfatı üçün nəzərdə tutulmuşdur. Məşhur İstisu (Kəlbəcər) kurortu Tərtərçayın yuxarı axım hissəsindədir. Burada səthə çıxan İstisu mineral suyu tərkibinə görə Çexiyanın Karlovı-Varı, Rusiyanın Şimali Qafqaz bölgəsindəki Yesentuki mineral bulaqlarına oxşayır. İşğala qədər müalicə məqsədilə geniş istifadə edilirdi. Çoxsulu illərdə Tərtərin suları Sərsəng su anbarını layihə həcmində doldurur, artıq sular isə çayın aşağı axınında nəinki ekoloji axımı təmin edir, hətta ondan xeyli artıq olur. Orta və az sulu illərdə Tərtərçayın aşağı axınında su yalnız yaz-yay daşqınları zamanı, bəzən isə payızda müşahidə edilir. Çay suları sağ sahil və sol sahil kanalları ilə Qarabağ düzünün Yuxarı Qarabağ kanalı ilə dağətəyi arasında yerləşən hissələrinin suvarılmasında istifadə edilir. Sərsəng su anbarı ilkin olaraq elektrik və irriqasiya məqsədilə nəzərdə tutulmuşdu. Odur ki, su anbarında hər birinin gücü 50 MVt olan 2 ədəd turbindən ibarət su elektrik stansiyası(SES) quraşdırılmışdı. Hər bir turbinin su buraxma qabiliyyəti maksimum 30 m³/san olmaqla, SES-dən cəmi 60 m³ su buraxılması nəzərdə tutulmuşdu. Bundan əlavə suvarma məqsədilə çaya su buraxmaq üçün SES işləmədiyi hallarda anbarın bəndində 6 ədəd siyirtmə quraşdırılmışdır. Bu siyirtmələr vasitəsilə hər biri 5 m³/san olmaqla Tərtər çayına cəmi 30 m³/san su buraxmaq olur. Eləcə də su anbarı dolduğu hallarda qəza su tullayıcısı vasitəsilə 740 m³/san miqdarında daşqın suları Tərtər çayına axıtmaq nəzərdə tutulmuşdur. Qeyd etmək lazımdır ki, Tərtər hidro kompleksi eyni zamanda əsas su anbarından 20 km aşağıda daha kiçik tənzimləyici kimi 5,86 mln m³ su tutumuna malik Suqovuşan su anbarından və bənddən ibarətdir. Suqovuşan su anbarı Tərtər çayı üzərində Sərsəng su anbarından və Torağaçay çayından gələn suları gündəlik nizamlamaq məqsədilə yaradılmışdır. Bu su anbarında yerləşən hidroqovşaqdan su götürən ümumi uzunluğu 92,6 km olan Tərtər sağ və sol magistral kanallarının 80 km-lik hissəsinin işğal zonasında qalması nəticəsində uzun illərdən bəri Tərtər, Bərdə, Ağdam, Goranboy, Yevlax və Ağcabədi rayonlarının 56 min hektardsn çox torpaq sahələrinə suvarma suyunun verilməməsi bu regionun iqtisadiyyatına, xüsusi ilə kənd təsərrüfatının inkişafına hər il əvəzolunmaz zərər vururdu. Bununla bərabər, Sərsəng su anbarı istifadəyə verilərkən Azərbaycanın 6 rayonunda (Tərtər, Ağdam, Goranboy, Bərdə, Yevlax və Ağcabədi) əkin sahələrinin suvarılması məqsədilə şimal və cənub istiqamətləri olmaqla iki hissəyə ayrılan və ümumi uzunluğu 240 km təşkil edən irriqasiya kanalı tikilmişdi.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 5 dekabr 2023-cü il tarixli qərarı ilə Ağdam, Kəlbəcər və Tərtər rayonlarının inzibati ərazi bölgüsündə qismən dəyişikliklər edilərək mərkəzi Ağdərə şəhəri olmaqla Ağdərə rayonu yaradılmışdır. Qərara əsasən Sərsəng su anbarının ətrafında yerləşən Kəlbəcər rayonunun Heyvalı, Tərtər rayonunun Umudlu və Zəylik kəndləri Ağdərə rayonunun inzibati ərazi bölgüsünə daxil edilmişdir. Sözügedən kəndlərin 30 ilə yaxın işğal altında olması burada yeni infrastruktur və xidmət obyektlərinin yaradılmaması, o cümlədən mövcud yaşayış məntəqələrinin dağıdılmış olmasına gətirib çıxarmışdır. İstisu-Kəlbəcər hidrogeometrik zonasına aid edilən ərazidə müalicə-sağlamlıq turizminin inkişaf etdirilməsi üçün dörd qrup mineral-termal sular var: cənubdan şimala doğru Bağırsaq, İstisu, Aşağı

İstisu və Kəlbəcər qrupları. Əksər mənbələrdə suyun temperaturu 26-36°C, debiti isə 0,1 -0,3 1/san təşkil edir.

Nəticə: Aparılmış tədqiqatlar ərazinin təbii şəraitinin, geoloji quruluşunun, iqliminin və torpaq-landşaft xüsusiyyətlərinin burada müxtəlif növ təsərrüfat fəaliyyətlərinin təşkili, habelə turizm istiqamətlərinin inkişafı üçün əlverişli imkanların olduğunu göstərir.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısı:

1. Azərbaycanın inzibati rayonlarının coğrafi səciyyəsi (Ə.Talıov və R.Rəcəbovun redaktorluğu ilə). Bakı Dövlət Universitetinin Coğrafiya fakültəsinin Tələbə Elmi Cəmiyyəti // Bakı.- "MBM" nəşriyyatı, - 2015, -375s.
2. F. İmanov, A. Ələkbərov. Azərbaycanın su ehtiyatlarının müasir dəyişmələri və inteqrasiyalı idarə edilməsi // Bakı. – Mütərcim, - 2017, - 352s.
3. İ. Bayramov və b. Davamlı turizmin inkişafında eko-mədəni və etno-mədəni irsin turizm məhsuluna çevrilməsi imkanları (Azıx-Tuğ-Tağlar yaşayış məntəqələri və ətraf ərazilər timsalında). Elmi layihə // "İşğaldan azad olunmuş ərazilərdə turizmin bərpası və inkişafı mövzusunda" I elmi-praktik konfransı, Ağdam – 2023

MƏLEYKƏ RƏSULOVA

Azərbaycanın işğaldan azad olunan ərazilərinin tarixi və mədəni turizm potensialı

Qərbi Kaspi Universiteti, magistr

E-mail: rsulovamleyk@gmail.com

Xülasə: Azərbaycanın Qarabağ və Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonları, uzun illər işğal altında qaldıqdan sonra 2020-ci ildə Vətən müharibəsi nəticəsində azad edilmişdir. Bu ərazilər qədim tarixə, zəngin mədəniyyətə və unikal turizm potensialına malikdir. Azərbaycan hökuməti tərəfindən bu bölgələrin bərpası və yenidən qurulması istiqamətində mühüm addımlar atılır. Bu məqalədə işğaldan azad olunan ərazilərin tarixi və mədəni turizm potensialı araşdırılacaq. İşğaldan əvvəl həmin ərazilərdə kifayət qədər turizm ehttiyyatları olmasına baxmayaraq, isğal olunduqdan sonra bir çox ərazilər erməni vandalizminə məruz qalmışdır. Bunun nəticəsində bir bəzi ərazilər tamamilə dağıdılmış və ya sıradan çıxarılmışdır. Lakin azad olunmuş torpaqlarda Vətən müharibəsindən sonra böyük bərpa işləri həyata keçirilməkdədir. Bununla bağlı olaraq həmin ərazilərin hansı turizm potensialının olduğu araşdırılır.

Açar sözlər: tarixi turizm, mədəni turizm, işğaldan azad olunmuş ərazilər, turizmin inkişafı

Резюме: Экономические районы Карабах и Восточный Зангезур в Азербайджане были освобождены в 2020 году в результате Отечественной войны после многолетней оккупации. Эти территории обладают древней историей, богатой культурой и уникальным туристическим потенциалом. Правительство Азербайджана предпринимает важные шаги по восстановлению и реконструкции этих регионов. В данной статье будет исследован исторический и культурный

туристический потенциал освобождённых территорий. Несмотря на то, что до оккупации в этих районах имелись значительные туристические ресурсы, после оккупации многие территории подверглись армянскому вандализму. В результате некоторые районы были полностью разрушены или выведены из строя. Однако после Отечественной войны на освобождённых землях ведутся масштабные работы по восстановлению. В связи с этим исследуется туристический потенциал этих территорий.

Ключевые слова: исторический туризм**,** культурный туризм**,** освобождённые от оккупации территории**;** развитие туризма

Abstract: The Karabakh and East Zangazur economic regions of Azerbaijan were liberated in 2020 as a result of the Patriotic War after many years of occupation. These territories have an ancient history, rich culture, and unique tourism potential. The Azerbaijani government is taking significant steps toward the restoration and reconstruction of these regions. This article explores the historical and cultural tourism potential of the liberated territories. Although these areas had considerable tourism resources before the occupation, many sites were subjected to Armenian vandalism during the occupation. As a result, some areas were completely destroyed or rendered unusable. However, since the Patriotic War, large-scale reconstruction efforts have been underway in the liberated lands. Accordingly, the tourism potential of these areas is being studied.

Keywords : historical tourism, cultural tourism, liberated territories, development of tourism

Azad olunmuş ərazilərin yenidən qurulması, gələcək inkişafının təmin edilməsi, vacib infrastrukturun yaradılması və əhalinin öz doğma yurdlarına qayıdışı istiqamətində genişmiqyaslı tədbirlər icra olunur. Sözügedən ərazilərin zəngin iqtisadi potensialından, təbii resurslarından və geniş turizm imkanlarından səmərəli yararlanmaqla bir çox bərpa işləri aparılır. İşğaldan azad olunan ərazilərdə yüzlərlə tarixi-memarlıq abidəsi mövcuddur. Bu abidələr Azərbaycanın qədim dövlətçilik ənənələrinin və mədəniyyətinin canlı şahidləridir. Əsas tarixi-mədəni irs nümunələri aşağıdakılardır:

- **Şuşa şəhəri** – Azərbaycanın mədəniyyət paytaxtı olan Şuşa, XVIII əsrdə Pənahəli xan tərəfindən salınmış və çoxsaylı tarixi-memarlıq abidələri ilə zəngindir. Burada Qarabağ xanlığının tarixi qalaları, məscidlər, muzeylər və Xurşidbanu Natəvanın evi kimi mühüm məkanlar yerləşir.
- **Xudafərin körpüləri** – Cəbrayıl rayonunda yerləşən və XII-XIII əsrlərə aid olan bu körpülər Azərbaycan tarixinin mühüm hissəsini təşkil edir.
- **Azıx mağarası** – Füzuli rayonunda yerləşən və dünyanın ən qədim insan məskənlərindən biri sayılan bu mağara arxeoloji baxımdan böyük əhəmiyyətə malikdir.
- **Gəncə qapıları** – Şuşada saxlanılan və XVIII əsrə aid edilən bu qapılar Azərbaycanın qədim memarlıq nümunələrindən biridir.

Şuşa şəhəri və digər azad olunmuş bölgələr Azərbaycanın mədəni turizm mərkəzlərinə çevrilmək potensialına malikdir. Bu istiqamətdə həyata keçirilən tədbirlər aşağıdakılardır:

- **"Xarı Bülbül" Musiqi Festivalı** – 2021-ci ildən etibarən Şuşada keçirilən bu festival Azərbaycan və dünya musiqisinin unikal nümunələrini təqdim edir.
- **Vaqif Poeziya Günləri** – Molla Pənah Vaqifin xatirəsinə həsr olunmuş bu tədbir Şuşada mütəmadi olaraq təşkil edilir.
- **Xalq sənətkarlığı və turistik sərgilər** – Qarabağın qədim sənətkarlıq ənənələrinin yaşadılması və dünya turizminə tanıdılması məqsədilə müxtəlif sərgilər keçirilir.

İşğaldan azad olunan ərazilər həm də ekoturizm və təbiət turizmi üçün böyük imkanlara malikdir. Qarabağın füsunkar təbiəti, dağları, çayları və meşələri ekoturizm marşrutlarının yaradılmasına şərait yaradır:

- **Bəsitçay Dövlət Təbiət Qoruğu** – Azərbaycanın nadir flora və faunası ilə zəngin olan bu qoruq Zəngilan rayonunda yerləşir.
- **İsa bulağı** – Şuşa yaxınlığında yerləşən və müalicəvi xüsusiyyətləri ilə tanınan bu bulaq turizm üçün cəlbedici məkanlardan biridir.
- **Turizm marşrutları** – Qarabağ və Şərqi Zəngəzurda yeni turizm marşrutlarının yaradılması planlaşdırılır ki, bu da turistlərə bölgənin təbii gözəlliklərini kəşf etməyə imkan verəcək.

Azərbaycan hökuməti bu bölgələrin bərpası və turizmin inkişafı üçün genişmiqyaslı layihələr həyata keçirir. Əsas infrastruktur layihələrinə aşağıdakılar daxildir:

- **Füzuli Beynəlxalq Hava Limanı** – İşğaldan azad edilən ərazilərin turizm əlaqələrini gücləndirmək üçün inşa edilmişdir.
- **Şuşa və Laçında yeni hotellər və istirahət mərkəzləri** – Turistlər üçün müasir standartlara cavab verən infrastruktur qurulur.
- **Avtomobil və dəmiryolu şəbəkəsinin inkişafı** – Qarabağa rahat gediş-gəlişi təmin etmək məqsədilə yeni yollar və dəmiryolları salınır.

Azərbaycanın işğaldan azad olunmuş ərazilərindəki tarixi və mədəni abidələrin işğaldan əvvəlki və sonrakı vəziyyəti ilə bağlı məlumatlar aşağıdakı cədvəldə qeyd edilmişdir:

Kateqoriya	İşğaldan əvvəl	İşğaldan sonra
Tarixi mədəni abidələrin ümumi sayı	Təxminən 2.625	95%- i dağıdılıb
Dövlət qeydiyyatında olan abidələr	706	95%-i dağıdılıb
Muzeylər və filialları	22	Hamısı dağıdılıb
Muzey eksponatları	100.000 – dən çox	Hamısı oğurlanıb və ya məhv edilib
Kitabxanalar	927 (4.6 milyon kitab)	Hamısı dağıdılıb
Musiqi və incəsənət məktəbləri	85	Hamısı dağıdılıb
Mədəniyyət sarayları ,klublar və mərkəzlər	808	Hamısı dağıdılıb

Teatrlar	4	Hamısı dağıdılıb
Konsert zalları	2	Hamısı dağıdılıb
İncəsənət qalereyaları	4	Hamısı dağıdılıb
Mədəniyyət və incəsənət parkları	8	Hamısı dağıdılıb

Mənbə: Müəllif tərəfindən əsas tərtib edilmişdir.

Bu statistika göstərir ki, işğal dövründə Azərbaycan mədəni irsinə ciddi ziyan vurulmuşdur. Hazırda bu abidələrin bərpası və qorunması istiqamətində ciddi işlər aparılır.

2021-ci il 10 dekabr tarixində imzalanmış "İşğaldan azad edilmiş ərazilərdə iqtisadi inkişafın sürətləndirilməsi ilə bağlı bəzi tədbirlər haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı" işğaldan azad olunmuş ərazilərin yenidən qurulması üçün tədbirlərin başlanılmasına təkan vermişdir. Bu sərəncama əsasən Azərbaycan Respublikasının Ermənistanın işğalından azad edilmiş ərazilərinin yenidən qurulması, milli iqtisadi sistemə sürətli inteqrasiyası, davamlı inkişafının təmin edilməsi, həmin bölgələrdə müasir infrastrukturun yaradılması, mədəni və tarixi abidələrin bərpası, eləcə də orada layiqli yaşayış mühitinin formalaşdırılması istiqamətində genişmiqyaslı tədbirlər həyata keçirilir. Bu çərçivədə reallaşdırılan layihələr həmin torpaqların qısa zaman ərzində sülh və əməkdaşlıq məkanına çevrilməsində və iqtisadi tərəqqisində əhəmiyyətli rol oynayacaqdır.

Nəticə

İşğaldan azad olunmuş ərazilər Azərbaycanın tarixi, mədəni və ekoloji turizminin inkişafı üçün geniş imkanlar açır. Hökumət tərəfindən aparılan bərpa və yenidənqurma işləri nəticəsində bu bölgələr yaxın gələcəkdə beynəlxalq turistlərin diqqətini cəlb edəcək mühüm mərkəzlərə çevriləcək. Azərbaycanın zəngin irsini və füsunkar təbiətini dünyaya tanıtmaq üçün bu ərazilərdə turizmin inkişafı strateji əhəmiyyət daşıyır.

Turizm potensialının tam istifadəsi üçün dövlət və özəl sektorun əməkdaşlığı vacibdir. Bu istiqamətdə turizm obyektlərinin tikintisi, tarixi abidələrin bərpası, ekoturizm və mədəni tədbirlərin təşkil edilməsi mühüm rol oynayır. Eyni zamanda, bölgəyə turist cəlb etmək üçün beynəlxalq səviyyədə tanıtım kampaniyalarının aparılması və müasir turizm strategiyalarının həyata keçirilməsi zəruridir.

Bərpa və inkişaf prosesi yalnız iqtisadi və turizm sahələrini deyil, həm də sosial rifahı yüksəltmək məqsədi güdür. Yerli əhalinin məşğulluq imkanlarının genişləndirilməsi, onların turizm sahəsində fəaliyyətə cəlb edilməsi və regionun sosial-iqtisadi inkişafına töhfə verilməsi əsas prioritetlərdən biridir. Bu istiqamətdə davamlı addımlar atılarsa, işğaldan azad olunmuş ərazilər nəinki Azərbaycanın, hətta regionun ən mühüm turizm mərkəzlərindən birinə çevrilə bilər. Azad olunmuş ərazilərin yenidən qurulması, onların gələcək inkişafının təmin edilməsi, mühüm infrastrukturun yaradılması və əhalinin doğma torpaqlarına qayıdışı istiqamətində geniş tədbirlər həyata keçirilir. Bu ərazilərin zəngin iqtisadi potensialından, təbii ehtiyatlarından və geniş turizm imkanlarından səmərəli istifadə olunmaqla bir çox bərpa layihələri icra edilir.

Ədəbiyyat

1. Əkbərov, R. (2021). *Şuşa: Azərbaycanın mədəniyyət paytaxtı*. Bakı: Elm və Təhsil.
2. Əliyev, Ə. (2022). *Qarabağ və Şərqi Zəngəzurun tarixi abidələri*. Bakı: Şərq-Qərb Nəşriyyatı.
3. UNWTO (2021). *Tourism and Heritage Conservation in Post-Conflict Regions*. Madrid: UNWTO Publications.
4. Azərbaycan Respublikası Dövlət Turizm Agentliyi (2023). *İşğaldan azad olunmuş ərazilərdə turizmin inkişaf strategiyası*. Bakı: Turizm və Menecment Universiteti.
5. İ.Hüseynov , N.Əfəndiyeva (2007). Turizmin əsasları. Bakı: Mars-Print nəşriyyat
6. "İşğaldan azad edilmiş ərazilərdə iqtisadi inkişafın sürətləndirilməsi ilə bağlı bəzi tədbirlər haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı" – 10 dekabr 2021 – ci il

QURBANLI İNTİQAM

Azərbaycanın işğaldan azad olunan ərazilərinin turizm potensialı

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E - mail: intiqamqurbanli@gmail.com

Xülasə: Qarabağ və digər işğal olunmuş ərazilərin azad edilməsi Azərbaycan üçün təkcə siyasi və hərbi uğur deyil, həm də milli mədəniyyətin inkişafı üçün münbit şərait yaratdı. Uzun illər işğal altında qalan bu bölgə indi bərpa və yenidənqurma mərhələsinə qədəm qoyub. Yenidənqurmanın əsas istiqamətlərindən biri də arxeoloji və tarixi memarlıq abidələrinin bərpası və qorunmasıdır. Əsrlər boyu formalaşmış mədəni kimliyin ayrılmaz hissəsi olan bu abidələr eyni zamanda regionun mədəni və tarixi turizm potensialını da üzə çıxarır. Bu məqalədə Qarabağda aparılan bərpa işlərinin turizmin inkişafına necə töhfə verdiyi, onların sosial-iqtisadi təsiri və gələcək perspektivləri təhlil edilir.

***Açar sözlər*:** Qarabağ, tarixi abidələr, bərpa və konservasiya, mədəni turizm, turizmin inkişafı

Abstract: The liberation of Karabakh and other occupied territories is not only a political and military success for Azerbaijan but has also created favorable conditions for the development of national culture. This region, long under occupation, has now entered a phase of restoration and reconstruction. One of the main directions of this reconstruction is the restoration and preservation of archaeological and historical architectural monuments. These monuments, an integral part of the cultural identity formed over centuries, also highlight the region's cultural and historical tourism potential. This article analyzes how the restoration efforts in Karabakh contribute to the development of tourism, their socio-economic impact, and future prospects.

Keyword: Karabakh, historical monuments, restoration and conservation, cultural tourism, tourism development

Резюме: Освобождение Карабаха и других оккупированных территорий является для Азербайджана не только политическим и военным успехом, но и создало благоприятные условия для развития национальной культуры. Этот регион, долгое время находившийся под оккупацией, теперь вступил в этап восстановления и реконструкции. Одним из основных направлений этой реконструкции является восстановление и сохранение археологических и исторических архитектурных памятников. Эти памятники, являющиеся неотъемлемой частью культурной идентичности, сформировавшейся на протяжении веков, также раскрывают культурный и исторический туристический потенциал региона. В данной статье анализируется, как работы по восстановлению в Карабахе способствуют развитию туризма, их социально-экономическое воздействие и будущие перспективы.

Ключевое слово: Карабах, исторические памятники, реставрация и консервация, культурный туризм, развитие туризма

2020-ci ildə Azərbaycan ərazilərinin işğaldan azad edilməsi ölkə tarixində yeni bir səhifə açdı. Strateji və siyasi əhəmiyyətindən başqa, bu torpaqlar turizm inkişafı üçün böyük potensiala malikdir. Təbii gözəlliklər, tarixi abidələr və mədəni irslə zəngin olan azad edilmiş ərazilər həm yerli, həm də beynəlxalq turistlər üçün əsas cəlbedici məkana çevrilə bilər. Lakin bu potensialın reallaşdırılmasından əvvəl minalardan təmizləmə, mədəni irsin bərpası və infrastrukturun inkişafı kimi əhəmiyyətli səylər görülür.[1]

Azad edilmiş ərazilərdə turizmin canlandırılmasının qarşısında duran əsas çətinliklərdən biri torpaqların minalar və partlamamış hərbi sursatlarla (PHS) geniş şəkildə çirklənməsidir. Bu ölümcül müharibə qalıqları təkcə insan həyatı üçün təhlükə yaratmır, həm də infrastrukturun bərpası və turizm marşrutlarının inkişafına mane olur.[3]

Münaqişənin bitməsindən sonra Azərbaycan minalardan təmizləməni əsas prioritetə çevirib. Azərbaycan Respublikası Minatəmizləmə Agentliyi (ANAMA), Fövqəladə Hallar Nazirliyi ilə birlikdə və BMTİP və müxtəlif QHT-lər kimi beynəlxalq tərəfdaşların dəstəyi ilə geniş miqyaslı minalardan təmizləmə əməliyyatları aparır.[1]

- 2025-ci ilin əvvəlinə qədər 130,000 hektardan çox ərazi minalardan və PHS-lərdən təmizlənib.
- Minlərlə piyada əleyhinə və tank əleyhinə mina təhlükəsiz şəkildə zərərsizləşdirilib.
- Dronlar, mina aşkarlayan itlər və müasir avadanlıqlar kimi texnologiyalar bu əməliyyatlarda aktiv istifadə olunur.
- Yol şəbəkələri, mədəni abidələr və turizm və kənd təsərrüfatı üçün nəzərdə tutulmuş ərazilərin təmizlənməsinə xüsusi diqqət yetirilir.

Bu səylər gələcək turistlərin təhlükəsizliyini təmin etmək və yollar, otellər və ziyarətçi mərkəzləri kimi zəruri turizm infrastrukturunun tikintisini mümkün etmək üçün kritik əhəmiyyət kəsb edir.[4]

Azərbaycanın azad edilmiş əraziləri regionun zəngin irsini əks etdirən çoxsaylı tarixi və mədəni abidələrə ev sahibliyi edir. Təəssüf ki, bu abidələrin bir çoxu işğal illərində ciddi şəkildə zədələnmiş və ya baxımsız qalmışdır.[7] Bu gün bu qiymətsiz xəzinələri dirçəltmək üçün geniş bərpa və yenidənqurma işləri aparılır.[2]

- Şuşa şəhəri: Azərbaycanın "mədəni paytaxtı" kimi tanınan Şuşa sürətlə bərpa olunur. Yuxarı Gövhər Ağa Məscidi, Aşağı Gövhər Ağa Məscidi və Natəvan Sarayı kimi əsas abidələr bərpa edilib.
- Pənahəli Xan Sarayı: Şuşanın ən mühüm tarixi abidələrindən biri olan bu saray öz orijinal şöhrətinə qaytarılmaq üçün bərpa edilir.
- Xudafərin körpüləri: Azərbaycan və İran sərhədində yerləşən bu qədim körpülər Azərbaycanın tarixi memarlığının simvoludur və bərpa proqramının bir hissəsidir.
- Ağdam Cümə Məscidi: Bir vaxtlar dağıntının simvolu olan bu məscid indi bərpa olunur və həm ibadət yeri, həm də turizm məkanı kimi xidmət edəcək.
- Zəngilan və Cəbrayıldakı Mədəni İrs Obyektləri: Davam edən arxeoloji və bərpa layihələri orta əsr abidələrini və karvansaraları aşkar edir ki, bunlar gələcək turizm məkanlarına çevrilməyə hazırdır.

Bu abidələrin bərpası təkcə mədəni kimliyi qorumur, həm də turist təcrübəsini zənginləşdirərək ziyarətçilərə Azərbaycanın tarixi irsinə baxış təqdim edir.[5]

Azad edilmiş ərazilərin təbii gözəlliyi misilsizdir. Möhtəşəm dağlardan tutmuş gur meşələrə və mineral bulaqlara qədər bu ərazilər ekoturizm, mədəni turizm, macəra turizmi və sağlamlıq turizmi üçün geniş imkanlar təqdim edir.[4]

1.Şuşa:
- Azərbaycanın mədəni paytaxtı elan edilib.
- Xarıbülbül Festivalı və Vaqif Poeziya Günləri kimi beynəlxalq mədəni tədbirlərə ev sahibliyi edir.
- Zəngin tarixi memarlıq və heyrətamiz dağ mənzərələri.

2. Laçın:
- Alp landşaftları və müxtəlif flora və faunası ilə tanınır.
- Ekoturizm və dağ gəzinti yolları üçün potensial.
- Mineral bulaqlar və təbii qoruqlara ev sahibliyi edir.

3. Kəlbəcər:
- İstisu kimi müalicəvi mineral suları ilə məşhurdur, keçmiş Sovet dövründə sağlamlıq kurortu kimi fəaliyyət göstərib.
- Sağlamlıq turizmi infrastrukturunun dirçəldilməsi planları hazırlanır.
- Ekoturizm üçün ideal mənzərəli meşələr və dağ çayları.

4. Zəngilan:
- Sıx meşələr və münbit düzənliklər.
- Bartaz meşəsi kimi təbii qoruqlar.
- Ekoturizm və quş müşahidəsi üçün imkanlar.

5. Füzuli:

- Yeni açılan Füzuli Beynəlxalq Hava Limanı ilə azad edilmiş ərazilərə giriş qapısı.
- Yaxınlıqdakı attraksionlara səyahət edən turistlər üçün nəqliyyat mərkəzi kimi xidmət edəcək.

6. Ağdam:

- "Qafqazın Xirosiması" kimi tanınan Ağdam dayanıqlılığın simvolu kimi yenidən qurulur.
- Tarixi turizm və münaqişənin xatirəsinə həsr olunmuş xatirə parkları üçün planlar.

Azərbaycan hökuməti azad edilmiş ərazilərdə turizmi təşviq etmək üçün hərtərəfli planlar hazırlayıb. "Böyük Qayıdış" proqramı keçmiş sakinlərin köçürülməsini, ağıllı kəndlərin inkişafını və turizm zonalarının yaradılmasını nəzərdə tutur.[6]

- Dövlət Turizm Agentliyi və Mədəniyyət Nazirliyi Şuşa, Kəlbəcər, Laçın və digər bölgələr üçün baş planlar üzərində fəal işləyir.[2;4]
- Beynəlxalq ekspertlərlə əməkdaşlıq davamlı turizm təcrübələrinin prioritetləşdirilməsini təmin edir.
- Yeni hava limanları, magistral yollar və yaşayış obyektləri daxil olmaqla müasir infrastruktur layihələri sürətlə irəliləyir.

Beynəlxalq təşkilatlar və xarici investorlar da bu bölgələrin unikal potensialını və mədəni zənginliyini tanıyaraq turizm inkişafına töhfə vermək istəyini ifadə ediblər.[7]

Nəticə Azərbaycanda işğaldan azad edilmiş ərazilər dayanıqlılıq, mədəni irs və təbii gözəlliyin sübutudur. Minalardan təmizləmə və infrastrukturun yenidən qurulması kimi çətinliklər əhəmiyyətli olsa da, indiyə qədər əldə olunan irəliləyişlər ümidvericidir. Davamlı investisiyalar və bərpa səyləri ilə bu bölgələr həm yerli, həm də beynəlxalq turistlər üçün aparıcı məkanlara çevrilməyə hazırdır. Bu torpaqların turizm potensialını açmaqla Azərbaycan təkcə iqtisadi inkişafı təşviq etmir, həm də tarixini və mədəniyyətini şərəfləndirərək keçmiş dağıntıları gələcək rifaha çevirir.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. ANAMA (Azərbaycan Milli Minatəmizləmə Agentliyi). (2024). Azad edilmiş ərazilərdə humanitar minatəmizləmə üzrə illik hesabat. Bakı: ANAMA Nəşriyyatı.
2. Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət Nazirliyi. (2024). Azad edilmiş ərazilərdə bərpa layihələri. Əldə edilib: www.culture.gov.az
3. BMTİP Azərbaycan. (2023). Qarabağda minatəmizləmə və davamlı bərpa dəstəyi. BMTİP Nəşrləri.
4. Azərbaycan Respublikası Dövlət Turizm Agentliyi. (2024). Qarabağ və Şərqi Zəngəzur üçün turizm inkişaf strategiyası. Bakı: Turizm Agentliyi Nəşrləri.
5. Məmmədov, R. (2023). Qarabağın mədəni irsi: bərpa və qorunma. Bakı: Elm Nəşriyyatı.
6. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Rəsmi İnternet Səhifəsi. (2024). Azad edilmiş ərazilərin bərpası ilə bağlı çıxışlar və fərmanlar. Əldə edilib: www.president.az
7. UNESCO Hesabatları. (2024). Qarabağ bölgəsinin mədəni abidələrinə qiymətləndirmə missiyası. Paris: UNESCO Nəşriyyatı.

NAİBƏ NƏSİROVA

İşğaldan azad olunmuş ərazilərdə turizm infrastrukturu: mövcud vəziyyət və perspektivlər

Sumqayıt Dövlət Universiteti, tələbə

E mail: nesirova.naibee@gmail.com

Xülasə: İşğaldan azad olunmuş ərazilər Azərbaycanın ərazi bütövlüyünün bərpası ilə turizm potensialının inkişafı üçün yeni imkanlar yaratmışdır. Bu ərazilər zəngin təbiət, tarixi və mədəni irs ilə seçilir və işğaldan sonra genişmiqyaslı infrastruktur bərpa işləri həyata keçirilmişdir. Dövlətin dəstəyi ilə Şuşa şəhərinin mədəniyyət paytaxtı elan edilməsi, yeni hava limanlarının və dəmir yollarının tikintisi, "Böyük Qayıdış" Proqramı çərçivəsində həyata keçirilən layihələr bölgənin turizm potensialını artırmağa şərait yaradır. Bu ərazilər həm də ekoturizm, mədəni və təbii turizmin inkişafı üçün əlverişli şəraitə malikdir. Lakin infrastruktur, təhlükəsizlik və ətraf mühit məsələləri kimi çətinliklər də mövcuddur

Açar sözlər: Azərbaycan Respublikası, dövlət siyasəti, turizm infrastrukturu, mövcud vəziyyət, perspektivlər

Abstract: The liberated territories of Azerbaijan, with the restoration of the country's territorial integrity, have created new opportunities for tourism potential development. These areas are distinguished by their rich nature, historical, and cultural heritage, with extensive infrastructure restoration efforts being carried out after the liberation. With state support, the designation of Shusha as the cultural capital, the construction of new airports and railways, and projects under the «Great Return» Program create favorable conditions to enhance the tourism potential of the region. These areas are also conducive to the development of ecotourism, cultural, and natural tourism. However, challenges such as infrastructure, security, and environmental issues remain.

Keywords : Republic of Azerbaijan, state policy, tourism infrastructure, current situation, prospects

Резюме: Освобожденные территории Азербайджана, с восстановлением территориальной целостности страны, создали новые возможности для развития туристического потенциала. Эти территории выделяются своим богатым природным, историческим и культурным наследием, а после освобождения проводятся масштабные работы по восстановлению инфраструктуры. Благодаря государственной поддержке, объявлению Шуши культурной столицей, строительству новых аэропортов и железных дорог, а также проектам в рамках Программы «Великий Возвращение» создаются условия для повышения туристического потенциала региона. Эти территории также способствуют развитию экотуризма, культурного и природного туризма. Однако остаются проблемы, такие как инфраструктура, безопасность и экологические вопросы.

Ключевые слова: Азербайджанская Республика, государственная политика, туристическая инфраструктура, текущее состояние, перспективы

Azərbaycan Respublikasının ərazi bütövlüyünün bərpası turizimin ölkənin bütün ərazilərində inkişaf etdirilməsinə şərait yaratdı. Belə ki, işğaldan azad olunmuş ərazilərimiz tək tarixi və strateji baxımından deyil, turizm potensialı baxımından da mühüm əhəmiyyətə malikdir. Qarabağ bölgəsi və eləcə də, ətraf zonalar həm zəngin təbiəti, həm də tarixi abidələri və mədəni irsi ilə seçilir. Buna uyğun olaraq da, 44 günlük vətən müharibəsində əldə etdiyimiz şanlı qələbədən sonra dövlət tərəfindən bu bölgələrdə yenidənqurma və bərpa, abadlıq işlərinə start verilmişdir. Bu ərazilərdə infrastruktur və təhlükəsizlik məsələləri əsas istiqamətlər kimi müəyyən edilmişdir. Belə ki, 30 ilə yaxın bir dövrdə mənfur düşmənin işğalına məruz qalmış torpaqlarımız viran edilmiş və minalarla çirkləndirilmişdir. Bu da uzun müddət burada həyat fəaliyyətini və turizmin inkişafını çətinləşdirmişdir. Buna görə də, işğaldan azad olunmuş ərazilərin minalardan təmizlənməsi uzun müddət ərzində davam edir və bu işlər bərpa işləri ilə birlikdə paralel şəkildə həyata keçirilir.

Eyni zamanda qeyd edim ki, bu ərazilər Azərbaycanın təbii sərvətləri ilə çox zəngin olan bölgələrindən biridir. Belə ki, neft sektoru nəzərə alınmadan, ölkəmizin faydalı qazıntı ehtiyatlarının 1/3 hissəsi bu ərazilərin payına düşür. Bura da qızıl, gümüş, polimetal filizləri, sink, molibden, qurğuşun, mineral və termal bulaqlar , tikinti materialları ilə zəngin olan yataqlar mövcuddur.

Sözsüz ki, bu ərazilər də turizm infrastrukturunun inkişaf etdirilməsində dövlət dəstəyi danılmaz faktordur. Bu sahə də atılan ilk addım Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab İlham Əliyevin 2021-ci il 7 may sərəncamı ilə Şuşa şəhərinin Azərbaycanın mədəniyyət paytaxtı elan edilməsi oldu. Həmçinin bu bölgələrdə yol və nəqliyyat infrastrukturunun yenidənqurma və bərpası istiqamətində mühüm addımlar atılmışdır. İlk növbədə, 2021- ci il oktyabr ayında Füzuli hava limanının açılışı oldu. Zəngilan hava limanın tikintisinə isə 2021 – ci il aprel ayında başlandı və 2022 – ci il 20 oktyabr tarixində Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab İlham Əliyev və Türkiyə Respublikasının Prezidenti Rəcəb Tayyib Ərdoğanın iştirakı ilə bu hava limanın təntənəli açılışı həyata keçirildi. [3]

Laçın hava limanın tikintisinə 2021-ci ildən başlanılıb və 2025-ci ildə istifadəyə verilmişdir.

Ümumilikdə, qısa müddət ərzində üç böyük hava limanın tikintisi və istifadəyə verilməsi ölkə prezidentinin bu sahəyə ayırdığı xüsusi diqqətin göstəricisidir.

Ölkə prezidentinin Laçın, Cəbrayıl, Füzuli və Zəngilan rayonlarına 2021 – ci il 14 fevral tarixli səfəri zamanı Horadiz-Ağbənd dəmir yolunun təməlinin qoyulması haqqında verdiyi tapşırıq da mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Belə ki, Horadiz-Ağbənd dəmir yolu Naxçıvan dəhlizinin mühüm tərkib hissəsini təşkil edir. Hal – hazırda bu dəmir yolunun tikinti işlərinin 60 % - i uğurla başa çatdırılıb. [2, səh 51]

2022-ci il iyulun 22-də prezident tərəfindən təsdiqlənmiş "Azərbaycan Respublikasının 2022–2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyası" sənədində öz əksini tapan və işğaldan azad olunmuş ərazilərə əhalinin qaytarılmasını nəzərdə tutan "Böyük Qayıdış" Milli Prioritetinin həyata keçirilməsi məqsədilə xüsusi Dövlət Proqramı hazırlanaraq icrasına başlanılmışdır.[4]

Həmçinin, Prezident İlham Əliyevin 2022-ci il 16 noyabr tarixli sərəncamı ilə işğaldan azad olunmuş ərazilərə əhalinin mərhələli şəkildə qaytarılmasını nəzərdə tutan "Böyük Qayıdışa dair I Dövlət Proqramı

”nın Tədbirlər Planı təsdiqlənmişdir. Bu Proqrama əsasən 2026 – cı ilə qədər 280 000 ha (hektar) – dan çox ərazinin minalardan təmizlənməsi nəzərdə tutulur. Dövlət Proqramı çərçivəsində 34 min 500 mənzil və fərdi yaşayış evinin inşası planlaşdırılır. Eyni zamanda, 197 məktəbəqədər və ümumi təhsil müəssisəsinin, 8 peşə təhsili və 1 orta ixtisas təhsili müəssisəsinin tikintisi və bərpası nəzərdə tutulmuşdur. Proqram çərçivəsində həmçinin sahibkarlığın inkişafı üçün əlverişli şəraitin yaradılması və bu sahədə məşğulluğun artırılması əsas prioritetlərdən biri kimi müəyyən edilmişdir [5].

İşğaldan azad olunmuş ərazilərdə təbii, tarixi və mədəni turizmin inkişafı üçün əlverişli coğrafi-tarixi şərait də mövcuddur. Tarixi baxımından Şuşa şəhəri özünəməxsusluğu ilə göz oxşayır. Mədəniyyət paytaxtımız olan Şuşa şəhəri Xurşudbanu Natəvanın ev muzeyi, Molla Pənah Vaqifin məqbərəsi, Yuxarı və Aşağı Gövhər Ağa məscidi (bu məscid 2021-ci ildə bərpa olunmuşdur) ,Cıdır düzü və.s kimi tarixi- mədəni abidələri ilə zəngindir.

Burada dünya şöhrətli bəstəkar Üzeyir Hacıbəylinin və tanınmış xanəndə Bülbülün ev-muzeyləri yerləşir. Bu muzeylər Azərbaycan musiqisinin inkişafına töhfə verən sənətkarların həyat və yaradıcılığı ilə tanış olmaq üçün unikal məkanlardır. İşğal dövründə dağıdılmış bu abidələrdə 2021 – ci ildən etibarən yenidənqurma və abadlıq işləri aparılıb. Həmçinin, Şuşa şəhəri “Xarıbülbül” beynəlxalq musiqi festivalı ilə də məşhurdur. Xarıbülbül” Beynəlxalq Musiqi Festivalı ilk dəfə 1989-cu ildə təşkil olunmuş və Qarabağın zəngin musiqi ənənələrinin təbliği məqsədi daşımışdır. Şuşa şəhəri işğaldan azad edildikdən sonra 2021-ci ildən etibarən bu festival yenidən keçirilməyə başlanmışdır. [6]

Festival mədəni turizmin inkişafında mühüm rol oynayır və Azərbaycanın multikultural dəyərlərinin dünyaya təqdim olunmasına xidmət edir.

Təsadüfi deyildir ki, əsrarəngiz gözəlliyinə görə Şuşa şəhəri 2023 – cü ildə “Türk dünyasının mədəniyyət paytaxtı” elan olunmuşdur.

Təbii turizm potensialı baxımından işğaldan azad edilmiş ərazilər zəngin landşaft və bioekoloji müxtəlifliyə malikdir. Qarabağ və Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonlarına daxil olan Laçın, Kəlbəcər, Qubadlı və Zəngilan rayonları dağlıq və dağətəyi relyef quruluşuna, zəngin meşə örtüyünə və saf su ehtiyatlarına sahibdir. Kəlbəcər və Laçında yerləşən İstisu və Yuxarı İstisu kimi termal-mineral bulaqlar müalicəvi turizm baxımından böyük əhəmiyyət daşıyır. Zəngilan rayonu ərazisindəki Bəsitçay Dövlət Təbiət Qoruğu isə nadir çinar meşələri ilə ekoturizm üçün əlverişli şərait yaradır. Bu ərazilərin iqlimi əsasən mülayim və soyuq iqlim tipləri ilə səciyyələnir, bu da ilin müxtəlif fəsillərində turizm fəaliyyətlərinin təşkili üçün əlverişli imkanlar açır.

Hazırda işğaldan azad olunmuş ərazilərdə iqtisadi və sosial infrastrukturun bərpası istiqamətində genişmiqyaslı layihələr həyata keçirilir. Ağdam Sənaye Parkı, Cəbrayılda yaradılmış “Araz Vadisi İqtisadi Zonası”, eləcə də Zəngilan rayonundakı “Dost Aqropark” kimi müəssisələr bölgənin iqtisadi inkişafına töhfə verən əsas layihələr sırasındadır. Dövlət Proqramı çərçivəsində idman və gənclər siyasətinə də xüsusi yer ayrılmış, bir neçə Olimpiya İdman Kompleksi və Gənclər Evinin inşası nəzərdə tutulmuşdur. Eyni zamanda, vətəndaşlara xidmətin əlçatanlığını artırmaq məqsədilə “ASAN Xidmət” və “DOST” mərkəzlərinin bölgədə

yaradılması planlaşdırılır. Səhiyyə infrastrukturunun gücləndirilməsi üçün 49 Ailə Sağlamlıq Mərkəzi və 39 tibb məntəqəsinin tikintisi planlaşdırılıb. Əhali məskunlaşmasının mərhələli şəkildə həyata keçirilməsi üçün ümumilikdə 34.500 ailənin bölgəyə köçürülməsi nəzərdə tutulur.[5]

İşğaldan azad olunmuş ərazilərdə turizmin inkişafı üçün bir sıra ciddi çətinliklər də mövcuddur. İnfrastrukturun olmaması, təhlükəsizlik məsələləri və ətraf mühitin zədələnməsi əsas maneələrdəndir. Həmçinin, bu bölgələrdə turizm potensialının beynəlxalq səviyyədə tanıdılması və yerli kadr potensialının gücləndirilməsi vacibdir. Lakin bütün bu çətinliklərə baxmayaraq, düzgün strategiyalarla bu ərazilərdə turizmin inkişafı və yeni imkanların yaradılması mümkündür.

İşğaldan azad olunan ərazilərin turizm potensialını tanıtmaq üçün effektiv tanıtım kampaniyaları və beynəlxalq tədbirlərdə iştirak vacibdir. Eyni zamanda, xüsusi turizm paketləri və yerli mədəniyyətlə tanışlıq turları təklif edilməsi bu bölgələrə turist axınını artıracaqdır. Həmçinin, bölgənin infrastrukturunun inkişafı və keyfiyyətli xidmətlərin təmin edilməsi bu potensialın daha da reallaşmasına şərait yaradacaqdır. Bu addımlar, həm yerli, həm də beynəlxalq turistləri cəlb edərək, regionun turizm sektorunun inkişafına mühüm töhfə verəcək.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Elvin Camalov “Laçın aeroportunun tikintisi üçün idxal olunan mallar daha 1 il gömrük rüsumundan azad edilib” 2024
2. Cəfərova Aydan “İşğaldan azad edilmiş ərazilərdə turizm potensialının qiymətləndirilməsi”. Bakı.2022 səh 51
3. İlkin Həsənov “Qarabağın və Şərqi Zəngəzurun “Ağ fil layihələri”: Füzuli, Zəngilan, Laçın hava limanları”. 2023
4. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Rəsmi İnternet Səhifəsi – https://president.az/az/articles/view/57883
5. Azərbaycan “Böyük Qayıdış”: https://azerbaijan.az/information/911
6. Şuşa mədəniyyət paytaxtı. Azerbaijan Travel. https://azerbaijan.travel/susa

NƏRGİZ CƏFƏRZADƏ

Şuşanın tarixi – mədəni abidələrinin turizm planlaşdırılmasında turizm resursu kimi qiymətləndirilməsi

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant,

E-mail: nara.jafarzada@mail.ru

Xülasə: Tarixi mədəniyyət abidələri turizmin inkişafına təsir göstərən, ölkənin turistlər üçün cəlbedici olmasını şərtləndirən mühüm faktorlardandır. Bu ona görədir ki, hər hansı bir ölkəyə səfər edən hər bir turist ölkənin tarixini, həyat tərzini əks etdirən maddi-mədəniyyət nümunələri ilə maraqlanır. Azərbaycanın turizm potensialını yüksəltmək, onu beynəlxalq aləmdə daha çox işə cəlb etmək üçün tarixi abidələrin rolunu düzgün qiymətləndirmək lazımdır. Bunun üçün bu obyektlərin mövcud vəziyyəti, onların turizm məhsuluna çevrilməsi və turizm marşrutlarında yer alması çox vacibdir. Eyni zamanda bu abidələrin

bərpası və qorunması, onların gələcək nəsillərə çatdırılması da qarşımızda duran mühüm vəzfələrdən biridir. Bu məqalədə Şuşa şəhərindəki tarixi-mədəni abidələrin turizm resursu kimi qiymətləndirilməsi, onların turizm planında necə yer tutması və bu abidələrin turizm məhsuluna çevrilməsi məsələləri dərindən təhlil edilir. Məqaləni araşdırarkən Azərbaycanın mədəni turizm potensialını effektiv şəkildə necə istifadə edə biləcəyimizi, turizm bazarındakı rolunu və mövcud potensialdan necə istifadə edə biləcəyimiz də araşdırılmışdır. Dövlət bu təşəbbüsləri dəstəkləməklə Şuşanın tarixi irsini qoruyub saxlayan, eyni zamanda müasir turizm tələblərinə cavab verən kompleks bir məkana çevrilməsini təmin edə bilər.

Açar sözlər: Turizm, potensial, abidələr, tarix, festivallar, din.

Abstarct: Historical and cultural monuments are key factors influencing the development of tourism and enhancing a country's appeal to tourists. This is because tourists visiting any country are naturally interested in the material and cultural examples that reflect the country's history and lifestyle. In order to boost Azerbaijan's tourism potential and increase its visibility on the international stage, it is essential to properly assess the role of historical monuments. This includes evaluating their current condition, transforming them into tourism products, and integrating them into tourism routes. At the same time, the restoration and preservation of these monuments, ensuring their transmission to future generations, are also among the important tasks we face. This article thoroughly analyzes the evaluation of historical and cultural monuments in the city of Shusha as tourism resources, their integration into tourism plans, and their transformation into tourism products. While researching the article, we also examined how we can effectively use Azerbaijan's cultural tourism potential, its role in the tourism market, and how we can use the existing potential. By supporting these initiatives, the state can ensure that Shusha becomes a complex destination that preserves its historical heritage while meeting modern tourism demands.

Keywords: Tourism, potential, monuments, history, festivals, religion.

Резюме: Исторические и культурные памятники являются важными факторами, влияющими на развитие туризма и делающими страну привлекательной для туристов. Это связано с тем, что каждый турист, посещающий любую страну, интересуется материальными и культурными памятниками, отражающими историю и образ жизни страны. Для повышения туристического потенциала Азербайджана и привлечения большего количества бизнеса в международное сообщество необходимо правильно оценить роль исторических памятников. Для этого большое значение имеет текущее состояние этих объектов, их превращение в туристический продукт, включение в туристические маршруты. В то же время восстановление и охрана этих памятников, а также передача их будущим поколениям является одной из важных задач, стоящих перед нами. В статье глубоко анализируются вопросы оценки историко-культурных памятников Шуши как туристического ресурса, как они вписываются в туристический план и как эти памятники можно превратить в туристический продукт. При подготовке статьи мы также рассмотрели, как можно

эффективно использовать потенциал культурного туризма Азербайджана, его роль на туристическом рынке и как можно использовать существующий потенциал. Поддерживая эти инициативы, государство может гарантировать, что Шуша станет комплексным направлением, сохраняющим свое историческое наследие и отвечающим современным требованиям туризма.

Ключевые слова: Туризм, потенциал, памятники, история, фестивали, религия

Azərbaycan tarixində mühüm yer tutan və əsrlər boyu şəhərin mədəni, elmi və ictimai həyatında mühüm rol oynamış Şuşa şəhəri bu gün də turizm perspektivləri ilə diqqət mərkəzindədir. Şuşa yalnız coğrafi strateji mövqeyə malik deyil, eyni zamanda memarlıq üslubu, tarixi abidələri və milli irs nümunələri ilə xalqın kollektiv yaddaşında xüsusi yerdədir. Qafqazın mədəniyyət şəhəri kimi tanınan bu bölgə incəsənət və ədəbiyyat mərkəzi olmaqla yanaşı, eyni zamanda mədəni irs nümunələri ilə Azərbaycan xalqının milli dəyərini yaşadan unikal bir məkandır. Azərbaycanın turizm sahəsində inkişafı üçün ölkənin zəngin mədəni və tarixi potensialı mühüm rol oynayır. Azərbaycanın mədəni irsi təkcə tarixi abidələrlə məhdudlaşmır. O, həm də ölkənin mədəniyyətini, ənənələrini, incəsənətini və musiqisini özündə əks etdirən bir sərvət olaraq çıxış edir. Bu zəngin irs turizm sahəsində daha geniş imkanlar yaradır və Azərbaycanın beynəlxalq turizm bazarında xüsusi yer tutmasına səbəb olur. Əgər bu irs düzgün şəkildə təqdim edilərsə, yalnız turizm sahəsinin inkişafına deyil, həm də Azərbaycanın mədəni nüfuzunun artmasına şərait yaradacaqdır. Bu amilin turizmin inkişafında nə qədər əhəmiyyətli olduğunu daha ətraflı şəkildə şərh etmək olar.

1. Tarix və mədəniyyətlə tanışlıq, turistləri cəlb etməyin və onların səyahət təcrübəsini zənginləşdirən əsas vasitələrdən biridir. Tarixi və mədəni irs turistlər üçün səyahət etmə və onların motivasiyasını artırma kimi qiymətləndirilir.

2. İkinci olaraq, tarix və mədəni irs resursları iqtisadi baxımdan çox mühüm bir sərvətdir. Bu resurslar yalnız turizm sənayesinin inkişafına deyil, həm də ümumi iqtisadi artıma ciddi təsir göstərir. Tarixi və mədəniyyətə əsaslanan turizm yerli iş yerlərinin yaradılmasına, infrastrukturun inkişafına və əhali arasında daha yüksək gəlirlərin təmin edilməsinə kömək edir. Turizm sektorunun bu cür inkişafı, xüsusilə bölgələrdə iqtisadiyyatın diversifikasiyasına və yeni iş imkanlarının yaranmasına şərait yaradır.

3. Üçüncü növbədə, tarix və mədəni irs resursları bir regionun müsbət imicinin formalaşmasında mühüm rol oynayır. Bu abidələr və irs nümunələri bölgənin tanıtımına və marka kimi qəbul edilməsinə kömək edir. Turizm sahəsində "brend" anlayışını tətbiq etmək üçün məhz bu unikal maddi mədəni nümunələrin rolu danılmazdır [1, s.47].

Cədvəl 1. Şuşa şəhərində tarixi abidələrin sayı

	Dünya əhəmiyyətli		**Ölkə əhəmiyyətli**			**Yerli əhəmiyyətli**			
	Arxeoloji	**memarlıq**	**arxeoloji**	**memarlıq**	**bağ-park, monumental xatirə abidələri**	**arxeoloji**	**memarlıq**	**bağ-park, monumental və xatirə abidələri**	**decorative, tətbiqi sənət abidələri**

Azərbaycan Respublikası	**80**	**21**	**1663**	**330**	**84**	**799**	**2218**	**127**	**169**
Şuşa rayonu	**-**	**-**	**5**	**3**	**-**	**-**	**6**	**-**	**-**

Mənbə: https://www.stat.gov.az/source/regions/

Şuşa şəhəri uzun müddət işğal altında olduğu üçün şəhərin infrastrukturunun bərpası hələ tam başa çatmamışdır. Hazırda Şuşada yeni hotel və mehmanxanaların, gida müəssisələrinin açılışı həyata keçirilir. Şuşa işğaldan əvvəl bir çox tarixi və mədəniyyət abidələri ilə tanınsa da, bərpa dövründə bir çox dağıdılmış abidədə bərpa işləri hələ də davam edir. Bu, turistlərin bəzi ərazilərə girişini məhdudlaşdıra bilər. Yuxarı və Aşağı Gövhərağa məscidi kimi bir çox abidə bərpa olunsa da, bəzi abidələrin bərpasına isə hələ də başlanmamışdır. Bu mədəni – maddi irs nümunələrinin turizm planlaşdırılmasında rolu əvəzolunmazdır. Cədvəldə Şuşa iqtisadi rayonunun daşınmaz maddi – mədəniyyət abidələrinin əhəmiyyət dərəcəsinə görə bölgüsü əks olunmuşdur. Bu bölgüyə görə Şuşada 8 ölkə əhəmiyyətli abidə, 6 yerli əhəmiyyətli abidə var. Ermənistan silahlı qüvvələrinin işğalı nəticəsində Şuşa şəhərində yerləşən bu mədəni irs nümunələrimizə ciddi şəkildə zərər gəlmiş, 170-dən çox yaşayış binası, 160- dək mədəniyyət və tarixi abidə, 22 ümumtəhsil məktəbi, 7 uşaq bağçası, 8 mədəniyyət evi, 14 klub, 2 kinoteatr, 3 muzey dağıdılmış, məbəd və məscidlər təhqir edilmiş, 20 kitabxana yandırılmışdır [4, s.6]. Bu həm də türk – islam dünyasına dəyən zərər kimi qəbul olunmalıdır. Çünki, Şuşa şəhərində yerləşən abidələrin çox hissəsini dini abidələr təşkil edir. Şuşanın tarixi abidələri sırasında Kərbalayi Səfi xan Qarabağı tərəfindən tikilmiş Yuxarı Gövhər məscidi, Aşağı Gövhər məscidi, Malıbəyli Məscidi, Qaybalı Məscidi, Şırlan məscidi, Alban kilsəsi, Rus kilsəsi kimi dini abidələr, Xurşidbanu Natəvanın evi, Qarabağ xanlarının sarayı, Vaqifin məqbərəsi, Üzeyir Hacıbəylinin və Bülbülün ev-muzeyləri xüsusi yer tutur. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 7 may 2021 – ci il tarixli sərəncamı ilə bu abidələrdə aparılan bərpa işləri onların tarizm resursu kimi əhəmiyyətini bir daha sübuta yetirir [6].

Dünya təcrübəsindən də göründüyü kimi mədəni turizm məhsulunun yaradılması prosesi üç əsas mərhələdə əhatə olunur:

1. **Tədqiqat və plana əsasən bazar araşdırması etmək:** Burada turizm məhsulunun inkişafı üçün mövcud mədəni irs resursları və potensial turizm məkanlarının cəlbediciliyi araşdırılır. Bu araşdırmalar turizm bazarları, tələblər və mövcud şərait haqqında məlumat toplamağı tələb edir. Və məqsədli turizm məhsulunun strategiyası müəyyən edilir.

2. **Xidmət vasitələrinin yaradılması:** Zəruri araşdırma edildikdən sonra, potensial imkanlar müəyyənləşdikdə zəruri xidmət vasitələri – turistlərin gecələməsi üçün hotellər, onların gidalanmasını təmin edən müəssisələr, lazimi infrastruktur yaradılır.
3. **Marketinq və reklam prosesi**: Yaradılan mədəni turizm məhsulunun bazara təqdim edilməsi üçün marketinq strategiyalarının hazırlanması vacibdir. Bu məhsulun hədəf auditoriyasına uyğun reklam və marketinq tədbirləri hazırlanır. Sosial media, internet reklamları, beynəlxalq turizm tədqiqatları və digər vasitələrlə tanıtım nümayişi bu mərhələdə mühüm əhəmiyyətli yer tutur.

2021-ci ildə Şuşa şəhərinin mədəni irsinin qorunması və inkişaf etdirilməsi üçün "Şuşa şəhəri" Dövlət Qoruğu İdarəsi yaradılmışdır [1, s.47]. Bu dövlət qoruğunun əsas məqsədi Şuşa şəhərinin ərazisində tarixi və mədəni abidələrin idarəsini, qorunması, onların istehsal-planlaşdırma, quraşdırma və saxlanmasını təmin etməkdir. Bununla yanaşı, həm də onların bərpası, elmi şəkildə öyrənilməsi və müasir dövrün tələblərinə uyğun olaraq abidələrin toxunulmazlığının qorunması üçün tədbirlər görülür. Bu qurum həmçinin, Şuşa şəhərinin bərpası və yenidən qurulmasına xüsusi diqqət ayırır, şəhərin tarixi, mədəni və sosial strukturlarının tam şəkildə araşdırılması, onun inkişafının inkişafının təmin edilməsi məqsədi güdür. Şuşanın mədəni irsinin qorunması ilə yanaşı, şəhərin təbliğatını və onun dünyada daha yaxşı tanınmasını təmin etmək də bu qurumun vacib hədəflərindəndir. Şuşa şəhərinin bərpası yalnız fiziki infrastrukturun yenidən qurulması ilə məhdudlaşmır, həm də şəhərin tarixi və mədəni dəyərlərini düzəltmək, onların qorunması və gələcək nəsillərə yenidən qurulması işlərinə önəm verilir.

Nəticə:

Şuşa şəhərinin tarixi-mədəni abidələrinin turizm resursu kimi sistemli şəkildə qiymətləndirilməsi və bu istiqamətdə həyata keçirilən davamlı inkişaf strategiyaları həm mədəni irsin qorunması, həm də turizm sektorunun dayanıqlı inkişafı üçün möhkəm zəmin yaradır. Son illərdə xüsusilə Prezident İlham Əliyevin birbaşa rəhbərliyi və siyasi iradəsi ilə Şuşada genişmiqyaslı bərpa və yenidənqurma işləri həyata keçirilir. Dövlət başçısının dəstəyi ilə mədəniyyət obyektləri restavrasiya edilir, yeni yollar, kommunikasiya xətləri və turizm infrastrukturu yaradılır. Bu proses çərçivəsində tarixi abidələrin inventarlaşdırılması, orijinal memarlıq üslubunun qorunması, müasir turizm xidmətlərinin qurulması – o cümlədən ziyarətçi mərkəzləri, məlumat lövhələri, interaktiv bələdçi sistemləri və rəqəmsal təqdimat imkanlarının tətbiqi vacib yer tutur. Bu baxımdan Şuşanın tarixi-mədəni abidələrinin turizm planlaşdırılmasında əsas resurs kimi istifadəsi, həm şəhərin iqtisadi dirçəlişinə, həm də milli-mədəni irsin beynəlxalq səviyyədə tanıdılmasına xidmət edir.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Dövlət Turizm Agentliyi "Basqal" tarix və mədəniyyət qoruğunun baza tədqiqatı. Bakı: 2018, 32 s.
2. Hüseynov İ.H., Əfəndiyeva N.T. Turizmin əsasları. Bakı: "Mars-Print" NPF, 2007, 442 s.
3. Məmmədov N. "İşğal altındakı tarixi dini abidələrimiz" Bakı: "NURLAR" "Nəşriyyat-Poliqrafiya Mərkəzi", 2015, 96 səh.
4. Mükərrəmoğlu M. "Şuşa abidələri bərpa edilir", Xalq qəzeti, 4 iyul 2021, 6 səh.
5. Soltanova H.B. Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı. Bakı: "AzTU", 2015, 475 s.

6. “Şuşa şəhərinin Azərbaycanın mədəniyyət paytaxtı elan edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərmanı 07 may 2021(https://president.az/az/articles/view/51394)
7. https://www.stat.gov.az/source/regions/

İSMAYILOVA NƏRMİN

Azərbaycanın işğaldan azad olunan ərazilərində investisiya və turizm imkanı

Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti, Magistr

E-mail: ismayilovanarmin2001@gmail.com,

Xülasə: İkinci Qarabağ müharibəsində ölkəmizin inamlı qələbəsindən sonra, işğaldan azad olunan bölgələrimizin bərpası və inkişaf etdirilməsi əsas prioritet və ən aktual məsələlərdən biridir. [1, s. 4] Müasir yanaşmanın tətbiqi baxımından investisiya mühitin yaxşılaşdırılması məsələlərində investisiya proseslərinə öz təsirlərini göstərən nüansların kompleks şəkildə tədqiq edilməsi, bu amillərin təsir dairəsinin aşkarlanması, qarşıya qoyulmuş inkişaf məqsədlərinin hər zaman diqqət mərkəzində saxlanması kimi çoxşaxəli tədbirlər xüsusi əhəmiyyət daşıyır. [1, s. 4] Azərbaycanın 30 ilə yaxın Ermənistanın işğalı altında olan Qarabağ və ətraf əraziləri 2020-ci ildə Vətən Müharibəsi nəticəsində azad olunmuşdur. Bu ərazilər uzun illər işğal nəticəsində dağıdılmış, infrastrukturu sıradan çıxarılmış və iqtisadi fəaliyyət dayanmışdır. Azərbaycan dövləti işğaldan azad olunmuş ərazilərdə böyükmiqyaslı yenidənqurma işləri yanaşı, orada sabit və sərfəli biznes mühiti formalaşdırır. “Böyük Qayıdışa dair Dövlət Proqramı” çərçivəsində Qarabağda iqtisadi aktivliyin artırılması əsas prioritetlərdəndir. İşğaldan azad edilən regionlarda iqtisadi inkişaf üçün geniş imkanlar yaradılıb, lakin bu imkanların reallaşması davamlı sülh və təhlükəsizlik, peşəkar kadr potensialı və beynəlxalq əməkdaşlıq ilə birbaşa bağlıdır. Qeyd edə bilərik ki, Qarabağda günəş, külək və su elektrik potensialı çox yüksəkdir. Həmçinin, bu zona böyük turizm potensialına malikdir: Şuşa, Kəlbəcər, Laçın və Hadrut bu sahədə lider ola bilər.

Açar sözlər: investisiya, dövlət proqramı, Qarabağ, turizm

Abstract: After our country's confident victory in the Second Karabakh War, the restoration and development of our liberated regions is one of the main priorities and most urgent issues. [1, p. 4] In terms of the application of a modern approach, multifaceted measures such as a comprehensive study of the nuances that have their impact on investment processes, identifying the scope of influence of these factors, and always keeping the development goals set in focus are of particular importance in improving the investment climate. [1, p. 4] Karabakh and its surrounding territories, which were under the occupation of Armenia for nearly 30 years, were liberated in 2020 as a result of the Patriotic War. These territories were destroyed as a result of the occupation for many years, their infrastructure was destroyed, and economic activity stopped. Currently, the reconstruction strategy implemented by the state is turning these regions into a new center of economic development of the country. Along with large-scale reconstruction work in the liberated territories, the Azerbaijani state is forming a stable and profitable business environment there.

Increasing economic activity in Karabakh within the framework of the "State Program on the Great Return" is one of the main priorities. The liberated regions have created vast opportunities for economic development, but the realization of these opportunities is directly related to sustainable peace and security, professional human resources and international cooperation. It can be noted that the potential for solar, wind and hydroelectric power in Karabakh is very high. This zone also has great tourism potential: Shusha, Kalbajar, Lachin and Hadrut can be leaders in this area.

Keywords: investment, state program, Karabakh, tourism

Резюме:: После уверенной победы нашей страны во Второй Карабахской войне восстановление и развитие наших освобожденных регионов является одним из главных приоритетов и самых актуальных вопросов. [1, с. 4] С точки зрения применения современного подхода особое значение в улучшении инвестиционного климата имеют комплексные меры, такие как всестороннее изучение нюансов, влияющих на инвестиционные процессы, выявление сферы влияния этих факторов, а также постоянный учет поставленных целей развития. [1, с. 4] Карабах и прилегающие территории Азербайджана, находившиеся под армянской оккупацией почти 30 лет, были освобождены в 2020 году в результате Отечественной войны. Эти территории были разрушены в результате многолетней оккупации, их инфраструктура была разрушена, а экономическая деятельность прекращена. Стратегия реконструкции, реализуемая в настоящее время государством, превращает эти регионы в новый центр экономического развития страны. Азербайджанское государство проводит масштабные восстановительные работы на освобожденных территориях, одновременно создавая там стабильную и прибыльную бизнес-среду. Повышение экономической активности в Карабахе является одним из главных приоритетов в рамках «Государственной программы великого возвращения». В освобожденных от оккупации регионах созданы огромные возможности для экономического развития, однако реализация этих возможностей напрямую связана с устойчивым миром и безопасностью, профессиональным кадровым потенциалом и международным сотрудничеством. Можно отметить, что потенциал солнечной, ветровой и гидроэнергетики в Карабахе очень высок. Также эта зона имеет большой туристический потенциал: лидерами в этой области могут стать Шуша, Кельбаджар, Лачин и Гадрут.

Ключевые слова: инвестиции, государственная программа, Карабах, туризм

Azərbaycanın işğaldan azad olunan əraziləri — xüsusilə Qarabağ və Şərqi Zəngəzur bölgələri — son illərdə həm yerli, həm də xarici investorlar üçün böyük maraq doğurur. Bu ərazilər zəngin təbii resurslara, gözəl təbiətə və mədəni irsə malikdir, bu da onları həm investisiya, həm də turizm baxımından cəlbedici edir. Həmin bölgələrdə yenidənqurma və bərpa işləri geniş şəkildə aparılır. Yeni yollar, hava limanları (Füzuli, Zəngilan və Laçın hava limanları), elektrik stansiyaları və digər mühüm infrastruktur layihələri həyata keçirilir. İşğaldan azad olunan ərazilərdə əkinçilik, maldarlıq və bağçılıq ümumiyyətlə kənd təsərrüfatı üçün əlverişli şərait mövcuddur. Qeyd edək ki, Qarabağ və Şərqi Zəngəzur bölgələri günəş, külək

və su enerjisi potensialı baxımından yüksək imkanlara malikdir. Xüsusilə Laçın, Kəlbəcər və Zəngilan rayonları alternativ enerji layihələri üçün əlverişlidir. Ağdam və Cəbrayılda isə sənaye parkları və aqroparklar yaradılır. Bu zonalarda fəaliyyət göstərən investorlar vergi və gömrük güzəştlərindən yararlana bilərlər. Sənaye parklarında fəaliyyət göstərən sahibkarlara 10 ilə qədər vergi azadolmaları verilir. Əlavə olaraq yerli sahibkarların təşviqi ilə yanaşı, xarici investisiya mühiti daha da liberallaşdırılması faydalıdır.

Həmin zonaların turizm imkanlarından isə bəhs etdikdə qeyd edə bilərik ki, Şuşa şəhəri ölkəmizin mədəniyyət beşiyidir – orada çoxlu tarixi abidələr, məscidlər, xan sarayları və muzeylər bərpa olunur. Şuşa, Kəlbəcər, Laçın əraziləri turizm üçün ən perspektivli sahələrdir. Həmçinin, Kəlbəcər və Laçın bölgələri dağ turizmi, yürüş və qış idmanları üçün çox əlverişlidir. Kəlbəcər və Laçın dağ turizmi, yürüş, alpinizm üçün uyğundur. Təbii bulaqlar, meşələr və göllər (məsələn, İsa bulağı, Göygöl) turistlər üçün maraqlı məkanlardır. İstisu kimi təbii müalicəvi sular turizm və sanatoriya xidmətləri üçün böyük potensiala malikdir İstisu sanatoriyası (Kəlbəcər) müalicəvi sularla məşhurdur. Bu sahədə investisiya üçün böyük imkanlar mövcuddur. Xarici investorlar üçün işğaldan azad olunan ərazilərin faydaları:

1. Dövlət dəstəyi: Azərbaycan dövləti bu ərazilərə investisiya yatıran sahibkarlara vergi və gömrük güzəştləri, kreditlər və texniki dəstək təqdim edir.
2. “Ağıllı kənd” və “ağıllı şəhər” layihələri bu ərazilərdə tətbiq olunur.
3. Stabil siyasi mühit və hüquqi dəstək mexanizmləri mövcuddur.
4. Hazır infrastruktur: Dövlət tərəfindən hazır yol, enerji və kommunikasiya təminatı.
5. Hüquqi təminatlar: İnvestorların hüquqlarının qorunması üçün hüquqi mexanizmlər mövcuddur.

İşğaldan azad olunan ərazilərdə, xüsusilə Qarabağ və Şərqi Zəngəzur bölgələrində ölkəmiz genişmiqyaslı yenidənqurma, infrastrukturun inkişafı, ağıllı şəhər və kənd konsepsiyaları, həmçinin turizm potensialının reallaşdırılması istiqamətində ciddi işlər görür. Bu da həmin bölgələrdə investisiya və turizm imkanlarını daha da cəlbedici edir.

Ümumiyyətlə, Azərbaycan Respublikasının işğaldan azad edilmiş ərazilərində həyata keçirilən bütün tədbirlər, Prezident İlham Əliyevin 2022-ci il 16 noyabr tarixli 3587 nömrəli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasının işğaldan azad edilmiş ərazilərinə Böyük Qayıdışa dair I Dövlət Proqramı” əsasında reallaşdırılır. Bu Dövlət Proqramı, Qarabağ və Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonlarına daxil olan əraziləri əhatə edir və əhalinin dayanıqlı məskunlaşması, ərazilərin iqtisadi fəaliyyətə reinteqrasiyası, təhlükəsiz yaşayışın təmin edilməsi, müasir infrastrukturun qurulması, sosial xidmətlərin yaradılması, məşğulluğun artırılması, kənd təsərrüfatı və turizm sektorlarının inkişafı kimi strateji məqsədləri nəzərdə tutur. Proqramın icrası çərçivəsində 2022–2026-cı illər ərzində 100 yaşayış məntəqəsinin tikintisi planlaşdırılır. Proqramın məqsədləri:

1. Əhalinin könüllü, təhlükəsiz və ləyaqətli qayıdışının təmin edilməsi
2. Ərazilərin reinteqrasiyası – sosial-iqtisadi həyatın bərpası
3. Müasir infrastrukturun qurulması – yollar, su, işıq, rabitə və s.
4. Yaşayış məntəqələrinin yenidən salınması və “ağıllı kənd/şəhər” layihələrinin tətbiqi

5. İqtisadi fəaliyyətin inkişafı – kənd təsərrüfatı, sənaye, turizm və xidmət sahələri

6. Təhlükəsizlik və minalardan təmizləmə tədbirləri

7. Ekoloji balansın qorunması və ətraf mühitin bərpası

Nəticə

Nəticə etibarilə, Azərbaycanın işğaldan azad olunan ərazilərində investisiya və turizm imkanlarının reallaşdırılması yalnız iqtisadi tərəqqiyə deyil, həm də milli birliyin möhkəmlənməsinə və tarixi ədalətin bərpasına mühüm töhfə verir. Qarabağ bu gün təkcə tarixi vətən deyil, həm də Azərbaycanın yeni iqtisadi güc mərkəzidir. Hər bir ölkə vətəndaşı Qarabağın dirçəlişinə və iqtisadi inkişafına öz töhfəsini verərsə əlbəttə ki, iqtisadi mərkəzimiz daha tez öz yüksək tərəqqi səviyyəsinə çatacaq. Hazırda dövlətin həyata keçirdiyi yenidənqurma strategiyası bu bölgələri ölkənin yeni iqtisadi inkişaf mərkəzinə çevirməkdədir. Həmçinin, Dövlət tərəfindən işğaldan azad edilən regionlara dəstək göstərilməsi də diqqətə layiqdir, məsələn:

1. İnvestisiya təşviqi sənədi vasitəsilə gömrük və vergi güzəştləri
2. Güzəştli kreditlər və startap dəstəyi (Sahibkarlığın İnkişafı Fondu)
3. Elektron müraciət imkanları və sürətli icra prosedurları

Ədəbiyyat siyahısı

1. Abbasov Nurlan Adil.“İşğaldan azad olunmuş rayonlarda əlverişli investisiya mühitinin yaradılması məsələləri” mövzusunda magistr dissertasiyası, Bakı-2022
2. Əliyev İ., Babaxananov, N.Qarabağın turizm potensialı. Türküstan, dekabr,2020
3. Balaxanov, N. Qarabağ turizm cənnəti, Türküstan, dekabr, 2021
4. Məhərrəmoğlu, M. Qarabağ və Şərqi Zəngəzurda böyük turizm potensialı var. Xalq q. 5 aprel, 2022
5. Məmmədov N. Azərbaycanın işğaldan azad edilmiş ərazilərində zəngin turizm potensialı, Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi, 12 (1), 2024

ŞƏBNƏM ELDAROVA

Qarabağda atçılıq turizminə retrospektiv baxış və vətənpərvərlik irsi

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant

E-mail:eldarova.shabnam.2301@atmu.edu.az

Xülasə: Bu məqalədə Azərbaycanın atçılıq ənənələrinin tarixinin milli-mənəvi dəyərlərlə olan əlaqə araşdırılmışdır. Məqalə Qarabağ tarixi yolunu, atçılığın qəhrəmanlıq salnaməsindəki və milli irsdəki yerini öyrənir. Vətən müharibəsindən sonra Qarabağda turizmin bərpası və inkişafı, ələlxüsus, atçılıq turizminin potensialı və mövcud vəziyyəti mövzunu aktual edir. Qarabağın düşmən işğalından azad olunmasında Azərbaycan gənclərinin vətənpərvərlik hissinin rolu böyük olmuşdur.

Açar sözlər: Azərbaycan, Qarabağ, atçılıq, turizm, vətənpərvərlik

Резюме: В статье рассматривается связь истории азербайджанских конных традиций с национально-духовными ценностями. В статье исследуется исторический путь Карабаха, место наездничества в героической летописи и национальном наследии. Восстановление и развитие туризма в Карабахе после Отечественной войны, и в частности потенциал и современное состояние конного туризма, делают тему актуальной. Патриотический дух азербайджанской молодежи сыграл большую роль в освобождении Карабаха от вражеской оккупации.

Ключевые слова: Азербайджан, Карабах, коневодство, туризм, патриотизм

Abstract: This article examines the connection between the history of Azerbaijani equestrian traditions and national-spiritual values. The article studies the historical path of Karabakh, the place of equestrianism in the heroic chronicle and national heritage. The restoration and development of tourism in Karabakh after the Patriotic War, in particular, the potential and current state of equestrian tourism, make the topic relevant. The patriotic feeling of Azerbaijani youth played a great role in the liberation of Karabakh from enemy occupation.

Keywords: Azerbaijan, Karabakh, equestrianism, tourism, patriotism

Giriş- Azərbaycan xalqının milli ruhunun və mədəni irsinin formalaşması prosesində mühüm olan malik bölgələrdən biri də Qarabağdır. Qarabağ öz gözəlliyi ilə təkcə regionda deyil, dünyada tanınıb. Bu tanınmaya Qarabağın tarixi, coğrafi, mədəni və strateji rolu ilə bərabər həm də atçılıq ənənələri də daxildir. Dünyada nadir cinslərdən biri olan Qarabağ atları Azərbaycan xalqının qəhrəmanlıq ruhunu özündə əks etdirir. Tarixi dövrlərdə atlar yalnız nəqliyyat vasitəsi kimi istifadə olunmurdu. Atların döyüş meydanlarındakı rolu ədəbiyyata və mədəniyyətə də təsirsiz ötüşməyib. Bu isə müasir dövrdə atçılıq turizminin vətənpərvərliklə olan əlaqəsinin əsasında dayanan amillərdəndir.

Tədqiqat- e.ə. 1-ci minillikdə Manna, Atrapatena, Albaniya kimi qədim dövlətlərin ərazisi olmuş Azərbaycanda tapılmış arxeoloji qazıntılar və Azıx mağarası ölkəmizin ən qədim yaşayış məskənlərindən birinin olmasını sübut edib. Orta əsrlərdə Sasanilərin və Ərəb xilafətinin tərkibinə daxil edilsə də, yerli əhali öz milli kimliyini qoruyub saxlaya bildi. XV əsrin sonlarında Səvəfilər dövlətinin yaranması ilə Qarabağ burada mühüm vilayətə çevrildi. Qarabağın inkişafında əsas rolu isə Qarabağ xanlığı təşkil etdi. Xanlığın əsasını qoymuş Pənahəli xan xanlığın müdafiəsini gücləndirmək üçün bir sıra mühüm tikililər inşa etmişdir. Bunlara misal olaraq, xan tərəfindən tikilmiş ilk qala olan və Ağcabədi rayonunda yerləşən Bayat qalası (1748-ci il), Ağdam rayonunda yerləşən Şahbulaq qalası (1751-1752-ci illər), Şuşa şəhərində yerləşən Pənahabad yəni Şuşa qalası (1753-1757-ci illər) göstərmək olar. Şuşa qalası Qafqazın ən möhkəm qalalarından biri hesab olunurdu və qalanın inşasından sonra burada yaşayış binaları, məscidlər və bazarlar da yaradıldı. Bu dövrlərdə Qarabağ atlarının inkişafında ən yüksək mərhələ yaşandı. İbrahimxəlil xan və ailə üzləri tərəfindən göstərilən xüsusi diqqət sayəsində atçılıq zavodları yaradıldı və atların sayı artırıldı.

Çar Rusiyasının Cənubi Qafqaza olan yürüşləri xanlıqların süqutuna, Gülüstan və Türkmənçay müqavilələri ilə Azərbaycanın iki yerə parçalanmasına səbəb oldu. Bu prosesdən sonra Cənubi Qafqaza ermənilərin köçürülməsi siyasəti sürətləndi, yerli əhalinin milli-mənəvi dəyərləri və adət-ənənələrinin yaşadılmasına maneələr yaradılmağa başlandı. Qarabağda müsəlman və xristian dininə mənsub, heç bir tarixi əlaqəsi olmayan iki ayrı xalq bir yerdə yaşamağa başladı. Bu isə Qarabağda demoqrafik tarazlığın dəyişməsi və gələcək illərdə etnik münaqişələrin, ermənilərin ərazi iddialarının yaranmasının toxumlarını səpmiş oldu. Ermənilərin millətçilik ideaları daha da gücləndi.

Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti dövründə Azərbaycanın tərkib hissəsi olan Zəngəzur, Sovet dövründə ermənilərin ərazi iddialarının qurbanı oldu. Onların burada həyata keçirdiyi etnik təmizləmə minlərlə soydaşımızın qaçqın düşməsinə və ərazinin Sovet hakimiyyətinin qərarı ilə Ermənistan hakimiyyətinə verilməsi ilə nəticələndi. Sovet İttifaqı dövründə açıq və gizli şəkildə davam edən erməni separatizmi XX əsrin 80-ci illərin axırlarından başlayaraq Azərbaycan torpaqlarının işğalını açıq şəkildə həyata keçirməsinə zəmin yaratdı. İttifaqın süqutundan sonra yenicə mütəqilliyini bərpa etmiş Azərbaycan bədnam qonşunun silahlı hücumuna məruz qaldı. İllərlə azərbaycanlılarla birgə yaşamış ermənilər əldə silahla yerli əhalini öz torpaqlarından qovdu. Belə gərgin dövrdə xalqın xilaskarı olan Heydər Əliyevin gərgin əməyi nəticəsində atəşkəs müqaviləsi imzalandı, daxili sabitlik və iqtisadi yüksəliş üçün mühüm addımlar atıldı [3, səh. 216-218].

Ümumilli lider Heydər Əliyevin həyata keçirdiyi siyasətdə gənc nəslin milli-mənəvi ruhda tərbiyəsi, onların vətənpərvərlik ruhunun artırılması başlıca prioritetlərdən biri olub. O, gənclərin ölkənin ictimai-siyasi həyatında rolunun artırılmasına təkan verən bir sıra sərəncamlar imzaladı, qərarlar qəbul etdi. 2002-ci ildə dahi liderin müvafiq Fərmanı ilə təsdiq olunmuş "Dövlət Gənclər siyasəti haqqında" Qanunu misal olaraq götürsək, burada gənclərin vətənpərvərlik, azərbaycançılıq, dövlətçilik, dünyəvilik prinsipləri əsasında, Azərbaycan xalqının tarixinə, mədəni irsinə, adət-ənənələrinə, dövlət dilinə və rəmzlərinə, milli-mənəvi və ümumbəşəri dəyərlərə hörmət ruhunda tərbiyyə olunması dövlətin gənclər siyasətinin əsas prinsiplərindən biri olduğunun görərik [4].

Gənclərlə bağlı məsələləri öz siyasətinin əsas tərkib hissələrindən biri hesab edən dahi liderin uzaqgörən siyasətini uğurla davam etdirən cənab Prezidentimiz İlham Əliyev bu siyasətə sadiq qaldı. Onun rəhbərliyi ilə Qarabağ cəmi 44 günə düşməndən azad olundu. Aciz qalan ermənilər işğal illərində qurduqları möhkəm müdafiə sədlərini, bunkerləri, tunelləri, hətta əlindəki silahı belə yerə atıb qaçdı. Buna səbəb isə Azərbaycan Ordusunun vətənpərvərliyi, vətənə, torpağa olan bağlılığıdır. Müharibə iştirakçısı olan gənclər döyüşlərdə qəhrəmancasına iştirak etdilər. Azərbaycan gəncinin gücünü, əzmini bütün dünyaya nümayiş etdilər. Öz cəsurluğu, igidliyi və vətənpərvərliyi, qələbə dolu döyüş yolu ilə dillərə dastan oldu [1].

Gənclərin vətənpərvərliyinin yüksək səviyyədə olması onların tarixi köklərə olan bağlılığı və milli kimliklərini daim xatırlaması ilə əlaqədardır. Vətən dedikdə, bir insanın dünyaya gəldiyi, böyüdüyü yer, vətənpərvər şəxs öz yurdunu, millətini sevən və onun uğrunda istənilən fədakarlığa hazır olandır. Vətənpərvərlik isə daha çox şəxsin öz ölkəsinə olan sevgi və bağlılıq hissidir. Bu hiss şəxsin öz vətəninə,

doğma torpaqlara, xatirələrinə, ümidlərinə və xəyallarına duyduğu sevgidir. Vətənpərvərlik dedikdə, bir ölkənin savaş meydanında əldə etdiyi qələbəni və hərbi qəhrəmanlıqlarla qürurlanması və bununla da sahib olduğu tarixi-mədəni missiyanın yüksəldilməsi olaraq da başa düşülür [5].

Qədim türklərdə qəhrəmanlıq obrazında təsvir olunana elementlərdən biri atdır və buna dair inanclar üstünlük təşkil edir. Türk xalqlarının vətənpərvərlik ruhunda böyüməsində onların təbiətə dərin bağlılıq və azadlıq arzusunu əks etdirən müxtəlif qəhrəmanlıq dastanlar və əfsanələrin böyük rolu olmuşdur. Burada bir sıra elementlər, o cümlədən at da öz əksini tapıb. Maldarlıqla məşğul olan əhalinin əsas nəqliyyat vasitəsi at olub. Bununla yanaşı, savaşlarda və ovçuluqda da mühüm rolu olub. Oğuzların qədim dastanı olan Kitabi-Dədə Qorqud dastanında da buna dair izlərə çox rast gəlinir. Bir igidin ən qiymətli sərvəti və onun həyatının ayrılmaz tərkib hissəsi kimi onun atı təsvir olunub. Heç bir oğuz qəhrəmanını at olmadan təsəvvür etmək mümkün deyildir. Dastanda atlar qəhrəmanların adına uyğun olaraq adlandırılıb. Misal olaraq, Qazan-Qonur at, Qanturalı- Qazlıq at, Dəli Qarcar-Qara ayğır. Döyüş meydanında və ya digər hallarda sahibinin yaralanmasına (həyatını itirməsi) baxmayaraq onu tək qoymayan atların sədaqətləri Dastanda onlar haqqında geniş məlumatın əks olunmasına səbəb olmuşdur. Ata sahib olmayan qəhrəmana, döyüşçüyə çevrilə bilməzdi. Dastandakı qəhrəmanların atları təkcə onların fiziki gücünü deyil, həm də mənəvi güclərini təcəssüm etdirir [2, səh.99].

Atlar qəhrəmanların döyüşdə əsas köməkçisi olması Kitabi-Dədə Qorqud Dastanı ilə yanaşı, xalq qəhrəmanı kimi tanınan Koroğlu və onun sürətli, dözümlü Qıratı, xalqın haqqını qoruyan Qaçaq Nəbi və onun çevik, güclü Boz atı, xüürəmilərə qarşı 23 il mübarizə aparan Azərbaycan sərkərdəsi Babək və onun döyüş yoldaşı Azərbaycan xalqının vətənpərvərlik ruhunda böyük izlərə malikdir.

Nəticə- Bu gün də atçılıq milli irsin bir parçasıdır. Uzun əsrlər boyu Qarabağ atı təkcə döyüş meydanlarında deyil, həm də gündəlik həyatın, xalq yaradıcılığının və idmanın bir parçası olub. Azərbaycanda Qarabağ atları milli dəyər kimi qorunur və bu vətənpərvərlik hissinin bir ifadəsidir. Tarixi dəyərlərə sahib çıxmaq, onları yaşatmaq və gələcək nəsillərə ötürmək müasir vətənpərvərlik formalarından biridir. Dədə Qorqud dastanında atların rolu ilə müasir vətənpərvərlik arasında güclü bağlantı var. Atlar qəhrəmanlara sadiqlik, azadlıq, döyüş ruhu və milli kimlik qazandırdığı kimi, bu gün də vətənpərvərlik və milli irsə sahib çıxmaq vətənə bağlılıq anlayışını formalaşdırır. Atçılıq mədəniyyətinin yaşadılması, tarixi qəhrəmanların ruhuna sadiq qalmaq və ölkənin müstəqilliyini qorumaq bugünkü vətənpərvər insanın əsas məqsədlərindən biri olmalıdır.

Qarabağda atçılıq turizmi bu zəngin irsin müasir dövrdə yenidən canlandırılması və dünya miqyasında tanıdılması üçün mühüm vasitə ola bilər. Tarixi abidələr, unikal təbiət mənzərələri və Qarabağ atı kimi simvolik elementlər atçılıq turizminin inkişafı üçün əlverişli zəmin yaradır. Atçılıq turizminin inkişafı həm də vətənpərvərlik ruhunun möhkəmləndirilməsinə xidmət edəcək. Qarabağ atı xalqımızın dözümlülüyünün, iradəsinin və mədəni irsinin rəmzidir.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısı:

1. Cəfərli R. “Azərbaycan gəncləri Vətən müharibəsində qəhrəmanlıq salnaməsi yazdılar”, Azərbaycan, 2 fevral 2021, S.1;7
2. Fərəcova A. “Kitabi-Dədə Qorqud”da qəhrəman və cəmiyyət. Bakı, “Elm və təhsil”, 2018, səh.200
3. Mədətov İ., Zülfüqarlı M., Azərbaycan Tarixi, dərslik, Bakı-2018, s.500
4. Sarıyeva İ., “Gənc nəslin formalaşmasında Heydər Əliyevin rolu” Bakı Xəbər, 6 iyul 2023, № 114, S. 8.
5. Kırıkkale Əyalət Milli Təhsil Müdürlüğününü rəsmi internet səhifəsi https://kirikkale.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/

AYDIN ŞEYDABƏYOV

Mədəni irs obyektlərinin təsiri altında turist seçimlərinin dəyişdirilməsi

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant

E-mail: sheydabayov.aydin.2401@atmu.edu.az

Xülasə: Turistlərin üstünlükləri müxtəlif amillərin təsiri altında formalaşır. Bunlardan biri də mədəni irs obyektlərin olması ilə sıx şəkildə əlaqəlidir. Bu amil turistlərin səyahət istiqamətlərini seçməsində əhəmiyyətli rol oynayır, çünki mədəni irs abidələri: memarlıq nümunələri, tarixi keçmişi əks etdirən yerlər, muzeylər, yerli adət ənənələr və s. müxtəlif xalqların mədəniyyəti və tarixi haqqında daha çox öyrənmək istəyən turistlərin diqqətini cəlb edir. Son illərdə mədəni turizmə maraq əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır ki, bu da infrastrukturun yaxşılaşdırılması, təhsil proqramlarının inkişafı və beynəlxalq səyahətlərin daha əlçatan olması kimi qlobal proseslərlə əlaqələndirilir. Təqdim olunan məqalədə mədəni irs obyektlərinin turist davranışına təsiri təhlil edilir, dünya praktikasından, məsələn, məşhur mədəni marşrutlar və festivallar nümunələrini təqdim olunur və yerli icmaların mədəni obyektlərin qorunması və təqdimatında iştirak etmələrinin yollarının müzakirəsi aparılır. Bundan başqa, mədəni turizmin inkişafı ilə bağlı tövsiyələr təqdim edilir. Bunlar arasında mədəni irsin qorunması, dayanıqlı turizm təcrübələrinin inkişafı və bu abidələrin gələcək nəsillər üçün əhəmiyyətini artırmaq məqsədilə yeni proqramların yaradılması yer alır. Beləliklə, mədəni irs yalnız turistləri cəlb etməyin bir vasitəsi deyil, həm də turizmin davamlı inkişafının mühüm bir elementi kimi dəyərləndirilir.

***Açar sözlər*:** mədəni irs, turizm, mədəni turizm, səyahət.

Резюме: Туристские предпочтения формируются под влиянием множества факторов, одним из которых является культурное наследие. Этот фактор оказывает значительное влияние на выбор туристами направлений для путешествий, поскольку объекты культурного наследия, такие как памятники архитектуры, исторические места, музеи, традиции и культурные события, привлекают внимание путешественников, стремящихся узнать больше о культуре и истории разных народов. В последние десятилетия наблюдается значительный рост интереса к культурному туризму, что связано с улучшением инфраструктуры, развитием образовательных программ, а также с глобальными процессами, такими как повышение доступности международных путешествий. В статье анализируется влияние объектов культурного наследия на поведение туристов, рассматриваются примеры из мировой практики, такие как популярные культурные маршруты и фестивали, а также способы вовлечения местных сообществ в процессы сохранения и презентации культурных объектов. Приводятся рекомендации по развитию культурного туризма, в том числе создание новых программ, направленных на сохранение культурного наследия, развитие устойчивых форм туризма и повышение осведомленности о важности этих объектов для будущих поколений.

Таким образом, культурное наследие становится не только средством привлечения туристов, но и важным элементом устойчивого развития туристической отрасли.

***Ключевые слова*:** туристические предпочтения, культурное наследие, ЮНЕСКО, культурный туризм, мотивы путешествий.

Abstract. Tourist preferences are shaped by a variety of factors, one of which is cultural heritage. This factor has a significant influence on tourists' choice of travel destinations, as cultural heritage sites such as architectural monuments, historical places, museums, traditions, and cultural events attract the attention of travelers eager to learn more about the culture and history of different peoples. In recent decades, there has been a significant increase in interest in cultural tourism, which is linked to the improvement of infrastructure, the development of educational programs, and global processes such as the increasing accessibility of international travel. This article analyzes the impact of cultural heritage sites on tourist behavior, provides examples from global practice, such as popular cultural routes and festivals, and discusses ways of involving local communities in the preservation and presentation of cultural objects. Recommendations for the development of cultural tourism are provided, including the creation of new programs aimed at preserving cultural heritage, developing sustainable tourism practices, and raising awareness about the importance of these sites for future generations. Thus, cultural heritage becomes not only a means of attracting tourists but also an important element of the sustainable development of the tourism industry.

Keywords: tourist preferences, cultural heritage, UNESCO, cultural tourism, travel motives.

Введение.

Современный туристический рынок динамично развивается, адаптируясь к изменениям в предпочтениях путешественников. В последние десятилетия наблюдается рост интереса к культурному туризму, что подтверждается увеличением посещаемости исторических памятников, музеев и других объектов наследия. [4, стр. 25]. Данный процесс обусловлен как глобализацией, так и возрастающей ролью культурной идентичности.

Культурное наследие как фактор туристской привлекательности.

Объекты культурного наследия оказывают значительное влияние на выбор туристических направлений. Согласно исследованию Тимоти и Бойда [6, стр74], туристы чаще выбирают страны и регионы с богатой историей и культурными достопримечательностями. Например, включение объекта в список Всемирного наследия ЮНЕСКО приводит к увеличению туристического потока в среднем на 30%. [7].

Изменение туристских предпочтений в современном мире.

Влияние культурного наследия на туристов варьируется в зависимости от возраста, уровня образования и социального статуса. По данным исследования Боннифаса и Госслинга [2, стр112],

молодое поколение туристов отдает предпочтение интерактивным форматам культурного досуга, таким как фестивали, реконструкции исторических событий и мультимедийные экспозиции. В то же время туристы старшего возраста чаще выбирают традиционные формы культурного туризма, включая посещение музеев и экскурсионные маршруты. [3, стр87].

Культурное наследие и устойчивое развитие туризма.

Культурный туризм не только удовлетворяет потребности путешественников, но и способствует экономическому развитию регионов. По данным исследования Грегори Эшворта [1,стр59], инвестиции в сохранение культурного наследия оказывают положительное влияние на развитие местных сообществ. Однако при этом возникает необходимость балансировать между сохранением исторических объектов и увеличением туристического потока, чтобы избежать перегрузки инфраструктуры. [5, стр133].

Влияние цифровых технологий на восприятие культурного наследия.

Развитие цифровых технологий, таких как виртуальная и дополненная реальность (VR/AR), существенно меняет способы знакомства туристов с культурными объектами. Исследование Gretzel & Jamal (2021) показало, что использование цифровых инструментов позволяет путешественникам заранее ознакомиться с достопримечательностями, что способствует осознанному выбору туристического маршрута.

Рекомендации.

Создание новых программ, направленных на сохранение культурного наследия – разработка образовательных программ, которые будут не только информировать туристов о значении объектов культурного наследия, но и вовлекать их в процессы сохранения этих объектов. Например, создание интерактивных туров, которые позволяют туристам участвовать в восстановлении или сохранении памятников в реальном времени. Программы, включающие волонтерские инициативы, когда туристы могут принимать участие в мероприятиях по восстановлению исторических памятников или в археологических раскопках.

Развитие устойчивых форм туризма – внедрение практик “экологически чистого туризма”, который акцентирует внимание на минимизации негативного воздействия на объекты культурного наследия. Например, использование низкоуглеродных транспортных средств, улучшение инфраструктуры для пешеходных и велосипедных маршрутов. Создание «зеленых» сертификаций для туристических предприятий, работающих в культурных и исторических зонах, чтобы повысить их ответственность за сохранение окружающей среды и культурных объектов.

Повышение осведомленности о значении объектов культурного наследия – организация тематических фестивалей, выставок и мастер-классов, посвященных культуре и традициям, чтобы повысить интерес к историческим объектам и культурному наследию. Введение специальных образовательных материалов и мультимедийных ресурсов, доступных для туристов, например, на

мобильных приложениях и веб-сайтах, где можно узнать больше о культурных памятниках, их истории и значении.

Интеграция технологий для увеличения вовлеченности – разработка виртуальных туров и дополненной реальности, которые позволят туристам “путешествовать” по культурным памятникам, даже находясь в другой части мира. Это особенно актуально для объектов, находящихся под угрозой исчезновения или повреждения.

Стимулирование локальных инициатив и вовлечения местных сообществ – поддержка малых и средних предпринимателей, работающих в сфере культурного туризма, через гранты, обучение и создание партнерств с туристическими агентствами. Это поможет развивать местный бизнес и обеспечит устойчивое развитие туризма в таких регионах. Организация курсов для местных жителей по устойчивому туризму, чтобы они могли не только развивать локальный туризм, но и активно участвовать в его защите и продвижении.

Заключение.

В заключение, можно отметить, что изменение туристских предпочтений под влиянием объектов культурного наследия является важным и многогранным процессом, который оказывает существенное влияние на развитие туризма в разных странах и регионах. Культурное наследие не только способствует формированию уникальной идентичности туристических направлений, но и становится важным фактором устойчивого развития туризма. Сохранение и популяризация объектов культурного наследия способствует привлечению туристов, улучшению их опыта и осознанию ценности исторических памятников для будущих поколений.

Однако для эффективного использования культурного наследия в туристической сфере необходимо внедрять новые подходы, такие как создание устойчивых туристических программ, активное вовлечение местных сообществ, а также использование современных технологий для повышения осведомленности и вовлеченности туристов. Важно помнить, что культура и наследие – это не просто объект для посещения, но и основа для формирования взаимопонимания между народами, что может сыграть значительную роль в межкультурном обмене.

Для дальнейшего развития культурного туризма необходимо продолжать работать над созданием экологически устойчивых и социально ответственных туров, которые помогут не только сохранить объекты культурного наследия, но и развить новые формы туризма, основанные на глубоком уважении к истории, культуре и традициям. В перспективе, культура и исторические памятники станут важными двигателями развития туризма, который будет отвечать требованиям времени и обеспечивать гармоничное взаимодействие с природой и обществом.

Список литературы.

1. Ashworth, G. J. (2011). Preservation and Tourism: Heritage, Culture and Sustainable Development. Routledge. p. 59.
2. Boniface, P., & Gosling, B. (2008). Heritage and Tourism in the Global Village. Routledge. p. 112.

3. Richards, G. (2018). Cultural Tourism: Global and Local Perspectives. Routledge. – p. 87.
4. Smith, M., & Richards, G. (2013). The Routledge Handbook of Cultural Tourism. Routledge. p. 25.
5. Timothy, D. J. (2011). Cultural Heritage and Tourism: An Introduction. Channel View Publications. p. 133.
6. Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). Heritage Tourism. Pearson Education. p. 74.
7. UNESCO. (2021). World Heritage List Statistics. Retrieved from https://whc.unesco.org.
8. Gretzel, U., & Jamal, T. (2021). Digital Heritage and Smart Tourism. Springer.

AYTAC MEHDİYEVA

Şəki dayanıqlı turizm destinasiyası kimi

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, Zaqatala filialı
E-mail: mehdiyevaaytac91@gmail.com

Xülasə: Şəki rayonu Azərbaycan Respublikasının şimal-qərb bölgəsində yerləşən və zəngin təbii, mədəni və tarixi irsi ilə tanınan turizm rayonudur. Rayon həm ekoturizm, həm də mədəni turizm sahəsində böyük potensiala malikdir ki, bu potensial Şəki rayonunun turizm destinasiyası çevrilməsində və həmçinin destinasiyanın dayanıqlılığını təmin edən 3 elementin (iqtsiadi, ekoloji, sosial) vəhdətində prioritet inkişaf istiqamətlərinə malikdir. Əraziyə səfər edən turist sayı, yerli əhalinin turizmə marağı, turizm sahəsində fəaliyyət göstərən sahibkarlıq subyektlərinin mövcud vəziyyəti regionda turizmin ənənəvi və dayanıqlı olması haqqında ümumi mülahizələrin ifadə edilməsi üçün əhəmiyyətli göstəricilərdir. Məqalədə Şəki rayonunun ümumi turizm potensialı, destinasiya anlayışı və dayanıqlı destinasiyaların əsas xüsusiyyətləri təhlil edilməklə rayonun dayanıqlı turizm destinasiyasına çevrilməsi imkanlarından bəhs edilir. Şəki şəhəri və ətraf kəndlər təbiətinin gözəlliyi, qədim memarlığı və yerli sənətkarlıq ənənələri ilə diqqət çəkir. Şəkidəki məşhur "Şəki xan sarayı" və "Carçaltı" qəsəbəsi kimi tarixi abidələr, həmçinin Şəki şəhərini əhatə edən yaşıl dağlar və meşələr turistlər üçün cəlbedici məkanlardır. Dayanıqlı turizmin inkişafı Şəki rayonunda yerli əhalinin iqtisadi rifahını artırarkən, ekosistemin qorunmasına və mədəni irsin yaşadılmasına hədəflənir. Həmçinin təbiətə zərər vermədən, ətraf mühitə uyğun fəaliyyətlər və yerli məhsulların istifadəsi təşviq edilir. Bu yanaşma, həm turistlərə, həm də yerli icmalara uzunmüddətli faydalar təmin edərək, Şəkini dayanıqlı turizm baxımından nümunəvi bir məkana çevirir. Məqalədə Dövlət Statistika Komitəsinin məcmuələrindən əldə olunan statistik göstəricilərdən, Dövlət Turizm Agentliyinin dərc etdiyi informativ mətnlərdən, elmi məqalələrdən və kitablardan geniş istifadə olunmuşdur.

Açar sözlər: Şəki iqtisadi rayonu, turizm, dayanıqlı turizm, turizm destinasiyası

Abstract: Sheki is a tourism district located in the northwestern region of the Republic of Azerbaijan, known for its rich natural, cultural, and historical heritage. The district holds great potential in both ecotourism and cultural tourism, making it a priority area for the development of a tourism destination. This potential also aligns with the three key elements that ensure the sustainability of a destination—

economic, environmental, and social—forming a unified basis for strategic development in the region. Important indicators such as the number of tourists visiting the area, the local population's interest in tourism, and the current status of entrepreneurial entities operating in the tourism sector provide valuable insights into the traditional and sustainable nature of tourism in the region. This article analyzes the overall tourism potential of Sheki, explores the concept of a destination, and examines the fundamental characteristics of sustainable destinations. It evaluates Sheki's current status as a sustainable tourism destination and discusses the opportunities for the district to fully transform into one. Sheki city and its surrounding villages stand out for their natural beauty, ancient architecture, and local craftsmanship traditions. Notable historical landmarks such as the famous "Sheki Khan's Palace" and the "Chilakhana" neighborhood, along with the lush mountains and forests surrounding the city, make Sheki an attractive location for tourists. The development of sustainable tourism in the Sheki region aims to enhance the economic well-being of the local population, preserve ecosystems, and safeguard cultural heritage. This approach promotes environmentally friendly practices and encourages the use of local products without causing harm to nature. By doing so, it provides long-term benefits to both tourists and local communities, positioning Sheki as a model destination for sustainable tourism. The article makes extensive use of statistical indicators from the publications of the State Statistical Committee and informative texts published by the State Tourism Agency.

Keywords: Sheki economic region, tourism, sustainable tourism, tourism destination

Резюме: Шеки — это туристический район, расположенный на северо-западе Азербайджанской Республики, известный своим богатым природным, культурным и историческим наследием. Район обладает большим потенциалом как в сфере экотуризма, так и культурного туризма, что делает его приоритетным направлением для развития туристической дестинации. Этот потенциал также соответствует трём ключевым элементам устойчивости дестинации — экономическому, экологическому и социальному, — создавая основу для стратегического развития региона. Такие важные показатели, как количество туристов, посещающих район, интерес местного населения к туризму, а также текущее состояние предпринимательских субъектов, работающих в туристической сфере, дают ценную информацию о традиционном и устойчивом характере туризма в регионе. В данной статье анализируется общий туристический потенциал Шеки, рассматривается понятие дестинации, а также основные характеристики устойчивых туристических направлений. Оценивается текущее состояние Шеки как устойчивой туристической дестинации и обсуждаются перспективы его трансформации в полноценное устойчивое направление. Город Шеки и прилегающие к нему сёла привлекают внимание своей природной красотой, древней архитектурой и традициями местного ремесленного искусства. Известные исторические памятники, такие как знаменитый «Дворец шекинских ханов» и квартал «Чарчалты», а также зелёные горы и леса, окружающие город, делают Шеки привлекательным местом для туристов. Развитие устойчивого

туризма в Шекинском районе направлено на повышение экономического благосостояния местного населения, сохранение экосистем и защиту культурного наследия. Такой подход способствует внедрению экологически безопасных практик и поощряет использование местных продуктов без нанесения ущерба природе. Это обеспечивает долгосрочные выгоды как для туристов, так и для местных сообществ, превращая Шеки в образцовое место с точки зрения устойчивого туризма. В статье широко использованы статистические данные из сборников Государственного комитета по статистике, а также информационные материалы, опубликованные Государственным агентством по туризму.

Ключевые слова: Шекинский экономический район, туризм, устойчивый туризм, туристическая дестинация

Dayanıqlı turizm. “Dayanıqlı turizm” anlayışı 1987-ci ildən diqqət mərkəzində olan “Davamlı İnkişaf Konsepsiyası”nın tərkib hissəsidir. Ümumdünya Turizm Təşkilatı 1988-ci illərdə dayanıqlı turizmi “ekoloji prosesləri, bioloji müxtəlifliyi qorumaqla iqtisadi, sosial və estetik ehtiyacları ödəyən resursların idarə edilməsi” kimi təyin edib. Bu dövrlərdə ətraf mühitin davamlılığı və cəmiyyətin turizmdə iştirakının artırılması əsas məqsəd idi. Zəif inkişaf etmiş ölkələrdə dayanıqlı turizm yanaşmasının tətbiqi vacib sayılır [1, s. 43]. İqtisadi inkişafla yanaşı, regional və yerli mədəni və təbii dəyərlərin qorunması və inkişaf etdirilməsi, turizmin davamlılığını təmin edir. Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin də tərəfdaşı olduğu Avropa Birliyi layihəsi olan "SuToMa" (Sustainable Tourism Management) çərçivəsində aparılan tədqiqatlarda dayanıqlı turizm üçün sosial, iqtisadi və ekoloji məsələlərə hörmətlə yanaşan inkişaf modeli təklif edilir. Bu tədqiqatların nəticələrinə əsasən, dayanıqlı turizm yalnız ekoturizmə fokuslanmaqla deyil, həm də kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı və mədəni mübadilə kimi sahələrdə dəstəklənməlidir [2, s. 93-94].

Həm milli, həm də beynəlxalq səviyyədə aparılan araşdırmalara görə, dayanıqlı turizm davamlı inkişafın bir qolu kimi meydana çıxdı. Daha sonra bu sahənin alimləri bu problemləri həll etməyə çalışdılar və dörd elementi özündə birləşdirən bir fond yaratdılar: iqtisadi, ekoloji, sosial-mədəni və institusional [14, s.581]. Bu elementlər dayanıqlı turizmin əsas prinsiplərində öz əksini tapır:

- Cəmiyyətə Faydalı Olma Prinsipi: Turizmin fayda və qazanclarını yerli insanlara izah edərək, ətraf mühit haqqında yerli əhalini maarifləndirmək və onların cəmiyyətə faydalı olmasını təmin etməkdir.
- Turizm Mövsümünün Müddətinin Artırılması Prinsipi: Turistlərə turizmi müxtəlif yerlərə və saat qurşaqlarına (12 aylıq turizm) yaymaq imkanı verməklə baş verə biləcək mənfi təsirləri minimuma endirməkdir.
- Turizm İnvestisiya Prinsipi: Turizm investisiyalarının çevik, inkişafa açıq və uzunmüddətli olmasını təmin etməkdir.Planlaşdırma prinsipi: Bir bölgədə turizmin idarə olunan inkişafı və davamlılığı üçün planlar hazırlamaq və idarə etməkdir.
- Təbiilik prinsipi: Turizmin ətraf mühitin təbii görünüşünə uyğun inkişaf etməsini təmin etmək.

- İqtisadi İnkişaf Prinsipi: Yerli iqtisadiyyatı gücləndirərkən ətraf mühitin yaxşılaşdırılması və mühafizəsini dəstəkləmək.
- Davamlılıq prinsipi: Gələcək nəsillərin istifadəsi üçün təbii, mədəni və digər sərvətlərin davamıdır.
- Yerli Ekosistem Prinsipi: Ətraf mühitin estetik xüsusiyyətlərinə, təbii həyatına və yerli mədəniyyətə diqqət yetirir.
- Məmnuniyyət prinsipi: Turistlərin və yerli əhalinin məmnunluğunun təmin edilməsi.
- İştirak prinsipi: Yerli əhalinin və digər maraqlı tərəflərin qərarların qəbulunda iştirakıdır [15, s.21].

Görünür ki, bu prinsiplər yerli əhalinin dayanıqlı turizmə töhfəsinin artırılmasında mühüm rol oynayır. Bu səbəbdən davamlı turizm üçün planlaşdırma, qərar vermə və fəaliyyət proseslərində yerli əhalinin iştirakı vacibdir. Dayanıqlı turizm anlayışının daha yaxşı mənimsənilməsi və ətraf mühitə uyğun turizmin inkişafına nail olmaq üçün bəzi, yuxarıda sadalanan prinsiplərə uyğun olan məsələlərə diqqət yetirilməlidir.

Ümumiyyətlə hər-hansı bir bölgənin turizm baxımından inkişaf etdirilməsi və turizmin davamlılığının təmin edilməsi üçün bir sıra faktorlar nəzərə alınmalıdır:

- Bölgənin mədəni dəyərləri (arxeoloji, folklor və festivallar və s.) bunlarla bağlı analizlər aparılmalı;

- Bölgədə mövcud olan turizm infrastrukturu dəyərləndirilməlidir, bura bölgənin yerləşdiyi coğrafi şərait, sahib olduğu turzm ehtiyatları, turizm üçün əlverişliliyi və s.;

- Bölgədə mövcud olan müəssisələrin (otellərin, motellərin və s.) vəziyyəti və yeni müəssisələrin tikilmə imkanının nə dərəcədə olması müəyyən edilməlidir;

- Yerli xalqın turizmə olan münasibəti araşdırılmalıdır;

- Bölgədə beynəlxalq turizm tələbinin nə dərəcədə olduğu müəyyən edilməlidir;

- Turizm sektorunun bölgədə mövcud olan digər sektorlarla əlaqəsi və s. həmçinin nəzərə alınmalıdır [12, s.58].

Turizm destinasiyası

Tarix boyu insanlar müxtəlif səbəblərlə – kəşf, izləmə, dərketmə, iştirak və s. məqsədilə bir ərazidən digərinə səfər etmişlər. Əgər qədim dövrlərdə bu səfərlər əsasən yaşamaq uğrunda mübarizə ilə bağlı idisə, orta əsrlərdə ticarət, dini məqsədlər və yeni ərazilərin işğalı ön plana çıxmışdır. Müasir dövrdə isə səyahət insan həyat tərzinə çevrilmişdir. Bu səbəbdən də ölkələr təbii və iqlim resurslarını iqtisadi gəlirə çevirmək məqsədilə turizmin inkişafı üçün uyğun ekosistemi yaratmaqda maraqlı olurlar. Beləliklə, "turizm destinasiyası" anlayışı formalaşmışdır. Destinasiya turizmin əsas elementlərindən biri olub, ölkə və bölgələrdə turizmin inkişafı həmin ərazilərin potensialından asılıdır. Ərazilərin cəlbediciliyi turizm üçün maddi-texniki bazanı və infrastrukturu təşkil edir. "Destinasiya" termini latın mənşəlidir və XIV əsrdə yaranmış, dilimizə ingilis dilindən keçmişdir. Müxtəlif mənalarda – təyinat nöqtəsi, istiqamət, səyahət məqsədi kimi işlədilir. Termin turizmdə "turistin səyahət etməyi planlaşdırdığı yer" kimi başa düşülür. Ədəbiyyatda bu anlayışa konkret tərif olmasa da, araşdırmalarda destinasiya coğrafi yer kimi qəbul edilir.

Məsələn, Buhalis (2000) destinasiya anlayışını turizm məhsullarının və xidmətlərinin birliyi kimi izah edir və altı əsas elementi qeyd edir: cəlbedicilik, nəqliyyat, təşkilatlar, paket turlar, fəaliyyətlər və dəstək xidmətləri [3, s. 201-202].

Müxtəlif mənbələrdə turizm destinasiyası tərifi barədə aşağıdakı açıqlamalar verilmişdir: Ümumdünya Turizm Təşkilatının izahlı lüğətində turizm regionu sağlamlıq və istirahət sisteminin təşkili üçün xüsusi obyektlər və xidmətlər şəbəkəsi olan ərazi (Glossary UNWTO) kimi bildirilir.

Turistik destinasiyalar altı qrupa bölünür [12, s.12]:

- Etnik turizm və etnik destinasiyalar;
- Mədəni turizm və mədəni turistik destinasiyalar;
- Tarixi turizm və tarixi turistik destinasiyalar;
- Ekoloji turizm və ekoloji turistik destinasiyalar;
- Əyləncə (Əyləncəyə istiqamətli) turizmi və əyləncəli turistik destinasiyalar;
- İşgüzar (iş məqsədli) turizm və işgüzar turistik destinasiyalar;

Şəki dayanıqlı turizmin destinasiyası

AR-nın 2023-2026-cı illəri əhatə edən turizm inkişaf strategiyasının əsas prinsiplərindən biri turizm əsaslı iqtisadi artım ilə keyfiyyətli xidmət və turizm resurslarından dayanıqlı istifadə edilməsi ehtiyaclarını uzlaşdırmaq məqsədilə keyfiyyət və kəmiyyət yanaşmalarının balanslaşdırılmasıdır. Bu kontektdə kənd yerlərində dayanıqlı və inklüziv inkişafın təşviqi yolu ilə Bakı və bölgələr arasında inkişaf fərqlərinin azaldılması əsas prioritet istiqamətlərdəndir. Strateji baxış Azərbaycanı yerli və beynəlxalq turistlərə Qafqaz abu-havasının əsrarəngiz təbiət və ləziz qastronomiya ilə ovsunlayıcı vəhdətinə əsaslanan qeyri-adi təcrübələr təqdim edən, əlçatan, dayanıqlı və keyfiyyətli turizm destinasiyasına çevirməkdir [4, s.6].

Publik hüquqi şəxs olaraq DTA-nın tabeliyində təsis edilən Qoruqları İdarəetmə Mərkəzi tərəfindən əhəmiyyətli tarixi-mədəni irs nümunələrinin bərpası, qorunması və dayanıqlı şəkildə idarə edilməsi istiqamətində mühüm işlər görülmüşdür. Şəki şəhərində aparılan bərpa işlərinin icrası xüsusilə vurğulanmalıdır. O cümlədən, 2019- cu ilin iyul ayında Azərbaycan Respublikası Prezidenti tərəfindən Şəki şəhərinin tarixi mərkəzi "Xan Sarayı" da daxil olmaqla YUNESKO-nun Ümumdünya İrs Siyahısına daxil edilmişdir. 2022-ci ildə mədəni irs baxımından əhəmiyyətli turizm məkanlarından olan Şəkidə infrastrukturun bərpası işləri aparılmışdır [4, s.].

Şəki tarixən Azərbaycanın qədim yaşayış məskənlərindən biri olmaqla, Azərbaycanı Avropa və Asiya ilə birləşdirən "Böyük İpəkyolu" marşrutunun əsas nöqtələrindən biri olmuşdur. Hələ qədim zamanlarda otelçilik sənayesinin ilk rüşeymləri olan mehmanxana biznesinin əsas sayılan karvansaraylar Şəkidə səyyahları qəbul edən və onlara xidmət edən dayanacaq məntəqələri rolunu oynamışdır. Şəki tarixi-mədəni zənginliyi, rəngarəng folkloru, milli kulinariyası, incəsənəti, coğrafi mövqeyi, təbiəti və müasir turizm infrastrukturu ilə xüsusilə fərqlənir. Turistlərə səyahət müddətində zəruri olacaq gecələmə, qidalanma, nəqliyyat, istirahət-əyləncə xidmətlərini təmin etmək üçün kifayət qədər turizm məhsullarına malikdir. Şəki müasir dövrümüzdə turoperatorların, yerli və xarici turistlərin diqqətini cəlb edir. Kəlağayı sənəti, misgərlik,

dulusçuluq, şəbəkə sənəti əraziyə gələn introvert turistləri xüsusilə cəlb edir. Yerli əhalinin turizmə marağı, bələdçilik, evlərini turistlərə kirayə vermək istəkləri, kənd təsərrüfatı məhsullarını turistlərə satmaq meyilləri, eyni zamanda turizm sahəsində fəaliyyət göstərən saibkarlıq subyektlərində işləmək meyilləri destinasiyanın turizm istiqamətli inkişafına şərait yaradır. "Yuxarı Baş" Tarixi-Memarlıq Qoruğu və Şəki Xan Sarayı kimi abidələr beynəlxalq əhəmiyyətə malikdir. Şəkinin milli mətbəxi – xüsusilə piti və Şəki halvası – turistlər üçün maraqlı təcrübə yaradır. Piti üçün istifadə olunan küpə qablar, eləcə də Şəkiyə xas kəlağayılar həm satış məqsədi, həm də mədəniyyətin tanıdılması baxımından önəmlidir [5, s. 101-102].

Cədvəl 1. Mehmanxana (hotel) və mehmanxana tipli obyektlərin fəaliyyətinin Şəki-Zaqatala regionu və Şəki rayonlarında müqayisəli təhlil göstəriciləri. 2022 və 2023-cü illər üzrə.

	Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu üzrə		**Şəki rayonu üzrə**	
	2022	2023	2022	2023
Mehmanxana (hotel) və mehmanxana tipli obyektlərin sayı	**78**	**77**	**18**	**18**
Mehmanxana (hotel) və mehmanxana tipli obyektlərdə birdəfəlik tutum	**5114**	**5090**	**786**	**786**
Mehmanxana (hotel) və mehmanxana tipli obyektlərdə nömrələrin sayı	**2177**	**2144**	**354**	**354**
Mehmanxana (hotel) və mehmanxana tipli obyektlərdə keçirilmiş gecələmələrin sayı	**220 588**	**223 414**	**10 152**	**27 694**
Mehmanxana (hotel) və mehmanxana tipli obyektlərdə yerləşdirilmiş şəxslərin iqtisadi rayonlar üzrə sayı	**132 842**	**128 455**	**7 104**	**13 654**
Mehmanxana (hotel) və mehmanxana tipli obyektlərin gəlirləri	**32 350,2**	**41 223,6**	**103,3**	**3 116,4**
Mehmanxana (hotel) və mehmanxana tipli obyektlərin xərcləri	**28 306,7**	**37 816,1**	**940,7**	**2 362,5**

Mənbə. Dövlət Statistika Komitəsi

Cədvəl 1.də Şəkidə fəaliyyət göstərən mehmanxana (hotel) və mehmanxana tipli obyektlərin 2022 və 2023-cü illər üzrə regionda mövcud olan iqtisadi göstəriciləri ilə müqayisəli təhlili verilmişdir. Şəki-Zaqatala regionunda 2022-ci il üzrə fəaliyyət göstərən 78 müəssisədən 18-i Şəkidə fəaliyyət göstərmişdir ki, bu da regionda fəaliyyət göstərən 6 rayon içərisində 23% deməkdir.

Cədvəl 2.də qeyd olunan ənənəvi destinasiya elementləri və hədəf kütləri tamamilə uyğun şəkildə Şəki rayonunu əhatə etməsə də, ərazi hal-hazırda ekoloji təmizdir, səs-küy nisbəti aşağıdır, ətraf mühit qorunur, yerli əhali turizmin inkişafında maraqlıdır, alternativ turizm xidmətləri mövcuddur, tarix qorunur,

maddi və qeyri-maddi mədəni irsin unudulmasına, milli qastronomiyanın köhnəlməsinə icazə verilmir, tarixi abidələrin aşınmasına icazə verilmir, muzeylər aktuallığını qoruyub saxlayır.

Cədvəl 2. Ənənəvi destinasiya ilə dayanıqlı destinasiyaların müqayisəli təhlili

Ənənəvi destinasiya	Dayanıqlı destinasiya
Daha çox iqtisadi cəhətdən qazanc əldə etməyə yönəlir.	Təbiətin və cəmiyyətin gələcəyinə təsir etmədən, yerli icmalara fayda vermək məqsədini güdür.
Turistlər üçün təcrübə və əyləncə təmin etmək.	Təbii resursların qorunması və gələcək nəsillər üçün qorunması.
Ətraf mühitə və yerli icmalara mənfi təsir göstərə bilər.	Ətraf mühit və yerli icmalar üzərində müsbət təsir yaratmağa çalışır.
Resursların həddindən artıq istifadəsi.	Resursların qənaətlə istifadəsi və bərpa olunması.
Qısa müddətli iqtisadi fayda təmin edir.	Uzun müddətli iqtisadi fayda və yerli icmaların dəstəklənməsi.
Ətraf mühitə çoxlu zərər verə bilər (məsələn, çirklənmə, təbii sərvətlərin tükənməsi).	Ətraf mühitin qorunmasına önəm verir (təbii sərvətlərin qorunması, enerji qənaəti və s.).
Adətən turistik attraksionlar və populyar yerlər üzərində fokuslanır.	Yerli mədəniyyətə və ənənələrə hörmət göstərərək daha dərin və ətraflı təcrübələrə yönəlir.
Qısa müddətli və çox vaxt tələbatın yüksək olduğu təcrübələrə yönəlir	Planlaşdırma yerli cəmiyyətlər və təbii mühitlə uyğun olaraq həyata keçirilir.
Turistlər əsasən şəxsi maraqlara görə qərarlar alır.	Yerli icmalar və ətraf mühitin sağlamlığı da nəzərə alınaraq qərarlar qəbul edilir.
Böyük otellər, kütləvi turizm yerləri və resurslar.	Kiçik miqyaslı, ekoloji təmiz və yerli icmaların tələblərinə uyğun infrastrukturlar.
Yerli mədəniyyətin dəyişməsi və təzyiqə məruz qalması.	Yerli mədəniyyətin qorunması və inkişaf etdirilməsi.

Mənbə: B. Himmetoğlu və digərləri, "Turizm destinasiyalarının idarəedilməsi" dərs vəsaitindən əldə olunmuş məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. "Azərbaycanda turizm" / Statistik məcmuə / Bakı 2024.
2. Abadov M.K. "Azərbaycan turizmi və onun inkişaf problemləri". Bakı, 2014.
3. Adongo, C. A., Taale, F., & Adam, I. Tourists' values and empathic attitude toward sustainable development in tourism. Ecological Economics, 2018. 150, 251-263.

4. Azərbaycan Respublikasının Turizm Strategiyası 2023-2026, Fevral 2023
5. B.Himmetoğlu, P.İsmayilova, N.Musayeva və digərləri, "Turizm destinasiyalarının idarə edilməsi, Dərs vəsaiti, Bakı, 2021
6. Bilalov, B. Gülalıyev Ç- "Turizmin əsasları", Bakı, "QHT Nəşriyyatı", 2015.
7. Cabbarov Ə.X. Turizmin iqtisadi əsasları. Dərs vəsaiti. Bakı-2015. ADPU-nəşriyyatı.267 səh.
8. Gülalıyev Ç.G. Turizm fəaliyyətinin Ekoloji-Erqonomik Əsasları. Bakı: QHT Nəşriyyatı, 2017.
9. İsmayılova Nərmin Namizəd, "Şəki destinasiyasının Azərbaycan turizmində yeri və inkişaf perspektivləri" mövzusunda magistr dissertasiyası, 2018
10. Kahraman N., Türkay O., Turizm ve Çevre, Ankara: Detay Yayıncılık, 2012.
11. Yusupov, Q. Regionun turizm destinasiyasina çevrilməsi imkanlari, Azərbaycan Universiteti, Bakı, Azərbaycan İpək yolu, No.3, 2022, səh.48-60
12. Lee, T. J., Han, J. S., & Ko, T. G. Health-Oriented Tourists and Sustainable Domestic Tourism. Sustainability, 2020, 12(12), 4988.
13. Atakişiyeva, L. Qarabağ timsalinda dayaniqli turizmin inkişafi prinsiplərinin araşdirilmasi, XI Beynəlxalq Türk Dünyası Araşdırmaları Simpoziumu / Bakı 2024, 11-13 iyun https://www.utudas.org/Makaleler/1584533659_XI.%202C.%2065.pdf
14. Qafarov, N. Turizmin iqtisadiyyatı, Bakı, "Kooperasiya" nəşriyyatı. 2012, 440 səh.
15. www.sheki.travel.az
16. https://tourism.gov.az/
17. www.shekimct.gov.az

AYSEL MƏMMƏDZADƏ

Azərbaycanın turizm destinasiyalarında kreativ turizmin tətbiqi

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,

E-mail: 2001m.aysel@gmail.com

Xülasə. Kreativ turizminin Azərbaycan turizm istiqamətlərində tətbiqi, ölkənin turizm təkliflərini yerli mədəniyyət, innovasiya və unikal təcrübələrə vurğu edərək zənginləşdirmək üçün ümidverici bir fürsət təqdim edir. Turistləri yaradıcı və iştirakçı fəaliyyətlərə cəlb etməyə təşviq edən kreativ turizm, dayanıqlı turizmin inkişafını təmin edə və Azərbaycanın zəngin mədəni irsinin qorunmasına kömək edə bilər. Bu məqalə, Azərbaycanın müxtəlif landşaftları, ənənəvi sənətkarlıq nümunələri və rəngarəng mədəni praktikalardan istifadə edərək kreativ turizmi Azərbaycan turizm istiqamətlərinə inteqrasiya etmə potensialını araşdırır. Mövcud turizm strategiyalarının və beynəlxalq yaxşı təcrübələrin nəzərdən keçirilməsi əsasında, kreativ turizminin Azərbaycanda təşviq edilməsinin qarşısındakı çətinliklər və fürsətlər vurğulanır və siyasətçilər və turizm tərəfdaşları üçün bu yeni trenddən faydalanmaq üçün tövsiyələr irəli sürülür.

***Açar sözlər*:** Kreativ turizm, mədəni irs, dayanıqlı turizm, turizm inkişafı, innovasiya

Резюме: Реализация креативного туризма в туристических направлениях Азербайджана представляет собой перспективную возможность для обогащения туристических предложений страны, с акцентом на местную культуру, инновации и уникальные впечатления. Креативный туризм, который побуждает туристов активно участвовать в творческих и интерактивных мероприятиях, может способствовать устойчивому развитию туризма и сохранению богатого культурного наследия Азербайджана. В статье рассматривается потенциал интеграции креативного туризма в туристические направления Азербайджана, с акцентом на разнообразие природных ландшафтов, традиционные ремесла и яркие культурные практики. На основе анализа текущих туристических стратегий и международных лучших практик подчеркиваются вызовы и возможности продвижения креативного туризма в Азербайджане, а также даны рекомендации для политиков и туристических партнеров по использованию этого нового тренда.

Ключевые слова: Креативный туризм, культурное наследие, устойчивый туризм, развитие туризма, инновации

Abstract. The implementation of creative tourism in Azerbaijan’s tourism destinations presents a promising opportunity to enhance the country's tourism offerings by emphasizing local culture, innovation, and unique experiences. Creative tourism, which encourages tourists to actively engage in creative and participatory activities, can drive sustainable tourism development and contribute to the preservation of Azerbaijan’s rich cultural heritage. This paper explores the potential for integrating creative tourism into Azerbaijan’s tourism destinations, focusing on the country's diverse landscapes, traditional crafts, and vibrant cultural practices. Through a review of current tourism strategies and international best practices, this study highlights the challenges and opportunities of promoting creative tourism in Azerbaijan, offering recommendations for policy makers and tourism stakeholders to capitalize on this emerging trend.

Keywords: creative tourism, cultural heritage, sustainable tourism, tourism development, innovation

Introduction. Tourism in Azerbaijan has experienced remarkable growth in recent years, driven by the country's rich cultural heritage, diverse landscapes, and strategic location. While traditional tourism models continue to attract visitors, there is an increasing need for innovative approaches to enhance the travel experience. Azerbaijan has rapidly positioned itself as a must-see destination for travel enthusiasts, reflecting substantial growth in its tourism sector. This surge was visible during the recent Formula 1 race, and with the United Nations Climate Change Conference (COP29) slated for November, the country is set to further solidify its reputation as a global tourism hub. [7]

One such approach is creative tourism, which encourages active participation, cultural immersion, and hands-on experiences. Creative tourism is a new form of tourism which has the potential change existing models of tourism development and to make a contribution to diversifying and innovating the tourist experience. By doing so, creative tourism can help to stimulate local economic, social and cultural

development. This paper examines the background and development of the creative tourism concept, showing how the production and consumption of experiences has shifted from cultural tourism to creative tourism. In conclusion, a number of different models of creative tourism development are presented, illustrating how the concept has been implemented in different ways around the world [5, p. 78].

The roots of the creative tourism concept go back to the mid-1990s, when a group of researchers and practitioners were looking at ways to enhance the sales of craft products to tourists. The basic aim of the EUROTEX project was to help conserve craft production by marketing local products more effectively to tourists, developing new outlets for craft sales and securing local jobs. It quickly became clear that one of the biggest challenges for craft producers was distinguishing their high-value hand-made products from the cheaper mass produced items. Unless the tourists can appreciate the work and skill that goes into making handcrafted products, they are unlikely to want to pay more for them [6, p. 37].

What the tourist is seeking in these local places is more contact with real people and engagement with the local culture and creative practices. The postmodern search for identity, meaning and 'roots' impels many to seek experiences which give them the opportunity to interact with local communities, learning more about what makes them tick and how they relate to the world. This drive also explains why volunteer travel has become so important, and why more and more young people are spending long periods studying and working abroad.

Azerbaijan boasts a wide array of tourism destinations that cater to different traveler preferences:

Baku. The vibrant capital city, blending modern skyscrapers with historical landmarks such as the Old City, Flame Towers, and the Heydar Aliyev Center.

Shaki. A UNESCO-listed city known for its stunning Sheki Khan's Palace, traditional handicrafts, and silk production.

Gabala. A nature retreat offering adventure tourism, skiing, and cultural experiences.

Ganja. The second-largest city with rich history, wine-making traditions, and the famous Nizami Mausoleum.

Lankaran and Astara. Coastal regions known for tea plantations, lush nature, and authentic culture.

Nakhchivan. A historical gem with sites like Alinja Castle and Momine Khatun Mausoleum.

Khinalig and Lahij. Ancient mountain villages preserving unique traditions and artisanal craftsmanship.

Creative tourism shifts the focus from passive sightseeing to active participation in cultural, artistic, and educational activities. Its key advantages include:

Authentic Engagement – Tourists become part of the local culture by participating in traditional crafts, cooking classes, and storytelling sessions.

Economic Benefits – Local artisans, musicians, and small businesses gain direct income through workshops and interactive experiences.

Sustainable Growth – Unlike mass tourism, creative tourism emphasizes low-impact, high-value experiences, benefiting local communities without overburdening resources.

Cultural Preservation – Encourages younger generations to engage with and sustain traditional art forms and customs.

Azerbaijan has significant strengths in its rich cultural heritage, diverse landscapes, and governmental support that could make it an attractive destination for creative tourism. However, to unlock this potential, the country needs to address weaknesses like the lack of awareness and infrastructure for creative tourism. Here is the SWOT analysis of creative tourism in Azerbaijan:

Strengths

Rich Cultural Heritage: Azerbaijan has a deep and diverse cultural heritage, including historical sites, traditional crafts, music, and cuisine. This is a key asset for creative tourism, as tourists are increasingly seeking authentic, culture-rich experiences that go beyond traditional sightseeing.

Diverse Tourism Destinations Azerbaijan's varied landscapes—from the Caspian Sea coast to its mountainous regions—offer numerous opportunities for creative tourism activities like arts workshops, nature excursions, and cultural immersions.

Strong Government Support: The government's backing for tourism development, including policy initiatives and infrastructure investments, provides a favorable environment for introducing creative tourism.

Weaknesses

Limited Awareness and Infrastructure for Creative Tourism Activities: Although the potential is there, there may be a lack of recognition and understanding of what creative tourism entails among local stakeholders. There may also be insufficient infrastructure and resources dedicated to fostering this specific type of tourism.

Seasonality of Tourism: Some regions of Azerbaijan experience seasonal peaks, especially in the summer. This could limit the sustainability of creative tourism if it is not spread across different times of the year or if alternative off-season activities are not developed.

Opportunities

Growing Demand for Experiential Travel: As tourists increasingly seek immersive, hands-on travel experiences, creative tourism is becoming more popular. This trend aligns well with Azerbaijan's cultural assets and can be leveraged to attract a new audience of travelers interested in learning and engaging with local traditions and crafts.

Potential for Collaborations with International Creative Tourism Networks: There is an opportunity to collaborate with international creative tourism organizations, festivals, and networks, which can enhance Azerbaijan's visibility and reputation on the global tourism map. These collaborations could provide access to new markets and knowledge-sharing opportunities.

Threats

Competition from Neighboring Countries: Azerbaijan faces competition from nearby countries, all of which are promoting their cultural and natural tourism offerings. These countries may have more established creative tourism programs, which could divert potential visitors.

External Economic Factors: Economic downturns, geopolitical tensions, and fluctuating exchange rates could affect international tourist inflows. These factors could make creative tourism initiatives vulnerable to external shocks, impacting their growth and sustainability.

The growing demand for experiential travel and the possibility of forming international partnerships offer promising opportunities, but competition from neighboring regions and external economic factors could pose significant threats. By focusing on promoting the unique cultural experiences and building the necessary infrastructure, Azerbaijan could capitalize on its creative tourism potential and stand out in the competitive regional market.

Statistical Insights. According to Azerbaijan's State Tourism Agency, the country welcomed **2.**1 million international tourists in 2023, with cultural tourism being one of the key attractions. A survey by the Azerbaijan Tourism Board found that 75% of tourists seek unique cultural experiences, highlighting the potential for creative tourism development.

Conclusion. Creative tourism presents a transformative opportunity for Azerbaijan to enhance its tourism industry by offering immersive, meaningful, and culturally rich experiences. By integrating hands-on activities into tourism programs, Azerbaijan can attract a new wave of travelers who seek deeper connections with local traditions.

Offers. Cultural Exchange Residencies. Establish artist-in-residence programs where tourists can learn and collaborate with Azerbaijani artists, musicians, and craftspeople.

Heritage gamification. Develop interactive heritage games using augmented reality (AR) in historical sites, allowing visitors to engage with history in an entertaining way.

Nomadic tourism experiences. Introduce seasonal nomadic camps where visitors can live in yurts, learn traditional herding skills, and participate in Azerbaijani folklore storytelling.

Virtual and hybrid tourism. Offering VR-based cultural tours for international travelers who cannot visit physically, creating a digital gateway to Azerbaijan's heritage.

Eco-art villages. Establishing creative eco-villages where tourists can participate in sustainable craft-making, organic farming, and eco-friendly architectural projects.

References

1. Azerbaijan Tourism Board Annual Report (2023)
2. State Tourism Agency of Azerbaijan – Statistical Overview
3. UNWTO Reports on Experiential and Creative Tourism Trends
4. Academic Research on Sustainable and Cultural Tourism in the Caucasus Region
5. Richards, G. Creative tourism and local development. 2009
6. Richards, *G.* Developing Creativity in Tourist Experiences. 2006. 1223 p.
7. https://www.azernews.az/analysis/231971.html?utm_source

GÜNEL MUSAYEVA

Azərbaycanın turizm destinasiyaları və dayanıqlı inkişaf imkanları

Sumqayıt Dövlət Universiteti, tələbə

E-mail: gmusayeva826@gmail.com

Xülasə: Dayanıqlı turizm, turistlərin təbiətlə qarşılıqlı əlaqədə olduğu, həmçinin yerli icmalarla ünsiyyət quraraq onların mədəniyyəti, adət-ənənələri və gündəlik həyat tərzini təcrübə etdikləri turizm yanaşmasıdır. Bu yanaşma təbiətə daha dostcanlı münasibəti, ekoloji və sosial mənfi təsirlərin minimallaşdırılmasını, eləcə də mikro və kiçik sahibkarlığın dəstəklənməsini əhatə edir. Sosial destinasiya anlayışının məqsədi mədəniyyətlərarası dialoqun təşviqi, sosial inteqrasiyanın gücləndirilməsi və dayanıqlı inkişafın təmin edilməsidir. Azərbaycan bu sahədə böyük potensiala malikdir və düzgün idarəetmə və strategiyalar vasitəsilə beynəlxalq səviyyədə tanınmaq imkanları olduqca genişdir.

Açar sözlər: turizm, inteqrasiya, destinasiya, tolerant, region

Abstract: Sustainable tourism is an approach in which tourists interact with nature and local communities, experiencing their culture, traditions, and daily life. This approach encompasses a more environmentally friendly attitude, minimizing negative ecological and social impacts, and supporting micro and small-scale entrepreneurship. The concept of a social destination aims to promote intercultural dialogue, strengthen social integration, and ensure sustainable development. Azerbaijan has significant potential in this field, and with proper management and strategies, it has broad opportunities for international recognition.

Key words: tourism, integration, destination, tolerant, region

Резюме: Устойчивый туризм — это подход к туризму, при котором туристы взаимодействуют с природой и местными сообществами, знакомясь с их культурой, обычаями и образом жизни. Этот подход включает более бережное отношение к природе, минимизацию экологических и социальных негативных воздействий, а также поддержку микропредпринимательства и малого бизнеса. Цель понятия «социальная дестинация» — содействие межкультурному диалогу, укрепление социальной интеграции и обеспечение устойчивого развития. Азербайджан обладает большим потенциалом в этой области, и при правильном управлении и стратегиях имеет широкие возможности для международного признания.

Ключевые слова:туризм, интеграция, дестинация, толерантный, регион

Giriş: Azərbaycanın da bənzərsiz iqlimi, flora və faunası, o cümlədən qədim tarix və memarlıq abidələri və dünya standarlarına cavab verən müasir tikililəri burada daxili turizm potenisalının güclü olmasından xəbər verir. Son illər ölkədə turizmin daha da güclü inkişaf etməsi üçün görülən tədbirlər ölkədə

turizmin inkişafına çox güclü təkan verdi. Paytaxt Bakı ilə yanaşı regionlarda turizmin inkişafı üzrə bir sıra əhəmiyyətli tədbirlər görüldü. Rayonlarda yeni turist yerləşdirmə obyektləri istifadəyə verildi və turist marşrutları üzrə çox güclü şəbəkə yaradıldı.

Davamlı turizm növləri olan kənd turizmi və ekoloji turizmin kütləvi halda keçirildiyi aylar iyul və avqust aylarıdır. Lakin təbiət qoynuna çıxmaqla ekoturizmə olan tələbat digər aylarda da olur. Müalicə-sağlamlıq turizm növü ilboyu fəaliyyətdə ola bilir. Müalicə müəssisələrində yerləşə bilməyən turistlər kənd qonaq evlərində qala bilərlər. Aprel, may, sentyabr, oktyabr aylarında sosial turizmə üstünlük vermək olar: pensiyaçılar, əlillik statusunda olanlar üçün istirahət imkanları yaradılmalıdır. Yeni mehmanxanaların açılması, yolların abadlaşdırılması, yeni texnika və texnologiyaların tətbiqi turistlərin istirahətdən məmnunluğunu artırır və yerli əhalinin yaşayışı üçün rahatlıq yaradır. Lakin hər regionun özünəməxsusluğu, digər ərazilərdən fərqlilik məhz kəndlərdə özünü daha çox biruzə verir

Bir turizm bölgəsinin mədəniyyəti və tarixi onun ən mühüm resurslarıdır. Öz tarixi dəyərlərini bugünə kimi qoruyub saxlayıb turistlərə təqdim edən destinasiyalar turizmin qaynar olduğu destinasiyalardır. Bununla yanaşı məşhur və olduqca tanınan destinasiyalar yerli əhalinin mədəni dəyərlərini itirmədən, zərər vermədən və bunu qoruyub saxlayaraq turistlərə catdıran, cəlb edən destinasiyalardır [1, 23].

Azərbaycanın multikultural strukturu ölkəmizin çoxmillətli və tolerant cəmiyyəti sosial destinasiyalar üçün zəngin mühit yaradır. Lahıc – Ənənəvi sənətkarlığın yaşadığı məkandır: Misgərlik və toxuculuq sənəti ilə tanınan bu kənddə turistlər yerli ustalarla birbaşa təmasda olur. Quba və Qırmızı Qəsəbə – Multikulturalizmin nümunəsi: Yəhudi icmasının yaşadığı bu qəsəbə dini və mədəni müxtəlifliyin qorunduğu sosial destinasiyadır. Xınalıq – Unikal dil və həyat tərzi: Dünyanın ən qədim dağ kəndlərindən olan Xınalıqda yerli əhali ilə təmas, onların dil və adətlərini öyrənmək mümkündür. Şəki – Mədəni irs və qonaqpərvərlik: Tarixi İpək Yolu üzərində yerləşən şəhər yerli mətbəx, sənətkarlıq və memarlıqla sosial təcrübə təqdim edir.

Ümumiyyətlə, dayanıqlılıq yanaşması və düşüncə tərzi turistlər üçün qeyri-adi təcrübələr və yerli sakinlərə öz mədəniyyətlərini və rifahını qoruyub saxlamaq imkanı yaratmaqla yanaşı, hər kəsin gələcək nəsillər üçün planetimizi qorumağa istiqamətləndirir. Buna misal olaraq "Slou Səyahət" (Slow Travel) konsepsiyasını göstərmək olar ki, bu ideya adi səyahətdən daha çox turistlərin müəyyən bir ərazinin ənənələri və insanları ilə daha yaxından tanış olduqları dayanıqlı səyahət yanaşmasını özündə ehtiva edir.

Azərbaycanın şimal-qərb marşrutu üzrə səyahət edən qonaqlar üçün Şamaxı, İsmayıllı, Qəbələ, Şəki və Qax rayonlarını əhatə edən, yerli istehsalçılar, məhsullar və görməli yerləri əks etdirən Slou Fud səyahət xəritəsinə yeni inteqrasiya olunmuş 15 dayanıqlı təcrübə indi əlçatandır. ATB-nin peşəkar komandasının aşpaz, fermer, pendir istehsalçısı, çoban, qəssab və s. kimi yerli istehsalçılarla görüşlər keçirməsi və 100-dən çox kiçik fermer təsərrüfatları ilə əməkdaşlıq etməsi ilə bu layihə miqyasını daha genişləndirmişdir. Hazırda mövcud qastronomik təcrübələrdən tutmuş hotel və digər növ yerləşmə təminatına qədər geniş xidmətlər təklif edən 60 yerli tərəfdaş Slou Fud səyahət modelinə cəlb edilmişdir.

Dinamik qastronomik təcrübə axtarışında olan turistlər konsepsiyada təqdim edilən Azərbaycana məxsus təamlardan dadmaq, ölkəmizin tarixi, mədəni yerləri, təbiəti ilə tanış olmaq imkanına sahibdirlər. Layihə çərçivəsində regionun təbiəti araşdırılaraq Böyük Qafqaz dağlarından yerləşən kəndləri və iqlim tipləri ilə əlaqəli 80 növ yerli tərəvəz, meyvə, ənənəvi ev şirniyyatları, yabanı bitkilər, heyvan cinsləri və digər növlərin xəritəsi hazırlanmışdır. Həmçinin aparılan işlərin nəticəsində Azərbaycandan 31 endemik məhsul və təam Beynəlxalq "Dad gəmisi" siyahısına salınıb. Digər bir mühüm addım isə davamlı təcrübələrin təşviq edilməsi və yerli sahələrin inkişaf etdirilməsi məqsədilə Azərbaycanın Slou Fud təqdimatının yaradılması idi. Ata-baba fındığı, Qafqaz camışı, Qafqaz dağ balı, Mədrəsə üzümü və yabanı Qafqaz itburnusu kimi yenidən kəşf edilməsi vacib olan yerli məhsullar hazırda milli Dad Gəmisi menyusunda yer alır.

Beynəlxalq şəbəkə olan Slou Fud Aşpazlar Alyansı və bu təşkilata üzvü olan yerli aşpazların birgə səyi nəticəsində "Torpaqdan bazara" və "Tullantısız ləzzət" Slou Fud Dad Gəmisi beynəlxalq onlayn kataloqu təqdim edilmişdir. Camış qatığı, Mədrəsə üzümü və Kür ilanbalığı milli yeməklərdə istifadə edilən yerli məhsullardan yalnız bir neçəsidir. Regionda fəaliyyət göstərən restoranlar da getdikcə bu inqridiyentləri şimal-qərb marşrutu üzrə innovativ reseptlər sırasına daxil edir.[2, 48]

Nəticə: Turizm ölkələrin inkişafında önəmli rol oynayan, iqtisadi cəhətdən böyük faydası olan və hər keçən gün daha da böyüyən bir sektordur. Dayanıqlı turizm, yerli icmaların rifahını artırır və mədəni irsin qorunmasına töhfə verir, sosial destinasiyanın inkişafı üçün imkanlar yaradır. Bu gün ölkədə dayanıqlılıq prinsiplərini tətbiq etdiyimiz layihələr və sahələrin sayı artmaqda davam edir. Dayanıqlı səyahət yanaşması nəinki təbiəti, xüsusilə endemik növləri mühafizə edir, həm də qlobal iqlim dəyişikliyi ilə mübarizə apararaq yerli icmalara dəstək verir, eləcə də turizm sənayesinin zərərli tullantılarını minimuma endirərək çirklənmənin azaldılmasında mühüm rol oynayır.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat

1. Atakişiyeva L. Qarabağ timsalında dayanıqlı turizmin inkişafı prisniplərinin araşdırılması, XI Beynəlxalq Türk Dünyası Araşdırmaları Simpoziumu Bakı, 11-13 İyun 2024
2. Bilalov B, Gülalıyev Ç, "Turizmin əsasları", Bakı, 2015
3. Cabbarov. Ə. Turizmin iqtisadi əsaslari, Naxçıvan 2015
4. Hacıyev, S. Azərbaycan iqtisadiyyatında turizmin rolu və inkişaf imkanları. Bakı: "Elm və Təhsil" nəşriyyatı, 2015
5. https://azerbaijan.travel/sustainable-tourism-strategyaz

XANMƏMMƏD PİRİYEV

Mədəni turizm və irsin qorunması: Basqalın turizm destinasiyası kimi inkişaf perspektivləri

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

piriyev.khanmammad.2201@atmu.edu.az

Xülasə: Basqal Azərbaycanın qədim yaşayış məskənlərindən biri olmaqla, zəngin mədəni irsi, tarixi abidələri və ənənəvi sənətkarlıq nümunələri ilə mədəni turizm üçün böyük potensiala malikdir. Bu araşdırma

Basqalın mədəni turizm destinasyonu kimi inkişaf perspektivlərini və bu inkişafın mədəni irsin qorunmasına təsirini təhlil edir. Mədəni turizm yalnız iqtisadi gəlir mənbəyi deyil, həm də tarixi və mədəni sərvətlərin mühafizəsi və tanıdılması üçün mühüm vasitədir. Tədqiqatın nəticələri göstərir ki, Basqalın turizm potensialının artırılması üçün kompleks yanaşmalara ehtiyac var. İnfrastrukturun təkmilləşdirilməsi, rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi və ekoturizmlə inteqrasiya, mədəni irsin qorunmasını və turizmin dayanıqlı inkişafını təmin edə bilər. Eyni zamanda, yerli icmaların turizm prosesinə aktiv iştirakı, sosial-iqtisadi inkişafın əsas faktorlarından biri kimi qiymətləndirilir. Araşdırma həmçinin, Basqalın beynəlxalq turizm bazarında rəqabətqabiliyyətli mədəni turizm mərkəzinə çevrilməsi üçün strateji planlamanın və innovativ yanaşmaların vacibliyini vurğulayır. Mədəni irsin qorunması və müasir texnologiyaların sintezi vasitəsilə Basqalın turizm sektoru inkişaf etdirilərək, onun tarixi və mədəni əhəmiyyətinin daha geniş miqyasda tanınması təmin edilə bilər.

***Açar sözlər**: mədəni irs, turizm, idarəetmə, problem*

Abstract: Basqal, one of Azerbaijan's ancient settlements, possesses significant potential for cultural tourism due to its rich heritage, historical monuments, and traditional craftsmanship. This study analyzes the development prospects of Basqal as a cultural tourism destination and examines the impact of this development on the preservation of cultural heritage. Cultural tourism is not only a source of economic income but also a crucial tool for safeguarding and promoting historical and cultural assets. The findings of the research indicate that a comprehensive approach is required to enhance Basqal's tourism potential. Improving infrastructure, integrating digital technologies, and combining cultural tourism with ecotourism can ensure both the preservation of cultural heritage and sustainable tourism development. Additionally, the active involvement of local communities in the tourism process is considered one of the key factors for socio-economic progress. The study also emphasizes the necessity of strategic planning and innovative approaches to position Basqal as a competitive cultural tourism hub in the international tourism market. By combining cultural heritage preservation with modern technological advancements, Basqal's tourism sector can be further developed, ensuring broader recognition of its historical and cultural significance.

***Keywords**:* cultural heritage, tourism, management, problem

Резюме: Басгал – одно из древнейших поселений Азербайджана, обладающее значительным потенциалом для развития культурного туризма благодаря богатому наследию, историческим памятникам и традиционному ремесленному искусству. В данном исследовании анализируются перспективы развития Басгала как культурного туристического направления и влияние этого процесса на сохранение культурного наследия. Культурный туризм является не только источником экономического дохода, но и важным инструментом защиты и популяризации исторических и культурных ценностей. Результаты исследования показывают, что для повышения туристического потенциала Басгала необходим комплексный подход. Улучшение инфраструктуры, внедрение

цифровых технологий и интеграция культурного туризма с экотуризмом могут обеспечить как сохранение культурного наследия, так и устойчивое развитие туристической отрасли. Кроме того, активное участие местных сообществ в туристическом процессе рассматривается как один из ключевых факторов социально-экономического прогресса. Исследование также подчеркивает важность стратегического планирования и инновационных подходов для превращения Басгала в конкурентоспособный центр культурного туризма на международном уровне. Сочетание сохранения культурного наследия с современными технологическими достижениями позволит развить туристический сектор Басгала, обеспечив его широкое признание как уникального историко-культурного объекта.

Ключевые слова: культурное наследие, туризм, менеджмент, проблема.

Giriş. Mədəni turizm, turistlərin ənənəvi və müasir mədəniyyətlərin, tarixlərin və sosial strukturların izlərini tapmaq məqsədilə səfər etdiyi bir turizm növüdür. Bu sahə yalnız turizmin inkişafını deyil, həm də mədəni irsin qorunması və yaşadılması məsələlərini gündəmə gətirir. Dünya miqyasında mədəni turizm getdikcə daha da əhəmiyyət qazanır, çünki insanlar təbii və tarixi irslə yanaşı, insan yaradıcılığının və mədəniyyətinin əhəmiyyətini dərk etməyə başlayıblar.

Azərbaycan, zəngin mədəniyyəti, tarixi və ənənələri ilə tanınan bir ölkədir. Bu zəngin mədəni irs, onun müxtəlif regionlarında daha da parlaq şəkildə özünü göstərir. Basqal, Azərbaycanın qədim mədəniyyətlərini, memarlığını və ənənələrini qorumağa çalışan bir bölgə olaraq, bu mədəni turizm modelinin inkişafı üçün mükəmməl bir nümunə təşkil edir. Basqal, həm yerli, həm də xarici turistlərin marağını cəlb edən, özünəməxsus tarixi və mədəni əhəmiyyətə malik bir turizm destinasyonudur. Bu kəndin tarixə və ənənələrə olan bağlılığı, onun mədəni turizmin inkişafında oynadığı rolu daha da əhəmiyyətli edir. Basqal, öz qədim məscidləri, məhəllə arxitekturası, dağ kəndlərinin həyat tərzi və ənənəvi sənətkarlıqla tanınır. Bu xüsusiyyətləri ilə Basqal, Azərbaycan mədəniyyətinin incəliklərini təqdim etmək və zəngin irsini dünyaya tanıtmaq üçün böyük bir potensiala malikdir.

Bu məqalədə, Basqalın mədəni turizm destinasyonu kimi inkişaf perspektivləri və bu sahənin mədəni irsin qorunması ilə əlaqəsi dərin şəkildə araşdırılacaq. Basqalın turizm potensialının artırılması, infrastrukturların və xidmətlərin inkişaf etdirilməsi, yerli icmaların turizmdən faydalanması, eyni zamanda mədəni irsin qorunması məqsədilə həyata keçirilə biləcək strategiyalar müzakirə ediləcəkdir.

Əsas hissə

Basqal, Azərbaycanın qədim kəndlərindən biri olaraq, təkcə coğrafi və təbii gözəllikləri ilə deyil, həm də zəngin mədəni irsi ilə diqqət çəkir. Bu kənd, Azərbaycanın tarixini və mədəniyyətini yaşatmaq üçün mühüm bir mərkəz təşkil edir. Basqalın mədəni turizm potensialı onun qədim tarixindən, mədəniyyətindən və memarlıq abidələrindən qaynaqlanır. Həmçinin, Basqalın bu gün də qorunan adət-ənənələri və folklor xüsusiyyətləri, turistlərə bənzərsiz bir mədəni təcrübə təqdim edir.

Bu regionun mədəni turizminin inkişafı, yalnız iqtisadi cəhətdən deyil, həm də cəmiyyətin sosial rifahına təsir göstərən bir məsələdir. Mədəni turizmin inkişafı, turizmə bağlı xidmət sahələrinin yaradılması, yerli əhalinin iş imkanlarının artması və mədəni irsin qorunması sahəsindəki tədbirlərlə bağlıdır. Beləliklə, Basqalın mədəni turizm kimi inkişafı, həm iqtisadi, həm də sosial baxımdan dayanıqlı inkişafı təmin edə bilər. Bu inkişafın əsas istiqamətləri arasında mədəniyyətin qorunması, təhsil və təbliğat sahəsindəki işlər, yerli icmalarla əməkdaşlıq, eləcə də təbii və tarixi abidələrin mühafizəsi önəmli yer tutur[2, s. 45].

Birincisi, Basqalın mədəni turizm potensialının inkişafı üçün müvafiq infrastrukturların qurulması vacibdir. İnfrastruktur, turistlərin rahat şəkildə Basqala gəlişini təmin etməli, həmçinin onların bölgədə daha uzun müddət qalmasını təşviq etməlidir. Yolların yaxşılaşdırılması, otel və digər yerləşmə obyektlərinin inkişaf etdirilməsi, ictimai nəqliyyatın təkmilləşdirilməsi bu prosesin əsasını təşkil edir. Bütün bu infrastruktur inkişafları, turist axınının artmasına və nəticədə bölgənin iqtisadiyyatının canlanmasına səbəb olacaqdır. İkinci olaraq, mədəni irsin qorunması məsələsi Basqalın mədəni turizm inkişafı üçün əhəmiyyətli bir sahədir. Mədəni irs, yalnız abidələr və arxitektura ilə bağlı deyil, həm də xalqın adət-ənənələri, folkloru, musiqisi, əl işləri və gastronomiyası ilə bağlıdır. Bu elementlər, turistlərə regionun əsl ruhunu təqdim edir və eyni zamanda mədəniyyətin gələcək nəsillərə çatdırılmasını təmin edir. Basqalda yerli əhalinin ənənəvi sənətkarlıq fəaliyyətlərinin qorunması, bu sahəyə investisiyaların artırılması, eləcə də xalq sənətinə dair təlimlər və seminarların təşkil edilməsi lazımdır.

Üçüncüsü, yerli icmaların mədəni turizmdən faydalanması məsələsi də olduqca əhəmiyyətlidir. Mədəni turizmin inkişafı yalnız xarici turistlər üçün deyil, həm də yerli əhali üçün faydalı olmalıdır. Yerli icmalar, turizmin gətirdiyi gəlirlərlə daha yaxşı həyat şəraiti əldə edə bilərlər. Bunun üçün, yerli icmaların turizmə adaptasiya olması, turizm sənayesində çalışmaq üçün lazımi təlimlər və təhsil imkanlarının yaradılması vacibdir[5, s. 124].

Dördüncü olaraq, mədəni turizmin inkişafı üçün müxtəlif innovativ yanaşmaların tətbiq edilməsi əhəmiyyətlidir. Basqalın mədəni turizmini daha cəlbedici etmək üçün yeni texnologiyaların, məsələn, rəqəmsal ekskursiyalar, interaktiv sərgilər və virtual turizm platformalarının istifadəsi təklif oluna bilər. Bu yanaşmalar, xüsusilə gənc nəslin və texnologiyaya maraq göstərən turistlərin cəlb edilməsinə xidmət edə bilər. Eyni zamanda, Basqalda təşkil olunan mədəni tədbirlər, festivallar və sərgilər, yerli sənətkarların və mədəniyyət xadimlərinin dəstəklənməsi, turizmin inkişafında mühüm rol oynayacaqdır.

Basqalın mədəni turizm destinasyonu kimi inkişafı üçün bir digər vacib amil turizm təhsili və maarifləndirmə proqramlarının həyata keçirilməsidir. Turizm sahəsində fəaliyyət göstərən bütün maraqlı tərəflər – turistlər, yerli sakinlər, turizm işçiləri və mədəniyyət sahəsinin nümayəndələri – bu inkişafın təməl daşlarını təşkil edir. Mədəni turizm fəaliyyətlərinə qatılan yerli əhali, yalnız iqtisadi və sosial fayda əldə etməklə kifayətlənməyib, həm də öz mədəniyyətlərini qoruma və təbliğ etmə istiqamətində mühüm bir missiya daşıyır. Buna görə də, yerli icmalar üçün mədəni turizm haqqında təhsil və maarifləndirmə proqramlarının təşkili böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bu proqramlar vasitəsilə, yerli əhali yalnız turizm

sahəsinin inkişafından faydalanmaqla kifayətlənməyəcək, həm də onların mədəni irsi daha yaxşı başa düşməsi və qoruması mümkün olacaqdır.

Bununla yanaşı, Basqalın mədəni turizminin inkişafında qlobal və regional əməkdaşlığın gücləndirilməsi də əhəmiyyətlidir. Azərbaycanda mədəni turizmin inkişafı üçün müxtəlif beynəlxalq təşkilatlarla, qeyri-hökumət təşkilatları və digər ölkələrlə əməkdaşlıq, təcrübə mübadiləsi və birgə layihələrin həyata keçirilməsi Basqalın turizm sektorunun daha da inkişafına kömək edə bilər. Eyni zamanda, mədəni turizm sahəsində beynəlxalq tədbirlərin keçirilməsi, seminarlar və konfranslar təşkil edilməsi Basqalın mədəniyyətini və irsini beynəlxalq səviyyədə tanıtmaq üçün mühüm bir vasitə olacaqdır. Bu cür əməkdaşlıqlar, həm də yerli mədəniyyətin müasir dövrün tələblərinə uyğun şəkildə yenilənməsi və qorunması üçün önəmli imkanlar yaradır[3, s. 78].

Basqalın mədəni turizm destinasyonu kimi inkişafı ilə əlaqədar olaraq, müvafiq təbliğat və marketinq strategiyalarının hazırlanması da mühüm rol oynayır. Basqalın mədəni turizmi haqqında geniş məlumatların əldə edilməsi, bu bölgənin tanıdılması və cəlbedici bir turizm destinasyonu kimi təqdim edilməsi turistlərin marağını artıracaqdır. Bunun üçün, turizm platformaları, sosial media kanalları və beynəlxalq sərgilərdə iştirak edilməsi böyük əhəmiyyət kəsb edir. Eyni zamanda, Basqalın mədəni turizmi ilə bağlı xüsusi təkliflər hazırlamaq, turistlər üçün unikal təcrübələr yaratmaq və müxtəlif mövzularda tematik turlar təşkil etmək də potensialı artıran amillərdən biridir.

Bu yanaşmalar nəticəsində Basqal, yalnız Azərbaycanın deyil, dünya miqyasında mədəni turizm destinasyonu kimi tanınacaqdır. Mədəni irsin qorunması və turizmin inkişafı arasında doğru balansın tapılması, həm Basqalın, həm də Azərbaycanın ümumi turizm sektorunun uğurlu gələcəyinə zəmin yaradacaqdır. Bu proseslər zamanı mədəniyyətin təbliği, iqtisadi inkişaf və yerli icmaların rifahının artırılması eyni zamanda həyata keçirilməlidir. Nəticədə, Basqalın mədəni turizm destinasyonu kimi inkişafı, həm Azərbaycan mədəniyyətinin yaşadılması, həm də bu mədəniyyətin qlobal miqyasda tanıdılması üçün böyük əhəmiyyət kəsb edəcəkdir[7, s. 323].

Nəticə

Bu tədqiqatın nəticələri göstərir ki, Basqalın mədəni turizm destinasyonu kimi inkişafı, inteqrasiya olunmuş, elmi əsaslı və innovativ yanaşmaların tətbiqi vasitəsilə həm regional, həm də beynəlxalq turizm bazarında rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına şərait yaradır. Araşdırmada əldə olunan nəticələr, mədəni irsin mühafizəsi ilə turizm infrastrukturunun inkişafı arasında qarşılıqlı sinerjinin mövcudluğunu və bu sinerjinin dayanıqlı inkişaf modelinin yaradılmasında əsas rol oynadığını göstərir. Belə ki, mədəni abidələrin, ənənəvi sənətkarlığın və yerli folklorun qorunması ilə yanaşı, rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi və interaktiv ekskursiya formatlarının inkişaf etdirilməsi, turist axınının artırılması və regionun mədəni sərvətlərinin gələcək nəsillərə ötürülməsi üçün innovativ həllər kimi qiymətləndirilir.

Elmi tədqiqatların və empirik analizlərin işığında aşkar edilir ki, Basqalın mədəni turizm potensialı, xüsusilə qlobal turizm tendensiyalarının nəzərə alınması və beynəlxalq əməkdaşlığın genişləndirilməsi vasitəsilə, regional iqtisadiyyatın gücləndirilməsində mühüm amil ola bilər. Bununla yanaşı, yerli icmaların turizm

prosesinə fəal inteqrasiyası və mədəni sərvətlərin qorunmasına dair strateji tədbirlərin elmi-texnoloji əsaslarla dəstəklənməsi, həm sosial-iqtisadi inkişafın, həm də mədəni identikliyə malik davamlı inkişafın təmin olunmasına zəmin yaradır.

Gələcək tədqiqatlar, Basqalın mədəni turizm destinasyonu kimi potensialının daha dərin və çoxsahəli qiymətləndirilməsinə yönəlik olmalı, həmçinin rəqəmsal arxivlər, virtual reallıq texnologiyaları və interaktiv məlumat sistemlərinin tətbiqi kimi innovativ həllərin uzunmüddətli təsirlərini araşdırmalıdır. Nəticədə, mədəni turizmin elmi yanaşmalarla dəstəklənməsi və innovasiya mexanizmlərinin işə salınması, regionun unikal mədəni irsinin qorunması ilə yanaşı, turizm sənayesində dayanıqlı və rəqabətə davamlı inkişaf modelinin yaradılmasına mühüm töhfə verəcəkdir.

ƏDƏBİYYAT

1. Abasov N. Mədəniyyət siyasəti və mədəni irs. Kulturoloji təhlil., Bakı: ADİMU mətbəəsi, 2011, 220 sah.
2. Səfərəliyev G. Azərbaycan tarixi abidələri və toponimləri. Biblioqrafiya., Bakı: Zərdabi-Nəşir, 2016, 648 sah.
3. Bilalov B.Ə. Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi. Dərslik., Bakı: Mütərcim, 2006, 280 səh.
4. Bilalov B. Ə. Turizmin menecmenti, Bakı: Mütərcim, 2005. 372 s.
5. Bilalov B.Ə. Dünyada və Azərbaycanda gəlmə turizmin müasir durumu, "Dirçəliş XXI əsr" jurnalı, №67, Bakı, 2003.
6. Süleymanlı M. Mədəni irs. Dərslik., Bakı: Elm və Təhsil, 2019, 424 səh.
7. Əliyeva G.Ə. Azərbaycan mədəniyyəti. Dərslik., Bakı: Zərdabi-Nəşir, 2017, 527 səh.
8. Paşa T.Ə. Maddi mədəni irsin sosial-iqtisadi təsirləri. Monoqrafiya., Bakı: Elim və Bilik, 2022, 245 səh.

Mətləb Akif oğlu Abbasov

Azərbaycanda dayanıqlı turizm destinasiyalarının planlaşdırılması

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, Magistrant

E-mail: Matlababasov@gmail.com

Xülasə: Müasir dövrdə turizm sadəcə iqtisadi gəlir mənbəyi kimi deyil, həm də ətraf mühitin qorunması, sosial cəhətdən rifahın artırılması və yerli əhalinin həyat keyfiyyətinin yüksəldilməsində vacib bir vasitə kimi dəyərləndirilir. Bu baxımdan, dayanıqlı turizm daha da aktuallaşaraq destinasiya planlaşdırılmasında əsas istiqamətlərdən birinə çevrilmişdir. Azərbaycanın turizm potensialı həddindən artıq böyük olsa da, bu imkanlardan düzgün və daha uzunömürlü şəkildə faydalanmaq üçün planlaşdırılmış, balanslaşdırılmış və ekoloji baxımdan dayanıqlı yanaşmalara ehtiyac duyulur. Xüsusilə, Qarabağ və Şərqi Zəngəzur kimi yeni inkişaf edən regionlarda turizm destinasiya planlaşdırılması böyük strateji əhəmiyyətə sahibdir. Dayanıqlı turizmə əsaslanan destinasiya planlaşdırılması təkcə sahib olunan təbii və mədəni sərvətlərin qorunması ilə tükənmir, eyni zamanda turizm fəaliyyətlərinin sosial və iqtisadi təsirlərini də ciddi nəzərə alır. Planlaşdırma zamanı yerli əhalinin maraqlarının qorunması, onların məhz bu turizm

fəaliyyətlərinə cəlb edilməsi və bölgələrin uzunmüddətli inkişafı əsas prioritetlərdəndir. Eyni zamanda, infrastrukturun düzgün qurulması, ətraf mühitə minimum təsir edən turizm layihələrinin təşviqi və turist axınının düzgün idarə olunması vacib amillər sırasında yer alır.

Azərbaycanın Dövlət Turizm Agentliyi, Azərbaycan Turizm Bürosu və digər əlaqədar qurumlar bu istiqamətdə bir çox müxtəlif təşəbbüslərlə çıxış edir. Regional inkişaf proqramları, "ağıllı kənd" layihələri, eko-turizm marşrutlarının yaradılması və yerli turizm assosiasiyalarının fəaliyyəti dayanıqlı planlaşdırmanın tərkib hissələrindəndir. Belə yanaşma həm ölkənin beynəlxalq turizm imicini gücləndirir, həm də uzunmüddətli sosial-iqtisadi sabitliyə töhfə verir.

Açar sözlər: Turizm, dayanıqlılıq, potensial, destinasiya, planlaşdırma

Abstract: In the modern era, tourism is not only regarded as a source of economic income but also as an essential tool for environmental protection, enhancing social welfare, and improving the quality of life of the local population. In this context, sustainable tourism has become increasingly relevant, turning into one of the key directions in destination planning. Although Azerbaijan possesses immense tourism potential, making use of these opportunities in a proper and long-term manner requires planned, balanced, and environmentally sustainable approaches. This is especially important in newly developing regions such as Karabakh and East Zangezur, where tourism destination planning holds significant strategic importance. Destination planning based on sustainable tourism is not limited to the protection of existing natural and cultural assets—it also seriously considers the social and economic impacts of tourism activities. During the planning process, protecting the interests of the local population, involving them in tourism activities, and ensuring the long-term development of the regions are among the main priorities. Additionally, proper infrastructure development, promotion of tourism projects with minimal environmental impact, and effective management of tourist flows are among the key factors.

The State Tourism Agency of Azerbaijan, the Azerbaijan Tourism Board, and other relevant institutions are implementing various initiatives in this direction. Regional development programs, "smart village" projects, the creation of eco-tourism routes, and the activities of local tourism associations are all integral parts of sustainable planning. Such an approach not only strengthens the country's international tourism image but also contributes to long-term socio-economic stability.

Keywords: Tourism, sustainability, potential, destination, planning.

Резюме: В современную эпоху туризм рассматривается не только как источник экономического дохода, но и как важный инструмент охраны окружающей среды, повышения социального благополучия и улучшения качества жизни местного населения. В этом контексте устойчивый туризм становится всё более актуальным, превращаясь в одно из ключевых направлений в планировании туристических дестинаций. Несмотря на то, что Азербайджан обладает огромным туристическим потенциалом, для эффективного и долговременного использования этих

возможностей необходимы продуманные, сбалансированные и экологически устойчивые подходы. Это особенно важно для таких новых развивающихся регионов, как Карабах и Восточный Зангезур, где планирование туристических дестинаций имеет большое стратегическое значение. Планирование дестинаций, основанное на принципах устойчивого туризма, не ограничивается лишь сохранением природных и культурных ресурсов. Оно также учитывает социальные и экономические последствия туристической деятельности. В процессе планирования важнейшими приоритетами являются защита интересов местного населения, его активное вовлечение в туристические процессы и обеспечение долгосрочного развития регионов. Кроме того, к числу ключевых факторов относятся правильное развитие инфраструктуры, поддержка проектов, оказывающих минимальное воздействие на окружающую среду, и эффективное управление туристическими потоками. Государственное агентство по туризму Азербайджана, Азербайджанское туристическое бюро и другие профильные учреждения реализуют в этом направлении целый ряд инициатив. Программы регионального развития, проекты «умных деревень», создание маршрутов экотуризма и деятельность местных туристических ассоциаций являются неотъемлемыми элементами устойчивого планирования. Подобный подход не только укрепляет международный туристический имидж страны, но и вносит вклад в долгосрочную социально-экономическую стабильность.

Ключевые слова: Туризм, устойчивость, потенциал, пункт назначения, планирование.

Turizm, müasir dövrdə dünyanın ən sürətlə inkişaf edən sahələrindən biridir və ölkələrin iqtisadiyyatına əhəmiyyətli dərəcədə təsir edir. Bu sektorda dayanıqlı inkişaf prinsipləri isə son illərdə ön plana çıxmışdır. Dayanıqlı turizm, ətraf mühitin qorunması, sosial rifahın yüksəldilməsi və iqtisadi inkişafın balanslaşdırılmasına əsaslanır. Dünya miqyasında dayanıqlı turizmin inkişafı, təbii və mədəni sərvətlərin qorunmasının yanında, turistlərin təcrübələrinin də müsbət şəkildə təşkil edilməsini hədəfləyir. Bu termin, turizm fəaliyyətlərinin gələcək nəsillərə zərər vermədən, bugünkü nəsil üçün mənfəət əldə etməsini təmin edən yanaşmaları əhatə edir [1]

Turizm destinasiyasına gəldikdə isə, turizm destinasiyası sahib olduğu müxtəlif turizm resursları ilə turistləri cəlb edən və mütəmadi olaraq turist səfərlərinə ev sahibliyi edən bir çox müəssisə və təşkilatın təmin etdiyi birbaşa və dolayı turizm xidmətlərinin cəmindən formalaşan brendləşmiş coğrafi məkandır. [2, səh 18.]

Azərbaycanda dayanıqlı turizmin inkişafı son illərdə daha da əhəmiyyət kəsb etmişdir. Dövlət tərəfindən atılan addımlar arasında təbii və mədəni irsin qorunmasına yönəlmiş müxtəlif təşəbbüslər yer alır. Bununla yanaşı, ətraf mühitin qorunması və yerli əhalinin iqtisadi rifahının artırılması üçün əhəmiyyətli layihələr həyata keçirilir. Misal olaraq, Qarabağ bölgəsində həyata keçirilən "ağıllı kənd" layihələri, ekoturizm marşrutları və yerli əhalinin turizm sektoruna inteqrasiyası bu yanaşmanın uğurlu nümunələridir. Zəngilan rayonunda yerləşən Ağalı kəndi, bu kontekstdə xüsusi qeyd olunmalıdır. Burada tikinti işləri, enerji təchizatı və sosial xidmətlər tamamilə ekoloji əsaslarla qurulub. Eyni zamanda, kəndin turizm potensialı

nəzərə alınaraq, yerli əhalinin turizm xidmətlərinə cəlb edilməsi və ekoturizm imkanlarının yaradılması istiqamətində addımlar atılır. Bu, bir tərəfdən regionun iqtisadi dirçəlişinə səbəb olur, digər tərəfdən isə ətraf mühitin qorunması ilə sosial rifahı birləşdirən kompleks yanaşma formalaşdırır.

Bununla yanaşı, Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonunda yerləşən Şəki şəhəri, UNESCO-nun Dünya İrsi siyahısına daxil edilmişdir və burada aparılan turizm planlaşdırması da dayanıqlılıq prinsiplərinə əsaslanır. Şəki Xan Sarayı və qədim karvansaraylar kimi tarixi abidələrin qorunması ilə yanaşı, burada eko-qonaq evlərinin fəaliyyət göstərməsi və yerli sənətkarlığın (xüsusilə şəbəkə sənətinin) turistlərə təqdim edilməsi, həm mədəni irsin yaşadılmasını, həm də yerli əhalinin bu prosesə iqtisadi cəhətdən qoşulmasını təmin edir.

Quba-Xaçmaz bölgəsində yerləşən Xınalıq kəndi isə həm nadir coğrafi mövqeyi, həm də etnoqrafik dəyəri ilə dayanıqlı turizm üçün ideal məkandır. Burada həyata keçirilən layihələr – o cümlədən Quba-Xınalıq turizm marşrutu, yol infrastrukturunun müasirləşdirilməsi və kənddə ekoturizm imkanlarının yaradılması – bu ərazinin həm qorunmasına, həm də turizmin inkişafına xidmət edir.[4]

Cənub bölgəsindəki Lənkəran-Astara zonası da son illərdə dayanıqlı turizm baxımından diqqət çəkir. Burada yerləşən Hirkan Milli Parkı, endemik flora və fauna ilə zəngindir. Ekoturizm üçün nəzərdə tutulmuş gəzinti marşrutları, bələdçi xidmətləri və yerli qonaq evləri, həm ətraf mühitin qorunmasına, həm də yerli əhalinin turizmdən gəlir əldə etməsinə şərait yaradır. Dövlət Turizm Agentliyinin dəstəyi ilə "Cənub Turizm Marşrutu" adı altında bu bölgədə həm mədəni, həm də təbii resurslar üzrə turizm planlaşdırması həyata keçirilir.[5]

Nəhayət, Naxçıvan Muxtar Respublikası da dayanıqlı turizm strategiyasında öz yerini tapır. Ordubad və Şahbuz rayonlarında yerləşən təbii qoruqlar, dağlıq ərazilər və mineral bulaqlar, həm sağlamlıq turizmi, həm də təbiətə əsaslanan turizm imkanları yaradır. Bu bölgələrdəki infrastruktur layihələri də təbiətə uyğun şəkildə həyata keçirilir.

Göründüyü kimi, Azərbaycanın müxtəlif regionlarında dayanıqlı turizm destinasiya planlaşdırılmasına xüsusi diqqət yetirilir. Bu planlamalar sadəcə turizmin inkişafını hədəfləmir, eyni zamanda ətraf mühitin mühafizəsi, sosial inklüzivlik, yerli əhalinin rifahı və mədəni irsin qorunması kimi çoxşaxəli məqsədləri birləşdirir. Dövlət qurumları ilə yanaşı, yerli özünüidarəetmə orqanları və turizm assosiasiyalarının birgə fəaliyyəti bu prosesi daha da effektiv edir. Bu tip layihələr, həm turizmin dayanıqlı inkişafını təmin edir, həm də əhalinin sosial-iqtisadi rifahını artırır.[3, səh 5-7.]

Ümumilikdə, dayanıqlı turizm destinasiya planlaşdırılması, Azərbaycanda əsas strateji prioritetlərdən biridir. Bu, yalnız təbii və mədəni sərvətlərin qorunması ilə məhdudlaşmır, həm də yerli əhalinin iştirakını və onların həyat keyfiyyətini yaxşılaşdırmağı hədəfləyir. Dayanıqlı planlaşdırma modeli, turizm fəaliyyətlərinin yerli iqtisadiyyata təsirini və ətraf mühitə olan təsirini azaltmağa yönəlir. Həmçinin, turist axınının düzgün idarə edilməsi, infrastrukturların inkişafı və ekoloji təmiz layihələrin təşviqi vacib amillərdir. Azərbaycanın müxtəlif bölgələrində həyata keçirilən regional inkişaf proqramları və yerli turizm assosiasiyalarının fəaliyyəti, dayanıqlı turizmin planlaşdırılmasında əhəmiyyətli rol oynayır. Beləliklə,

Azərbaycan, dayanıqlı turizmin inkişafı istiqamətində ciddi irəliləyişlər əldə edərək, həm beynəlxalq, həm də regional miqyasda nümunəvi bir model təqdim edir. [2, fəsil 2.]

Nəticə: Nəticə etibarilə, Azərbaycanda dayanıqlı turizm destinasiya planlaşdırılması artıq sadəcə bir konsepsiya deyil, konkret fəaliyyət planları və yerli səviyyədə tətbiq olunan real layihələrlə müşayiət olunan sistemli bir inkişaf istiqamətinə çevrilmişdir. Ölkənin müxtəlif bölgələrində – istər Qarabağda həyata keçirilən "ağıllı kənd" təşəbbüsləri, istərsə də Şəki, Xınalıq, Hirkan və Naxçıvan kimi bölgələrdə gerçəkləşdirilən ekoturizm və mədəni irs yönümlü layihələr – dayanıqlı planlaşdırmanın çoxölçülü və məqsədyönlü şəkildə tətbiq olunduğunu göstərir. Bu strategiya yalnız turizm sektorunun inkişafına deyil, eyni zamanda ətraf mühitin qorunmasına, yerli əhalinin rifahının yüksəldilməsinə və sosial inklüzivliyin təmin olunmasına yönəlir. Məlum olur ki, dayanıqlı turizm planlaşdırması ölkənin uzunmüddətli iqtisadi və sosial sabitliyinə töhfə verməklə yanaşı, Azərbaycanın qlobal səviyyədə dayanıqlı turizm modeli kimi tanınmasına da zəmin yaradır. Bu yanaşma, həm mövcud nəsillərin ehtiyaclarını qarşılamağa, həm də gələcək nəsillər üçün yaşanacaq sağlam və zəngin bir mühitin təmin olunmasına xidmət edir.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. ARDSK,Azərbaycanda turizm, 2025
2. Azərbaycan Turizm Bürosu. https://azerbaijan.travel/qarabag
3. Azərbaycan Rəsmi Dövlət qəzeti: https://www.azerbaijan-news.az/az/posts/detail/qarabag-yaxin-gelecekde-agilli-kend-ve-sheherler-diyarina-chevrilecek-212807
4. World Tourism Organization (UNWTO). (2017). International Year of Sustainable Tourism for Development. UNWTO. https://www.unwto.org/sustainable-development
5. https://khinalig.heritage.org.az/az/reserve/
6. https://eco.gov.az/index.php?pg=83

NAİM BAYRAMOV

Şəki: Azərbaycanın ekoturizm destinasiyası

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti Zaqatala filialı, tələbə

E-mail: bayramovnaim0@gmail.com

Xülasə: Müasir dövrdə turizm dünyanın ən sürətlə inkişaf edən sahələrindən biridir və bir çox ölkənin iqtisadiyyatında mühüm rol oynayır və bu ölkələr çalışırlar ki, dayanıqlılğı təmin etməklə bir turizm destinasiyasına çevrilsinlər. Turizm sektorunun davamlı inkişafı üçün təbiətin, mədəni irsin və yerli dəyərlərin qorunması əsas şərtlərdən biridir. Turizm sektorunda da dayanıqlılıq meyarlarının yerinə yetirilməsində ekoloji turizm əhəmiyyətli rol oynayır. Azərbaycanında ekoloji turizmin inkişafı üçün kifayət qədər potensial vardır. Belə ərazilərdən biri də Azərbaycanın şimal-qərbində yerləşən ən qədim, zəngin tarixi keçmişə və zəngin təbiətə malik bölgələrindən biri olan Şəki rayonudur. Bu məqalənin yazılmasında əsas məqsəd Şəki rayonunun ekoloji turizm potensialı araşdırmaqdır. Məqalənin yazılmasında təsviri və analtik (GZİT təhlil) metoddan istifadə olunmuşdur.

Açar sözlər: Şəki rayonu, ekoloji turizm, dayanıqlı turizm, destinasiya

Abstract: In modern times, tourism is one of the fastest growing sectors in the world and plays an important role in the economies of many countries, and these countries are trying to become a tourism destination by ensuring sustainability. The protection of nature, cultural heritage and local values is one of the main conditions for the sustainable development of the tourism sector. Ecological tourism also plays an important role in fulfilling the sustainability criteria in the tourism sector. There is sufficient potential for the development of ecological tourism in Azerbaijan. One of such areas is the Sheki region, which is one of the oldest, richest historical and natural regions in the north-west of Azerbaijan. The main purpose of writing this article is to investigate the ecological tourism potential of the Sheki region. The descriptive and analytical (SWOT analysis) method was used in writing the article.

***Keywords*:** Sheki region, ecotourism, sustainable tourism, destination

Резюме: В наше время туризм является одним из самых быстрорастущих секторов в мире и играет важную роль в экономике многих стран, и эти страны работают над тем, чтобы стать туристическим направлением, обеспечивая при этом устойчивое развитие. Защита природы, культурного наследия и местных ценностей является одним из основных условий устойчивого развития туристической отрасли. Экотуризм также играет важную роль в соблюдении критериев устойчивости в туристическом секторе. Азербайджан имеет достаточный потенциал для развития экологического туризма. Одним из таких районов является Шекинский район, расположенный в северо-западной части Азербайджана, один из древнейших, богатейших историческими и природными регионами. Основной целью написания данной статьи является изучение потенциала экологического туризма Шекинского региона. При написании статьи использовались описательные и аналитические (анализ SWOT) методы.

***Ключевые слова*:** Шекинский регион, экологический туризм, устойчивый туризм, дестинация

Şəki rayonun ekoloji turizm potensialı

Ekoloji turizm lokal ideya olaraq, təbiətdən gələn iqtisadi gəlirlərlə rekreasiya əraziləri arasında balans yaratmaq məqsədilə XX əsrin 70-80-ci illərində "Yer kürəsi təbiətinin mühafizə olunması" kimi qlobal ideya çərçivəsində yaradılmışdır. Xüsusilə beynəlxalq turizm tələbatının strukturunda baş verən dəyişikliklər, təhsil səviyyəsinin yüksəlməsi, ekoloji problemlərə marağın və məlumatlılığın artması ekoturizm səyahətlərinə tələbatı artırır. Ekoturizmin qlobal əhəmiyyətini nəzərə alaraq, Birləşmiş Millətlər Təşkilatı 2002-ci ili "Beynəlxalq Ekoturizm İli" elan etmişdir [1, s. 4].

Şəki rayonu Azərbaycan Respublikasının şimal-qərbində, Böyük Qafqaz dağlarının cənub ətəklərində yerləşir. Coğrafi baxımdan rayon şimalda Dağıstanın, cənubda Yevlax və Ağdaş, şərqdə Qax və Zaqatala, qərbdə isə Oğuz rayonu ilə həmsərhəddir. Rayonun ərazisi dəniz səviyyəsindən 500–3000 metr arasında dəyişən yüksəkliklərə malikdir ki, bu da onu landşaft baxımından zəngin və müxtəlif edir [3, s. 112]. Şəkinin relyefi əsasən dağlıq və dağətəyi zonalardan ibarətdir. Ən yüksək nöqtələrdən biri olan Baş

Dağ 3500 metrə yaxın hündürlüyə malikdir. Böyük Qafqaz silsiləsinin buradakı hissəsi dərin dərələr, dağ çayları və meşələrlə zəngindir. Rayonun ərazisindən Kiş, Kishçay, Qurumçay və digər dağ çayları axır, bu çaylar həm təbii gözəllik baxımından, həm də turistik potensial baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. İqlim baxımından Şəki mülayim-isti və dağlıq rütubətli iqlim qurşağında yerləşir. [3, s. 115]. Buna görə də Şəki rayonu zəngin ekoturizm ehtiyatlarına malikdir.

Cədvəl 1. Şəki üzrə trekkinq marşurutları

№	Marşrut Başlanğıcı	Marşrut Sonu	İzlənən Yol / Ərazi	Təxmini Məsafə (km)	Müddət (saat)	Çətinlik Dərəcəsi	Mövsüm Uyğunluğu
1	Xan Sarayı	Xan yaylağı	Çatqal dərəsi ilə	9 km	3–4 saat	Orta	Yaz–Yay
2	Xan Sarayı	Xan yaylağı	1-ci rayon ərazisi ilə	7.5 km	2.5–3 saat	Orta	Yaz–Yay
3	Xan Sarayı	Qurcana şəlaləsi	Dağ-meşə yolu	6 km	2 saat	Asan–Orta	Bahar–Yay
4	Karvansaray	Güllütəpə	Şəhər ətrafı təpəlik ərazi	5 km	1.5–2 saat	Asan	Yaz–Payız
5	Xatirə abidəsi	Güllütəpə	Meşə zolağı ilə	4.5 km	1.5 saat	Asan	Yaz–Payız
6	Ulu məscid	Şahəli şəlaləsi	Dağ yolu, şəlaləyə doğru	8 km	3 saat	Orta	Yaz-Payız

Mənbə: Şəki Regional Turizm İdarəsindən əldə edilən məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Şəki rayonun ekoturizm ehtiyatlarında biri Şəki Dövlət Təbiət Yasaqlığıdır. Bu yasaqlıq 1964-cü ildə fevralın 26 da Əyriçayın hövzəsində, Yevlax-Şəki və Şəki-Oğuz şose yollarının arasında yaradılan təbiət yasaqlığıdır . Sahəsi 10350 hektar olan bu yasaqlığın yaradılmasında məqsəd bu ərazidə yaşayan heyvan və quşları, xüsusilə, heyvanları qorumaqdan ibarətdir. Şəki Regional Elmi Mərkəzində aparılmış araşdırmalar və əldə edilmiş nəticələr əsasında Kiş çayının Damarçın qolunun sağ sahilində dəniz səviyyəsindən 1668 metr hündürlükdə yerləşən Xudgər şəlaləsi 2023-cü ildə araşdırılmış, bu şəlalə öz bənzərsizliyi ilə regionda ekoturizmin inkişaf etdirilməsi baxımından perspektivli təbiət abidəsi hesab olunur [www.science.gov.az].

Eyni zamanda Şəki rayonunda ekoturizm marşrutları təşkil olunur. Aşağıdakı cədvəl-1 də Şəki rayonu üzrə haykinq marşrutları öz əksini tapmışdır.

Cədvəl 2. Şəki rayonu üçün ekoloji turizmin GZİT təhlili

Güclü tərəflər	Zəif tərəflər

✓ Zəngin təbii mənzərələr və ekosistemlər (Qafqaz dağları, meşələr, çaylar). ✓ Ekoturizm üçün əlverişli coğrafi mövqe və iqlim şəraiti. ✓ Yerli mədəniyyət və ənənələrin qorunması və ekoturizmə daxil edilməsi. ✓ Şəki Xan Sarayı və digər tarixi abidələrin ekoturizm potensialına qoşulması.	✓ Ekoturizm infrastrukturu hələ inkişaf etməyib, xüsusən də ekoloji turlar üçün xüsusi avadanlıqların olmaması. ✓ Yerli əhali arasında ekoturizm haqqında maarifləndirmə və təhsil çatışmazlığı. ✓ Ekoturizmin inkişafı üçün lazımi sərmayələrin olmaması. ✓ Ekosistemin qorunması ilə bağlı yetərsiz qanunvericilik və təhlil mexanizmləri.
İmkanlar	**Təhlükələr**
✓ Ekoturizmin inkişafı ilə turizmdə artım və iqtisadiyyatın güclənməsi. ✓ Beynəlxalq ekoturizm bazarına giriş və xarici turistləri cəlb etmək imkanı. ✓ Kənd turizmi və yerli məhsulların tanıdılması ilə ekoturizmin daha da inkişafı. ✓ Yerli icmaların ekoturizmdən faydalanaraq həyat səviyyəsini artırma imkanı.	✓ Turizm fəaliyyətinin ekosistemi zədələməsi (təbiətə zərər, flora və faunaya təsir). ✓ İqlim dəyişikliyi və ekosistemin dəyişməsi nəticəsində ekoturizm resurslarının azalması. ✓ İnfrastruktur inkişafının olmaması və nəqliyyat xidmətlərinin zəifliyi. ✓ Əhali artımı və təbiətə olan təzyiqlər (məsələn, qeyri-davamlı kənd təsərrüfatı).

Mənbə: Şəki Regional Turizm İdarəsindən əldə edilən məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Rayonda ekoloji turizmin güclü və zəif tərəfləri, fürsət və təhlükələrini qiymətləndirmək üçün Cədvəl 2-də GZİT təhlil aparılmışdır. GZİT təhlili hazırlamaq üçün Şəki Regional Turizm İdarəsindən məlumatlar əldə edilmiş, ekoloji turizm haqqında internet saytları, kitablar və məqalələr araşdırılmışdır. Bu cədvəl Şəki rayonunun ekoloji turizm sahəsindəki güclü və zəif tərəflərini, eyni zamanda bu sahədəki potensial fürsətləri və qarşısında olan təhlükələri göstərir. Şəki rayonu ekoturizm potensialı baxımından çox zəngin və gələcəyə ümidverici bir ərazidir. Ekoturizmə xüsusi diqqət yetirilərək ərazinin təbii və mədəni irsinin qorunması ilə əlaqədar daha çox təşəbbüs göstərilə bilər. Bununla belə, ekoturizmin inkişafı üçün müəyyən struktur dəyişikliyinə, infrastrukturun gücləndirilməsinə, yerli əhalinin maarifləndirilməsinə və ekosistemin qorunmasına diqqət yetirilməlidir. Uğurlu inkişaf planları və davamlı təbiət qoruma strategiyaları ilə Şəki, ekoturizm sahəsində mühüm bir destinasiyaya çevrilə bilər.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Əsgərov. Ə. Ekoloji turizm. Bakı: Dərs vəsaiti, 2011
2. Hacıyev, S. *Azərbaycanın təbii coğrafiyası*. Bakı: Elm və Təhsil nəşriyyatı, 2017 səh. 112–115.
3. Tuna, M. (2007). Turizm, Çevre ve Toplum (Marmaris Örneği). Ankara : Detay Yayıncılık, 2007

4. Purnomo A. Understanding Local Community Participation in Ecotourism Development: A Critical Analysis of Select Published Literature. Michigan State University, 2000
5. https://tourism.gov.az/
6. https://science.gov.az

NİGAR İSMAYİLOVA

Turizm zonalarının yaradılmasında effektiv təcrübə

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr
E-mail: ismailovanigar99@gmail.com

Xülasə: Turizm zonaları, bölgə inkişafını gücləndirmək üçün təbii, mədəni, tarixi və biznes elementlərini birləşdirən xüsusi bölgələrdir. Bu məqalə, qlobal kontekstdə Türkiyənin Antalya, ABŞ-ın Yellowstone və İtaliyanın Venesiya kimi turizm zonalarının effektiv praktikasını təhlil edir və bu sahələrdə inkişaf etməkdə olan Azəbaycan üçün dərslər çıxarır. Bu qlobal nümunələri müqayisə edərək, dayanıqlı turizm, düzgün infrastruktur və strateji planlamanın bu zonaların uğuruna necə töhfə verdiyini araşdırırıq. Həmçinin, məqalə Azəbaycanda turizm zonalarının potensialını, ekoturizm və Qarabağ bölgəsinin imkanlarını izah edir.

Açar sözlər. Turizm zonaları, dayanıqlı turizm, infrastruktur inkişafı, marketinq strategiyaları, qlobal təcrübələr.

Abstract: Tourism zones are specialized regions that foster tourism by integrating natural, cultural, historical, and business elements to enhance regional development. This article analyzes the effective practices of tourism zones in global contexts such as Antalya (Turkey), Yellowstone (USA), and Venice (Italy), and draws lessons for Azerbaijan, where such zones are in the early stages of development. By comparing these global examples, we investigate how sustainable tourism, proper infrastructure, and strategic planning contribute to the success of these zones. The study also discusses the potential for Azerbaijan's tourism zones, focusing on ecotourism and opportunities in the Karabakh region.

Keywords: Tourism zones, sustainable tourism, infrastructure development, marketing strategies, global practices.

Абстракт. Туристические зоны — это специализированные регионы, способствующие развитию туризма путем интеграции природных, культурных, исторических и бизнес-элементов для улучшения регионального развития. В статье анализируются эффективные практики туристических зон на примерах таких стран, как Турция (Анталия), США (Йеллоустоун) и Италия (Венеция), с выводами для Азербайджана, где такие зоны находятся на ранней стадии развития. Сравнив глобальные примеры, исследуем, как устойчивый туризм, правильная инфраструктура и стратегическое планирование способствуют успеху этих зон. В статье также рассматривается

потенциал туристических зон Азербайджана, с акцентом на экотуризм и возможности региона Карабах.

Ключевые слова. Туристические зоны, устойчивый туризм, развитие инфраструктуры, маркетинговые стратегии, глобальные практики.

INTRODUCTION

In this article, we will explore the practices of tourism zones globally and draw comparisons to the emerging tourism zones in Azerbaijan. The primary aim is to answer questions regarding how such zones contribute to economic growth, create jobs, and enhance tourism development. We will investigate the factors that lead to successful tourism zones, including sustainable tourism practices, infrastructure development, and community involvement, through a comparative analysis of global case studies from countries such as Turkey, the USA, and Italy.

Effective practices of tourism zones based on global experience.

Tourist areas are specifically designated areas for the development of tourism, including resorts, cultural and historical facilities, environmental zones and business centers. Their role is to create jobs, develop infrastructure and increase tax revenues [10, pp 5-6].

The creation of tourist areas is a natural process, but requires many factors such as the availability of natural and cultural resources, investment and effective management. These zones can be successful through good marketing, planning and coordination with local communities. Area management includes strategy development, infrastructure support and sustainable resource use. They influence the regional economy by developing transport, hotel services and creating new jobs [8, pp 5-8].

Tourist areas are not always cities, and not every city is a tourist area. Problems can arise due to overcrowding of tourists, environmental and social changes. The development perspective is sustainable tourism, using technology and interacting with local features to create unique offerings.

The creation of tourist areas is a result of a combination of factors and requires careful approach to ensure sustainable and mutually beneficial development for both the region and tourists [11, pp 22-23].

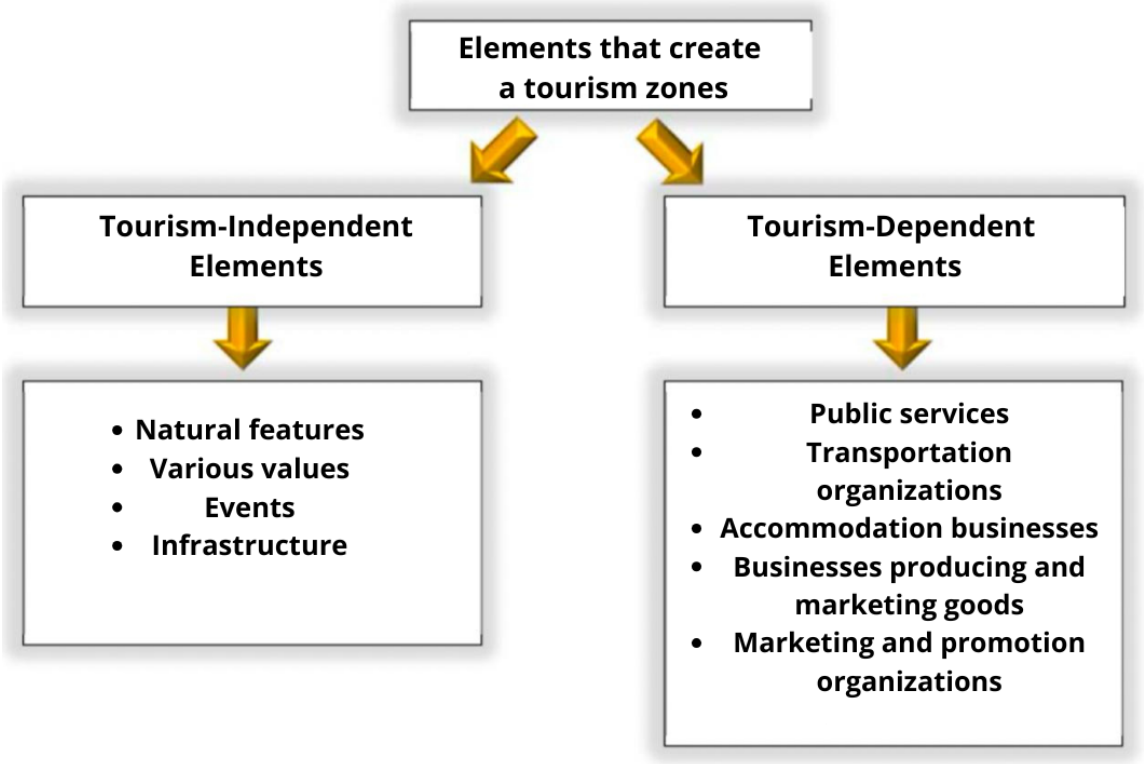


Fig. 1. Elements that create a tourism zones

Antalya, Turkey (13 million visitors). Antalya is one of the most popular tourist areas in Turkey thanks to its unique combination of culture, nature and developed infrastructure [3, pp 8-9.] The city attracts tourists with its luxurious resorts, beaches, historical monuments (such as the old town of Kaleici) and proximity to natural attractions such as waterfalls and mountains [2, pp 2-4]. The success of Antalya is ensured by its comprehensive development: from tourism «all inclusive» to environmental and cultural tourism, as well as active marketing aimed at attracting tourists from around the world [5, pp 123-154].

Yellowstone National Park, USA (2.8 million visitors). Yellowstone is the world's first national park, making it historically significant [4, pp 4-6]. The area is unique in its natural features, including geothermal springs, geysers, diversity of wildlife and beautiful landscapes. Manage the park efficiently through strict controls on environmental sustainability, route management and educational services for visitors. The principle of «sustainable tourism» helps to preserve its natural wealth in high tourist loads.

Venice, Italy (25 million visitors). Venice attracts tourists with its unique atmosphere - a city on the water with historical architecture and cultural attractions. The special feature of Venice is that its tourist infrastructure is aimed at creating an authentic experience - from trips on gondolas to visits to historical palaces and museums. The large number of tourists is due to its status as a UNESCO cultural heritage, and also to the popularity among travelers who want to see one of the most famous cities in the world. The problems of overcrowding are solved by imposing restrictions on the number of visitors and strengthening the control over the preservation of the unique architecture.

Dubai, UAE (30 million visitors). Dubai is an example of a modern city focused on tourism thanks to unique architectural sites (such as Burj Khalifa, the world's largest shopping center), luxury resorts, advanced technology and tourist amenities. Modern infrastructure, convenient transport, high quality hotels and the ability to combine leisure with shopping and business make Dubai attractive for tourists from all over the world. The city's uniqueness is also in its artificial islands, museums and innovative tourism projects [9, pp 570–591].

Ibiza, Spain (3 million visitors). Ibiza is known as the center of nightlife and beach tourism. However, in addition to clubs and parties, the island attracts its natural beauty, secluded beaches and cultural heritage. The uniqueness of Ibiza lies in the combination of recreational tourism with environmental and spiritual recreation (many yoga centers and spas). Ibiza is also popular among tourists due to its status as a «cult» place for music and art lovers.

Kyoto, Japan (28.000.000 visitors). Kyoto combines ancient Japanese culture with modern technology. This makes it unique in the context of Japanese tourism. The city attracts tourists with its temples, traditional gardens, architecture and cultural events such as tea ceremonies. Kyoto is also known for its preserved atmosphere of Japanese tradition, while offering high-tech amenities and services for travelers. The preservation of Japanese culture and its combination with innovations in tourism plays an important role [7, pp 22-24].

The Great Wall of China, China (10 million visitors). The Great Wall of China is a historical wonder that attracts tourists from all over the world. It is important that the area around the wall is equipped with modern facilities such as lifts, specialized tourist routes, guides and information centers, which facilitates the visit of this monument. The precise management of the tourist flow and preservation of the architectural heritage allow to maintain its attractiveness for future generations.

Paris, France (25.3 million visitors). Paris attracts tourists thanks to its location, historical monuments (Eiffel Tower, Louvre, Notre-Dame) and a developed transport network that allows easy movement around the city. Convenient trains and proximity to other interesting regions (such as the sea) make Paris convenient for tourists who want to combine urban tourism with a holiday in nature. [1, pp 5-6]. The city's infrastructure, cultural events and historical attractions play a key role in its popularity.

Possible practices of tourism zones in Azerbaijan.

Azerbaijan recently adopted a law on the establishment of tourist zones, but at the moment they are not implemented. The prospects for their establishment include attracting new tourists, developing the economy through tourism and creating jobs. However, the project may face challenges such as the need to protect natural and cultural resources from excessive tourism, and the possible social consequences for local communities. It will be important to balance infrastructure development and ecosystem conservation.

Special attention is now being given to the creation of ecotourism zones, which corresponds to global trends towards sustainable tourism and nature conservation. Ecological tourism in Azerbaijan can be an

important direction for development, considering the rich natural heritage of the country - mountains, forests, lakes and coastal zones.

In Azerbaijan, there are nine distinct climate types, ranging from subtropical and semi-desert to mountainous and temperate. This variety creates excellent opportunities for year-round tourism, as each season offers something unique.

Zone	Includes	Potential
Baku Tourist Zone	Capital Baku, Icherisheher (Old City), Seaside Boulevard, Heydar Aliyev Center	Historical and modern heritage, cultural landmarks, entertainment infrastructure
Northern Route	Regions of Khachmaz, Guba, Gusar	Natural beauty, mountain landscapes, cultural monuments, opportunities for eco and adventure tourism
Northwestern Route	Cities of Sheki, Gabala	Historical heritage, architectural landmarks, scenic nature, potential for cultural and agrotourism
Southern Route	Regions of Lankaran, Astara	Subtropical forests, tea plantations, unique cuisine, opportunities for eco and gastronomic tourism
Western Route	Cities of Ganja, Goygol	Rich cultural heritage, natural attractions like Lake Goygol, potential for eco-tourism
Nakhchivan Tourist Zone	Nakhchivan Autonomous Republic, Momine Khatun Mausoleum, Mount Ilandag	Unique historical and natural sites, potential for cultural and pilgrimage tourism
Shusha Tourist Zone	City of Shusha in the Karabakh region	Cultural and historical monuments, potential for cultural tourism and restoration of cultural heritage

Table 1. Possible tourism zones to be created in Azerbaijan

In addition, the creation of tourist zones in Karabakh has a huge potential. The region can become attractive for both domestic and foreign tourists due to its natural landscapes, historical monuments and cultural heritage. However, this will require a major effort to rehabilitate infrastructure and improve security.

The availability of convenient transport infrastructure in Azerbaijan, including good roads and hotel networks, can play a key role in the successful establishment of tourist areas. In recent years, the focus of the hotel industry has shifted from three- and four-star hotels to more upscale five-star hotels such as Marriott and Radisson Blu. This will attract tourists seeking luxury and comfort, and will enhance the attractiveness of the country on the international scene as a tourist destination.

Conclusion: Azerbaijan has the potential to develop successful tourist areas by learning from countries that have achieved success on a global level. For the development of the country's tourism industry it is essential to focus on government support, marketing strategies and branding. The development of infrastructure, such as hotels, transport and green facilities, combined with proper management can increase tourism revenues while protecting natural and cultural heritage. In addition, promoting areas such as Karabah and ecotourism can contribute significantly to sustainable tourism development. Azerbaijan should focus on integrating modern technology with its rich heritage to create unique and attractive tourist areas.

References

1. Abogina A.A., Tourist-Recreational Zoning of France. "Economy and Society," 2017, No. 6 (37). p.5-6
2. Akkalaeva A.K. Features of the Tourism Industry in the Republic of Turkey. Journal of Economy and Business, 2020, vol. 11-1(69). pp 2-4
3. Aristova L.B. The tourist complex of Turkey and CA Countries: State, Problems, Perspectives.2018, pp 8-9
4. Bolshanyk P.V. Tourist-Recreational Zoning of the United States. Bulletin of Yugra State University, 2016, issue 4(43). pp 4-6
5. Büyükşahin, F., & Çoban, S. A New Product Development Model for Tourist Regions: An Application on Nevşehir Province. Nevşehir, 2017, pp 123-154
6. Kim H., Kim E.J. Tourism as a Key for Regional Revitalization? A Quantitative Evaluation of Tourism Zone Development in Japan.2021, pp 22-24
7. Kuksova I.V., Pevneva D.M. Research of the Tourist Potential of the Antalya Coast of Turkey. Voronezh State University of Engineering Technologies, Russia. 2016, pp 6-8
8. Novikov V.S. Innovations and Evolution of Touristic Activity. 2012, pp 5-8
9. Russian Journal of Linguistics. The Spatiotemporal Constitution of Dubai as a Semiotically Assembled Touristscape. 2023, Vol. 27, No. 3, pp 570–591.
10. Tyutyusheva A.G. The Model Analysis of the Tourist Flow in the Tourism Cluster. Bulletin of SurGU,2015, No. 1(7), 61. pp 5-6
11. Z.I. Sozieva. Formation and Development of Tourist-Recreational Clusters: Regional and Global Experience. 2009, pp 22-23

Internet resources

1. https://www.atorus.ru/node/54749
2. https://azerbaijan.az/ru/related- information/214?utm_source=chatgpt.com
3. https://www.bakuinform.az/ru/news/s-1-janvarja-2022g.-v-azerbajdzhane-vstupil-v-silu-obnovlennyj-zakon-o-turizme-
4. https://www.unwto.org/tourism-statistics/key-tourism-statistics
5. https://e-qanun.az/framework/57666

NİCAT MƏRDANOV

Azərbaycanda yenı turızm destinasiyalarının formalaşması: mövcud resurslar və idarəetmə modelları

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant

E-mail: merdanovnicat2001@gmail.com

Xülasə: Müasir dövrdə turizm sektoru yalnız iqtisadi artımın deyil, həm də regional inkişafın stimullaşdırılmasında mühüm rol oynayır. Azərbaycanın turizm strategiyasında yeni turizm destinasiyalarının yaradılması prioritet istiqamətlərdən biri kimi müəyyən olunub. Bu istiqamətdə aparılan tədbirlər ölkənin turizm xəritəsinin genişlənməsinə, mövcud və istifadə olunmayan resursların iqtisadi dövriyyəyə daxil edilməsinə yönəlib. Məqalədə Azərbaycanın müxtəlif bölgələrində yeni turizm destinasiyalarının formalaşma imkanları geniş şəkildə təhlil olunur və bu prosesdə təbii, mədəni, tarixi və sosial-infrastruktur resursların rolu qiymətləndirilir. Eyni zamanda destinasiya anlayışının yalnız coğrafi ərazi deyil, eyni zamanda kompleks turizm məhsulu kimi nəzərdən keçirilməsi əsaslandırılır. Araşdırmada Qəbələ, Şəki, Quba–Qusar kimi nümunəvi destinasiyaların mövcud təcrübəsi fonunda, turizm baxımından kəşf edilməmiş və ya az inkişaf etmiş regionların potensialı da ön plana çıxarılır. Yeni destinasiyaların yaradılması prosesində effektiv idarəetmə modellərinin tətbiqi, dövlət-özəl sektor əməkdaşlığının gücləndirilməsi, ekoloji və sosial dayanıqlılıq prinsiplərinin inteqrasiyası mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Məqalə həmçinin regional inkişaf siyasətləri çərçivəsində turizmin rolu, strateji planlaşdırma və icmaların iştirakının vacibliyinə də diqqət yönəldir. Nəticədə, Azərbaycanın turizm sahəsində rəqabət qabiliyyətinin artırılması üçün yeni destinasiyaların yaradılması mühüm bir imkan kimi dəyərləndirilir.

Açar sözlər: Turizm destinasiyası, regional inkişaf, idarəetmə modeli, turizm resursları, dövlət-özəl sektor əməkdaşlığı

Abstract: In the modern era, the tourism sector plays a crucial role not only in economic growth but also in stimulating regional development. The creation of new tourism destinations has been identified as one of the priority directions in Azerbaijan’s tourism strategy. This article provides a comprehensive analysis of the possibilities for the formation of new tourism destinations in various regions of Azerbaijan, assessing the role of natural, cultural, historical, and socio-infrastructural resources in this process. The concept of a destination is justified not only as a geographical space but also as a complex tourism product. Based on the experience of established destinations such as Gabala, Shaki, and Guba–Gusar, the potential of underdeveloped but promising areas is brought to light. Special attention is given to the application of effective management models, the strengthening of public-private sector cooperation, and the integration of ecological and social sustainability principles. The article also highlights the role of tourism in regional development policies and the importance of community participation in strategic planning. As a result, the creation of new tourism destinations is considered a significant opportunity to enhance the competitiveness of Azerbaijan’s tourism sector.

Keywords: Tourism destination, regional development, management model, tourism resources, public-private partnership

Резюме: В современную эпоху туристический сектор играет важную роль не только в обеспечении экономического роста, но и в стимулировании регионального развития. В туристической стратегии Азербайджана создание новых туристских дестинаций определено как один из приоритетных направлений. В статье проводится всесторонний анализ возможностей формирования новых туристских дестинаций в различных регионах Азербайджана, а также оценивается роль природных, культурных, исторических и социально-инфраструктурных ресурсов в этом процессе. Подчеркивается, что дестинация рассматривается не только как географическое пространство, но и как комплексный туристический продукт. На основе опыта таких дестинаций, как Габала, Шеки и Куба-Гусар, анализируется потенциал менее развитых, но перспективных в туристическом отношении территорий. Особое внимание уделяется применению эффективных моделей управления, развитию государственно-частного партнёрства, интеграции принципов экологической и социальной устойчивости. Также рассматривается роль туризма в рамках политики регионального развития и важность участия местных сообществ в стратегическом планировании. В результате делается вывод, что создание новых туристских дестинаций может внести значительный вклад в повышение конкурентоспособности туристической отрасли Азербайджана.

Ключевые слова: Туристская дестинация, региональное развитие, модель управления, туристские ресурсы, государственно-частное партнёрство, устойчивый туризм

Giriş. Son illərdə turizm sektoru dünya miqyasında yalnız iqtisadi artımın mühüm vasitəsi kimi deyil, həm də sosial, mədəni və regional inkişafın əsas aparıcı qüvvələrindən biri kimi qəbul edilməyə başlanmışdır. Bu sahənin çoxşaxəli təsir potensialı, bir tərəfdən yeni iş yerlərinin yaradılması, digər tərəfdən regionların infrastruktur baxımından yenilənməsi və yerli icmaların rifahının artırılması baxımından xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Azərbaycanda da turizm sektoru dövlət siyasətinin prioritet istiqamətlərindən birinə çevrilmiş, bu istiqamətdə müxtəlif normativ-hüquqi sənədlər qəbul edilmiş və ardıcıl layihələr həyata keçirilmişdir. Ölkənin mövcud turizm xəritəsinə baxdıqda, son illərdə formalaşmış bəzi regional destinasiyaların (məsələn, Qəbələ, Şəki, Quba–Qusar) turizm məhsulu kimi uğurla inkişaf etdiyini görmək mümkündür. Lakin paralel olaraq, hələ də istismar olunmamış, lakin yüksək potensiala malik yeni ərazilər mövcuddur ki, onların turizm destinasiyasına çevrilməsi istiqamətində strateji yanaşmalara ehtiyac duyulur. Turizm destinasiyası təkcə coğrafi məkan deyil, həm də sosial, iqtisadi və psixoloji təcrübələrin vəhdətindən ibarət kompleks bir struktur kimi nəzərdən keçirilməlidir. Araşdırmalar göstərir ki, müasir turizm təcrübəsində yeni destinasiyaların yaradılması zamanı əsasən aşağıdakı üç amil ön plana çıxır: resurs bazasının mövcudluğu, idarəetmə və planlaşdırma qabiliyyəti, habelə davamlılıq prinsiplərinə uyğun

fəaliyyətin təşkili.[5]. Bu kontekstdə Azərbaycanın yeni turizm strategiyalarında yalnız mövcud resursların təqdimatı deyil, həm də həmin resursların düzgün idarə olunması məsələsi xüsusi aktuallıq kəsb edir.

Yeni turizm destinasiyalarının formalaşmasında Azərbaycanın resurs potensialı

Yeni turizm destinasiyalarının yaradılması ilk növbədə ölkənin malik olduğu resurs potensialının düzgün müəyyənləşdirilməsi və səmərəli istifadəsi ilə bağlıdır. Resurslar turizmin əsas hərəkətverici qüvvəsi olmaqla, təbii, mədəni, sosial, iqtisadi və qeyri-maddi formaları əhatə edir. Azərbaycanın zəngin coğrafi və mədəni irsi bu baxımdan yeni turizm destinasiyalarının formalaşdırılması üçün əlverişli zəmin yaradır. Lakin bu resursların mövcudluğu onların avtomatik olaraq turizm məhsuluna çevrildiyini göstərmir; bunun üçün kompleks yanaşma, resursların identifikasiyası və planlı istifadəsi vacibdir. Ölkədə müxtəlif iqlim zonaları, dağ-meşə massivləri, çaylar, göllər, isti su bulaqları və səfalı ərazilər geniş yayılıb. Məsələn, Lənkəran-Lerik bölgəsindəki Hirkan Milli Parkı və subtropik iqlim şəraiti ekoturizm və sağlamlıq turizmi üçün əlverişlidir. Qax-Zaqatala-Balakən bölgəsi isə dağ mənzərələri, çaylar, sufalları və nadir bitki örtüyü ilə təbiətsevər turistlərə unikal təcrübə vəd edir. Bu regionlar tarixi-mədəni zənginlikləri ilə də kompleks destinasiyalar kimi inkişaf potensialına malikdir. İşğaldan azad olunan ərazilər – xüsusilə Kəlbəcər, Laçın, Zəngilan – "açılmamış xəzinə" kimi qiymətləndirilə bilər. Buradakı dağ mənzərələri, meşələr, bulaqlar, termal sular və qədim alban məbədləri yeni turizm məhsulları üçün ciddi potensial yaradır. Lakin yalnız resursların mövcudluğu kifayət etmir; onların bərpası, infrastrukturla təminatı, təhlükəsizliyin təmin edilməsi və brendləşdirilməsi paralel şəkildə həyata keçirilməlidir.

Azərbaycanın resurs potensialı təkcə fiziki-coğrafi deyil, qeyri-maddi mədəni irs elementləri ilə də zəngindir. Milli mətbəx, xalçaçılıq, sənətkarlıq, mərasimlər, ağız ədəbiyyatı və musiqi kimi dəyərlər yeni turizm destinasiyalarının əsasını təşkil edə bilər. Bu unikal irs nümunələri həm ölkə daxilində, həm də beynəlxalq səviyyədə maraq doğurur və təcrübə yönümlü turizm məhsullarına çevrilmə potensialına malikdir. Onların müasir təqdimat formatında məhsullaşdırılması və effektiv şəkildə tanıdılması turizmin gələcək inkişafında mühüm rol oynayır.[5]. Məsələn, Şəki şəhəri təkcə memarlıq irsi ilə deyil, həm də şirniyyatları, sənətkarlıq nümunələri və yaşayış mədəniyyəti ilə turizm cəlbediciliyini artırır. Bu model digər regionlarda da tətbiq oluna bilər. Lahıc, Basqal, Xınalıq kimi kəndlərdə də icma əsaslı, mədəni təcrübəyə söykənən turizm resursları mövcuddur və bu istiqamətdə atılacaq addımlar regionların turizm bazarında fərqləndirilməsinə şərait yaradar. Etnoqrafik turizm və aqroturizm bu mənada gələcəkdə xüsusi əhəmiyyət kəsb edən istiqamətlər olacaqdır.

Resursların reallaşdırılması üçün onların hekayələşdirilməsi, brendləşdirilməsi və əlaqəli infrastrukturla dəstəklənməsi əsas şərtlərdir. Yalnız "gözəl təbiətə malik olmaq" bir regionu turizm destinasiyasına çevirmir. Resursların iqtisadi dövriyyəyə daxil edilməsi üçün həmin məkanların unikal kimliyi üzərində işlənilməli, fərqli tematikalar yaradılmalı və bu tematikalar yerli həyat tərzi ilə inteqrasiya olunmalıdır. Məsələn, Zaqatalada fındıq məhsullarının turizmə inteqrasiyası, Şamaxıda şərabçılıq təcrübəsinin turistlərə təklif olunması, Qubada xalçaçılıq evlərinin açılması bu tip nümunələrdəndir.[8].

Yeni turizm destinasiyalarında idarəetmə modelləri və inkişaf strategiyaları

Turizm destinasiyasının uğurla formalaşdırılması yalnız resursların mövcudluğu ilə deyil, bu resursların düzgün idarə olunması, koordinasiyası və davamlı inkişaf strategiyası çərçivəsində istifadə edilməsi ilə bağlıdır. İdarəetmə dedikdə, burada həm fiziki infrastrukturun təşkili, həm maliyyə və investisiya mexanizmləri, həm də təşkilati, hüquqi və institusional çərçivə nəzərdə tutulur. Azərbaycanın mövcud təcrübəsi göstərir ki, ölkədə turizm idarəçiliyi sahəsində bəzi nailiyyətlər əldə edilsə də, yeni destinasiyaların yaradılması istiqamətində hələ də ciddi boşluqlar qalmaqdadır.

Son illərdə dövlətin bu sahədə təşviqedici rolu güclənmiş, müvafiq strategiyalar qəbul olunmuş və turizmin regional inkişaf modelinə çevrilməsi üçün hüquqi bazada bir sıra sənədlər təsdiqlənmişdir. 2023–2026-cı illəri əhatə edən Turizm Strategiyasında turizm idarəçiliyində əsas yanaşmalar kimi dövlət-özəl sektor əməkdaşlığı, regionların ixtisaslaşması, dayanıqlı turizm prinsipləri və yerli icmaların iştirakçılığı xüsusi vurğulanır[1]. Lakin sənədlərdəki bu müddəaların tətbiqi praktiki səviyyədə institusional çətinliklərlə üzləşməkdədir. Dövlət və özəl sektor arasında funksiyaların bölüşdürülməsi, məsuliyyətin konkretləşdirilməsi və təşəbbüslərin uyğunlaşdırılması sahəsində koordinasiya yetərincə oturuşmayıb.

İdarəetmənin mərkəzləşdirilmiş modellə həyata keçirilməsi bir çox hallarda yerli konteksti və resursların spesifikliyini nəzərə almaqda yetərsiz qalır. Bu səbəbdən inkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsində geniş tətbiq olunan desentralizasiya modeli – yəni qərarların qəbulunda lokal strukturların fəal iştirakı – Azərbaycanda da yeni destinasiya layihələrinə inteqrasiya olunmalıdır. Məsələn, kənd turizminin inkişaf etdirildiyi regionlarda bələdiyyələrin, yerli icma təşkilatlarının və sahibkarların birgə fəaliyyət mexanizmləri yaradılmalıdır. Bu yanaşma həm qərarvermədə yerli maraqların qorunmasına, həm də idarəetmənin daha çevik və dayanıqlı olmasına şərait yaradır.[8].

Yeni destinasiyaların idarə olunmasında icma əsaslı turizm modelləri xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bu modelə əsasən, yerli əhalinin turizm fəaliyyətlərinə cəlb olunması, onların resurslardan faydalanması və turizmə bağlı gəlir əldə etməsi təmin olunur. Beləliklə, turizm yerli inkişafın əsas dayaqlarından birinə çevrilir. Azərbaycanın Şəki, Lahıc, Xınalıq və Basqal kimi yaşayış məntəqələrində bu modelin ilkin nümunələri müşahidə olunur. Lakin bu yanaşmanın geniş tətbiqi üçün yerli icmaların təşviq olunması, maarifləndirilməsi və hüquqi cəhətdən müdafiəsinin gücləndirilməsi zəruridir.[5].

Daha bir önəmli istiqamət idarəetmədə dayanıqlılıq anlayışının tətbiqidir. Turizmin yalnız qısa müddətli iqtisadi fayda üzərində qurulması uzunmüddətli risklər yaradır. Ətraf mühitin deqradasiyası, sosial gərginlik, mədəni irsin kommersiyalaşdırılması kimi hallar, əgər düzgün tənzimlənməzsə, destinasiya imicinə və yerli əhalinin turizmə münasibətinə mənfi təsir göstərə bilər. Bu səbəbdən, hər bir yeni destinasiya üçün ayrı-ayrılıqda dayanıqlı inkişaf planı hazırlanmalı və bu planlarda ətraf mühitin qorunması, turistlərin yönləndirilməsi, infrastrukturun yük götürmə qabiliyyəti və sosial təsirlər nəzərə alınmalıdır.

Beynəlxalq təcrübədə uğurla tətbiq olunan destinasiyaların idarəetmə modelləri göstərir ki, uğurlu turizm məhsulu yalnız fiziki obyektlər üzərində deyil, həm də sosial münasibətlər, identiklik və planlaşdırılmış təcrübə üzərində qurulur. Məsələn, İspaniyada kənd turizmi layihələri, Avstriyada dağ kurortları və İslandiyada ekoturizm destinasiyaları yerli səviyyədə hazırlanan strateji planlar əsasında idarə

olunur. Bu modellərdə əsas uğur faktoru idarəetmə mexanizmlərinin elastik, çoxsəviyyəli və ictimai əsaslı olmasıdır.[8].

Dayanıqlılıq, rəqabətlilik və strateji inkişaf imkanları

Turizmdə dayanıqlılıq anlayışı yalnız ətraf mühitin qorunması ilə məhdudlaşmır; bu, iqtisadi, sosial və mədəni sistemlərin uzunmüddətli fəaliyyətini təmin edən, turizmin həm cari, həm də gələcək nəsillər üçün faydalı şəkildə davam etməsinə yönəlmiş kompleks yanaşmadır. Yeni turizm destinasiyalarının formalaşdırılmasında bu prinsiplərin əsas götürülməsi qısamüddətli iqtisadi qazancdan çox, uzunmüddətli rifah və sabitliyə xidmət edir. Dayanıqlı turizm təkcə planlaşdırma deyil, eyni zamanda idarəetmə strategiyası və sosial münasibətlərin düzgün qurulması deməkdir. Azərbaycanda bu prinsiplərin tətbiqi xüsusilə vacibdir, çünki ölkənin zəngin təbii ehtiyatları və unikal ekosistemləri nəzarətsiz turizm fəaliyyəti ilə asanlıqla zədələnə bilər. Məsələn, Quba-Xınalıq, Lənkəran-Lerik və Kəlbəcər-Laçın kimi dağlıq bölgələrdə əhali azdır və təbii resurslar nisbətən toxunulmamışdır. Lakin bu ərazilərdə turist axını düzgün tənzimlənməsə, torpaq eroziyası, tullantı problemləri və flora-faunanın məhv olması kimi ekoloji fəsadlar yarana bilər. Bu səbəbdən belə bölgələrdə ekoturizm və "yumşaq turizm" modellərinin tətbiqi həm təbiətin qorunmasına, həm də turizmin davamlı inkişafına imkan yaradar.[5].

Dayanıqlılıq yalnız ekoloji aspektlə məhdudlaşmadığı üçün sosial davamlılıq da əsas komponentlərdən biridir. Bu, yerli icmaların turizmdə iştirakını, mənfəətdən pay almasını, turizmə qarşı müqavimətin qarşısının alınmasını və mədəni irsin qorunmasını əhatə edir. Azərbaycanda bəzi bölgələrdə turizmin yerli həyat tərzinə təsiri birmənalı qarşılanmır. Xüsusilə kiçik kəndlərdə turizmin artması nəticəsində qiymətlərin bahalaşması, əmlak satışının sürətlənməsi və sosial tarazlığın pozulması kimi hallar müşahidə olunur. Bu səbəbdən hər bir yeni destinasiya üçün sosial təsir qiymətləndirməsi aparılmalı və bu qiymətləndirməyə uyğun tədbirlər planlaşdırılmalıdır.[8].

Turizmdə rəqabət qabiliyyəti yalnız resurs zənginliyindən deyil, innovativlik, təcrübə əsaslı məhsullar, texnologiyanın istifadəsi və marketinq strategiyalarının effektivliyindən asılıdır. Dünya turizm bazarında fərqlənmək və turist cəlb etmək üçün artıq sadəcə “gözəl təbiət” və “qonaqpərvərlik” kifayət etmir. Rəqabətli olmaq üçün destinasiyalar rəqəmsallaşma, smart idarəetmə sistemləri, interaktiv bələdçilik texnologiyaları, onlayn rezervasiya və informasiya platformaları kimi alətlərlə təchiz olunmalıdır. Məsələn, Avropa ölkələrinin bir çoxunda kənd turizmi təcrübəsi rəqəmsal platformalar üzərindən turistlərə təqdim edilir, region haqqında virtual turlar və mobil tətbiqlərlə tanıtım işləri aparılır.[8]. Azərbaycanın da bu istiqamətdə müəyyən təşəbbüsləri mövcuddur. Son illərdə Azərbaycan Turizm Bürosu tərəfindən “Experience Azerbaijan” və “Azerbaijan.travel” kimi platformalar yaradılmış, regionlar üzrə təqdimat materialları hazırlanmış və yeni turizm məhsullarının tanıtımı intensivləşdirilmişdir. Lakin bu təşəbbüslər daha çox mərkəzi destinasiyalarla məhdudlaşır və yeni destinasiya namizədi olan regionlara hələ tam inteqrasiya olunmayıb. Bu səbəbdən gələcək strategiyalarda hər bir yeni formalaşan destinasiya üçün fərdi marketinq paketi, brend identifikasiyası və onlayn tanıtım planı hazırlanmalıdır.

Strateji inkişaf baxımından yeni turizm destinasiyalarının formalaşması da ölkənin regional siyasətində də inteqrativ formada nəzərə alınmalıdır. Turizmlə bağlı qərarlar nəqliyyat, kənd təsərrüfatı, mədəniyyət, təhsil və ekologiya sahələri ilə koordinasiyalı şəkildə qəbul edilməlidir. Məsələn, kənd turizminin inkişafı yalnız turizm siyasəti ilə deyil, kənd təsərrüfatı istehsalının dəstəklənməsi, kooperativ sistemlərin qurulması və kənd infrastrukturunun yaxşılaşdırılması ilə mümkün olacaqdır. Bu baxımdan, turizm planlaşdırılması sektorlararası əlaqələndirməni və dövlət proqramlarına inteqrasiyanı zəruri edir.[3]. Beynəlxalq təcrübəyə əsaslanan strateji yanaşmalardan biri də tematik ixtisaslaşmadır. Yəni hər bir regionun müəyyən turizm növü üzrə formalaşdırılması, turistin nə axtardığını bilə-bilə ona uyğun təcrübənin təqdim olunması üstünlük yaradır. Məsələn, Lənkəran bölgəsi sağlamlıq və termal turizm üzrə, Tovuz-Şəmkir regionu şərabçılıq və aqroturizm üzrə, Zaqatala-Qax-Balakən isə dağ turizmi və etnoturizm üzrə ixtisaslaşa bilər. Bu cür yanaşma həm destinasiya imicinin formalaşmasına, həm də resursların optimal istifadəsinə şərait yaradar.

Nəticə. Araşdırmalar göstərir ki, turizm sektoru Azərbaycanda son illərdə dövlət siyasətinin prioritet sahəsinə çevrilmiş və bu istiqamətdə mühüm layihələr reallaşdırılmağa başlanmışdır. Bununla belə, ölkənin turizm potensialı, xüsusilə yeni turizm destinasiyalarının formalaşdırılması sahəsində hələ tam şəkildə istifadə olunmayıb. Bu potensialın reallaşdırılması üçün təbii, mədəni, sosial və iqtisadi resursların sistemli şəkildə müəyyənləşdirilməsi və məqsədyönlü istifadəsi vacibdir. Resursların sadəcə mövcudluğu kifayət etmir; onların səmərəli idarə olunması və sosial-iqtisadi sistemə inteqrasiyası əsas şərtdir. Bu baxımdan düzgün idarəetmə modellərinin tətbiqi, dövlət-özəl sektor əməkdaşlığının gücləndirilməsi və yerli icmaların iştirakçılığı regional turizmin inkişafına ciddi töhfə verə bilər. Yeni destinasiyaların yaradılmasında dayanıqlılıq, rəqabət qabiliyyəti və strateji planlaşdırma prinsiplərinin nəzərə alınması, turizmin uzunmüddətli və balanslı inkişafını təmin edir. Nəticə olaraq, Azərbaycanın regional inkişaf siyasətində turizmin strateji alətə çevrilməsi, yeni destinasiyaların yaradılması ilə paralel aparılmalı və bu proses resurs əsaslı, idarəetmə yönümlü və dayanıqlı yanaşmaların vahid modeldə birləşdirilməsi ilə həyata keçirilməlidir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Turizm Bürosu**.** Azərbaycan Respublikasının turizm strategiyası*: 2023–2026*. Bakı, 2023. 18 s.
2. B.Ə.Bilalov, Ç.G.Gülalıyev, Turizmin Əsasları, Dərslik, ‘’QHT’’ nəşriyyatı, 2015, 492 s.
3. H.Soltanova, Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı, Bakı, 2015, 475 s.
4. Prezident Kitabxanası, Azərbaycan Respublikasının 2022–2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf strategiyası, Bakı, 82 s.
5. Qafarov.N.Q., “Turizmin iqtisadiyyatı”. Ali məktəb tələbələri üçün dərslik. Düzəliş və əlavələr edilməklə II nəşr. Bakı – 2019, “Kooperasiya” nəşriyyatı, 584 s.
6. Akyol, C. “Sürdürülebilir Turizm Anlayışı Kapsamında Bir Destinasyon Yönetim Modeli Önerisi”, İmgelem, 2021, 5 (9): 507-540

7. Saldamlı, A., & Karakan, H. İ. Destinasyon Yönetimi. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, 2023.

8. Ахундова А. Г. Регулирование комплексного развития инфраструктуры туризма в Азербайджанской республике. Монография. Баку - Издательство «AVROPA» -2019 , 224 s.

9. https://e-qanun.az/framework/53020

10. https://tns.az/iqtisadiyyat/72279-azad-edilmish-erazilerin-turizm-potensiali-bu-bolgeler-istirahet-merkezine-chevrilecek/

11. https://yeniazerbaycan.az/MEDIA_e35752_az.html

12. https://az.trend.az/azerbaijan/society/2367975.html

RƏNA QULİYEVA

Müasir texnologiya və innovasiya Azərbaycanda şəhər turizminin inkişafında (Bakı şəhərinin nümunələrində)

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: quliyeva.rena.2401@atmu.edu.az

Xülasə: Məqalə Azərbaycanda şəhər turizminin inkişafına müasir yanaşmalara, innovativ texnologiyaların tətbiqinə və dayanıqlı inkişafa həsr olunub. Xidmətlərin rəqəmsallaşdırılması, sosial şəbəkələrdən tanıtım məqsədilə istifadə, ekoloji təşəbbüslər, virtual və artırılmış reallıq, böyük həcmli məlumatlar, süni intellekt və blokçeyn texnologiyaları araşdırılır. "Ağıllı turizm", ekoloji infrastrukturun inkişafı və turistlər üçün rahat şəraitin yaradılması kimi uğurlu texnologiya inteqrasiyası nümunələri təqdim olunur. Mədəni irsin innovasiyalarla birləşməsi Azərbaycanın beynəlxalq mövqeyini gücləndirir və unikal turizm təcrübəsi təqdim edir.

Açar sözlər: Azərbaycan, ağıllı turizm, xidmətlərin rəqəmsallaşdırılması, ekoloji təşəbbüslər, süni intellect.

Abstract: The article is devoted to modern approaches to the development of urban tourism in Azerbaijan with a focus on the introduction of innovative technologies and sustainable development. Digitalisation of services, use of social networks for promotion, environmental initiatives, virtual and augmented reality, big data, artificial intelligence and blockchain are considered. Examples are given of successful integration of technologies such as smart tourism, development of environmental infrastructure and creation of comfortable conditions for tourists. Combining cultural heritage with innovation allows Azerbaijan to strengthen its international position and offer a unique tourism experience.

Key words: Azerbaijan, smart tourism, digitalization of services, green initiatives, artificial intelligence.

Резюме: Статья посвящена современным подходам к развитию городского туризма в Азербайджане с акцентом на внедрение инновационных технологий и устойчивое развитие. Рассматриваются цифровизация услуг, использование социальных сетей для продвижения, экологические инициативы, виртуальная и дополненная реальность, большие данные, искусственный интеллект и блокчейн. Приведены примеры успешной интеграции технологий, таких как "умный туризм", развитие экологической инфраструктуры и создание комфортных условий для туристов. Сочетание культурного наследия с инновациями позволяет укрепить международные позиции Азербайджана и предложить уникальный туристический опыт.

Ключевые слова: Азербайджан, умный туризм, цифровизация услуг, экологические инициативы, искусственный интеллект

Введение

Туризм играет ключевую роль в мировой и национальной экономиках, способствуя региональному развитию. По данным ООН, он формирует 3% мирового ВВП и 6% экспорта, уступая по доходности лишь нефтедобыче.

Азербайджан активно внедряет технологии для повышения туристической привлекательности городов. "Умный туризм" включает цифровые сервисы, анализ данных, искусственный интеллект, виртуальную и дополненную реальность. В работе рассматриваются ключевые технологии, влияющие на городской туризм Азербайджана и его конкурентоспособность.

Основная часть

Современные технологии играют ключевую роль в развитии городского туризма в Азербайджане, делая его более удобным и привлекательным. Основные направления инноваций включают:

- Цифровизация туристических услуг. Онлайн-платформы Visit Azerbaijan и Visit Baku [4] предоставляют информацию о достопримечательностях, мероприятиях, отелях и ресторанах. Туристы могут бронировать экскурсии, билеты и транспорт, а QR-коды на объектах ведут на страницы с исторической справкой.
- Социальные сети. Платформы «Instagram», «Facebook» и «TikTok» популяризируют страну, а хэштеги #VisitBaku и #DiscoverAzerbaijan способствуют привлечению туристов.
- Экологические инновации. В рамках устойчивого развития создаются зарядные станции для электромобилей, экологические маршруты и велосипедные дорожки [6:8].
- VR и AR. Виртуальные экскурсии по Ичери Шехер и AR-приложения предоставляют интерактивную информацию о достопримечательностях.
- Большие данные и аналитика. Анализ туристических потоков и отзывов на «TripAdvisor» помогает выявлять предпочтения путешественников. Например, туристы из Германии

проявляют высокий интерес к историческим объектам, таким как Ичери Шехер и Гобустан [5].

- Умные города и цифровой туризм. Развиваются бесплатные Wi-Fi-зоны, информационные терминалы, системы интеллектуального транспорта и AR-квесты. Сенсоры в Баку регулируют туристические потоки, а интерактивные экраны предоставляют актуальную информацию [9].
- Искусственный интеллект. AI используется для персонализированного подбора услуг, автоматизированного обслуживания и прогнозирования потоков туристов.
- Платежные технологии. Бесконтактные системы оплаты (Apple Pay, Google Pay) и мобильные приложения упрощают оплату транспорта и билетов.
- Блокчейн. Повышает безопасность данных, способствует созданию цифровых паспортов путешественников и внедрению систем лояльности.

Заключение

Внедрение инновационных технологий в туризм Азербайджана способствует устойчивому развитию, повышая его конкурентоспособность на мировом рынке. Цифровизация, искусственный интеллект, большие данные, блокчейн и экологические инициативы улучшают туристический опыт, сочетая культурное наследие с передовыми решениями, а "умный туризм" делает города комфортнее для путешественников.

Список использованной литературы:

1. Ибрагимов А.А. Экологические аспекты устойчивого туризма в Азербайджане // Журнал "Экономика и управление". 2022. №5. [С. 45–52.]

2. Исмаилова А. Перспективы развития индустрии гостеприимства в Азербайджане// Журнал Азербайджанского Университета Туризма и Менеджмента – Баку. 2019. [с 279]

Интернет ресурсы:

3. https://www.stat.gov.az/source/tourism/ - Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi (Turizm statistikası).

4.https://azerbaijan.travel/ - Официальный туристский портал Азербайджана

5. https://www.tourismboard.az/page/244-germany - Сайт о посещение Азербайджана туристами из Германии.

6.https://media.az/society/novyy-generalnyy-plan-baku-osnovnye-novshestva-i-napravleniya-nash-obzor – Генеральный план города Баку до 2040 года. Статья

7.https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-turizma-azerbaydzhana - Камышева О.В. Современные тенденции туризма Азербайджана. Статья.

8.https://www.trend.az/business/green-economy/3944404.html–Развитие электромобилей в Азербайджане.

9. https://www.trend.az/business/3460752.html - Умное освещение в Баку. Статья

10. https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284425808 - International tourism highlights. 2024 Edition.

SƏBİNƏ ORUCOVA

Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonunda turizm-rekreasiya yükünün optimallaşdırılması yolları

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: sabina_031201@mail.ru

Xülasə: Məqalə təbii sərvətlərinə, tarixi abidələrinə və mədəni ənənələrinə görə mühüm turizm mərkəzi olan Azərbaycanın Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonunda turizm-rekreasiya yükünün optimallaşdırılması məsələlərinə həsr olunub. Bununla belə, bölgəyə turist axınının artması ilə infrastrukturun həddən artıq yüklənməsi, təbii və mədəni obyektlərin korlanması, habelə yerli əhali üçün sosial və iqtisadi nəticələrlə bağlı problemlər yaranıb. Məqalədə təbii parklarda ekosistemlərin məhv edilməsi, tarixi abidələrin qorunub saxlanmasına təhlükələr və müxtəlif turizm subyektləri arasında koordinasiyanın olmaması kimi əsas problemlər araşdırılır.

Turizm və rekreasiya yükünün optimallaşdırılması yolları, o cümlədən təbiətə mənfi təsirləri minimuma endirən ekoloji dayanıqlı turizmin inkişafı, turist axınının yenidən bölüşdürülməsi üçün turizm marşrutlarının şaxələndirilməsi təklif olunur. Həllin vacib hissəsi rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi - bron etmək, virtual turlar və turistlərin səmərəli paylanması üçün onlayn platformaların yaradılmasıdır ki, bu da populyar saytların həddən artıq yüklənməsinin qarşısını alır. İş yerlərinin açılması, mədəni tədbirlər və sənətkarlıq yarmarkaları vasitəsilə yerli sakinlərin turizmin inkişafına cəlb edilməsinə xüsusi diqqət yetirilir ki, bu da turistlərlə əhali arasında əlaqəni gücləndirir. Təklif olunan tədbirlərin tətbiqi təbii və mədəni irsin qorunub saxlanmasına kömək etməklə yanaşı, həm də regionda turizmin davamlı inkişafını, yerli əhalinin həyat keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasını və ona iqtisadi səmərə verilməsini təmin edəcək. İnteqrasiya edilmiş həllərin həyata keçirilməsi regionun beynəlxalq və yerli turistləri cəlb edə bilən dayanıqlı turizm məkanı kimi uzunmüddətli inkişafına töhfə verəcək.

Açar sözlər: turizm-rekreasiya yükü, ekoloji dayanıqlı turizm, təbii və mədəni irs, marşrutlarının şaxələndirilməsi, turizm inkişafı.

Резюме. Статья посвящена вопросам оптимизации туристско-рекреационной нагрузки в Шеки-Загатальском экономическом районе Азербайджана, который является важным центром туризма благодаря своему природному богатству, историческим памятникам и культурным традициям. Однако с увеличением туристского потока в регионе возникли проблемы, связанные с перегрузкой инфраструктуры, ухудшением состояния природных и культурных объектов, а также социальными и экономическими последствиями для местного населения. В статье рассматриваются ключевые вызовы, такие как разрушение экосистем в природных парках, угрозы для сохранности исторических памятников и дефицит координации между различными субъектами туризма.

Предлагаются пути оптимизации туристско-рекреационной нагрузки, включая развитие экологически устойчивого туризма, который минимизирует негативное воздействие на природу, и диверсификацию туристских маршрутов для перераспределения потока туристов. Важной частью решения проблемы является внедрение цифровых технологий — создание онлайн-платформ для бронирования, виртуальных туров и эффективного распределения туристов, что позволит избежать перегрузки популярных объектов. Особое внимание уделяется вовлечению местных жителей в развитие туризма через создание рабочих мест, организацию культурных мероприятий и ремесленных ярмарок, что способствует укреплению связи между туристами и населением. Применение предложенных мер поможет не только сохранить природное и культурное наследие, но и обеспечить устойчивое развитие туризма в регионе, улучшая качество жизни местного населения и обеспечивая его экономическую выгоду. Внедрение комплексных решений будет способствовать долгосрочному развитию региона как устойчивой туристской дестинации, способной привлечь международных и местных туристов.

Ключевые слова: туристско-рекреационная нагрузка, экологически устойчивый туризм, природное и культурное наследие, диверсификация маршрутов, развитие туризма

Abstract: The article is devoted to the issues of optimization of tourism and recreational load in the Sheki-Zagatala economic region of Azerbaijan, which is an important tourism center due to its natural wealth, historical monuments and cultural traditions. However, with the increase in tourist flow in the region, problems have arisen related to infrastructure overload, deterioration of natural and cultural sites, as well as social and economic consequences for the local population. The article discusses key challenges, such as the destruction of ecosystems in natural parks, threats to the preservation of historical monuments and lack of coordination between various tourism entities.

The article suggests ways to optimize the tourism and recreational load, including the development of environmentally sustainable tourism, which minimizes the negative impact on nature, and the diversification of tourist routes to redistribute the flow of tourists. An important part of the solution to the problem is the introduction of digital technologies - the creation of online platforms for booking, virtual tours and effective distribution of tourists, which will avoid overloading popular sites. Particular attention is paid to the involvement of local residents in the development of tourism through the creation of jobs, the organization of cultural events and craft fairs, which helps to strengthen the ties between tourists and the population. The implementation of the proposed measures will not only help preserve the natural and cultural heritage, but also ensure sustainable development of tourism in the region, improving the quality of life of the local population and providing its economic benefit. The implementation of comprehensive solutions will contribute to the long-term development of the region as a sustainable tourist destination capable of attracting international and local tourists.

Key words: tourism and recreational load, environmentally sustainable tourism, natural and cultural heritage, route diversification, development of tourism.

Введение

Шеки-Загатальский экономический район Азербайджана является одним из самых привлекательных для туристов регионов страны благодаря своему богатому природному и культурному наследию. Регион характеризуется уникальными ландшафтами, историческими памятниками, а также разнообразием этнографических традиций и гастрономических особенностей. Однако с ростом интереса со стороны туристов возникает проблема оптимизации туристско-рекреационной нагрузки. Этот процесс включает в себя управление потоками туристов таким образом, чтобы минимизировать их негативное воздействие на окружающую среду, культурное наследие и социальную инфраструктуру, обеспечивая при этом устойчивое развитие туризма.

Характеристика туристско-рекреационной нагрузки в Шеки-Загатальском экономическом районе

Шеки-Загатальский экономический район включает в себя такие города и районы, как Шеки, Загатала, Гах, Габала и другие населенные пункты, которые славятся природными красотами, историческими памятниками и народными ремеслами. Здесь расположены знаменитые туристские объекты, такие как дворец Шекинских ханов, археологические памятники, природные парки и заповедники, которые привлекают как внутренний, так и международный туризм. Несмотря на высокую привлекательность региона, рост туристского потока приводит к ряду проблем. К ним можно отнести: перегрузку инфраструктуры, ухудшение экологической ситуации, деформацию культурных объектов, а также снижение качества обслуживания туристов. Кроме того, на местном уровне возникает необходимость в решении вопросов перераспределения туристских потоков и повышении устойчивости местных экономик, зависящих от туризма [2] [4, стр. 15]

Проблемы и вызовы туристско-рекреационной нагрузки

Одной из основных проблем является высокая концентрация туристов в ограниченных природных и культурных зонах, что приводит к их деградации. Например, посещаемость природных парков, таких как Гахский государственный природный заказник, приводит к повреждению флоры и фауны, а также к засорению территорий. Кроме того, исторические памятники, такие как дворец Шекинских ханов, сталкиваются с угрозой разрушения из-за воздействия большого числа туристов, а также недостаточной защиты и реставрации. Существующие проблемы также связаны с недостаточной координацией между государственными органами, местными властями и частным сектором. Отсутствие эффективных программ управления и контроля туризма, а также нехватка квалифицированных кадров для управления туристскими потоками усугубляют ситуацию [3, стр. 45] [5, стр. 28].

Пути оптимизации туристско-рекреационной нагрузки

Для оптимизации туристско-рекреационной нагрузки в Шеки-Загатальском экономическом районе можно предложить несколько стратегий, направленных на сохранение природного и культурного наследия региона, повышение качества туристского сервиса и развитие устойчивого туризма. Одним из ключевых направлений является развитие экологически устойчивого туризма, который способствует сохранению природы и минимизирует негативное воздействие на окружающую среду. Это включает в себя внедрение принципов «зелёного» туризма, использование экологически чистых транспортных средств, а также обеспечение туристов информацией о правилах поведения в природных зонах. Важным шагом является создание экологических троп, которые позволят туристам исследовать природу, не нанося ущерба экосистемам [1, стр. 18]. Для снижения нагрузки на популярные туристские маршруты необходимо разработать альтернативные маршруты и экспедиции, которые будут охватывать менее известные, но не менее привлекательные территории региона. Это позволит перераспределить потоки туристов и снизить давление на ключевые туристские объекты. Привлекательными могут стать агротуризм, этнографические туры и гастрономические маршруты, которые познакомят туристов с уникальной культурой и традициями местных жителей [2, стр. 50].

Цифровизация играет важную роль в управлении туристскими потоками. Внедрение онлайн-платформ для бронирования билетов, регистрации и виртуальных туров поможет эффективно распределять туристов по регионам и предотвращать переполненность популярных объектов. С помощью мобильных приложений и интернет-ресурсов можно информировать туристов о состояниях природных и культурных объектов, а также о рекомендациях по устойчивому поведению в ходе путешествий [6]. Местное население должно активно участвовать в процессе формирования и обслуживания туристской инфраструктуры. Создание рабочих мест в сфере туризма, организация ремесленных ярмарок, гастрономических фестивалей и культурных мероприятий поможет не только стимулировать экономику региона, но и укрепить связи между туристами и местными жителями. Это позволит улучшить качество обслуживания и привлекать новых туристов [7].

Заключение

Оптимизация туристско-рекреационной нагрузки в Шеки-Загатальском экономическом районе требует комплексного подхода, сочетая развитие инфраструктуры с сохранением природного и культурного наследия. Внедрение устойчивых практик туризма и диверсификация маршрутов помогут снизить нагрузку на популярные зоны и открыть новые территории для туристов.

Цифровизация и онлайн-платформы помогут эффективно управлять потоками туристов, равномерно распределяя их по регионам. Важным элементом является вовлечение местных жителей, что создаст рабочие места и улучшит качество обслуживания.

Таким образом, интеграция экологических, экономических и культурных практик обеспечит устойчивое развитие туризма в регионе и сохранение природных ресурсов, создавая благоприятные условия для местных жителей и туристов.

Список использованной литературы

1. Байрамов, Э. И., & Алиев, И. Р. (2017). *Экологический туризм в Азербайджане: Проблемы и перспективы развития*. Баку: Азербайджанский государственный университет.
2. Гусейнова, Л. С., & Мехтиев, М. Ф. (2015). *Туризм в Азербайджане: Теория и практика*. Баку: Научное издательство.
3. Иванова, Н. А. (2019). *Устойчивое развитие туристической инфраструктуры в регионах с природным наследием*. Москва: Экономика и Экология.
4. Кулиева, Т. М. (2020). *Сохранение культурного наследия и туризм: Проблемы и решения на примере Шеки-Загатальского региона*. Баку: Научно-исследовательский институт туризма.
5. Мирзоев, А. А., & Мамедов, И. А. (2018). *Развитие туризма в сельских регионах: Проблемы и пути решения*. Баку: Азербайджанский институт туризма.
6. Государственный комитет по туризму Азербайджана. (2023). *Потенциал туризма в Шеки-Загатальском регионе*. https://tourism.gov.az
7. Министерство экологии и природных ресурсов Азербайджана. (2020). Устойчивое управление природными заповедниками и туристической нагрузкой. Получено с https://eco.gov.az

SƏBİNƏ ƏHMƏDOVA

Sosial destinasiya müasir cəmiyyətin formalaşmasında mühüm prosesdir

Sumqayıt Dövlət Universiteti, tələbə

E-mail: ahmdvaasabi02@gmail.com

Xülasə: Ən yaxşı destinasiyalar yaşamaq, işləmək və əlbəttə ki, ziyarət etmək üçün çoxlu səbəblər təqdim edən destinasiyalardır. Ziyarətçilərin iqtisadiyyata artan artım yaratmaq və uzunmüddətli perspektivdə onun faydasını maksimuma çatdırmaq üçün destinasiyaların düzgün idarə edilməsini təmin etmək lazımdır. Ziyarətçilərin sayının artmasının turizm sektorunu, eləcə də bütövlükdə iqtisadiyyatı gücləndirməsi, bununla da iş imkanlarını artırması ilə destinasiya idarəçiliyinin rolu xüsusilə əhəmiyyətlidir. Bu baxımdan sosial destinasiya prosesinin təhlili və tənzimlənməsi cəmiyyətin sağlam inkişafı üçün vacibdir.

***Açar sözlər*:** fərd, cəmiyyət, iqtisaiyyat, inkişaf, qloballaşma

Abstract: The best destinations are those that offer many reasons to live, work and, of course, visit. In order for visitors to generate incremental growth in the economy and to maximize their benefits in the long term, it is necessary to ensure that destinations are properly managed. The role of destination management is particularly important, as increasing visitor numbers strengthen the tourism sector, as well as the economy as a whole, thereby increasing job opportunities. In this regard, analyzing and regulating the social destination process is essential for the healthy development of society.

Keywords: individual, society, economy, development, globalization

Резюме. Лучшие дестинацие — это те, которые предлагают множество причин для жизни, работы и, конечно же, посещения. Необходимо обеспечить надлежащее управление направлениями, чтобы обеспечить постепенный рост экономики за счет посетителей и максимизировать ее выгоды в долгосрочной перспективе. Роль управления направлениями особенно важна, поскольку рост числа посетителей укрепляет туристический сектор, а также экономику в целом, тем самым увеличивая возможности трудоустройства. В этой связи анализ и регулирование процесса социального дестинация имеет важное значение для здорового развития общества.

Ключевые слова: личность, общество, экономика, развитие, глобализация

Giriş: Cəmiyyətin təməl daşı olan insan fərd kimi formalaşarkən təkcə bioloji deyil, həm də sosial proseslərin təsiri altına düşür. Bu təsirlər onu müəyyən davranış modellərinə yönəldir, sosial rolları mənimsəməyə vadar edir və cəmiyyət daxilində yerini müəyyənləşdirir. Bu baxımdan "sosial destinasiya" anlayışı xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Sosial destinasiya fərdin cəmiyyət daxilində hansı sosial mövqeyə, rola və həyat yoluna yönəldiyini bildirən bir prosesdir. Bu proses ailədən başlayaraq, təhsil, media, ictimai qruplar və institutlar vasitəsilə formalaşır. Mövzunun aktuallığı isə müasir dövrdə sosial mobilizasiya, sosial ədalət və fərdin inkişafı məsələlərinin ön plana çıxması ilə əlaqədardır. Bu tezisdə sosial destinasiya anlayışı, onun fərd və cəmiyyət üçün əhəmiyyəti, mövcud sosial təsirlər və nəticələri təhlil olunacaq.

Sosial destinasiya termini "destinasiya" (yönəldilmə, istiqamətlənmə) və "sosial" (cəmiyyət) anlayışlarının vəhdətindən yaranmışdır. Bu anlayış fərdlərin cəmiyyətin müəyyən gözləntilərinə və qaydalarına uyğun şəkildə sosial mövqelərə yerləşdirilməsini ifadə edir. Sosial destinasiya bir növ sosial yönəldilmədir və cəmiyyətdəki normativ çərçivəyə əsaslanaraq insanlara "nə olmalı" olduqlarını aşılayır. Fərdlər bu yönəldilməyə ya könüllü şəkildə tabe olur, ya da sosial təzyiqlər nəticəsində uyğunlaşmaq məcburiyyətində qalırlar.

Fərd doğulduğu andan etibarən sosiallaşma prosesinə daxil olur. Ailə onun ilk sosiallaşma mühiti olmaqla yanaşı, eyni zamanda ilk sosial destinasiya agentidir. Uşağa öyrədilən davranış qaydaları, dəyərlər, həyat tərzi onun gələcəkdə cəmiyyət içində tutacağı mövqeni müəyyənləşdirə bilər. Məktəb və təhsil sistemi isə bu prosesi davam etdirir. Müəllimlər, sinif yoldaşları, təhsil mühitinin özəllikləri də fərdin hansı sahəyə yönəldiləcəyinə təsir edir. Eyni zamanda media, sosial şəbəkələr və texnoloji platformalar da fərdlərin ideallarını, həyat tərzini və hətta peşə seçimlərini formalaşdırır. Bu baxımdan sosial destinasiya fərdi sosial mühitə uyğunlaşdırmaqla yanaşı, onun potensialının da cəmiyyətə uyğun istiqamətdə inkişafına səbəb olur.[1, 48]

Sosial destinasiya prosesi cəmiyyətdə mövcud olan sosial təbəqələşmə ilə sıx bağlıdır. Məsələn, yüksək sosial təbəqəyə mənsub ailədə böyüyən uşaq daha çox resursa, təhsilə və dəstəyə sahib olduğundan, gələcəkdə də yüksək sosial mövqeyə çatma ehtimalı artır. Eyni zamanda, aşağı təbəqədən olan uşaqların

sosial imkanları məhdud olduğu üçün onların destinasiya prosesi daha dar çərçivədə reallaşır. Bu isə sosial bərabərsizliyin təkrarlanmasına və cəmiyyət daxilində sosial ədalətsizliyin yaranmasına səbəb ola bilər. Bu baxımdan sosial destinasiya həm fərdin həyat şanslarını müəyyənləşdirir, həm də sosial təbəqələşmənin davamlılığını təmin edə bilər.

Sosial destinasiya prosesi bəzən stereotiplərlə, cinsiyyətə, etnik kimliyə və digər sosial göstəricilərə əsaslanan qərəzlərlə müşayiət oluna bilər. Bu zaman fərdlər istedad və bacarıqlarına görə deyil, cəmiyyətin onlara verdiyi "etiketlər"ə görə istiqamətləndirilirlər. Məsələn, "qız uşaqları bu sahədə uğurlu ola bilməz" kimi qəlibləşmiş düşüncələr onların bəzi peşələrə yönəldilməsinin qarşısını alır. Bu isə sosial ədalətin pozulmasına, fərdi inkişafın məhdudlaşdırılmasına səbəb olur. Ədalətli və bərabər imkanlara əsaslanan sosial destinasiya siyasətləri isə cəmiyyətin dayanıqlı inkişafına gətirib çıxara bilər.

Qloballaşma və rəqəmsallaşma dövründə sosial destinasiya prosesi daha çevik və dinamik hala gəlib. Əvvəllər yalnız ailə və məktəblə məhdudlaşan yönləndirmə prosesi bu gün sosial şəbəkələr, internet və qlobal mədəniyyətin təsiri ilə fərqli şəkil alır. Artıq bir çox gənc özünü sosial mediada təqdim edərək fərqli karyera yollarını seçə bilir. Bu isə ənənəvi sosial destinasiya mexanizmlərinin dəyişməsinə səbəb olub. Belə bir şəraitdə fərdlərin öz imkanlarını dərk etməsi və cəmiyyətin isə onları dəstəkləməsi önə çıxır. [2]

Nəticə: Sosial destinasiya fərdin cəmiyyətdəki rolunu və mövqeyini formalaşdıran mühüm bir prosesdir. Bu proses ailədən başlayaraq, məktəb, ictimai institutlar və texnoloji vasitələrlə davam etdirilir. Əgər bu yönəldilmə bərabər imkanlara əsaslanarsa, fərdi inkişaf və sosial ədalət təmin edilə bilər. Əks halda isə sosial bərabərsizliklər daha da dərinləşə bilər.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat

1. Axundova A. İstiqamətlərin sosial-iqtisadi inkişafında hadisələrin rolu// Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları, Bakı, 2024, vol 13, №2, s.24-32
2. Yusupov Q. *Regionun turizm destinasiyasına çevrilməsi imkanları* // Azərbaycan Universiteti, İpək Yolu, Bakı, 2022, №3, s.48–60.
3. Komilova N.X., Usmanov M.R., Safarova N.I., Matchanova A.E., Murtazaeva G.I. *Tourist destination as an object of research of social and economic geography* // Psychology and Education., Vol. 58, №1, p.2058–2067, 2021.
4. Żemła M. *Tourism destination: The networking approach* // Moravian Geographical Reports. – Vol. 23, №4. 2015.
5. https://www.tourismboard.az/storage/2023/04/14/gqOjhi3H9LWyPN9Yn4IBE9xlJklDNoTRc8oLSeYT.pdf

SOLMAZ BABAYEVA

Azərbaycanın müalicə - sağlamlaşdırma turizm destinasiyaları

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: babayeva.solmaz.2301@atmu.edu.az

Xülasə. Müasir dövrdə insanların sağlamlığa olan marağı artdıqca müalicə-sağlamlaşdırma turizmi də mühüm turizm istiqamətlərindən birinə çevrilmişdir. İnsanlar sağlamlıq problemlərinin müalicəsi ilə yanaşı həm istirahət etmək, həm də yeni yerləri kəşf etmək istəyirlər. Bu turizm növü təkcə xəstəliklərin müalicəsini deyil, həm də profilaktika, reabilitasiya və istirahət imkanlarını əhatə edir. Bu baxımdan , təbii resurslarla zəngin, iqlimi və mədəniyyəti maraq doğuran ölkələr xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Azərbaycan da bu ölkələr sırasına daxildir.

Coğrafi mövqeyi, müalicəvi ehtiyatları və inkişaf edən turizm infrastrukturu ilə Azərbaycan tibbi turizm üçün cəlbedici məkanlardan birinə çevrilməkdədir.Azərbaycanın əlverişli təbii-iqlim şəraiti, zəngin termal və mineral su ehtiyatları, müalicəvi palçıq və unikal təbii resurslara əsaslanan sanatoriya və kurort infrastrukturu ölkənin müalicə-sağlamlaşdırma turizmi üçün mühüm əsas yaradır.

Azərbaycanın əlverişli coğrafi mövqeyi, zəngin təbii ehtiyatları və qədimdən bəri mövcud olan müalicəvi mərkəzləri bu sahədə ölkənin imkanlarını genişləndirir. Məqalədə Azərbaycanın əsas müalicə-sağlamlaşdırma destinasiyaları kimi Naftalan, Qalaaltı, İstisu (Kəlbəcər), Masallı, Lənkəran və Naxçıvan bölgələri təhlil edilir. Naftalan unikal müalicəvi nefti ilə dünya miqyasında tanınır. Qalaaltı böyrək və sidik yolları xəstəliklərinin müalicəsində istifadə olunan mineral sularla məşhurdur. Kəlbəcərin İstisu bulaqları, Masallının termal suları və Naxçıvanın Duzdağ mədənləri müalicəvi xüsusiyyətlərinə görə yerli və xarici turistlər üçün cəlbedici məkanlardır.

***Açar sözlər*:** müalicə-sağlamlaşdırma turizmi, təbii ehtiyatlar, Naftalan, İstisu, Qalaaltı

Резюме. В современном мире, по мере роста интереса людей к здоровью, оздоровительный туризм становится одним из важных направлений туризма. Люди стремятся не только лечиться от проблем со здоровьем, но и отдыхать, открывать для себя новые места. Этот вид туризма охватывает не только лечение заболеваний, но и профилактику, реабилитацию и отдых. С этой точки зрения страны, богатые природными ресурсами, с благоприятным климатом и интересной культурой, приобретают особое значение. Азербайджан входит в число таких стран.

Благодаря своему географическому положению, лечебным ресурсам и развивающейся туристической инфраструктуре, Азербайджан становится одним из привлекательных направлений для медицинского туризма. Благоприятные природно-климатические условия, богатые термальные и минеральные воды, целебные грязи и уникальные природные ресурсы, а также санаторно-курортная инфраструктура создают прочную основу для развития оздоровительного туризма в стране.

Благоприятное географическое положение Азербайджана, богатые природные ресурсы и существующие с древних времён лечебные центры расширяют возможности страны в этой области.

В статье анализируются основные оздоровительные направления Азербайджана, такие как Нафталан, Галаалты, Истису (Кельбаджар), Масаллы, Ленкорань и Нахичевань. Нафталан известен во всем мире своей уникальной лечебной нефтью. Галаалты славится минеральными водами, используемыми для лечения заболеваний почек и мочевыводящих путей. Источники Истису в Кельбаджаре, термальные воды Масаллы и соляные шахты Дуздаг в Нахичевани являются привлекательными местами для местных и иностранных туристов благодаря своим лечебным свойствам.

Ключевые слова: оздоровительный туризм, природные ресурсы, Нафталан, Истису, Галаалты

Abstract. In the modern era, as people's interest in health increases, health and wellness tourism has become one of the most important branches of tourism. People not only seek treatment for health issues but also want to relax and explore new places. This type of tourism includes not only the treatment of diseases but also prevention, rehabilitation, and recreation opportunities. From this perspective, countries rich in natural resources, with favorable climates and intriguing cultures, hold particular importance. Azerbaijan is among such countries.

With its geographical location, healing resources, and developing tourism infrastructure, Azerbaijan is becoming one of the most attractive destinations for medical tourism. The country's favorable natural and climatic conditions, rich thermal and mineral water resources, therapeutic mud, and unique natural assets, along with its sanatorium and resort infrastructure, form a strong foundation for the development of health and wellness tourism.

Azerbaijan's advantageous geographical position, rich natural resources, and long-standing healing centers expand its potential in this field. The article analyzes Azerbaijan's main health and wellness destinations, including Naftalan, Galaalti, Istisu (Kalbajar), Masalli, Lankaran, and Nakhchivan. Naftalan is world-renowned for its unique therapeutic oil. Galaalti is famous for its mineral waters used in the treatment of kidney and urinary tract diseases. The Istisu springs in Kalbajar, the thermal waters of Masalli, and the Duzdag salt mines in Nakhchivan are attractive destinations for both local and international tourists due to their healing properties.

Keywords: health and wellness tourism, natural resources, Naftalan, Istisu, Galaalti

Giriş. Müalicə-sağlamlaşdırma turizmi – insanların sağlamlığının bərpası və qorunması məqsədilə sanatoriya-kurort müalicəsi və reabilitasiya üçün səfərlər etməsi ilə xarakterizə olunan turizm növüdür. Bu sahə turizmin həm sosial, həm də iqtisadi əhəmiyyətli istiqamətlərindən biri kimi son illər daha çox diqqət çəkməyə başlamışdır. Azərbaycan təbii şəraitinə, coğrafi mövqeyinə və müalicəvi ehtiyatlarına görə regionun bu sahədə perspektivli ölkələrindən biridir.

Təbii müalicə ehtiyatlarına malik Azərbaycan bu ehtiyatlardan bərpa, profilaktika və müalicə məqsədi ilə istifadə etmək üçün zəruri şərait də yaradıb. Azərbaycanın ərazisi kurortlarla zəngin olan ölkələrdən biridir və həm istirahət, həm də müalicəni təmin edən müəssisələr (sanatoriyalar, istirahət evləri,

pansionatlar, balneoloji və palçıq müalicə ocaqları, kurort poliklinikaları, bərpa mərkəzləri və s.), sanatoriya mühafizə zonaları və digər kurort infrastrukturunun təşkili üçün hər cür imkan var. Ölkənin milli təbii sərvətləri sırasında kurort ehtiyatları (mineral sular, müalicəvi palçıqlar, iqlim və s.), həmçinin onun infrastruktur sahələri iqtisadi və sosial əhəmiyyətə malikdir. Təbii müalicə resursları kurortun ixtisaslaşma istiqamətlərini, ehtiyatları isə onun təminatını müəyyən edir. Bu ehtiyatların müalicəsağlamlıq turizmi məqsədilə istifadəsinin mümkünlüyü cəlb olunan iqtisadi amillərin (maliyyə, istehsal, kadr və s.) təminatı ilə ölçülür.

Naftalan – unikal neft ilə müalicə

Naftalan şəhəri dünya miqyasında nadir müalicə resursuna – naftalan neftinə malikdir. Təbii, neft əsaslı bu məhsul revmatizm, dəri, oynaq və sinir sistemi xəstəliklərinin müalicəsində tətbiq olunur. Hazırda şəhərdə 10-dan çox müasir sanatoriya fəaliyyət göstərir. Burada yerləşən sanatoriyalar, məsələn "Çinar Hotel & Spa Naftalan", "Gashalti Health Hotel" və digərləri, illik olaraq minlərlə turist qəbul edir. Naftalan revmatizm, dəri, oynaq və sinir sistemi xəstəliklərinin müalicəsində ixtisaslaşmışdır.

2023-cü ildə burada 65.000-dən çox insan müalicə almışdır. Naftalan sanatoriyalarında müasir fizioterapiya, palçıq vannaları və hidroterapiya ilə yanaşı, tibbi müşahidə altında kompleks proqramlar tətbiq olunur.

Qalaaltı – mineral sular və böyrək müalicəsi

Qalaaltı kurortu Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonunda, Quba rayonunun yüksək dağlıq ərazisində yerləşir. Buradakı "Naftsu" mineral suları nefroloji xəstəliklər, xüsusən də böyrək daşı xəstəliyinin profilaktikası və müalicəsi üçün istifadə olunur.

"Qalaaltı Hotel & Spa" sanatoriyası müasir kurort xidmətləri ilə seçilir. Burada hidroterapiya, dietik qidalanma və terapevtik idman prosedurları mövcuddur.

İstisu (Kəlbəcər) – termal sularla müalicə

Kəlbəcər rayonundakı İstisu kurortu çoxsaylı termal bulaqları ilə tanınır. Buradakı suların tərkibində kalsium, maqnezium, hidrokarbonat və radon kimi müalicəvi elementlər mövcuddur.

2021-ci ildən sonra ərazi yenidən Azərbaycanın nəzarətinə keçdikdən sonra müasir sanatoriyaların tikintisi planlaşdırılıb. Gələcəkdə bu ərazi beynəlxalq səviyyəli termal kurorta çevrilə bilər.

Masallı və Lənkəran – termal palçıq və fitoterapiya

Cənub bölgəsində yerləşən bu destinasiyalar həm termal sulara, həm də zəngin bitki örtüyünə malikdir. Masallı İstisu sanatoriyası hələ Sovet dövründən etibarən mədə-bağırsaq, oynaq və dəri xəstəliklərinin müalicəsində ixtisaslaşmışdır.

Həm palçıq, həm də içməli su müalicələri tətbiq olunur. Lənkəran isə xalq təbabətinə və fitoterapiya üsullarına əsaslanan sağlamlaşdırma təcrübələri ilə tanınır. Masallıdakı "İstisu" sanatoriyası hər il təqribən 10-12 min nəfərə xidmət göstərir.

Naxçıvan – Duzdağ və Badamlı

Naxçıvan Muxtar Respublikası da müalicəvi turizm baxımından xüsusi yer tutur. Duzdağ Fizioterapiya Mərkəzi astma və bronxial xəstəliklərin speleoterapiya (duz mədənində müalicə) üsulu ilə müalicəsini təmin edir. Badamlı mineral suyu isə qastroenteroloji problemlərin profilaktikası və müalicəsində geniş istifadə olunur.

Azərbaycan Dövlət Turizm Agentliyinin məlumatına əsasən:

- 2023-cü ildə müalicə-sağlamlaşdırma turizminə gələn turistlərin sayı 80 min nəfəri keçmişdir.
- Bu sahənin ümumi turizm sektorundakı payı 7,2% təşkil etmişdir.
- Sanatoriya və kurort müəssisələrinin doluluq səviyyəsi ilin isti aylarında 85-90%-ə çatır.

İnkişaf Perspektivləri

- İnfrastrukturun yenilənməsi: Yeni nəqliyyat yolları, kurort kompleksləri və sağlamlıq mərkəzləri inşa olunmaqdadır.
- Beynəlxalq əməkdaşlıq: Bir sıra Avropa və MDB ölkələri ilə tibbi turizm üzrə müqavilələr imzalanıb.
- Rəqəmsal transformasiya: Tibbi turizm portalının yaradılması və onlayn rezervasiya sistemlərinin tətbiqi planlaşdırılır.

Nəticə və təkliflər

Azərbaycanın müalicə-sağlamlaşdırma turizm potensialı onun təbii sərvətləri və tarixi sanatoriya-kurort bazası ilə birbaşa əlaqəlidir. Bu resursların effektiv istifadəsi, müasir texnologiyalarla birləşdirilməsi və beynəlxalq bazarda tanıdılması bu sahənin inkişafına təkan verə bilər.

- Müalicə turizminə dair milli strateji proqram hazırlanmalıdır.
- Yerli və xarici investorlar üçün kurort layihələrinə güzəştlər tətbiq olunmalıdır.
- Sanatoriya personalı üçün beynəlxalq səviyyəli təlim proqramları təşkil edilməlidir.
- Kurortlar üzrə ixtisaslaşmış rəqəmsal marketinq platformaları yaradılmalıdır.

Ədəbiyyat siyahısı

1. ARDTA. Azərbaycanda sağlamlıq turizmi – cari vəziyyət və inkişaf perspektivləri – Bakı - 2021
2. Bilalov B. Azərbaycanda müalicə-sağlamlıq turizmi: problemləri və perspektivləri.“Turizm və Qonaqpərvərlik Tətqiqatları”jurnalı, №3 – Bakı: “Aypara 3” - 2013.
3. İsabalayeva İ. “Sağlamlaşdırılmasına ehtiyac duyulan sağlamlıq turizmi” mövzusunda məqalə - Bakı - 2021
4. Aydin G. and Karamehmet B. "Factors affecting health tourism and international health-care facility choice", International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing. // - 2017. p. 16-36.
5. Leyla A. and Shahla R. Ecomic and Social Development: Book of Proceeding // - 2020. p. 663-673
6. Terlan N. “Azerbaycan Turizm Potansiyelinin Kalkınma Amaçlı Değerlendirilmesi”. // Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. - 2010.
7. https://amedical.az/blog/163-tibbi-turizm.html

8. https://tebmedtourism.com/az/tibbi-turizm-n%C9%99dir/
9. https://hotelstudies.in/importance-of-forecasting-in-tourism/

ƏLIZADƏ SƏADƏT

Böyük Qafqazda ekoturizmin inkişafi və landşaft dəyişikliklərinin geoinformasiya modelləşdirilməsi

Gəncə Dövlət Universiteti, magistr
ORCİD: 0009-0005-3314-0725
E-mail: Salizade02s@gmail.com

Xülasə: Bu məqalədə Böyük Qafqazda ekoturizmin inkişafı və landşaft dəyişikliklərinin geoinformasiya modelləşdirilməsi məsələləri araşdırılmışdır. Böyük Qafqaz ekoturizm üçün geniş potensiala malik olsa da, turizm fəaliyyəti bəzi ərazilərdə antropogen yüklənməni artıraraq ekoloji tarazlığı pozur. Tədqiqat çərçivəsində GİS və uzaqdan zondlama metodlarından istifadə olunaraq landşaft dəyişikliklərinin dinamikası qiymətləndirilmişdir. Peyk təsvirləri və rəqəmsal xəritələndirmə vasitəsilə regionda meşə örtüyünün azalması, torpaq eroziyası və digər ekoloji dəyişikliklər müəyyən edilmişdir. Nəticələr göstərir ki, ekoturizmin davamlı inkişafı üçün ekoloji planlaşdırma strategiyaları və geoinformasiya texnologiyalarının tətbiqi vacibdir. Məqalədə Böyük Qafqazda ekoturizm və ətraf mühit arasında qarşılıqlı əlaqənin idarə olunması üçün bir sıra tövsiyələr təqdim edilir. Bu tövsiyələr arasında ekoturizm marşrutlarının ekoloji həssas zonalara uyğun planlaşdırılması, geoinformasiya texnologiyaları əsasında monitorinq sistemlərinin qurulması və ictimai maarifləndirmə tədbirlərinin artırılması yer alır.

Açar sözlər: ekoturizm, landşaft dəyişiklikləri, GİS, Böyük Qafqaz, ekoloji planlaşdırma

Abstract: This article examines the issues of ecotourism development and geoinformation modeling of landscape changes in the Greater Caucasus. Although the Greater Caucasus has a wide potential for ecotourism, tourism activity disrupts the ecological balance by increasing anthropogenic load in some areas. The study assessed the dynamics of landscape changes using GIS and remote sensing methods. Satellite images and digital mapping identified forest cover reduction, soil erosion, and other ecological changes in the region. The results show that ecological planning strategies and the application of geoinformation technologies are important for the sustainable development of ecotourism. The article presents a number of recommendations for managing the interaction between ecotourism and the environment in the Greater Caucasus. These recommendations include planning ecotourism routes in accordance with ecologically sensitive zones, establishing monitoring systems based on geoinformation technologies, and increasing public awareness activities.

***Key words*:** ecotourism, landscape changes, GIS, Greater Caucasus, ecological planning

Резюме: В данной статье исследовано развитие экотуризма на Большом Кавказе и геоинформационное моделирование ландшафтных изменений. Хотя Большой Кавказ обладает

широким потенциалом для экотуризма, туристическая деятельность на некоторых территориях увеличивает антропогенную нагрузку и нарушает экологический баланс. В рамках исследования динамика ландшафтных изменений оценивалась с помощью ГИС и методов дистанционного зондирования. Вырубка лесов, эрозия почвы и другие изменения окружающей среды были выявлены в регионе с помощью спутниковых снимков и цифровых карт. Результаты показывают, что применение стратегий экологического планирования и геоинформационных технологий важно для устойчивого развития экотуризма. В статье представлен ряд рекомендаций по управлению взаимодействием экотуризма и окружающей среды на Большом Кавказе. Эти рекомендации включают планирование маршрутов экотуризма в соответствии с экологически чувствительными зонами, построение систем мониторинга на основе геоинформационных технологий, а также меры по повышению осведомленности общественности.

Ключевые слова: экотуризм, ландшафтные изменения, ГИС, Большой Кавказ, экологическое планирование.

Son illərdə ekoturizm qlobal səviyyədə turizmin ən dinamik inkişaf edən sahələrindən birinə çevrilmişdir. Xüsusilə, ekoloji tarazlığın qorunmasını hədəfləyən bu turizm növü, həm yerli icmaların sosial-iqtisadi inkişafına töhfə verir, həm də ətraf mühitin qorunmasına dəstək olur. [1] Böyük Qafqaz regionu nadir

biomüxtəlifliyi, təbii landşaftları və turizm potensialı ilə Azərbaycanın ekoturizm üçün ən əlverişli ərazilərindən biridir. Lakin turizm fəaliyyəti regionun ekoloji mühitinə təsir göstərir və bəzi hallarda antropogen landşaft dəyişikliklərinə səbəb olur. Bu məqalədə Böyük Qafqazda ekoturizmin inkişafı və onun landşaft dəyişikliklərinə təsiri araşdırılmış, GIS texnologiyalarının bu proseslərin idarə olunmasında istifadəsi qiymətləndirilmişdir.

Böyük Qafqazın Azərbaycan ərazisində yerləşən hissəsi ekoturizmin inkişafı üçün geniş potensiala malikdir. Xüsusilə Şahdağ Milli Parkı, Qızılağac Qoruğu və İsmayıllı təbiət qoruqları bu baxımdan diqqət çəkir. Regionda ekoturizmin inkişafı üçün əlverişli amillər bunlardır:

- Təbii ehtiyatların zənginliyi – yüksək dağlıq landşaftlar, meşə örtüyü və biomüxtəliflik
- Ekoturizmin artan populyarlığı – şəhərdən uzaqlaşmaq və təbiətə yaxın olmaq istəyən turistlərin sayının artması
- İqlim şəraitinin uyğunluğu – yay aylarında sərin dağ iqlimi, qışda isə xizək turizmi üçün əlverişli şərait

Bununla yanaşı, turizmin artması antropogen yüklənməni artıraraq landşaftın deqradasiyasına səbəb ola bilər. Geoinformasiya sistemləri və uzaqdan zondlama metodları landşaft dəyişikliklərinin uzunmüddətli dinamikasını qiymətləndirmək üçün mühüm vasitədir. Böyük Qafqaz ərazisində landşaft dəyişikliklərini analiz etmək üçün aşağıdakı üsullardan istifadə oluna bilər:

- Uzaqdan Zondlama (RS) və Peyk Məlumatları – Böyük Qafqaz ərazisinin müxtəlif illərə aid peyk təsvirləri müqayisə edilərək landşaft dəyişiklikləri müəyyən edilir (Landsat, Sentinel-2).

- GIS və Xəritələmə – Turizm marşrutlarının ekoloji həssas ərazilər üzrə təsiri xəritələndirilir və təsirlənən ərazilər müəyyən edilir.
- Topoqrafik və Torpaq Örtüyü Dəyişiklikləri – NDVI (Normalized Difference Vegetation Index) və LULC (Land Use Land Cover) təhlilləri aparılaraq meşə sahələrinin azalması və ya antropogen təsirlərin səviyyəsi qiymətləndirilir.

Ekoturizm son onilliklərdə turizm sektorunda ən sürətlə inkişaf edən sahələrdən biri kimi diqqət çəkir. Beynəlxalq Ekoturizm Cəmiyyətinə (TIES) görə, ekoturizm təbii ərazilərə məsuliyyətli səfərləri əhatə edən, ətraf mühitin qorunmasına və yerli icmaların rifahına töhfə verən bir turizm formasıdır. Dayanıqlı turizmlə sıx bağlı olan ekoturizm fərqli olaraq, əsas diqqətini təbiətə, biomüxtəlifliyə və ekosistemlərə yönəldir. Azərbaycanın şimal bölgəsində yerləşən Böyük Qafqaz dağları zəngin təbii və mədəni resurslara malik olmaqla yanaşı, ekoturizm üçün geniş potensiala sahibdir. Bölgənin əsas xüsusiyyətləri sırasında yüksək relyef müxtəlifliyi, müxtəlif landşaft tipləri (alp çəmənlikləri, dağ meşələri, subalp zonaları və s.), eləcə də qorunan təbiət əraziləri yer alır. Şahdağ Milli Parkı, Zaqatala-Balakən biosfer ərazisi kimi təbii ərazilər həm bioloji müxtəlifliyə, həm də ekoturizmə uyğun infrastruktura malikdir.

Araşdırmalara görə (Əliyev, 2017; Məmmədov, 2020), bu ərazilərdə turizm infrastrukturu hələ də inkişaf mərhələsində olsa da, təbii resurs potensialı genişdir. Lakin bu inkişaf, nəzarətsiz baş verdikdə landşaft sistemlərinə ciddi təsirlər göstərə bilər: meşə sahələrinin azalması, torpaq eroziyası, yerli flora-faunanın məhvi və s.

Coğrafi informasiya sistemləri (CİS) və uzaqdan zondlama texnologiyaları turizm planlaşdırılmasında və landşaft dəyişikliklərinin monitorinqində mühüm rol oynayır. Bu texnologiyalar vasitəsilə turizm üçün əlverişli ərazilər təyin edilə, mövcud resursların coğrafi paylanması analiz oluna və landşaft transformasiyalarının dinamikası izlənilə bilər. Azərbaycanda bu yanaşmalar hələ geniş tətbiq edilməsə də, bəzi tədqiqatlarda (Hüseynova və b., 2021) CİS və peyk təsvirlərindən istifadə edilərək Şahdağ və Quba-Xınalıq bölgələrində landşaft dəyişiklikləri təhlil edilmişdir.

Aparılan ilkin tədqiqatlar göstərir ki, intensiv turizm fəaliyyəti olan bölgələrdə vegetasiya örtüyü zəifləyir və torpaq eroziyası riski artır. Tədqiqatın nəticələri göstərir ki, Böyük Qafqazda ekoturizmin davamlı inkişafı üçün geoinformasiya texnologiyalarının tətbiqi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Aşağıdakı tədbirlərin həyata keçirilməsi tövsiyə olunur:

1. Ekoloji zonaların GIS əsaslı idarə olunması – Ekoturizm marşrutları elə müəyyən edilməlidir ki, həssas ekosistemlərə minimal təsir göstərilsin.
2. Davamlı turizm siyasəti – Yerli və dövlət qurumları ekoturizmin ətraf mühitə təsirini minimuma endirmək üçün strategiyalar hazırlamalıdır.
3. Monitorinq sisteminin yaradılması – Peyk məlumatları və GIS texnologiyalarından istifadə edərək landşaft dəyişiklikləri mütəmadi olaraq izlənilməlidir.
4. İctimai maarifləndirmə – Turistlər və yerli əhali ekoturizmin əhəmiyyəti və ekosistemlərin qorunması mövzusunda məlumatlandırılmalıdır. [3]

Nəticə etibarilə, Böyük Qafqazda ekoturizmin inkişafı ilə landşaft dəyişiklikləri arasında qarşılıqlı əlaqə mövcuddur. Davamlı ekoturizm siyasəti və müasir geoinformasiya texnologiyalarının tətbiqi regionun təbii ehtiyatlarının qorunmasına və ekoturizmin uzunmüddətli inkişafına töhfə verə bilər.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Əsgərov. Ə. Ekoloji turizm. Dərs vəsaiti. Bakı, 2011
2. Məmmədov R. "Landşaft planlaşdırması-mahiyyəti və tətbiqi", 2016
3. Mustafayeva N.Ə. *Azərbaycanın davamlı inkişafında ekoloji turizmin potensial imkanlarının qiymətləndirilməsi* // Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Dövlət İdarəçilik Akademiyası, Davamlı inkişafın planlaşdırılması və idarə edilməsi
4. Richard W. Butler "Turizmin yaş dairəsi modeli – TALC", 1999
5. https://eco.gov.az/az/tebii-servetlerimiz/milli-parklar

TOĞRUL BƏKİRLİ

Şəmkir rayonunun turizm potensialı

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: togrul07092002@gmail.com

Xülasə: Azərbaycanın əksər ərazisi, eləcə də rayonları turizmin inkişafı üçün əlverişli təbii-coğrafi şəraitə və potensiala malikdir. Öz xüsusiyyətləri və turizm potensialı ilə seçilən bölgələrimizdən biridə Şəmkir rayonudur. Rayonun iqlimi, təbiəti turizmin inkişafı, il boyu fəaliyyət göstərən istirahət və turizm obyektlərinin təsis edilməsi üçün əlverişlidir.[2] Qədim tarixə və mədəniyyətə malik bu diyarın hər bir guşəsi turistlər üçün sözün əsl mənasında istirahət məkanıdır. Rayonda turistlərin gəzib görə biləcəyi çox yerlər mövcuddur. Ancaq xarici turistləri rayonda qorunan alman irsi daha çox maraqlandırır. Almanlar 1941-ci ildə Şəmkirdən sürgün edilsələr də, şəhərin mərkəzi hissəsi bu gün də bənzərsiz alman atmosferini qoruyub saxlayır. Orijinal alman evlərinin yerləşdiyi uzun düz küçələr, Alman Lüteran kilsəsi, alman parkları xüsusən alman turistlər üçün əsas cəlbedici nüanslardandır.[4] Bütün Qərb zonasında olduğu kimi burada tarixi abidələrlə zəngindir. Bu abidələr sırasında Şəmkir qalası, Koroğlu qalası, orta əsrlərə aid körpülər, erkən orta əsrlərə aid Alban məbədi, IX-XI əsrlərə aid qədim şəhər xarabalığı, həmin əsrlərə aid Seyfəli və Tatarlı kəndində Qız qalaları, İrmaşlı kəndində olan mağaralar, pirlər, və qədin qəbiristanlıqları göstərmək olar. Yeni Həyat qəsəbəsindəki XVII əsrə aid Didivan bürcü ərazidəki nəzərə çarpan və bu günədək qalan abidələrdəndir.[5]Çoxsaylı istixanaları ilə Azərbaycanı və xarici ölkələri meyvə və tərəvəz ilə təmin edən Şəmkir həm də maraqlı turizm regionudur. Göygöllə yanaşı, Şəmkirdə də iki yüz il əvvəl almanlar yaşamışdır və onların zəngin mirası bu gün də hiss olunur. Bölgənin rəmzlərindən biri olan aşıq musiqisinə və zəngin tarixinə həsr edilmiş Tarix-Diyarşünaslıq Muzeyi, Ceyrançöl kanyonu və qədim Şəmkir qalası turistlərin ziyarət etdiyi ərazilərdəndir. Şəmkir də dağ və kənd turizminin də potensialı olduqca yüksəkdir. Heydər Əliyev mərkəzi turist marşrutların əsas dayanacaqlarındandır.

***Açar sözlər*:** Şəmkir, alban abidələri, pirlər, mağaralar, dağ və kənd turizmi

Abstract: Most parts of Azerbaijan, including its districts, have favorable natural and geographical conditions and strong potential for the development of tourism. One of the regions distinguished by its unique features and tourism potential is the Shamkir District. The district's climate and nature are suitable for tourism development and for the establishment of year-round recreational and tourism facilities. Every corner of this land, rich in ancient history and culture, is truly a place of rest for tourists. There are many attractions in the district for visitors to explore. However, what attracts foreign tourists the most is the preserved German heritage in the region. Although Germans were deported from Shamkir in 1941, the central part of the city still retains its unique German atmosphere. Long straight streets with original German houses, the German Lutheran Church, and German-style parks are among the main attractions, especially for German tourists.

As in the entire western region, Shamkir is rich in historical monuments. Among these are the Shamkir Fortress, the Koroghlu Fortress, medieval bridges, an early medieval Albanian temple, the ruins of an ancient city dating back to the 9th–11th centuries, and the "Maiden Towers" located in Seyfali and Tatarly villages. There are also caves, sanctuaries (pir), and ancient cemeteries in Irmashli village. The Didivan Tower, dating back to the 17th century and located in the Yeni Hayat settlement, is one of the most prominent and well-preserved monuments in the region. Shamkir is also a major agricultural hub, known for its numerous greenhouses that supply fruits and vegetables to both Azerbaijan and abroad. Alongside Goygol, Shamkir is another region where Germans lived two centuries ago, and their rich heritage is still felt today.

The History and Ethnography Museum, dedicated to the region's symbol – Ashig (folk minstrel) music – and its rich history, the Jeyranchol Canyon, and the ancient Shamkir Fortress are among the most frequently visited tourist destinations. Shamkir also has significant potential for mountain and rural tourism. The Heydar Aliyev Center is one of the main stops on tourist routes.

Keywords: alban monuments, sanctuaries, caves, mountain and rural tourism,

Резюме: Большая часть территории Азербайджана, включая его районы, обладает благоприятными природно-географическими условиями и потенциалом для развития туризма. Одним из регионов, выделяющихся своими особенностями и туристическим потенциалом, является Шемкирский район. Климат и природа района благоприятны для развития туризма и создания круглогодичных объектов отдыха и туризма. Каждое уголок этой земли с древней историей и культурой по-настоящему является местом отдыха для туристов. В районе имеется множество мест, которые могут посетить туристы. Однако наибольший интерес у иностранных туристов вызывает охраняемое немецкое наследие района. Несмотря на то, что немцы были депортированы из Шемкира в 1941 году, центральная часть города до сих пор сохраняет уникальную немецкую атмосферу.

Длинные прямые улицы с оригинальными немецкими домами, немецкая лютеранская церковь и немецкие парки — основные привлекательные элементы, особенно для немецких туристов.

Как и во всей западной зоне, здесь много исторических памятников. Среди них — Шемкирская крепость, крепость Короглу, средневековые мосты, албанский храм раннего Средневековья, руины древнего города IX–XI веков, Девичьи башни в селах Сейфали и Татарлы, пещеры, святыни (пиры) и древние кладбища в селе Ирмашлы. Башня Дидиван XVII века, расположенная в поселке Йени Хаят, — один из заметных и сохранившихся до наших дней памятников. Шемкир, снабжающий Азербайджан и зарубежные страны фруктами и овощами благодаря многочисленным теплицам, также является интересным туристическим регионом. Как и в Гёйгёле, в Шемкире немцы жили 200 лет назад, и их богатое наследие ощущается и сегодня.

Музей истории и краеведения, посвященный ашыгской музыке — одному из символов региона, и его богатой истории, каньон Джейранчёль и древняя Шемкирская крепость — одни из самых посещаемых туристических мест. Шемкир также обладает высоким потенциалом в горном и сельском туризме. Центр имени Гейдара Алиева — одна из основных остановок туристических маршрутов.

Ключевые слова: Шамкир, албанские памятники, святыни, пещеры, горный и сельский туризм

Mədəni irsin və dəyərlərin qorunmasın da ən mühüm vasitəçi şübhəsiz ki, muzeylərdir.[1] Şəmkirə gələn turistlər rayon haqqında məlumatlar əldə etmək üçün ilk növbə də muzeyləri ziyarət etmək istəyirlər. Şəmkir Tarix-Diyarşünaslıq Muzeyi, rayonun zəngin tarixini və mədəni irsini əks etdirən ən önəmli turistik məkanlardan biridir. Muzey 1971-ci ildə yaradılmış və hazırda Şəmkirin, tarixi, arxeologiyası və etnoqrafiyası ilə bağlı geniş eksponat kolleksiyasına malikdir. Muzeydə Tunc dövründən başlayaraq Orta əsrlərə qədər müxtəlif tarixi dövrlərə aid 6000-dən çox eksponat sərgilənir. Buraya qədim keramika, silahlar, zərgərlik məmulatları, və məişət əşyaları daxildir. Muzeyin etnoqrafiya hissəsində Şəmkirin qədim yaşayış tərzi, milli geyimləri və əl işləri nümayiş etdirilir. XIX əsrdə Şəmkirdə məskunlaşan alman kolonistlərinə aid eksponatlar da burada saxlanılır. Bu hissə, turistlər üçün alman mədəniyyətinin bölgəyə təsirini araşdırmaq baxımından maraqlıdır. Muzeydə tez-tez sərgilər, elmi konfranslar və mədəni tədbirlər keçirilir. Muzey Şəmkirin tarixini öyrənmək istəyən tədqiqatçılar və tələbələr üçün dəyərli məlumat mənbəyidir. Muzey, Şəmkirin qədim və müasir tarixini əks etdirərək bölgənin turizm potensialını artırır.

Diyarşünaslıq muzeyi ilə 50m məsafə də üzbəüz olan Şəmkir Alman Kilsəsidir. Tarixdən də bizə məlumdur ki, Çar Rusiyası tərəfindən, Azərbaycan torpaqlarına 3 fərqli xalqın köçürülməsi baş vermişdir. Almanlar da bu millətlərdən biridir. 1909-cu ildə memarı Ferdinand Lemkul olan, iki alman İohann Beppl və İohann Bekin ianəsi ilə bu kilsə ərsəyə gətirildi. Kilsə roman-qotik və klassik alman memarlıq üslublarını özündə birləşdirir. Tikili qırmızı kərpicdən inşa olunmuş, vitraj pəncərələri ,tağlı giriş qapıları və yuxarıda yerləşən lojası ilə diqqət çəkir [4]. 1819-cu ildə Württemberg bölgəsində köç etmiş almanlar Şəmkirdə məskunlaşmış və burada öz yaşayış məntəqələri olan Annenfeld koloniyasını qurmuşdular. Kilsə onların

dini ibadət yeri kimi və uzun illər fəaliyyət göstərilib. Sovet dövründə isə bina, müxtəlif məqsədlər üçün istifadə edilib. Son illərdə burada bərpa işləri aparılıb, kilsənin yerləşdiyi ərazi abadlaşdırılıb, ətrafında park salınıb və bundan sonra bina turizm marşrutlarına daxil edilib. Alman icmasının bölgədəki mirasını yaşadan ən mühüm tikililərdən biri olan bu kilsə, Azərbaycanın multikultural tarixinin göstəricilərindən biridir [4]. Hazırda kilsə muzey və mədəni tədbirlər üçün istifadə edilir.

Ceyrançöl kanyonu macəra turizmi, dağ yürüşləri, və off-road səhərləri üçün əlverişli sayılır. Burada, yürüş cığırları və çadır qurmaq üçün yerlər mövcuddur. Kanyon Şəmkir və Tovuz rayonlarının sərhədinə yaxın bir ərazidə yerləşir. Ərazi əsasən boz-qonur torpaqlardan ibarət olub, dağ və çay dərələri ilə zəngindir. Kanyon dik qayalıqlar, dar dərələr və unikal geomorfoloji landşafta malikdir. Bura fotoqrafiya və ekoturizm həvəskarları üçün maraqlı məkandır. Ceyrançöl kanyonu Azərbaycanın az tədqiq olunmuş, lakin böyük turizm potensialına malik bölgələrindən biridir. Turizm işinin digər fəaliyyət istiqamətlərindən olan dağ və kənd turizminin Şəmkirdə inkişaf etdirilməsi üçün artıq ilk təşəbbüslər edilmişdir.[3]

Şəmkirin dəniz səviyyəsindən 1289m hündürlükdə olan Çənlibel kəndi füsunkar təbiətə malikdir. Şəmkir-Gədəbəy avtomagistralının üzərində yerləşən bu kənd Şəmkir rayonunun dağlıq ərazisindəki yaşayış məntəqələrindən biridir. Kənd də 3500-ə yaxın sakin yaşayır və onların əsas məşğuliyyəti əkinçilik və heyvandarlıqdır. Dumanlı Çənlibel kəndində yaşayış üçün olduqca əlverişli təbii şərait var. Buranın təmiz havası və gözəl təbiəti kəndə gələn yerli əhali və turistlərin diqqətini çəkir. Dağ Turizmi baxımından Çənlibel kəndi olduqca əlverişli-coğrafi mövqedədir və buna görə də turistlərin gecələməsi üçün evlərin kirayəsi də olduqca məqbul qiymətədir.

Şəmkir Heydər Əliyev Mərkəzi**,** Azərbaycanın ümummilli lideri Heydər Əliyevin irsini yaşatmaq və onun siyasi, mədəni, sosial inkişafına verdiyi töhfələri gələcək nəsillərə çatdırmaq məqsədilə 2013-cü ildə açılmışdır. Mərkəz, həm də turizm baxımından regionun ən önəmli mədəniyyət və incəsənət mərkəzlərindən biridir. Mərkəzin binası müasir və qabaqcıl memarlıq üslubunda inşa olunub. Dizaynı və tikinti üslubu, Azərbaycanın müasir memarlığının nümayişi olaraq diqqət çəkir. Mərkəzin görünüşü çox sayda turistin marağını cəlb edən əsas amillərdən biridir. Mərkəz, Heydər Əliyevin həyat və fəaliyyətini nümayiş etdirən sərgilər, foto və video materiallar təqdim edir. Bu, ziyarətçilərə Azərbaycanın müasir tarixini daha yaxından öyrənmək imkanı yaradır. Mərkəz, müxtəlif mədəniyyət və sənət sərgiləri, konsertlər, müzakirələr və digər tədbirlər üçün geniş imkanlar təklif edir. Bu, xüsusilə mədəni turizm və incəsənət həvəskarları üçün cəlbedici olur. Ziyarətçilər Heydər Əliyev Mərkəzini ziyarət etməklə yanaşı, Şəmkirin digər tarixi və mədəni abidələrini də kəşf edirlər. Bu da ərazinin turistik cazibəsini artırır.

Şəmkir Beynəlxalq Şahmat Turniri, şahmat həvəskarları və turistlər üçün mühüm bir hadisədir. Bu turnir mərhum şahmatçımız Vüqar Həşimovun əziz xatirəsinə həsr edilir. Dünya miqyasında tanınan şahmatçılar bu turnirdə iştirak etdiklərinə görə, turistlər həm turniri izləmək, həm də Şəmkirin tarixi və mədəni abidələrini görmək üçün bu əraziyə axışırlar.Bu Turnir eyni zamanda Heydər Əliyev Mərkəzində keçirilir. Şəmkir Beynəlxalq Şahmat Turniri, yalnız bir idman tədbiri olmaqla qalmır, həm də şəhərin beynəlxalq səviyyədə tanınmasında və turizm sektorunun inkişafında mühüm rol oynayır.

Ədəbiyyat

1. "Azərbaycanda mədəni irs və mədəni turizm: Resurslar, Məhsullar və Marketinq" **https://www.heritage.org.az/storage/2022/11/17/3e3JtOEAdJVcVZwpTcGFPVMfdI0aAiSovqvfyin7.pdf?utm_source**
2. Cahangirov A. Şəmkir alimləri. Bakı,2005
3. İsmayılova E. Gəncə-Qazax iqtisadi-coğrafi rayonunda turizm-rekreasiya ehtiyatlarının qiymətləndirilməsi avtoreferat ,Bakı – 2022
4. Hüseynov İ., Əfəndiyeva N., Turizmin əsasları, Dərslik, Bakı - 2007
5. "Şəmkir - Azərbaycan şəhərinin alman füsunkarlığı" https://news.milli.az/society/441302.html?utm_source

VÜSAL ƏSGƏRLİ

Milli turizm destinasiyalarının planlaşdırılması

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: asgarli.vusal.2301@atmu.edu.az

Xülasə: Turizm sektoru ölkələrin sosial-iqtisadi inkişafında mühüm rol oynayır və düzgün planlaşdırma bu sektorun dayanıqlı olmasının əsas şərtidir. Turizm, planlaşdırmadan asılı olmayaraq inkişaf edə bilər, lakin destinasiyanın davamlılığı orada həyata keçirilən turizm fəaliyyətinin növü və miqyasının həmin destinasiyaya uyğun olub-olmamasından birbaşa asılıdır. Turizm destinasiyalarının səmərəli planlaşdırılması milli səviyyədə turizm sektorunun davamlı inkişafı üçün mühüm amildir. Bu məqalədə Azərbaycanın milli turizm destinasiyalarının planlaşdırılması məsələləri müqayisəli təhlil əsasında araşdırılır. Ölkəmizin müxtəlif bölgələri – xüsusilə Qəbələ və Quba– nümunə kimi seçilərək onların turizm inkişafı modelləri, infrastrukturu, ekoloji davamlılıq tədbirləri, turizm potensialı və strateji yanaşmaları təhlil edilir. Azərbaycanın turizm sektorunda həyata keçirilən dövlət proqramları və regionlarda destinasiyaların idarə olunması (DMO) modeli də nəzərdən keçirilir. Qəbələ bölgəsinin dağ-xizək turizmi və mədəni tədbirləri (məsələn, musiqi festivalları), Quba bölgəsinin dağ ekoturizmi və qış turizmi infrastrukturu, Şəki bölgəsinin isə mədəni irs və icma əsaslı turizm potensialı müqayisəli şəkildə təhlil olunur. Eyni zamanda beynəlxalq təcrübəyə qısa ekskursiya edilərək, inkişaf etmiş turizm destinasiyalarının (məsələn, Avropa dağ kurortlarının) planlaşdırılmasından öyrənilə biləcək məqamlar vurğulanır. Aparılan təhlil göstərir ki, Azərbaycanda milli turizm destinasiyalarının planlaşdırılması sahəsində son illərdə mühüm addımlar atılmış, lakin davamlı uğur üçün regional xüsusiyyətlərə uyğun fərdi strategiyaların hazırlanması və icrası zəruridir. Məqalə nəticəsində destinasiyaların planlaşdırılması prosesinin təkmilləşdirilməsi və davamlı turizm prinsiplərinə əməl olunması istiqamətində tövsiyələr təqdim olunur.

Açar sözlər: turizm destinasiyası, planlaşdırma, dayanıqlı turizm, regional inkişaf, infrastruktur

Abstract: Effective planning of tourism destinations is a crucial factor for the sustainable development of the tourism sector at the national level. This article investigates the planning of national

tourism destinations in Azerbaijan based on a comparative analysis. Various regions of the country – specifically Gabala, Guba, and Shaki – are examined as case studies to analyze their tourism development models, infrastructure, ecological sustainability measures, tourism potential, and strategic approaches. The state programs implemented in Azerbaijan's tourism sector and the model of Destination Management Organizations (DMOs) in regional tourism governance are also reviewed. The mountain-ski tourism and cultural events (e.g., music festivals) of the Gabala region, the mountain ecotourism and winter tourism infrastructure of the Guba region, and the cultural heritage and community-based tourism potential of the Shaki region are analyzed in a comparative context. At the same time, a brief look at international experience is provided, highlighting lessons from the planning of developed tourism destinations (for example, mountain resorts in Europe). The analysis indicates that significant steps have been taken in recent years in Azerbaijan towards planning national tourism destinations, but achieving sustained success requires formulating and implementing region-specific strategies. As a result of the study, recommendations are offered to improve the destination planning process and adhere to sustainable tourism principles.

Keywords: tourism destination, planning, sustainable tourism, regional development, infrastructure

Резюме: Эффективное планирование туристских дестинаций является важнейшим фактором устойчивого развития туристического сектора на национальном уровне. В данной статье на основе сравнительного анализа исследуются вопросы планирования национальных туристских дестинаций в Азербайджане. Рассматриваются различные регионы страны – в частности, Габала, Куба и Шеки – выбраны в качестве примеров для анализа их моделей развития туризма, инфраструктуры, мер экологической устойчивости, туристического потенциала и стратегий. Также изучаются реализованные в туристическом секторе Азербайджана государственные программы и модель организаций по управлению дестинациями (DMO) на региональном уровне. В сравнительном контексте анализируется горнолыжный туризм и культурные мероприятия (например, музыкальные фестивали) в регионе Габала, экологический и зимний горный туризм в регионе Куба, а также потенциал культурного наследия и туризма на основе участия общин в регионе Шеки. Одновременно проводится краткое сравнение с международным опытом, выделяя уроки из планирования развитых туристских дестинаций (например, горных курортов Европы). Проведенный анализ показывает, что в Азербайджане за последние годы предприняты важные шаги в направлении планирования национальных туристских дестинаций, однако для достижения устойчивого успеха требуется разработка и реализация отдельных стратегий с учетом региональных особенностей. В заключение представлены рекомендации по совершенствованию процесса планирования дестинаций и соблюдению принципов устойчивого туризма.

Ключевые слова: туристская дестинация, планирование, устойчивый туризм, региональное развитие, инфраструктура

Giriş. Turizm sektoru ölkələrin sosial-iqtisadi inkişafında mühüm rol oynayır və düzgün planlaşdırma bu sektorun dayanıqlı olmasının əsas şərtidir. Turizm, planlaşdırmadan asılı olmayaraq inkişaf edə bilər, lakin destinasiyanın davamlılığı orada həyata keçirilən turizm fəaliyyətinin növü və miqyasının həmin destinasiyaya uyğun olub-olmamasından birbaşa asılıdır. Effektiv destinasiyanın idarə edilməsi turizmin cəmiyyətin sosial, iqtisadi və ekoloji məqsədləri ilə inteqrasiyasına əsaslanan davamlı planlamanı tələb edir [5]. Həm dövlət, həm də özəl sektor nümayəndələri turizmdə planlaşdırmadan istifadə edərək yerli icmaya və ətraf mühitə hörmət edən, eyni zamanda ziyarətçilər üçün keyfiyyətli təcrübə təmin edən dayanıqlı inkişaf hədəflərinə çata bilərlər. Əks halda, plansız və nəzarətsiz turizm inkişafı uzunmüddətli dövrdə icma üçün arzuolunmaz təsirlər yarada bilər.

Azərbaycanda müstəqillik dövründən etibarən turizmin inkişafı dövlətin strateji prioritetlərindən birinə çevrilmiş və bu sahədə bir sıra dövlət proqramları qəbul edilmişdir. Xüsusilə 2002–2005 və 2010–2014-cü illəri əhatə edən Turizmin İnkişafı üzrə Dövlət Proqramları regional inkişaf planlarında xüsusi yer tutmuşdur [2]. Bu proqramlar çərçivəsində ölkədə turizm infrastrukturunun genişləndirilməsi, bölgələrdə turist marşrutlarının yaradılması və kadr hazırlığına dair tədbirlər görülmüşdür. 2018-ci ildə Dövlət Turizm Agentliyinin yaradılması və ardınca Azərbaycan Turizm Bürosunun fəaliyyətə başlaması ilə turizm idarəçiliyində institusional islahatlar həyata keçirilmişdir. 2019-cu ildən etibarən bölgələrdə Destinasiya İdarəetmə Təşkilatları (DMO) formalaşdırılaraq regional turizmin koordinasiyalı şəkildə planlaşdırılması və idarə olunması sistemi qurulmağa başlanmışdır. Hazırda ölkənin Şəki-Balakən, Quba-Qusar, Lənkəran-Astara, Gəncə-Qazax və digər əsas turizm bölgələrində DMO-lar fəaliyyət göstərir ki, bu da regional səviyyədə planlaşdırmanın vahid strategiya əsasında aparılmasına xidmət edir [4]. Bundan əlavə, "Azərbaycan 2020: Gələcəyə Baxış" İnkişaf Konsepsiyasında turizmin prioritet sahə kimi müəyyən edilməsi və 2023–2026-cı illər üçün Azərbaycan Turizm Strategiyasının qəbul edilməsi ölkədə turizm destinasiyalarının uzunmüddətli inkişafının planlı şəkildə həyata keçirildiyini göstərir. Bu strategiyada 9 əsas istiqamət üzrə (turizm idarəçiliyi, tənzimləmə, destinasiyaların inkişafı, marketinq, turizm məhsulları, rəqəmsallaşma, tədqiqat, investisiya və insan kapitalı) kompleks yanaşma ortaya qoyulmuşdur [6].

Bu məqalədə Azərbaycanın müxtəlif bölgələrində turizm destinasiyalarının planlaşdırılması sahəsində mövcud vəziyyət və təcrübələr müqayisəli formada təhlil olunur. Qeyd olunan institusional və strateji çərçivə fonunda, Qəbələ, Quba və Şəki kimi populyar turizm bölgələrinin inkişaf modelləri və planlaşdırma xüsusiyyətləri araşdırılır. Hər üç bölgə turizm potensialına görə seçilmişdir və onların müqayisəsi ölkə daxilində fərqli planlaşdırma yanaşmalarını üzə çıxarmağa imkan verir. Bundan əlavə, məqalədə beynəlxalq təcrübə ilə müqayisələr aparılaraq, Azərbaycanda milli turizm destinasiyalarının planlaşdırılması prosesinin təkmilləşdirilməsi üçün tövsiyələr verilir.

Qəbələ turizm destinasiyasının planlaşdırılması

Qəbələ bölgəsi Azərbaycanın şimal-qərbində yerləşən və son illərdə sürətlə inkişaf edən əsas turizm destinasiyalarından biridir. Region zəngin təbii landşaftı, tarixi irsi və müasir turizm infrastrukturunun sintezi ilə seçilir. Qəbələ rayonu Böyük Qafqaz dağlarının ətəyində yerləşir və sıx meşələri, şəlalələri və

qədim qalıqları ilə məşhurdur, bu da onu piyada gəzinti və təbiət turlarının populyar məkanına çevirir [1]. Burada yerləşən "Yeddi gözəl" şəlaləsi, Nohur gölü kimi təbii cazibədarlıqlar və Çuxur Qəbələ antik şəhər qalıqları turistlər üçün xüsusi maraq kəsb edir. Qəbələnin təbii-coğrafi xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla, destinasiyanın planlaşdırılmasında ekoturizm və macəra turizminin inkişafı ön plandadır. Bölgədə müxtəlif yürüyüş marşrutları, dağ velosipedi cığırları və piknik zonaları yaradılmış, bu da aktiv turizm növlərinin genişlənməsinə imkan vermişdir.

Qəbələnin turizm planlaşdırmasında əsas modellərdən biri çox-fəsilli (year-round) turizm konsepsiyasıdır. Regionda həm yay, həm də qış mövsümü üçün cəlbedici infrastruktur qurulub: Qış aylarında Tufandağ Qış-Yay Turizm Kompleksi turistləri cəlb edir. Tufandağ Dağ-xizək Mərkəzi Azərbaycanın ilk dünya səviyyəli xizək kurortudur və müasir kanat yolları, xizək trasları ilə təmin olunub. Bu layihə bölgənin qış idmanı və qış turizmi potensialını xeyli artırıb. Eyni zamanda, kompleks daxilində mehmanxanalar, restoranlar və digər xidmət obyektləri inşa edilərək qış turizminin inkişafı üçün zəruri infrastruktur formalaşdırılmışdır. Yay mövsümündə isə Qəbələ şəhəri və ətrafında yerləşən istirahət mərkəzləri, parklar və əyləncə obyektləri (məsələn, "Qəbəland" əyləncə parkı) daxili və xarici turistlər üçün cazibə mərkəzinə çevrilir. Beləliklə, Qəbələ destinasiyası il boyu turist axını təmin edə biləcək şəkildə planlaşdırılır.

Mədəni tədbirlərin təşkili Qəbələnin planlaşdırma strategiyasında mühüm rol oynayır. 2009-cu ildən bəri hər il keçirilən Beynəlxalq Qəbələ Musiqi Festivalı artıq ənənə halını alıb. Bu festival dünyanın müxtəlif ölkələrindən musiqiçiləri cəlb edir və bölgənin imicini yüksəldir. Festivalın keçirilməsi Qəbələnin **mədəniyyət turizmi** profilini gücləndirir və yay mövsümündə turist sayının artmasına xidmət edir. Musiqi festivalı kimi tədbirlər təbiət turizmi ilə mədəni turizmi birləşdirərək, destinasiyanın çoxşaxəli cəlbediciliyini təmin edir.

İnfrastruktur baxımından Qəbələ regionunda son dövrdə əhəmiyyətli yatırımlar gerçəkləşdirilib. Bakı-Şəki-Qəbələ avtomobil yolunun və Qəbələ Beynəlxalq Hava Limanının istifadəyə verilməsi bölgəyə turist gəlişini asanlaşdırmışdır. Yeni yol-nəqliyyat infrastrukturu Qəbələyə gediş-gəliş vaxtını azaltmaqla yanaşı, digər turizm destinasiyaları (məsələn, Şəki, Oğuz) ilə inteqrasiya olunmuş marşrutlar yaratmağa imkan verir. Bölgədə bir sıra beynəlxalq standartlara uyğun otellər (məsələn, "Qafqaz Resort", "Chenot Palace" sağlamlıq mərkəzi və s.) fəaliyyət göstərir ki, bu da yüksək səviyyəli turist xidmətinin göstərilməsinə şərait yaradır.

Ümumilikdə, Qəbələ turizm destinasiyası kimi **kompleks inkişaf modelinə** əsaslanır: təbii resursların turizm məhsullarına çevrilməsi, infrastukturun müasirləşdirilməsi, müxtəlif tematik tədbirlərin təşkili və ekoloji tarazlığın qorunması. Bu model özündə dörd mövsüm turizm axınını və müxtəlif maraq qruplarını (ailəvi istirahət, macəra axtaranlar, mədəniyyət həvəskarları və s.) cəlb etməyi ehtiva edir. Nəticədə Qəbələ, Azərbaycanda planlı və strateji turizm inkişafına misal olaraq, son onillikdə həm daxili, həm də xarici turistlərin sevimli məkanlarından birinə çevrilmişdir.

Quba turizm destinasiyasının planlaşdırılması

Quba-Xaçmaz iqtisadi-coğrafi regionu, xüsusən Quba rayonu, Azərbaycanın şimal bölgəsində yerləşərək unikal təbiəti və mədəniyyəti ilə seçilir. Quba rayonu ərazisində möhtəşəm dağ mənzərələri, sıx meşələr, çaylar və şəlalələr turistləri cəlb edən əsas amillərdəndir. Bölgənin turizm potensialına Khınalıq kəndi kimi nadir yaşayış məntəqələri də daxildir. Xınalıq kəndi dəniz səviyyəsindən ~2350 metr hündürlükdə, əlçatmaz dağ massivində yerləşir və minilliklər boyu formalaşmış unikal mədəniyyətə sahibdir [7]. 2023-cü ildə Xınalıq kəndi və onu əhatə edən "Köç Yolu" yaylaqlara köç marşrutu UNESCO Dünya İrsi Siyahısına "Xınalıq xalqının mədəni landşaftı" adı ilə daxil edilmişdir. Bu beynəlxalq status Quba bölgəsinin turizm planlaşdırılmasında yeni imkanlar açmış və mədəni irsin qorunmasına xüsusi diqqət yetirilməsini zəruri etmişdir.

Quba destinasiyasının planlaşdırılmasında əsas istiqamətlərdən biri **ekoturizm və dağ turizminin** inkişafıdır. Bölgədə yerləşən Şahdağ Milli Parkı ölkənin ən böyük milli parkıdır və burada nadir flora və fauna növləri qorunur [3]. Turizmin bu həssas ekosistem daxilində idarə olunması böyük məsuliyyət tələb edir. Şahdağ Milli Parkının ərazisində yaradılmış turizm marşrutları planlaşdırılarkən, ətraf mühitə təsirin minimuma endirilməsi əsas götürülmüşdür. Xüsusilə Quba rayonunun yüksəklik zonalarında piyada və at gəzinti yolları, çadır düşərgəsi yerləri ekoloji normativlərə uyğun şəkildə təşkil edilmişdir. Yerli icmaların bu prosesə cəlb olunması da vacib amildir. Araşdırmalar göstərir ki, milli parkın turizm potensialından yerli icmaların faydalanması və onlara biznes imkanlarının yaradılması bölgədə davamlı inkişaf üçün müsbət töhfə verə bilər. Bu məqsədlə Quba rayonunda kənd turizmi (farmstay) və icma əsaslı turizm təşəbbüsləri dəstəklənir, yerli əhali arasında turizm sahəsində maarifləndirmə aparılır.

Quba destinasiyasının planlaşdırılmasında digər bir mühüm istiqamət qış turizmi və xizək infrastrukturudur. Qonşu Qusar rayonu ərazisində yerləşən Şahdağ Turizm Kompleksi, faktiki olaraq Quba-Qusar regionunun ortaq turizm layihəsidir və Azərbaycanın qış turizmi mərkəzi kimi inkişaf etdirilir. Şahdağ turizm kompleksi müasir xizək kurortu olub, bir gündə 5000-dək qonağa xidmət göstərmə potensialına malikdir. Bu kompleksin fəaliyyəti Quba bölgəsinə də dolayısı ilə təsir göstərir – turistlərin bir qismi Qubada qalaraq Şahdağ xizək mərkəzinə gedib-gəlir, həmçinin Qubanın özündə də qış fəslinin turizm imkanları genişlənir. Planlaşdırma baxımından, Quba rayonu Şahdağ kompleksi ilə əlaqəli şəkildə düşünülmüşdür: yol infrastrukturu yaxşılaşdırılmış, Quba şəhərindən Qusar istiqamətinə gedən magistral yol yenilənmiş, turizm mövsümündə nəqliyyatın hərəkəti tənzimlənir. Qubada mehmanxana və qonaq evləri şəbəkəsi də bu tələbatı qarşılayacaq şəkildə genişlənir. Bölgənin mədəni və etnik müxtəlifliyi də turizm planlamasında nəzərə alınır. Quba şəhəri yaxınlığında yerləşən Qırmızı Qəsəbə (Yəhudi qəsəbəsi) buradakı dağ yəhudilərinin əsrlər boyu yaşadığı məkan kimi tanınır və mədəni-tarixi turizm obyekti potensialına malikdir. Qubada həmçinin hər il "Alma festivali" kimi yerli tədbirlər keçirilir ki, bu da regionun brendinə çevrilərək turist marağını artırır. Planlaşdırma strategiyasında belə festivalların və etnoqrafik turların təşkili Qubanın fərqli turizm təcrübəsi axtaran ziyarətçilər üçün cəlbedici olmasına xidmət edir. İnfrastruktur sahəsində Quba rayonunda turizm rahatlığını təmin etmək üçün addımlar atılır. Xınalıq kəndinə aparan dağ yolu son illərdə təmir edilmiş və daha təhlükəsiz hala gətirilmişdir. Bu addım daha çox turistin Xınalığa

rahat səfər etməsinə şərait yaratmışdır. Quba şəhərində yeni mehmanxanalar və ictimai iaşə obyektləri açılmış, şəhər mərkəzi abadlaşdırılmışdır. Turist informasiya mərkəzlərinin yaradılması da planlaşdırılır ki, gələn qonaqlara marşrutlar və xidmətlər barədə məlumat verilsin.

Beləliklə, Quba turizm destinasiyasının planlaşdırılması **ekoturizm və qış turizmi** istiqamətləri üzrə paralel aparılır. Bir tərəfdən, təbiətə əsaslanan turizm məhsulları (dağ yürüşləri, kənd həyatına ekskursiyalar) təşviq edilir, digər tərəfdən bölgə Şahdağ kimi böyük turizm layihələri vasitəsilə beynəlxalq turizm bazarına çıxarılır. Bu yanaşma Qubanın turizm profilini müxtəlifləşdirir və regionun ilboyu turist qəbul etməsini hədəfləyir. Lakin bölgədə ixtisaslı turizm kadrlarının çatışmazlığı, mövsümilik kimi problemlər də mövcuddur və bunların həlli üçün planlamada insan kapitalının inkişafına xüsusi diqqət ayrılmalıdır. Ümumən, Quba destinasiyası Azərbaycanın şimal dağ bölgəsinin incisi kimi, planlı inkişaf nəticəsində həm mədəni-irsi, həm də təbiət turizmini bir araya gətirən nadir məkanlardan birinə çevrilməkdədir.

Nəticə və tövsiyələr

Tədqiqat göstərdi ki, Azərbaycanın milli turizm destinasiyalarının planlaşdırılması sahəsində son illərdə mühüm addımlar atılmışdır. Dövlət proqramları və strateji sənədlər çərçivəsində turizm infrastrukturu yaxşılaşdırılmış, yeni turizm istiqamətləri (xüsusilə qış turizmi və ekoturizm) inkişaf etdirilmiş və regional səviyyədə destinasiyaların idarə olunması sistemi qurulmağa başlamışdır. Qəbələ və Quba bölgələrinin təhlili onların hər birinin özünəməxsus üstünlükləri və çağırışları olduğunu üzə çıxardı. Qəbələ modelində çoxmövsümlü və əyləncə yönümlü turizm inkişafı önə çıxırsa, Quba modelində təbiət və macəra turizminin üstünlük təşkil etdiyi müşahidə olunur.

Bu bölgələr üzrə müqayisə göstərir ki, planlaşdırma yanaşmaları destinasiyaların spesifik ehtiyaclarına uyğun olmalıdır. Məsələn, Qəbələ üçün qış turizmi infrastrukturunun genişləndirilməsi və turizm məhsullarının (xizəklə yanaşı, dağ velosipedi, trekking və s.) şaxələndirilməsi tövsiyə olunur. Quba üçün turizm fəaliyyətlərinin ekoloji daşıma qabiliyyəti limitləri nəzərə alınmaqla idarə edilməsi, Xınalıq kimi həssas ərazilərdə ziyarətçi axınının tənzimlənməsi və yerli icmaların turizmdən birbaşa faydalanmasının təmin edilməsi vacibdir. Şəki üçün isə şəhərin tarixi mərkəzinin qorunması şərti ilə yeni turizm marşrutlarının (məsələn, sənətkarlıq və kulinariya turları) hazırlanması, xidmət keyfiyyətinin artırılması üçün kadr hazırlığına investisiya qoyulması tövsiyə edilir.

Məqalənin nəticələrinə əsasən, aşağıdakı tövsiyələr irəli sürülə bilər:

- **Regional strateji planların hazırlanması:** Hər bir turizm regionu üzrə (Qəbələ, Quba, Şəki və s.) xüsusi inkişaf planı tərtib olunmalı, bu planlar həmin bölgənin resurslarına və bazar seqmentinə uyğun fərdi strategiya və fəaliyyətlərə malik olmalıdır. Bu planlar hazırlanarkən müasir analiz metodlarından (SWOT, GIS əsaslı planlama və s.) istifadə olunmalıdır.
- **Davamlılıq meyarlarının inteqrasiyası:** Turizm destinasiyalarının planlaşdırılması prosesində davamlılıq indikatorları (ətraf mühitin vəziyyəti, yerli mədəni irsin qorunma dərəcəsi, turist məmnuniyyəti və s.) müəyyən edilməli və mütəmadi ölçülməlidir. Bu məlumatlara əsasən planlara

yenidən baxılmalı, zəruri dəyişikliklər aparılmalıdır (adaptiv idarəetmə). Xüsusilə, milli park ərazilərində turizm fəaliyyəti üçün konkret qaydalar və kvotalar müəyyənləşdirilməlidir.

- **İştirakçı yanaşmanın gücləndirilməsi:** Destinasiya planlarının hazırlanmasında yerli icra hakimiyyəti, icmalar, turizm bizneslər və müstəqil ekspertlər bir araya gəlməlidir. DMO-ların fəaliyyəti genişləndirilməli, onlar arasında koordinasiya artırılmalıdır. Hər destinasiyada yerli sakinlərin maraqlarını qorumaq üçün ictimai dinləmələr və müzakirələr təşkil olunmalıdır.
- **Marketinq və brendinq:** Planlaşdırma yalnız infrastrukturla məhdudlaşmamalı, eyni zamanda destinasiyanın marketinq strategiyası ilə vəhdət təşkil etməlidir. Qəbələ "dörd mövsüm ailəvi istirahət mərkəzi", Quba "eco-macəra destinasiyası", Şəki "tarix və mədəniyyət şəhəri" kimi fərqli brendlərlə tanıdılmalıdır. Bu brendlər planlamada qərarların verilməsinə də istiqamət verə bilər (məsələn, Şəkinin brendinə uyğun olmayan böyük əyləncə parkının şəhərdə qurulmaması kimi).

Nəticə etibarilə, milli turizm destinasiyalarının planlaşdırılması Azərbaycanda turizmin davamlı inkişafının təməl daşlarından biridir. Qlobal rəqabət şəraitində ölkəmizin turizm bölgələrinin həm özünəməxsusluğunu qoruması, həm də müasir tələblərə cavab verməsi üçün planlama prosesinin elmi əsaslarla və bütün tərəflərin iştirakı ilə aparılması zəruridir. Bu yanaşma sayəsində Azərbaycan turizmi regional inkişafı təşviq edən, milli mədəni və təbii dəyərləri qoruyan və dünya turizm bazarında rəqabətə davamlı olan destinasiyalara sahib olacaqdır.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Almasov N., & Orujov E. "Prospects for the Development of Mountain Tourism in Azerbaijan." BIO Web of Conferences, 2025, 151:03004, p.1-11.
2. Hasanli A.N. "Historical Basis of Tourism Development in Azerbaijan." International Journal of Tourism, 2022, 7(1), p.9–12.
3. Jabrayilov E.A. "A'WOT analysis for sustainability of biodiversity and tourism in Shahdagh National Park, Azerbaijan." Journal of Geology, Geography and Geoecology, 2022, 31(2), p.302-310.
4. State Tourism Agency of Azerbaijan. (2020). "Azerbaijan's Regional Tourism Strategy 2020–2023." Baku: State Tourism Agency, 40 p.
5. https://www.pata.org/blog/destinations-communities-destination-planning
6. https://www.gstcouncil.org/azerbaijan-joins-and-signs-mou-with-gstc/
7. https://www.azernews.az/culture/215243.html

ZİBEYDƏ AĞABALAYEVA

Şabran rayonunun turizm potensialı

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,magistr

E-mail: zibeydeeagabalayevaa@gmail.com

Xülasə: Şabran rayonu öz keçmişi və təbii zənginlikləri ilə fərqlənən bölgəsidir. Rayonda həm tarixi abidələr, həm də təbii zənginliklər var.Rayonun turizm potensialını artıran əsəs səbəblərindən birisi burada

yerləşən tarixi-memarlıq abidələridir.Ən əsası,bu bölgədə müdafiə məqsədilə tikilmiş qədim Çıraqqala yerləşir.Çıraqqala İpək yolu üzərində yerləşdiyi üçün stratateji əhəmiyyət daşıyır. Bu məkanlar bölgənin turizm sektorunun inkişafı üçün vacib amillərdən biridir. Çıraqqala, tarix və arxeologiya marağı olan turistləri cəlb edir.Bölgənin digər mühüm turizm məkanı Qalaaltıdır.Qalaaltı yalnız təbiəti ilə deyil,müalicəvi mineral suları ilə məşhurdur.Müalicəvi termal suları və spa imkanları faydalanmaq istəyən turistlər isə "Qalaaltı" sanatoriya-kurort kompleksinə gedirlər. Burada həm uzunmüddətli müalicəvi istirahət, həm də həftə sonları rahat və komfortlu zaman keçirmək üçün hər cür şərait təmin edilib. Bu məkanlardan başqa,Şabran Tarix-Diyarşünaslıq muzeyi də mövcuddur.Rayonun qədim tarixi haqqında məlumat əldə etmək üçün ideal məkandır. Muzeydə bütün dövrləri özündə əks etdirən eksponatlar nümayiş etdirilir.Bu eksponatlar tarixi sevən insanlara marağına səbəb olur. Bu məkanlar Şabranın turizm potensialını artırır.Bununla da yerli iqtisadiyyat da inkişaf edir.Şabran rayonu dağlıq,meşəlik ərazisidir.Buna görə də ekoturizm və macera turizmi üçündə əlverişlidir. Şabran rayonunun ekoturizm həvəskarları istirahət məkanlarından birisi də Əmbil gölüdür. Bu məkanlar Şabranın turizm potensialını artırır.Bununla da yerli iqtisadiyyat da inkişaf edir. Bundan əlavə olaraq, Şabranın Xəzər dənizi sahilinə yaxın olması yay turizminin inkişafı üçün şərait yaradır. Son illərdə rayonda yeni hotellərin və istirahət komplekslərinin tikilməsi turizmin inkişafına imkan verir.

Açar sözlər: Şabran, "Qalaaltı" sanatoriya-kurort kompleksi, Çıraqqala, mədəni irs, İpək yolu

Резюме: Шабранский район – регион, отличающийся своей историей и природными богатствами. Район богат как историческими памятниками, так и природными богатствами. Одной из главных причин повышения туристического потенциала района являются расположенные здесь историко-архитектурные памятники. Но самое главное, что именно в этом регионе находится древняя Чираггала, построенная в оборонительных целях. Чираггала имеет стратегическое значение, поскольку расположена на Великом Шелковом пути. Эти места являются одним из важных факторов развития туристической отрасли региона. Чираггала привлекает туристов, интересующихся историей и археологией. Еще одним важным туристическим направлением региона является Галаалты. Галаалты славится не только своей природой, но и целебными минеральными водами. Туристы, желающие воспользоваться целебными термальными водами и спа-процедурами, отправляются в санаторно-курортный комплекс «Гаалаалты». Здесь созданы все условия как для длительного лечебного отдыха, так и для спокойного и комфортного проведения выходных. Помимо этих мест, здесь также находится Шабранский историко-краеведческий музей. Это идеальное место для знакомства с древней историей региона. В музее представлены экспонаты всех эпох. Эти экспонаты будут интересны любителям истории. Эти места повышают туристический потенциал Шабрана. Это также развивает местную экономику. Шабранский район — горная, лесная местность. Поэтому он подходит для экотуризма и приключенческого туризма. Одним из мест отдыха любителей экотуризма в Шабранском районе является озеро Амбиль. Эти места повышают туристический потенциал Шабрана. Это также развивает местную экономику. Кроме того, близость Шабрана к

побережью Каспийского моря создает условия для развития летнего туризма. В последние годы строительство новых гостиниц и комплексов отдыха в регионе позволило развить туризм.

Ключевые слова: Шабран, санаторно-курортный комплекс «Галаалты», Чирагкала, культурное наследие, Шелковый путь,

Abstract: Shabran district is a region distinguished by its history and natural wealth. There are both historical monuments and natural wealth in the district. One of the main reasons for increasing the tourism potential of the district is the historical and architectural monuments located here. Most importantly, the ancient Chiraggala, built for defense purposes, is located in this region. Chiraggala is of strategic importance since it is located on the Silk Road. These places are one of the important factors for the development of the region's tourism sector. Chiraggala attracts tourists interested in history and archeology. Another important tourist destination in the region is Galaalti. Galaalti is famous not only for its nature, but also for its healing mineral waters. Tourists who want to benefit from the healing thermal waters and spa facilities go to the "Galaalti" sanatorium-resort complex. All conditions are provided here for both long-term therapeutic rest and a relaxing and comfortable weekend. In addition to these places, there is also the Shabran Historical and Local History Museum. It is an ideal place to obtain information about the ancient history of the region. The museum displays exhibits reflecting all periods. These exhibits are of interest to people who love history. These places increase the tourism potential of Shabran. This also develops the local economy. The Shabran region is a mountainous, forested area. Therefore, it is suitable for ecotourism and adventure tourism. One of the recreation areas for ecotourism enthusiasts in the Shabran region is Lake Ambil. These places increase the tourism potential of Shabran. This also develops the local economy. In addition, Shabran's proximity to the Caspian Sea coast creates conditions for the development of summer tourism. In recent years, the construction of new hotels and recreation complexes in the region has allowed for the development of tourism.

Keywords: Shabran, "Qalaalti" sanatorium-resort complex, Chiragkala, cultural heritage, Silk Road

Ölkəmizin bir çox regionlarında turizm potensialı var. Bunlardan biri də Şabran rayonudur.Dəvəçi rayonu 1930-cu ildə yaranmış və 1963-cü ildə Abşeronun tərkibinə əlavə edilmişdir. Dəvəçinin adı 2010-cu ildə dəyişdirilərək Şabran olub. Şabran rayonu Azərbaycanın şimalında yerləşir, Bakıdan 122 kilometrlik məsafədədir.[2] Rayonda bir çox mineral su qaynaqları və palçıq vulkanları var. Bölgənin Böyük İpək Yolunun üstündə olması şəhərin inkişafına müsbət təsir göstərmişdir.[2]

Şabran rayonu dağlıq ərazidə yerləşir. Bu bölgədə ekoturizm,yay turizmi inkişaf edir. Bölgənin ekoturizm həvəskarları istirahət məkanlarından birisi də Əmbil gölüdür. Şabran rayonunun Zeyvə kəndinin yaxınlığında yerləşən Əmbil Gölüdür.[7] Bu göl Nohurbaşı dağının ətəyində yerləşir.Əmbil gölü sıx meşələrlə əhatə olunub.Gölün suyu çox vaxt təmiz olur.Yay aylarında sərin suyu ilə insanları cəlb edir.Qış aylarında isə gölün donması ona fərqli bir gözəllik qatır. Göldə müxtəlif balıq növləridə

yaşayır.Həmçinin,yay aylarında göldə quş növlərinədə rast gəlmək mümkündür. Bu göl unikal gözəlliyə sahibdir.

Bölgənin mühüm turizm məkanlarından birisi də Qalaaltıdır.“Qalaaltı” sözünün mənası “Qalanın altında” deməkdir.Bu kompleks “Çıraqqala” qalasının altında yerləşir. Bu bölgə öz qəşəng mənzərəsi ilə sadəcə yerli əhalini deyil, həm də çoxlu sayda turisti də cəlb edir. Azərbaycanın gözəl guşələrindən biri sayılan Şabran rayonunda “Qalaaltı Hotel & SPA” müasir müalicə-istirahət kompleksinin regionun turizm imkanlarının artırılması baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Kompleks Azərbaycanın qədim tarixi-mədəniyyət abidəsi olan Çıraqqalanın yaxınlığında yerləşir. Bakıdan cəmi 127 kilometr məsafədə yerləşir.[3] Kompleksin 171 otaqdan ibarət otel binası var.[6] Binada ümumilikdə 112 superior otaq mövcuddur ki, bunlardan 33-ü iki nəfərlik, 79-u isə bir nəfərlikdir.[6] Bundan əlavə, kompleksdə 11 suit və 1 lüks otaq da var.[6]Burada həm uzunmüddətli müalicəvi istirahət, həm də həftə sonları rahat və komfortlu zaman keçirmək üçün hər cür şərait təmin edilib. Otel binasındakı “Mənzərə” restoranı, “Lavanda”, “Qala” və “Vitamin” barları var.[6] Bu imkanlar sayəsində qonaqların həm yüksək səviyyədə qidalana bilirlər,həm də asudə vaxtlarını daha maraqlı keçirmələri üçün geniş imkanlar açır. Kompleksdə ziyarətçilər üçün SPA xidmətləri təqdim edilir. “Qalaaltı” kompleksində yerləşən tibbi mərkəz ən son texnologiyaya malik avadanlıqlarla təmin olunub.Sanatoriyada müasir laboratoriya, rentgen və ultrasəs müayinələri üçün hərtərəfli şərait yaradılıb. Kosmetoloji bölmədə müxtəlif prosedurlar üçün xüsusi otaqlar, krioterapiya, solyarium, ozon kapsula mövcuddur.[4] Qalaaltı suyu çox şöhrətli sudur. Bu mədən suyu Şabran rayonunun 20 kilometrliyində Qalaaltı adlanan , dağətəyi meşədə 1969-cu ildə aşkar edilmişdir.[6] Meşədə həmin suyun 7 mənbəyi tapılmışdır.Qalaaltı” kurortu 1976-ci illərdə əsası qoyulmuşdur.[6] Amma o vaxt şərait belə deyildi, lakin buna baxmayaraq, Sovet İttifaqının müxtəlif yerlərindən buraya qonaqların axını müşahidə olunurdu. Hər il minlərlə insan Sovet İttifaqının müxtəlif bölgələrərindən bura gəlirdilər.Onlar burada həm müalicə alırdılar,həm də istirahət edirdilər. Sanatoriyada müalicə Qalaaltı kəndi ərazisindən çıxan təbii sularla müalicə aparılır.Yerli insanlar müalicə əhəmiyyətli bu suya "Naftsu”, yəni neftli su adlandırırlar. "Naftsu” kəskin qoxusu və dadı var.O, orqanizmdə maddələr mübadiləsini tənzimləyir, mədə turşuluğunu tənzimləyir,hüceyrə membranlarının keçiriciliyini endirir,qanaxmanı tədricən əngəlləyir. Mərkəzin fərqli təkliflərindən biri duz otağıdır.Bu tənəffüs yolları xəstəliklərində, allergiyalarda həmçinin ağciyərləri təmizləməkdə insanlara kömək edir.

Azərbaycanın tarixi irsinin memarlıq ənənələrinin mühüm nümunələrindən olan biridə “Çıraqqala” tarixi abidəsidir. Çıraqqala dənizdən yüksəkliyi 1232 metr yerləşir.[9] Sasanilər dövründə, IV-VI əsrlərdə müdafiə məqsədilə tikilib.[9] O, Gilgilçay səddinin mühüm qalası olub. Qala düşmənin gəlişini xəbər vermək üçün yanğın siqnalları ilə xəbərdar etməyə imkan verirdi. Qalanın adının mənşəyi ilə bağlı bir neçə izahlar mövcuddur. Abbasqulu Ağa Bakıxanov “Gülüstani-İrəm” əsərində “Çıraqqala” dan bəhs etmişdi. Ancaq yerli əhali “Çaraq qala” adlandırmışdı.Bu ad bu günə qədər işlədilir.”Çaraq”kəndi qalaya yaxın məsafədə yerləşir.Bu da “Çıraqqala” adlanması nəzəriyyəsini təsbit edir.Çıraqqala hündür qaya üzərində tikilmişdi.Bu qala müdafiə imkanına malikdir.Bu abidə memarlıq baxımından nadir sənət incisidir. Qala 17

bürcdən ibarətdir.[1]Bu qala yerli daşlardan və bişmiş kərpicdən tikilmişdir.Prezident İlham Əliyevin sərəncamına əsasən, Şabran rayonununda yerləşən, dünya əhəmiyyətli tarix və mədəniyyət abidəsi olan "Çıraqqala"da möhkəmləndirmə, bərpa-konservasiya işləri aparılır. "Çıraqqala" Tarixi Qoruğunun ərazisində qalayadək ancaq piyada və ya atla getmək mümkün olurdu. 500 metr uzunluğunda olan dağlıq və meşəlik ərazidən keçən həmin dar çığır eni 1,5-2,5 metrədək genişləndirilib.[5]Bundan sonra yolda turistlər qrup halında rahat hərəkət edə biləcəkləri üçün imkan yaradılıb. Kompleksinin gələcək nəsillər üçün saxlanılmasının, bərpasının və mühafizəsinin təmin etmək məqsədilə 2003-cü il iyunun 23-də Ümummilli Lider Heydər Əliyev tərəfindən sərəncam imzalanıb.[1] Sərəncama görə "Çıraqqala" tarixi kompleksi tarixi qoruq elan edilib. Bu məkanlardan başqa,Şabran Tarix-Diyarşünaslıq muzeyi də mövcuddur.Şabran Tarix-Diyarşünaslıq Muzeyin əsası 1991-ci ildə qoyulmuşdur.[8] Muzeydə bütün dövrləri özündə əks etdirən eksponatlar nümayiş etdirilir.Ekspozisiyanın birinci zalında Şabranın təbiəti və tarixi abidələr haqqında informasiyalar verilmişdir.İkinci zalda isə Şabran rayonun orta əsrlərdə olan dövrünü əks etdirən məlumatlar sərgilənir.Üçüncü zalda isə Azərbaycanın müstəqillik illərinə həsr edilmiş informasiyalar təqdim olunur. Muzeydə tarixin müxtəlif dövrlərinə aid zinət, məişət, bəzək əşyaları, silahlar, əmək alətləri sərgilənir. Muzeyin tərkibində Açıq Səma Altında Etnoqrafiya Muzeyi də fəaliyyət göstərir.

Ədəbiyyat:

1. Hacılı, İ. Mədəniyyət.- 2010.- 28 iyul.- S. 9.
2. Hüseynov F. Mədəniyyət.2016.- 25 may.- S. 8.
3. https://azertag.az/xeber/efsaneler_paytaxti_sabranin_genis_turizm_potensiali_vardir-158272
4. https://search.app/CdCkjvQPX1kjznDW9
5. http://www.anl.az/down/meqale/yeni_az/2019/oktyabr/676836.
6. http://www.anl.az/down/meqale/azerbaycan/2019/yanvar/627511
7. https://mountainguide.az/bloq/16-embil-golu-sabranin-gizli-tebiet-incisi.html
8. https://portal.azertag.az/az/node/2020

ZEYNƏB MƏMMƏDLİ

Bakı: Azərbaycanın idman turizm destinasiyası

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti Zaqatala filialı

E-mail: zeynebmemmedli583@gmqail.com

Xülasə: İdman turizmi insanların həm istirahət, həm də fiziki və mədəni fəaliyyətlər vasitəsilə yeni yerləri kəşf etməsinə, sağlam həyat tərzini təşviq etməsinə və fərqli təcrübələr qazanmasına şərait yaradan mühüm sahələrdən biridir. Azərbaycan da zəngin təbiəti, müxtəlif iqlim zonaları və inkişaf etmiş idman infrastrukturu sayəsində güclü idman turizmi potensialına malikdir. İdman turizminin inkişaf etdiyi şəhərlərdən biri də Bakı şəhəridir. Bu məqalədə Bakı şəhərinin idman turizmi baxımından daşıdığı potensial və onun beynəlxalq arenada idman destinasiya kimi artan nüfuzu araşdırılır. Son illərdə Bakının ev sahibliyi etdiyi beynəlxalq miqyaslı tədbirlər – xüsusilə Formula 1 Azərbaycan Qran Prisi, Avropa Oyunları, İslam Həmrəyliyi Oyunları və digər mötəbər idman yarışları şəhərin idman turizmi sahəsində sürətli inkişafına

səbəb olmuşdur. Məqalədə GZİT təhlil və təsviri təhlil metodundan istifadə edərək Bakının turistik cazibə mərkəzləri, müasir idman infrastrukturu və bu sahədə dövlətin dəstəyi təhlil olunur. Araşdırmanın məqsədi, Bakının idman turizmi yönündən mövcud vəziyyətini qiymətləndirmək və bu sahədə gələcək inkişaf imkanlarını müəyyən etməkdir. Nəticə olaraq, Bakı şəhəri regional və beynəlxalq miqyasda rəqabətə davamlı bir idman turizm mərkəzi kimi ön plana çıxır.

Açar sözlər: Bakı şəhəri, idman turizmi, destinasiya

Abstract: Sports tourism is one of the important areas that allows people to discover new places, promote a healthy lifestyle and gain different experiences through both leisure and physical and cultural activities. Azerbaijan also has a strong sports tourism potential thanks to its rich nature, different climate zones and developed sports infrastructure. One of the cities where sports tourism is developing is Baku. This article examines the potential of Baku in terms of sports tourism and its growing reputation as a sports destination in the international arena. In recent years, international events hosted by Baku - especially the Formula 1 Azerbaijan Grand Prix, the European Games, the Islamic Solidarity Games and other prestigious sports competitions - have led to the rapid development of the city in the field of sports tourism. The article analyzes Baku's tourist attractions, modern sports infrastructure and state support in this field using the GZIT analysis and descriptive analysis method. The purpose of the study is to assess the current situation of Baku in terms of sports tourism and identify future development opportunities in this field. As a result, the city of Baku is emerging as a competitive sports tourism center on a regional and international scale.

Keywords: Baku city, sports tourism, destination

Резюме: Спортивный туризм является одним из важных направлений, позволяющих людям открывать для себя новые места, пропагандировать здоровый образ жизни и получать разнообразный опыт посредством как рекреационных, так и физических и культурных мероприятий. Азербайджан также обладает большим потенциалом для спортивного туризма благодаря своей богатой природе, разнообразным климатическим зонам и развитой спортивной инфраструктуре. Одним из городов, где развивается спортивный туризм, является Баку. В статье рассматривается потенциал города Баку с точки зрения спортивного туризма и его растущая репутация как спортивного направления на международной арене. В последние годы международные мероприятия, проводимые в Баку, в частности Гран-при Азербайджана «Формулы-1», Европейские игры, Игры исламской солидарности и другие престижные спортивные соревнования, привели к быстрому развитию города в сфере спортивного туризма. В статье анализируются туристические достопримечательности Баку, современная спортивная инфраструктура и государственная поддержка в этой сфере с использованием методов анализа GZIT и описательного анализа. Целью исследования является оценка текущего состояния Баку с точки зрения спортивного туризма и выявление будущих возможностей развития в этой сфере. В результате город Баку превращается в конкурентоспособный центр спортивного туризма регионального и международного масштаба.

Ключевые слова: город Баку, спортивный туризм, место назначения

Bakı şəhərinin idman turizm potensialı

Bu gün bir çox ölkələr müxtəlif turizm növlərini inkişaf etdirməklə adıçəkilən sektorda daha böyük irəliləyişlərə nail olmağa çalışırlar. Hazırda inkişaf etməkdə olan turizm növlərindən biri də idman turizmidir. İdman turizminin ölkələrə gətirdiyi müxtəlif qazanclar isə şübhəsiz ki, böyükdür. Bu baxımdan dünyanın bir çox ölkəsi idman turizmində gəlirlərini artırmaq məqsədilə rəqabət aparırlar. Çünki idman turizmi ölkələrin iqtisadiyyatın, mədəniyyətin, ictimai həyatın, səhiyyə, sülh və digər sahələrin inkişafında rol oynayır. Eləcə də bütün bunlarla yanaşı, ölkələrin tanınmasında idman turizminin xüsusi rolu olduğu bildirilir. Statistikaya görə, tətil üçün gələn 3 turistin xərclədiyi vəsaiti, idman məqsədilə gələn 1 turist xərcləyir [https://anl.az/down/meqale/palitra\]

Bakı şəhəri də son illərdə Cənubi Qafqazın əsas idman turizm mərkəzlərindən birinə çevrilmişdir və müasir idman obyektləri, beynəlxalq yarışlara ev sahibliyi təcrübəsi və turizm infrastrukturunun sürətli inkişafı sayəsində regionda mühüm idman turizmi potensialına malikdir. Aşağıdakı cədvəl 1də Bakı şəhərində 2015- ci ildən bugünü qədər təşkil olunan idman tədbirləri öz əksini tapmışdır.

Bakı şəhəri son illərdə genişmiqyaslı idman tədbirlərinə ev sahibliyi etmək üçün müasir və beynəlxalq standartlara uyğun idman infrastrukturu ilə seçilir. Şəhərdə yerləşən **Bakı Olimpiya Stadionu** 68,000 tamaşaçı tutumu ilə regionun ən böyük stadionlarından biridir və UEFA tərəfindən 4 ulduzla qiymətləndirilmişdir. Bundan əlavə, **Bakı Kristal Zalı** gimnastika, döyüş növləri və konsert tədbirləri üçün çoxfunksiyalı arenadır. 2012-ci il Eurovision Mahnı Müsabiqəsi üçün inşa edilən bu obyekt, daha sonra Avropa Oyunları və İslam Həmrəyliyi Oyunları kimi yarışlara da ev sahibliyi etmişdir [5, s.220]

Bakı Su İdmanı Sarayı, **Bakı Atıcılıq Mərkəzi**, **Milli Gimnastika Arenası**, **Bakı Tennis Akademiyası** kimi ixtisaslaşdırılmış idman obyektləri də şəhərin idman infrastrukturuna daxil edilir. Bu obyektlər müasir texnologiyalarla təchiz olunmuşdur və həm yerli, həm də beynəlxalq turnirlərin keçirilməsi üçün əlverişlidir. Ümumilikdə, Bakının idman infrastrukturu həm peşəkar idmançılar, həm də idman turizmini seçən ziyarətçilər üçün geniş imkanlar yaradır və ölkənin beynəlxalq idman mərkəzinə çevrilməsində əsas rol oynayır[6, s.224]

Cədvəl 1. Bakıda keçirilən idman tədbirləri

Tədbirin Adı	**Keçirildiyi il**	**Təsviri**
Avropa Oyunları	2015	Avropanın ilk çoxnövlü idman oyunları, 50 ölkədən 6,000-dən çox idmançı iştirak edib.
İslam Həmrəyliyi Oyunları	2017	İslam ölkələri arasında keçirilən çoxnövlü idman yarışları.
Formula 1 – Azərbaycan Qran Prisi	2016-2023	Dünya üzrə məşhur avtomobil yarışı, şəhər trasında keçirilir.
UEFA Avropa Liqasının Finalı	2019	Arsenal və Chelsea klubları arasında keçirilmiş mötəbər futbol oyunu.
UEFA Avro 2020 (futbol üzrə	2021	Bakı 4 oyuna ev sahibliyi edib (qrup və 1/4 final

Avropa çempionatı)		mərhələləri).
Bakı Marafonu	2016-2024	Hər il keçirilən, həm yerli, həm də beynəlxalq iştirakçıları cəlb edən qaçış tədbiri.
Cüdo üzrə Dünya Kuboku və Qran Pri	Müxtəlif illərdə	Beynəlxalq səviyyəli cüdo turnirləri.
Gimnastika üzrə Dünya Kuboku və Avropa çempionatları	2014–2023	Bakı Gimnastika Arenasında keçirilən nüfuzlu yarışlar.
Karate, Tekvondo, Güləş üzrə beynəlxalq yarışlar	Davaml olaraq	Fərqli illərdə keçirilmiş beynəlxalq səviyyəli turnirlər.
FİDE Şahmat Qran Pri seriyası	2022	Şahmat üzrə beynəlxalq reytinqli yarışlar.
Avropa Triatlon Kuboku	2023	Xəzər sahilində keçirilmiş açıq hava idman tədbiri.
Velosiped üzrə Bakı Turu (Tour d'Azerbaïdjan)	2012-2017	Beynəlxalq velosiped yarışı, müxtəlif marşrutlarla.
Futzal üzrə UEFA Çempionlar Liqası oyunları	Müxtəlif illər	"Araz Naxçıvan" klubu ilə bağlı keçirilmiş beynəlxalq matçlar.
Uşaq və yeniyetmələr arasında beynəlxalq idman festivalları	Davamlı olaraq	Gənc idmançıların iştirakı ilə keçirilən yarışlar və təlim toplanışları.

Mənbə: Gənclər və İdman Nazirliyi tərəfindən əldə edilən məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanıbdır.

Bakı şəhərinin idman turizmində GZİT təhlili

Güclü tərəflər	**Zəif tərəflər**
✓ Müasir və beynəlxalq standartlara uyğun idman infrastrukturu ✓ Beynəlxalq idman tədbirlərinə ev sahibliyi təcrübəsi ✓ Əlverişli iqlim və Xəzər sahilində yerləşmə ✓ Dövlət dəstəyi və inkişaf proqramlarının mövcudluğu	✓ İdman turizminin beynəlxalq miqyasda tanıtımının yetərsizliyi ✓ Peşəkar turizm kadrlarının (bələdçi, menecer) məhdudluğu ✓ Mövsümi asılılıq – bəzi tədbirlər yalnız müəyyən fəsillərdə keçirilə bilər ✓ Xarici turistlər üçün logistika və dil baryerləri
İmkanlar	**Təhlükələr**
✓ Yeni beynəlxalq idman turnirlərinin cəlb edilməsi ✓ E-idman və ekstremal idman kimi yeni növlərin inkişafı ✓ Rəqəmsal media vasitəsilə beynəlxalq tanıtımın gücləndirilməsi ✓ İdmanla mədəni-tarixi turizmin birləşdirilməsi (inteqrasiya olunmuş turizm paketləri)	✓ Qlobal siyasi və iqtisadi qeyri-sabitliklər ✓ Regionda artan rəqabət (İstanbul, Doha, Dubay və s.) ✓ Pandemiya və fövqəladə hallar nəticəsində tədbirlərin ləğv riski ✓ Kütləvi tədbirlərin ətraf mühitə mənfi təsir ehtimalı

Mənbə: Gənclər və İdman Nazirliyi tərəfindən əldə edilən məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanıbdır.

Məqalənin bu hissəsində, Bakı şəhərində idman turizmin güclü və zəif tərəfləri, fürsət və təhlükələrini qiymətləndirmək üçün Cədvəl 2- də GZİT təhlil aparılmışdır. GZİT təhlili hazırlamaq üçün Gənclər və İdman Nazirliyindən məlumatlar əldə edilmiş, idman turizm haqqında internet saytları, kitablar və məqalələr araşdırılmışdır.

GZİT təhlilin nəticəsi olaraq, Bakı idman turizmi sahəsində güclü potensiala malikdir və strateji inkişaf planları ilə bu potensialdan maksimum şəkildə istifadə edilə bilər. Şəhər, mövcud güclü tərəfləri və imkanları ilə beynəlxalq idman turizmi bazarında rəqabət aparmaq üçün əlverişli şəraitə malikdir, amma zəif tərəflər və təhlükələr də nəzərə alınaraq davamlı inkişaf və innovativ yanaşmalar tələb edir. Bakı, müasir idman infrastrukturu, beynəlxalq tədbirlərin keçirilməsi təcrübəsi və dövlətin dəstəyi sayəsində regionda idman turizmi üçün güclü potensiala malikdir. Şəhər, həmçinin əlverişli coğrafi mövqeyi və Xəzər sahilinin cazibəsi ilə idman turizmini inkişaf etdirmək üçün əlverişli şərait yaradır. Bakı Olimpiya Stadionu, Bakı Kristal Zalı və Milli Gimnastika Arenası kimi obyektlər beynəlxalq yarışların keçirilməsi üçün yüksək səviyyədə təchiz olunub.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Azərbaycan Respublikası Milli Olimpiya Komitəsi. Hesabat, Bakı: Olimpiya, 2008, 176 s
2. Quliyev D.Q. Azərbaycanda bədən tərbiyəsi və idmanın inkişaf tarixi (1900-2000). Bakı: Bakı Universiteti Nəşriyyatı, 2004, 220 s
3. Yusifəli Həsənov. Azərbaycan Respublikası beynəlxalq idman və turizm əlaqələri sistemində (1991-2005-ci illər). Bakı, Elm və Təhsil, 2015. – 224 s
4. https://anl.az/down/meqale/palitra\
5. https://www.mys.gov.az/az

AYDAN RƏHİMOVA

Dərbənd qala istehkamlarının turizm sahəsində idarə edilməsi

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,magistr

E-mail: aydanrhimova50@gmail.com

Xülasə : Dərbənd qala istehkamları Qafqazın ən qədim tarixi abidələrindən biri olmaqla, turizm sahəsində mühüm potensiala malikdir. Onun effektiv idarə olunması, turizm sektorunda gəlirlərin artırılması və tarixi irsin qorunması baxımından əhəmiyyətli strategiyaların tətbiqini tələb edir. Bu məqalədə Dərbənd qalasının turizm sahəsində idarəedilməsi, mövcud problemlər və onların həlli yolları araşdırılır.

Açar sözlər: Dərbənd qalası, turizm idarəedilməsi, mədəni irs, iqtisadi inkişaf, dayanıqlı turizm

Резюме: Дербентские крепостные сооружения, являясь одним из древнейших исторических памятников Кавказа, обладают значительным туристическим потенциалом. Их эффективное управление требует внедрения стратегий, способствующих увеличению доходов в туристическом секторе и сохранению исторического наследия. В данной статье рассматривается управление Дербентской крепостью в сфере туризма, существующие проблемы и пути их решения.

Ключевые слова: Дербентская крепость, управление туризмом, культурное наследие, экономическое развитие, устойчивый туризм.

Abstract: The Derbent Fortress fortifications, being one of the oldest historical monuments of the Caucasus, possess significant tourism potential. Their effective management requires the implementation of strategies aimed at increasing revenue in the tourism sector and preserving historical heritage. This article explores the management of the Derbent Fortress in the field of tourism, existing challenges, and possible solutions.

Keywords: Derbent Fortress, tourism management, cultural heritage, economic development, sustainable tourism.

Dərbənd qalası Qafqazın tarixi-mədəni irsində mühüm yer tutur. UNESCO-nun Dünya İrsi Siyahısına daxil olan bu qala, minilliklər boyu strateji əhəmiyyətə malik olmuşdur. Günümüzdə isə o, turizm sahəsində mühüm rol oynayır və turist axını sayəsində yerli iqtisadiyyata töhfə verir. Lakin qalada turizmin idarə olunması ilə bağlı bir sıra problemlər mövcuddur.

Dərbənd qala istehkamlarının tarixi əhəmiyyəti və müasir tələblər.

Dərbənd Qala İstehkamları Qafqazın və bütövlükdə Avrasiya regionunun ən qədim və strateji əhəmiyyətli müdafiə komplekslərindən biridir. Minilliklər boyu bu möhtəşəm qurğu müxtəlif imperiyalar və dövlətlər üçün mühüm hərbi və ticarət mərkəzi olmuşdur. Coğrafi mövqeyinə görə Dərbənd qədim dövrlərdən etibarən Qafqazın "keçilməz qapısı" adlandırılmış və əsas ticarət yollarının üzərində yerləşdiyinə

görə daim diqqət mərkəzində olmuşdur. Dərbənd Qala İstehkamlarının tarixi eramızdan əvvəlki dövrlərə gedib çıxır. Lakin onun indiki formasının təməli əsasən Sasani imperiyası dövründə, VI əsrdə I Xosrov Anuşirəvan tərəfindən qoyulmuşdur. Sasani hökmdarları Xəzər dənizindən dağlara qədər uzanan qala divarları inşa etməklə, Qafqazın cənub sərhədlərini möhkəmləndirmək və Xəzər türklərinin, habelə digər köçəri tayfaların hücumlarının qarşısını almaq istəyirdilər.Bu istehkam sistemi iki əsas qala divarından ibarət idi. Birinci divar Xəzər dənizindən başlayaraq şəhərin daxilindən keçirdi. İkinci divar isə dağlara qədər uzanaraq şəhəri tamamilə əhatə edirdi. Bundan əlavə, Dərbənd ətrafında bir neçə müdafiə qalası da inşa olunmuşdu ki, bu da onu Qafqazın ən güclü hərbi istehkam sistemlərindən birinə çevirirdi. Dərbənd təkcə müdafiə məqsədilə tikilmiş bir istehkam deyil, həm də tarixi və mədəni mərkəz olmuşdur. Orta əsrlərdə şəhər İpək Yolu üzərində yerləşən mühüm ticarət məntəqələrindən biri idi. Burada müxtəlif mədəniyyətlər və sivilizasiyalar qovuşaraq, şəhəri həm iqtisadi, həm də mədəni baxımdan zənginləşdirmişdir. Ərəb xilafəti dövründə Dərbənd İslam mədəniyyətinin yayılmasında mühüm rol oynamışdır. Bu dövrdə şəhərdə məscidlər, medresələr, hamamlar, karvansaraylar tikilmişdir. Xüsusilə, Dərbənd Cümə Məscidi Qafqazın ən qədim məscidlərindən biri hesab olunurş Səlcuqlar, monqollar, Teymurilər, Səfəvilər və Osmanlılar dövründə də Dərbənd öz strateji əhəmiyyətini qorumuşdur. XVIII əsrdə Rusiya imperiyası Dərbəndi ələ keçirərək burada yeni hərbi və inzibati sistem yaratmışdır. Bu gün Dərbənd Qala İstehkamları UNESCO-nun Dünya İrsi Siyahısına daxil edilmişdir. Abidənin qorunması və gələcək nəsillərə çatdırılması mədəni irsin yaşadılması baxımından böyük əhəmiyyət daşıyır.Dərbənd qalası həm də turizm baxımından böyük potensiala malikdir. Hər il minlərlə turist bu tarixi abidəni ziyarət edir. Lakin turizmin inkişafı və tarixi irsin qorunması üçün müasir idarəetmə strategiyalarına ehtiyac duyulur. Dərbənd Qala İstehkamları təkcə müdafiə məqsədilə tikilmiş bir kompleks deyil, həm də Qafqazın tarixini və mədəni irsini yaşadan unikal abidədir. Şəhərin strateji mövqeyi, tarixi əhəmiyyəti və mədəni təsiri onu regionun ən qiymətli tarixi miraslarından birinə çevirir. Onun qorunması və turizm potensialının artırılması üçün müvafiq tədbirlər görülməli və gələcək nəsillərə çatdırılmalıdır.

Dərbənd qala istehkamlarının turizm potensialı

Dərbənd qalası arxeoloji və memarlıq baxımından zəngin irsə malikdir. Bu istehkam kompleksi özündə qala divarlarını, məscidləri, hamamları, sarayları və digər tarixi abidələri birləşdirir. Turizm sahəsində bu kompleksin potensialı aşağıdakı aspektlər üzrə qiymətləndirilə bilər:

Tarixi və mədəni turizm: Qala müxtəlif dövrlərin memarlıq xüsusiyyətlərini özündə əks etdirir və tarixi ekskursiyalar üçün əlverişli məkandır.

Ekoturizm: Qalanın ətrafında yerləşən təbii landşaftlar turistlər üçün maraqlı ekoturizm marşrutları yaratmağa imkan verir.

Təhsil və elmi turizm: Arxeoloqlar, tarixçilər və tələbələr üçün qala elmi tədqiqatların aparıldığı mühüm bir obyekt kimi çıxış edir.

Qalanın turizm sahəsində effektiv idarəedilməsi üçün müxtəlif strategiyalar mövcuddur. Dərbənd qalasının turizm idarəedilməsi dövlət və özəl sektorun qarşılıqlı fəaliyyəti ilə həyata keçirilir. Dövlət

tərəfindən tarixi abidənin qorunması təmin edilir, eyni zamanda özəl sektor turizm xidmətlərinin təkmilləşdirilməsinə sərmayə yatırır.

Qalanın daha geniş auditoriyaya çatdırılması və idarəedilməsinin təkmilləşdirilməsi üçün rəqəmsal texnologiyalardan istifadə oluna bilər.

Hal-hazırda Dərbənd Qala İstehkamları turizm sahəsində mühüm yer tutur və Dağıstanın ən çox ziyarət edilən tarixi-mədəni abidələrindən biridir. 2003-cü ildə UNESCO-nun Dünya İrsi Siyahısına daxil edilməsi onun beynəlxalq səviyyədə tanınmasına və qorunmasına böyük töhfə vermişdir. Dərbənd Qala İstehkamları 2003-cü ildə UNESCO-nun Dünya İrsi Siyahısına daxil edilib. Bu qərar, Dərbəndin dünya mədəni irsindəki əhəmiyyətini beynəlxalq səviyyədə tanıyır və həm qorunması, həm də gələcək nəsillərə çatdırılması üçün mühüm bir addım olub. Dərbənd qalası, əsrlər boyu müxtəlif imperiyaların idarəsi altında qalaraq, öz tarixi və mədəni əhəmiyyəti ilə diqqət çəkib.

Dərbəndin UNESCO siyahısına daxil edilməsinin səbəbləri müxtəlifdir. Birincisi, qala istehkamları Qafqazın ən qədim və strateji müdafiə sistemlərindən biridir. Xəzər dənizindən dağlara qədər uzanan qala divarları, dövrünün mühəndislik nümunələri arasında yer alır. Bu müdafiə sistemi həm tarixi, həm də memarlıq baxımından unikal sayılır.

Dərbənd Qala İstehkamları həm də müxtəlif mədəniyyətlərin kəsişdiyi bir nöqtə olmuşdur. Sasani, Ərəb, Səlcuq, Monqol və Osmanlı dövrlərində şəhər müxtəlif mədəni təsirlərə məruz qalmış və zəngin bir mədəni irs formalaşdırmışdır. İslam, xristianlıq və digər dini və mədəni təsirlər bu abidədə öz əksini tapmışdır. Bununla yanaşı, Dərbəndin yerləşdiyi strateji mövqe, şəhərin İpək Yolu üzərindəki əhəmiyyətini artırmış və onu ticarət və mədəniyyətin inkişafında vacib bir mərkəzə çevirmişdir. UNESCO statusunun qazandırılması Dərbəndin beynəlxalq səviyyədə tanınmasına və qorunmasına müsbət təsir göstərib. Bu, həm də turizmin inkişafına gətirib çıxarıb, şəhərin müxtəlif mədəni tədbirlər və festivallarla daha çox ziyarətçi cəlb etməsini təmin edib. Bundan əlavə, UNESCO statusu, Dərbənd qalasının qorunmasına yönəlmiş bir çox layihənin həyata keçirilməsinə təkan verib.

Bununla yanaşı, bu statusun təmin etdiyi beynəlxalq diqqət və dəstək, bəzən turizmin inkişafı ilə əlaqəli müəyyən çətinliklər yaradır. Turizm artdıqca, tarixi abidələrə zərər verməmək üçün müvafiq qoruma tədbirlərinin görülməsi vacibdir. Dərbəndin turizm potensialı yüksək olsa da, bəzi infrastruktura problemləri hələ də mövcuddur və bu sahənin inkişafı üçün əlavə tədbirlər görülməlidir. Dərbənd Qala İstehkamlarının UNESCO-nun Dünya İrsi Siyahısına daxil edilməsi, yalnız abidənin qorunması üçün deyil, həm də turizmin inkişafı və iqtisadi fayda əldə edilməsi baxımından mühüm bir addım olub. Bu qərar, həm yerli icmalar, həm də beynəlxalq səviyyədə Dərbəndin tarixi irsinin gələcək nəsillərə çatdırılması üçün mühüm bir zəmin yaradır.

Son dövrlərdə turizmin inkişafı sahəsində baş verən qlobal tendensiyalar fonunda Dərbənd Qala İstehkamlarının idarəedilməsi məsələsinə yeni yanaşmaların tətbiqi zərurəti ortaya çıxır. Bu kontekstdə, ilk növbədə, müasir texnologiyaların, xüsusilə virtual və artırılmış reallıq imkanlarının turizm sahəsində istifadəsi qeyd olunmalıdır. Belə texnologiyalar vasitəsilə turistlər tarixlə daha interaktiv şəkildə tanış olmaq

imkanı əldə edir, bu isə onların marağını artırmaqla yanaşı, regionun tanınmasına da təkan verir. Dərbənd Qalasında virtual turların təşkili, mobil tətbiqlər vasitəsilə tarixi obyektlərin keçmiş görüntülərinin təqdim edilməsi ziyarətçilərdə unikal təəssüratlar yarada bilər.Eyni zamanda, turizmin mövsümi deyil, ilboyu davamlı olması üçün tematik tədbirlərin, festivalların təşkili məqsədəuyğundur. Məsələn, qala ərazisində keçmiş əsrlərin ticarət yolları, hərbi paradları və ya xalq sənətkarlığı nümunələrinin təqdim olunduğu tədbirlər turistlərin mədəni təcrübəsini zənginləşdirə bilər. Bu tip tədbirlər həm də yerli icmanın iqtisadi fəaliyyətini stimullaşdırır, iş yerlərinin yaradılmasına səbəb olur.

Dərbəndin turizm potensialının daha geniş auditoriyaya çatdırılması üçün rəqəmsal marketinq alətlərindən istifadə edilməsi vacibdir. Müasir dövrdə səyahət planlaşdırılması əsasən onlayn platformalar vasitəsilə həyata keçirilir. Bu baxımdan, sosial media kampaniyaları, vizual kontentlərlə zənginləşdirilmiş təqdimatlar, beynəlxalq turizm bloqerləri ilə əməkdaşlıq kimi vasitələr turizm axınının artmasına töhfə verə bilər. Dərbəndin tarixi abidələri, xüsusən qala istehkamları ilə bağlı rəqəmsal bələdçi və interaktiv xəritələrin hazırlanması həm yerli, həm də əcnəbi turistlər üçün əlverişli imkan yaradar.

Bundan əlavə, son illərdə dünyada geniş yayılan icma əsaslı turizm modeli Dərbənd üçün də aktualdır. Yerli əhalinin turizm fəaliyyətinə inteqrasiyası — onların qonaqlara ev sahibliyi etməsi, milli mətbəxin və əl işlərinin təqdimatı, bələdçilik xidmətləri göstərməsi — bölgənin sosial və iqtisadi inkişafını sürətləndirə bilər. Belə yanaşma həmçinin mədəni irsin qorunmasına və yaşadılmasına xidmət edir.Qeyd etmək lazımdır ki, Dərbənd Qala İstehkamlarının qorunması və uzunmüddətli istifadəsi məsələsində iqlim dəyişikliklərinin təsiri də nəzərə alınmalıdır. Qlobal istiləşmə, rütubət artımı və təbii təsirlər abidələrin strukturuna mənfi təsir göstərir. Bu səbəbdən, davamlı idarəetmə planlarında müasir qoruma texnologiyalarının tətbiqi, abidələrin monitorinqi və bərpası ilə bağlı tədbirlər xüsusi yer tutmalıdır. Ekoloji dayanıqlılığın təmin olunması məqsədilə enerji səmərəli texnologiyaların — günəş panelləri, bioenerji sistemləri kimi alternativ enerji mənbələrinin istifadəsi də əhəmiyyət kəsb edir.Sonda qeyd etmək lazımdır ki, Dərbənd Qala İstehkamlarının idarəedilməsi yalnız turizm sahəsinin inkişafı ilə məhdudlaşmamalı, eyni zamanda elmi-tədqiqat, təhsil və yerli icmanın inkişafı baxımından da kompleks şəkildə həyata keçirilməlidir. Bu məqsədlə regionda mədəni irs üzrə ixtisaslaşmış təlim və tədqiqat mərkəzlərinin yaradılması, tələbələr və gənc mütəxəssislər üçün təcrübə proqramlarının təşkili gələcəkdə bu sahədə davamlı kadr potensialının formalaşmasına zəmin yarada bilər.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Tarix və mədəniyyət abidələrinin qorunması haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı10 aprel, 1998
2. Məmmədov S. “Azərbaycanın tarixi qalaları.” Bakı, 2018.
3. Əliyev A. “Qafqazın tarixi memarlıq abidələri.” Bakı, 2020.
4. UNESCO. Heritage and climate change: Building resilience at World Heritage sites. 2023 https://whc.unesco.org
5. Richards, G., & Hall, D. Tourism and sustainable community development. London: Routledge.2000

6. Tussyadiah, I., & Fesenmaier, D. "Mediating Tourist Experiences: Access to Places via Shared Videos." Annals of Tourism Research, 36(1), 2009, pp 24–40.
7. Sigala, M. Social Media in Travel, Tourism and Hospitality: Theory, Practice and Cases. Springer, 2018
8. Timothy, D. J., & Boyd, S. W. Heritage Tourism. Pearson Education Limited.2003
9. ICOMOS. Sustainable Development Goals and Cultural Heritage, 2019. https://www.icomos.org

AYDIN QASIMOV

Azərbaycan turizmi iqtisadi əməkdaşlıq və beynəlxalq əlaqələr kontekstində

Sumqayıt Dövlət Universiteti, tələbə

E-mail: aydinqsmv04@gmail.com

Xülasə: Turizm insanların ehtiyaclarını ödəməyə və əhalinin həyat keyfiyyətini yüksəltməyə yönəlmiş müasir iqtisadi fəaliyyətin ən vacib sahələrindən biridir. Eyni zamanda, iqtisadiyyatın bir çox digər sahələrindən fərqli olaraq, turizm təbii ehtiyatların tükənməsinə səbəb olmur. İxracat yönümlü bir sektor olaraq, xidmətlərin əhəmiyyətli bir hissəsinin minimum xərclərlə istehsal olunması ilə xarakterizə olunan beynəlxalq turizm, Azərbaycan iqtisadiyyatında getdikcə daha çox rol oynayır.

Açar sözlər: turizm, iqtisadiyyat, mədəniyyət, əməkdaşlıq, diplomatiya

Abstract: Tourism is one of the most important areas of modern economic activity aimed at meeting the needs of people and improving the quality of life of the population. At the same time, unlike many other sectors of the economy, tourism does not lead to the depletion of natural resources. As an export-oriented sector, international tourism, which is characterized by the production of a significant part of services at minimal cost, is playing an increasingly important role in the Azerbaijani economy.

Key words: tourism, economy, culture, cooperation, diplomacy

Резюме: Туризм — одно из важнейших направлений современной экономической деятельности, направленное на удовлетворение потребностей людей и повышение качества жизни населения. При этом, в отличие от многих других отраслей экономики, туризм не приводит к истощению природных ресурсов. Международный туризм, являясь экспортно-ориентированной отраслью, характеризующейся производством значительной части услуг при минимальных затратах, играет все более важную роль в экономике Азербайджана.

***Ключевые слова*:** туризм, экономика, культура, сотрудничество, дипломатия

Giriş: Qloballaşan dünyada turizm yalnız mədəni və istirahət məqsədi daşımır, həm də diplomatik vasitə kimi çıxış edir. Turizm ölkələr arasında yumşaq gücün qurulmasında, mədəni təsirin yayılmasında və iqtisadi diplomatiyanın gücləndirilməsində mühüm vasitə rolunu oynayır. Turizmin diplomatik alət kimi

istifadəsinin tədqiqi həm nəzəri, həm də praktiki əhəmiyyət daşıyır. Turizm, eyni zamanda, iqtisadi əməkdaşlığın qurulmasına və inkişaf etdirilməsinə də töhfə verir. Buna misal olaraq Azərbaycanın qoşulduğu Türk Dövlətləri Təşkilatı (TDT), İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı (ECO), GUAM və Qara Dəniz İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı (BSEC) kimi regional əməkdaşlıq platformalarını göstərmək olar.

Beynəlxalq münasibətlərdə turizmin artan təsiri onun yalnız iqtisadi və mədəni sahələrlə məhdudlaşmadığını, həm də siyasi və diplomatik güc alətinə çevrildiyini göstərir. Bu konteksdə, turizmin "yumşaq güc" vasitəsi kimi rolu xüsusilə diqqətəlayiqdir. "Yumşaq güc" anlayışı ilk dəfə Joseph S. Nye tərəfindən irəli sürülmüş və dövlətlərin zor tətbiq etmədən, mədəniyyət, dəyərlər və cazibə vasitəsilə digər aktorları təsirləndirmə qabiliyyəti kimi izah olunmuşdur (Nye, 2004, s. 5). Bu güc, sərt gücdən (hard power) fərqli olaraq, hərbi və iqtisadi təsir vasitələrini deyil, ölkənin mədəniyyəti, siyasi idealları və xarici siyasətinin cazibədarlığını istifadə edərək qarşı tərəfi təsir altına almağa yönəlib. Yumşaq gücün tətbiqi, diplomatiya və beynəlxalq əlaqələrdə ölkələrə uzunmüddətli və davamlı təsir göstərmək imkanı yaradır. [1, 35]

Yumşaq gücün ən əhəmiyyətli alətlərindən biri mədəni diplomatiyadır. Nye-yə görə, mədəni diplomatiya, bir ölkənin mədəniyyətini və dəyərlərini yayaraq, digər ölkələrdə müsbət bir imic yaratmağa xidmət edir. Mədəni diplomatiyanın gücləndirilməsi, həm də ölkələrin beynəlxalq münasibətlərindəki mövqeyini gücləndirir. Mədəni diplomatiyanın turizm ilə əlaqəsi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir, çünki turizm birbaşa olaraq mədəniyyətlərarası dialoqun inkişafına və qarşılıqlı anlaşmanın qurulmasına yardım edir. [1, 120]

Turizm, yumşaq gücün bir hissəsi olaraq, həm də iqtisadi diplomatiya üçün vacib bir alətə çevrilmişdir. Turizm sektoru, ölkələrə yalnız iqtisadi gəlir gətirməkdən daha çox, xarici əlaqələrin qurulmasına, diplomatik münasibətlərin inkişafına və beynəlxalq əməkdaşlığın möhkəmləndirilməsinə də xidmət edir. Turizm vasitəsilə ölkələr arasında qarşılıqlı anlaşma və etimad yaranır ki, bu da iqtisadi diplomatiyanın güclənməsinə şərait yaradır. [1, 45]

Beynəlxalq turizmin inkişafı, ölkələr arasında iqtisadi əlaqələrin gücləndirilməsi və qarşılıqlı əməkdaşlığın təkmilləşdirilməsi üçün mühüm bir vasitədir. Turizm, iqtisadi diplomatiyanın mühüm bir hissəsi olaraq, ölkələrin öz iqtisadiyyatlarını inkişaf etdirmək və beynəlxalq əlaqələrini genişləndirmək üçün effektiv bir alətə çevrilir. Bu sahə həm iqtisadiyyatın artırılmasına, həm də ölkənin beynəlxalq aləmdəki imicinin yaxşılaşdırılmasına təsir göstərir.

Beynəlxalq turizm təşkilatlarının fəaliyyəti, ölkələrin iqtisadi diplomatiyalarını dəstəkləyir və müasir dövrdə bu əlaqələr daha da güclənir. Məsələn, Azərbaycanın müxtəlif ölkələrlə, o cümlədən Avropa İttifaqı, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, Rusiya, Koreya, Yaponiya və s. ilə bağladığı turizm əməkdaşlığı sazişləri, bu ölkələrlə iqtisadi əlaqələrin genişlənməsinə, həmçinin turizm sektorunun inkişafına imkan yaradır. Bu, ölkələrin beynəlxalq münasibətlərdə təsir gücünü artırır və onların iqtisadi diplomatiya sahəsində uğurlu siyasətlər yürütmələrinə dəstək verir.

Azərbaycan və BƏƏ arasında turizm sahəsində əməkdaşlıq 2016-cı ildən etibarən sürətli inkişaf mərhələsinə qədəm qoymuşdur. Viza rejiminin sadələşdirilməsi nəticəsində ərəb turistlərinin Azərbaycana axını kəskin şəkildə artmışdır. 2019-cu ildə BƏƏ-dən Azərbaycana gələn turistlərin sayı 100 min nəfəri keçmişdir (Dövlət Turizm Agentliyi, 2020). Bu turizm əlaqələri təkcə iqtisadi deyil, həm də mədəni və diplomatik inteqrasiyanı təşviq edir.

Türkiyəyə gələn xarici turistlər arasında Almaniya vətəndaşları uzun illərdir ilk sıralarda yer alır. 2022-ci ildə Almaniyadan Türkiyəyə 5 milyondan çox turist səfər etmişdir. Bu mədəni təmaslar iki ölkə arasında diplomatik münasibətlərin yumşalmasına və ictimai rəylərin bir-birinə yaxınlaşmasına səbəb olmuşdur. [2, 78]

Tayland Turizm İdarəsi 2023-cü il hesabatına əsasən, ölkəyə gələn xarici turistlərin 27%-ni Çin vətəndaşları təşkil etmişdir. Çin hökuməti bu turizm əlaqələrindən istifadə edərək Cənub-Şərqi Asiyada mədəni təsirini artırmaqla yanaşı, iqtisadi diplomatiya vasitəsi kimi Taylandla münasibətlərini gücləndirmişdir.

Türk Dövlətləri Təşkilatı və TÜRKSOY çərçivəsində keçirilən mədəni festivallar, birgə turizm marşrutları və ortaq tarixi abidələrin tanıdılması iqtisadi və mədəni inteqrasiyanı gücləndirir. Bu proseslər Azərbaycana həm yumşaq güc, həm də regional diplomatik status qazandırır. [3]

Çin və İtaliya 2019-cu ildə "Bir Kəmər, Bir Yol" çərçivəsində turizm sahəsində əməkdaşlıq memorandumu imzalamışdır. Layihə Asiya ilə Avropa arasında mədəni və iqtisadi körpülər yaratmağa yönəlmişdir. Bu əməkdaşlıq diplomatik münasibətlərin dərinləşməsinə də şərait yaratmışdır. [4]

Nəticə: Araşdırmalar sübut etdi ki, turizm yalnız iqtisadi gəlir mənbəyi olmaqla kifayətlənmir, eyni zamanda dövlətlərin xarici siyasətində mühüm rol oynayan diplomatik vasitəyə çevrilmişdir. Müasir dövrdə dövlətlər öz mədəniyyətini, tarixini və dəyərlərini beynəlxalq ictimaiyyətə təqdim etməklə, turizm vasitəsilə həm öz imiclərini formalaşdırır, həm də qarşılıqlı etimad və əməkdaşlıq mühitini gücləndirirlər. Azərbaycanın geosiyasi mövqeyi, mədəni zənginliyi və regionlararası platformalarda iştirakı bu sahədə ölkəmizə unikal imkanlar təqdim edir. Turizmin iqtisadi diplomatiya aləti kimi istifadəsi Azərbaycanın beynəlxalq nüfuzunun artırılması, xarici investisiyaların cəlb olunması və regional əməkdaşlığın dərinləşdirilməsi baxımından strateji əhəmiyyət kəsb edir. Xüsusilə, Azərbaycan öz "yumşaq güc" potensialını gücləndirməklə, turizmi həm mədəni identikliyin təşviqi, həm də xarici siyasətin bir qolu kimi uğurla tətbiq edə bilər.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat

1. Azərbaycan Respublikasının Turizm Strategiyası, 2023-2026
2. Bilalov, B. Gülalıyev Ç- "Turizmin əsasları", Bakı, "QHT Nəşriyyatı", 2015.
3. Cabbarov Ə.X. Turizmin iqtisadi əsasları. Dərs vəsaiti. Bakı-2015. ADPU-nəşriyyatı.267 səh.
4. Əlirzayev Ə. Turizmin iqtisadiyyatı və idarəedilməsi, Bakı, 2010
5. İsmayılov V. Azərbaycanda beynəlxalq turizmin reytinqi və inkişaf perspektivləri, Əmək və sosial münasibətlər, Bakı, 2019, №1 (11), s. 85-92

BRİLYANT HACIYEVA

Turizm iqtisadiyyatında fövqəladə vəziyyətin idarəedilməsi

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: haciyeva.brilyant.2301@atmu.edu.az

Xülasə: Turizm iqtisadiyyatında fövqəladə halların idarə edilməsi risklərin azaldılması və sənayenin təbii fəlakətlər, pandemiyalar, siyasi qeyri-sabitlik və iqtisadi tənəzzüllər kimi böhranlara qarşı dayanıqlığının təmin edilməsi üçün vacibdir. Təhlükəsizliyə, infrastruktura və səyahətçilərin inamından asılılığını nəzərə alsaq, turizm fövqəladə hallara qarşı çox həssasdır. Effektiv fövqəladə halların idarə edilməsi fasilələri minimuma endirmək və həm turistləri, həm də bizneslər qorumaq üçün hazırlıq, cavab tədbirləri, bərpa və təsirlərin azaldılması strategiyalarını əhatə edir. Hazırlıq risklərin qiymətləndirilməsini, erkən xəbərdarlıq sistemlərini və sürətli reaksiyanı təmin etmək üçün böhran kommunikasiya planlarını əhatə edir. Hökumətlər, bizneslər və yerli icmalar fövqəladə hallar planlarını hazırlamaq, personalı öyrətmək və təhlükəsizlik protokollarını həyata keçirmək üçün əməkdaşlıq etməlidirlər. Böhran zamanı evakuasiya planları, fövqəladə hallar xidmətləri və real vaxt rabitəsi daxil olmaqla çevik reaksiya mexanizmləri ictimai təhlükəsizliyin və etimadın qorunması üçün çox vacibdir. Böhrandan sonrakı bərpa diqqəti infrastrukturun yenidən qurulmasına, marketinq kampaniyaları vasitəsilə turistlərin inamının bərpasına və təsirlənmiş bizneslərə maliyyə dəstəyinin göstərilməsinə yönəldir. Davamlı turizmin inkişafı və turizm bazarlarının şaxələndirilməsi kimi uzunmüddətli təsir azaltma strategiyaları gələcək böhranlara qarşı həssaslığı azaltmağa kömək edir. Fövqəladə halların idarə edilməsinin turizm siyasətlərinə inteqrasiyası sənayenin dayanıqlığını artırır, iqtisadi sabitliyi və davamlı inkişafı təmin edir. Hökumətlər, beynəlxalq təşkilatlar və özəl maraqlı tərəflər turizmdən asılı olan iqtisadiyyatları gözlənilməz pozuntulardan qoruyan adaptiv strategiyalar hazırlamaq üçün birlikdə işləməlidirlər.

Açar sözlər: Turizm, turizm iqtisadiyyatı, fövqəladə vəziyyət

Abstract: Emergency management in the tourism economy is essential for mitigating risks and ensuring the resilience of the industry against crises such as natural disasters, pandemics, political instability, and economic downturns. Tourism is highly vulnerable to emergencies, given its dependence on safety, infrastructure, and traveler confidence. Effective emergency management involves preparedness, response, recovery, and mitigation strategies to minimize disruptions and protect both tourists and businesses. Preparedness includes risk assessment, early warning systems, and crisis communication plans to ensure rapid response. Governments, businesses, and local communities must collaborate to develop contingency plans, train personnel, and implement safety protocols. During a crisis, swift response mechanisms, including evacuation plans, emergency services, and real-time communication, are crucial to maintaining public safety and trust. Post-crisis recovery focuses on rebuilding infrastructure, restoring tourist confidence through marketing campaigns, and providing financial support to affected businesses. Long-term mitigation strategies, such as sustainable tourism development and diversification of tourism

markets, help reduce vulnerability to future crises. Integrating emergency management into tourism policies enhances industry resilience, ensuring economic stability and continued growth. Governments, international organizations, and private stakeholders must work together to develop adaptive strategies that safeguard tourism-dependent economies from unforeseen disruptions.

Keywords: Tourism, tourism economy, emergency

Резюме: Управление чрезвычайными ситуациями в экономике туризма имеет важное значение для снижения рисков и обеспечения устойчивости отрасли к таким кризисам, как стихийные бедствия, пандемии, политическая нестабильность и экономические спады. Туризм крайне уязвим к чрезвычайным ситуациям, учитывая его зависимость от безопасности, инфраструктуры и доверия путешественников. Эффективное управление чрезвычайными ситуациями включает в себя стратегии готовности, реагирования, восстановления и смягчения последствий для минимизации сбоев и защиты как туристов, так и предприятий. Готовность включает в себя оценку рисков, системы раннего оповещения и планы кризисной коммуникации для обеспечения быстрого реагирования. Правительства, предприятия и местные сообщества должны сотрудничать для разработки планов действий в чрезвычайных ситуациях, обучения персонала и внедрения протоколов безопасности. Во время кризиса механизмы быстрого реагирования, включая планы эвакуации, экстренные службы и связь в режиме реального времени, имеют решающее значение для поддержания общественной безопасности и доверия. Восстановление после кризиса сосредоточено на восстановлении инфраструктуры, восстановлении доверия туристов с помощью маркетинговых кампаний и предоставлении финансовой поддержки пострадавшим предприятиям. Долгосрочные стратегии смягчения последствий, такие как устойчивое развитие туризма и диверсификация туристических рынков, помогают снизить уязвимость к будущим кризисам. Интеграция управления чрезвычайными ситуациями в политику туризма повышает устойчивость отрасли, обеспечивая экономическую стабильность и непрерывный рост. Правительства, международные организации и частные заинтересованные стороны должны работать вместе, чтобы разрабатывать адаптивные стратегии, которые защищают зависящие от туризма экономики от непредвиденных сбоев.

Ключевые слова: Туризм, экономика туризма, чрезвычайная ситуация

Emergency management in the tourism economy

Emergency management in the tourism economy is a critical aspect of ensuring the sustainability and resilience of tourism industries in the face of crises such as natural disasters, pandemics, political instability, and economic downturns. Effective emergency management involves risk assessment, preparedness, response, and recovery strategies tailored to the unique vulnerabilities of the tourism sector. Effective emergency management in the tourism sector requires a systematic approach to risk assessment and preparedness. Identifying potential threats, implementing structured risk management frameworks, and

training tourism stakeholders are essential for minimizing disruptions and ensuring the safety of visitors and local communities. Risk assessment involves identifying and analyzing threats that impact tourism destinations. Natural disasters, including earthquakes, hurricanes, and wildfires, pose severe risks to infrastructure, transportation, and accommodation services [2, p.141]. Additionally, terrorist attacks and public health crises, such as pandemics, disrupt travel patterns and undermine consumer confidence. A comprehensive risk analysis evaluates the probability and severity of these threats, allowing for the development of targeted mitigation strategies. Risk management frameworks establish standardized procedures for crisis response and recovery. These frameworks integrate early warning systems, emergency response protocols, and resource allocation mechanisms to enhance preparedness. Crisis communication plans ensure the timely dissemination of accurate information to tourists, tourism businesses, and authorities. Digital platforms, mobile alerts, and multilingual information services strengthen communication efficiency, reducing uncertainty during emergencies. Training tourism stakeholders is fundamental for maintaining operational continuity and protecting visitors. Hotel staff, tour operators, and government agencies require specialized training in emergency response protocols, evacuation procedures, and first-aid administration [3, p.170]. Simulation exercises and scenario-based training programs enhance response capabilities, ensuring coordinated action in crisis situations. Collaboration between public and private sectors further strengthens crisis preparedness through joint initiatives, resource-sharing agreements, and regulatory compliance measures. A structured approach to risk assessment and preparedness reduces vulnerabilities in the tourism economy, safeguarding both human lives and economic assets. By implementing rigorous threat analysis, comprehensive risk management frameworks, and stakeholder training programs, the tourism sector maintains resilience against disruptions and ensures sustainable long-term growth.

The tourism industry requires a structured and efficient crisis response system to mitigate the impact of emergencies and safeguard travelers. Effective crisis response strategies involve establishing specialized emergency response teams, coordinating with governmental and non-governmental entities, and ensuring the dissemination of accurate real-time information to tourists. The formation of emergency response teams in key tourism hubs is a fundamental measure for crisis management. These teams consist of trained professionals responsible for executing emergency protocols, facilitating evacuations, and assisting affected individuals. Their presence enhances response efficiency, reducing casualties and economic losses. Strategic placement of these teams in high-risk destinations strengthens preparedness and ensures immediate intervention in crisis situations. Collaboration between tourism stakeholders and public sector authorities is critical for an integrated response framework. Local governments, law enforcement agencies, and healthcare services must coordinate efforts to maintain order, provide medical assistance, and manage emergency logistics [4, p.168]. Memoranda of understanding (MOUs) between private tourism enterprises and public authorities streamline crisis management procedures. Additionally, international cooperation is essential for handling large-scale disasters affecting foreign visitors, necessitating diplomatic engagement and consular support. Providing real-time information and structured evacuation plans is essential for minimizing panic

and ensuring tourist safety. Digital platforms, mobile applications, and early warning systems facilitate rapid information dissemination. Predefined evacuation routes, designated safe zones, and clear communication channels ensure that tourists receive precise guidance during emergencies. Multilingual communication strategies accommodate diverse visitor demographics, preventing miscommunication and enhancing compliance with safety protocols. A well-executed crisis response framework reduces human and economic losses, strengthens destination resilience, and preserves tourism sector stability. Efficient emergency management fosters trust among travelers, reinforcing the long-term sustainability of tourism-dependent economies.

Ensuring business continuity and resilience in the tourism economy requires structured financial support mechanisms, economic diversification strategies, and investments in resilient infrastructure. These measures mitigate economic disruptions, protect employment, and strengthen the long-term sustainability of tourism-dependent regions. Financial support mechanisms provide immediate relief to affected tourism businesses and facilitate recovery. Governments, financial institutions, and international organizations implement targeted financial assistance programs, including emergency grants, low-interest loans, and tax relief measures. These initiatives stabilize cash flows, prevent business closures, and enable enterprises to rebuild operations. Risk transfer instruments, such as business interruption insurance, further enhance financial resilience by covering losses resulting from natural disasters, health crises, and security threats [5, p.139]. Diversification of tourism products reduces economic dependency on specific market segments and enhances sectoral stability. Expanding tourism offerings to include cultural tourism, eco-tourism, and adventure tourism distributes revenue sources more evenly and minimizes vulnerability to external shocks. Destination managers develop year-round tourism strategies, reducing reliance on seasonal demand and increasing economic stability. Additionally, digital transformation and virtual tourism experiences create alternative revenue streams, ensuring operational continuity during travel restrictions and crisis periods. Infrastructure resilience strengthens tourism sector adaptability and minimizes disruptions caused by environmental and geopolitical risks. Investments in flood-resistant accommodations, seismic-resistant structures, and emergency transportation networks enhance disaster preparedness and facilitate rapid recovery. Strategic urban planning integrates risk-mitigating infrastructure, including coastal barriers, elevated structures, and reinforced transport corridors. Public-private partnerships secure funding for infrastructure development and ensure regulatory compliance with safety and sustainability standards. A structured approach to business continuity and resilience safeguards the tourism economy against crises, maintains investor confidence, and preserves employment opportunities. Implementing financial support mechanisms, fostering economic diversification, and enhancing infrastructure resilience establishes a robust foundation for long-term sectoral stability and growth.

Ensuring tourist safety and effective communication in crisis situations requires the development of digital platforms for real-time alerts, the strengthening of diplomatic support mechanisms, and the provision of comprehensive travel insurance policies. These measures enhance crisis preparedness, facilitate

coordinated responses, and protect travelers from financial and logistical disruptions. Digital platforms serve as essential tools for disseminating crisis alerts and travel advisories. Government agencies, tourism boards, and international organizations develop integrated communication systems that provide real-time updates on natural disasters, security threats, and health emergencies. Mobile applications, SMS alert systems, and geo-targeted notifications enable rapid information delivery to tourists, ensuring timely decision-making and risk mitigation. Artificial intelligence-powered platforms analyze crisis patterns and predict potential threats, improving response efficiency [1, p.100]. Diplomatic coordination strengthens assistance mechanisms for stranded tourists during emergencies. Embassies and consulates establish crisis response units responsible for providing emergency documentation, financial aid, and repatriation services. Bilateral agreements between governments facilitate the rapid mobilization of resources, including emergency flights and cross-border evacuation procedures. International organizations, such as the International Air Transport Association (IATA) and the World Tourism Organization (UNWTO), support global crisis management frameworks, ensuring standardized protocols for tourist assistance. Comprehensive travel insurance policies enhance financial and logistical security for tourists facing emergencies. Insurance providers design policies covering medical evacuations, trip cancellations due to crises, and compensation for lost or delayed travel arrangements. Regulatory frameworks ensure that insurance coverage meets international safety standards, protecting travelers from economic losses. Collaboration between insurance companies, airlines, and hospitality providers streamlines claims processing and facilitates immediate assistance. A structured approach to tourist safety and communication strengthens crisis management efficiency, reduces traveler vulnerability, and enhances destination resilience. The integration of digital platforms, diplomatic support systems, and robust insurance mechanisms ensures comprehensive protection for tourists in high-risk situations.

REFERENCES

1.Beirman D. “Tourism and Crisis: Recovery and Resilience”, London, “Routledge”, 2021.

2.Kozak M. “Tourism in Turbulent Times: Crisis and Recovery”, Amsterdam, “Elsevier”, 2021.

3.Laws E. “Tourism and Crises: Managing the Impact of Emergencies”, Oxford, “Butterworth-Heinemann”, 2020.

4.Scott N. “Tourism and Health Risks: Global Perspectives”, Wallingford, “CABI”, 2022.

5.Wilks J. “Tourism in Turbulent Times: Crisis and Recovery”, Amsterdam, “Elsevier”, 2020.

COŞQUN CƏFƏRLİ

Turizmin iqtisadiyyatdakı strateji əhəmiyyəti və idarəedilməsi

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: cafarli.cosqun.2301@atmu.edu.az

Xülasə: Bu məqalədə turizmin milli iqtisadiyyatdakı strateji əhəmiyyəti və bu sahənin səmərəli idarə olunmasının vacibliyi təhlil olunur. Turizmin ÜDM-ə, məşğulluğa və regional inkişafa təsiri izah olunur, dövlət siyasətləri və strateji yanaşmaların rolu vurğulanır. Eyni zamanda, beynəlxalq təcrübələrə əsaslanaraq, turizm idarəçiliyində uğurlu modellər və innovativ yanaşmalar təqdim edilir. Məqalənin sonunda dayanıqlı və rəqabətədavamlı turizm sektoru formalaşdırmaq üçün təkliflər verilir.

Açar sözlər: Turizm, iqtisadiyyat, dövlət siyasəti, idarəetmə, strateji inkişaf

Abstract: This paper analyzes the strategic importance of tourism in the national economy and emphasizes the necessity of effective management in this sector. It discusses tourism's impact on GDP, employment, and regional development, while highlighting the role of government policies and strategic planning. Drawing on international experiences, it presents successful tourism management models and innovative approaches. The paper concludes with recommendations for building a sustainable and competitive tourism industry.

Keywords: tourism, economy, government policy, management, strategic development

Резюме: В данной статье рассматривается стратегическое значение туризма в национальной экономике и подчеркивается необходимость его эффективного управления. Анализируется влияние туризма на ВВП, занятость и региональное развитие, а также освещается роль государственной политики и стратегического планирования. На основе международного опыта представлены успешные модели управления туризмом и инновационные подходы. В заключение приводятся рекомендации по формированию устойчивого и конкурентоспособного туристического сектора.

Ключевые слова: туризм, экономика, государственная политика, управление, стратегическое развитие

Giriş . Müasir dövrdə iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi və qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi bir çox ölkələrin əsas prioritet istiqamətlərindən birinə çevrilmişdir. Bu baxımdan, turizm sektoru dünya üzrə artan strateji əhəmiyyəti ilə seçilir və ölkələrin sosial-iqtisadi inkişafında mühüm rol oynayır. Qlobal iqtisadiyyatın dəyişkən şəraitində dayanıqlı gəlir mənbəyi kimi turizm, həm də yeni iş yerlərinin yaradılması, regional bərabərsizliyin azaldılması və milli mədəniyyətin beynəlxalq arenada tanıdılması baxımından önəmli bir sahə hesab olunur.

Turizm təkcə iqtisadi gəlir mənbəyi olmaqla qalmır, həm də ölkələrin xarici iqtisadi əlaqələrinin gücləndirilməsi, yerli infrastrukturun inkişafı və investisiya cəlbediciliyinin artırılması baxımından da əvəzsiz təsirlərə malikdir. Bütün bu amillər turizmin iqtisadiyyatda strateji mövqeyini daha da gücləndirir və bu sahənin səmərəli idarə olunmasının vacibliyini gündəmə gətirir.

Bu məqalədə turizmin iqtisadiyyatda strateji əhəmiyyəti müxtəlif aspektlərdən təhlil ediləcək, bu sektorun idarə olunmasında tətbiq olunan əsas mexanizmlər və dövlət siyasətləri araşdırılacaq. Eyni zamanda, ölkə nümunələri üzərindən praktiki yanaşmalara da yer veriləcək və sonda dayanıqlı turizm inkişafı üçün tövsiyələr təqdim olunacaq.

Turizmin iqtisadiyyatda strateji əhəmiyyəti

Qloballaşma və texnoloji inkişaf fonunda dünya ölkələrinin iqtisadi sistemlərində baş verən transformasiyalar turizmin iqtisadi əhəmiyyətini daha da artırmışdır. Turizm artıq yalnız əyləncə və istirahət vasitəsi kimi deyil, həm də davamlı iqtisadi inkişafın mühüm tərkib hissəsi kimi qiymətləndirilir. Onun strateji əhəmiyyəti yalnız maliyyə və xidmət axınları ilə məhdudlaşmır – turizm həm də sosial strukturun gücləndirilməsi, innovasiyaların yayılması və beynəlxalq əməkdaşlığın möhkəmlənməsi baxımından böyük potensiala malikdir[3, s. 195].

Turizm sektoru bir çox ölkələr üçün ümumi daxili məhsulun (ÜDM) formalaşmasında mühüm rol oynayır. Dünya Bankı və UNWTO-nun məlumatlarına əsasən, bəzi ölkələrdə turizmin ÜDM-dəki payı 10-15%-ə qədər yüksəlir. Məsələn, Karib hövzəsi ölkələri, Maldiv adaları və Tayland kimi iqtisadiyyatlar üçün turizm əsas gəlir mənbəyidir. İqtisadiyyatın bu sektoru eyni zamanda digər sektorlarla sıx əlaqədə fəaliyyət göstərir – xüsusilə nəqliyyat, ticarət, kənd təsərrüfatı və inşaat sahələri ilə. Bu qarşılıqlı əlaqə nəticəsində turizm sektoru multiplikativ təsirə malik olur və iqtisadiyyatın bütövlükdə böyüməsinə təkan verir[6, s. 124].

Turizm sektoru əmək tutumlu sahə kimi tanınır. Bu, onun iqtisadi əhəmiyyətini daha da artırır. Ümumdünya Səyahət və Turizm Şurasının (WTTC) hesablamalarına görə, dünyada hər 10 iş yerindən biri turizm sahəsi ilə bağlıdır. Bu sektor həm birbaşa – otel, restoran, bələdçilik, tur operatorluğu kimi – sahələrdə, həm də dolayı – kənd təsərrüfatı, nəqliyyat və əl sənətkarlığı kimi – sahələrdə məşğulluq yaradır. Bu xüsusilə regionlarda gənclərin və qadınların iqtisadi fəallığının artırılması baxımından önəmlidir. Eyni zamanda, mövsümi iş imkanları yaradaraq işsizlik səviyyəsinin azaldılmasına da müsbət təsir göstərir.

Turizm yalnız böyük şəhərlərlə məhdudlaşmır. Əksinə, onun inkişafı regionlarda da yeni iqtisadi dinamika yaradır. Dağlıq, dənizkənarı və kənd ərazilərində turizm fəaliyyətləri infrastrukturun inkişafına səbəb olur – yeni yollar, su və elektrik xətləri, rabitə vasitələri çəkilir. Bu isə əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəlməsi ilə nəticələnir. Həmçinin yerli icmaların öz mədəniyyət və ənənələrinə əsaslanan məhsul və xidmətlər təqdim etməsi onlara iqtisadi fayda qazandırır. Beləliklə, turizm regionlar arasında iqtisadi fərqləri azaltmaq üçün mühüm vasitəyə çevrilir[4, s. 354].

Turizmin valyuta gətirici funksiyası da onun strateji əhəmiyyətinin əsas göstəricilərindəndir. Xarici turistlərin ölkədə xərclədikləri pul vəsaiti milli iqtisadiyyat üçün əlavə valyuta mənbəyi yaradır. Bu valyuta

ehtiyatları idxalın maliyyələşdirilməsinə, dövlət büdcəsinin dəstəklənməsinə və makroiqtisadi sabitliyin qorunmasına xidmət edir. Turizm bu baxımdan ixracla bərabər funksiyanı yerinə yetirir və ölkənin ümumi ticarət balansının müsbət yöndə dəyişməsinə şərait yaradır. Xüsusilə neft və qaz kimi təbii resurslara malik olmayan ölkələr üçün bu, mühüm üstünlükdür.

Turizm həm də ölkələrin "yumşaq güc" alətlərindən biri hesab olunur. Xarici turistlər vasitəsilə bir ölkənin mədəniyyəti, tarixi, dəyərləri və sosial həyatı tanıdılır. Bu, həmin ölkənin beynəlxalq imicinin formalaşmasına və onun haqqında pozitiv təsəvvürlərin yaranmasına kömək edir. Bununla yanaşı, turizm vasitəsilə ölkələrarası qarşılıqlı anlaşma və diplomatik münasibətlər inkişaf etdirilir. Bəzən iqtisadi əlaqələrin genişlənməsi məhz turizm sahəsində qurulan əməkdaşlıqla başlanır.

Turizm sektorunun dayanıqlı inkişafı və onun iqtisadiyyatda strateji rolunun reallaşdırılması üçün effektiv idarəetmə mexanizmlərinin tətbiqi vacibdir. Bu sahədə düzgün planlaşdırma, normativ-hüquqi tənzimləmə, infrastruktur təminatı və marketinq strategiyalarının bir-birini tamamlayan şəkildə qurulması önəm daşıyır. Eyni zamanda, dövlətin rolu bu prosesdə həlledici olaraq qalır. Turizm siyasəti yalnız iqtisadi deyil, həm də sosial, ekoloji və mədəni amilləri özündə ehtiva edən kompleks yanaşma tələb edir.

Dövlətin turizm sektorunda əsas funksiyaları arasında qanunvericilik bazasının formalaşdırılması, investisiya mühitinin yaxşılaşdırılması, infrastruktur layihələrinin dəstəklənməsi və beynəlxalq səviyyədə təbliğatın aparılması xüsusi yer tutur. Əksər ölkələrdə turizm üzrə ayrıca dövlət agentlikləri və ya nazirliklər fəaliyyət göstərir və onlar sektorun koordinasiyasını həyata keçirir. Məsələn, Azərbaycan Respublikasında Dövlət Turizm Agentliyi bu funksiyanı yerinə yetirir və ölkənin turizm strategiyasının hazırlanması, bazarların araşdırılması, yerli turizm məhsullarının təşviqi kimi istiqamətlərdə fəaliyyət göstərir.

Dövlət həm də turizm sahəsində fəaliyyət göstərən sahibkarları müxtəlif güzəştlərlə – vergi təşviqləri, kredit imkanları və subsidiyalarla – dəstəkləyərək, bu sahəyə investisiya cəlbediciliyini artırır. Bundan əlavə, insan resurslarının hazırlanması və peşə təhsili də dövlət siyasətinin əsas istiqamətlərindəndir.

Səmərəli idarəetmənin əsas şərtlərindən biri turizm sektorunun inkişafına dair uzunmüddətli və mərhələli strategiyaların hazırlanmasıdır. Bu strategiyalar, adətən, ölkənin ümumi iqtisadi inkişaf planları ilə uzlaşdırılır. Strateji sənədlərdə turizm potensialı yüksək olan regionların müəyyən edilməsi, prioritet məhsul və xidmətlərin inkişaf etdirilməsi, ekoturizm, aqroturizm, sağlamlıq və mədəni turizm kimi alternativ növlərin təşviqi kimi məsələlərə yer verilir.

Məsələn, "Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafına dair 2022–2026-cı illər üzrə Milli Strategiya" sənədində ekoloji davamlılıq, regional turizmin inkişafı, rəqəmsal transformasiya və insan kapitalının gücləndirilməsi əsas prioritetlər kimi müəyyən edilmişdir. Belə sənədlər sektorun tənzimlənməsində istiqamətverici rol oynayır və idarəetmədə sistemli yanaşmanı təmin edir

Turizm sektorunun inkişafında yalnız dövlət deyil, özəl sektorun da rolu böyükdür. Ona görə də ictimai-özəl tərəfdaşlıq (İÖT) modeli səmərəli idarəetmənin əsas alətlərindən biri kimi çıxış edir. Bu model çərçivəsində dövlət infrastruktur və normativ tənzimləmə sahəsində üzərinə məsuliyyət götürür, özəl sektor

isə xidmət və məhsul istehsalında iştirak edir. Bu yanaşma həm səmərəliliyi artırır, həm də maliyyə yükünün bölüşdürülməsinə imkan yaradır[1, s. 55].

Bundan əlavə, yerli icmalarla əməkdaşlıq da idarəetmənin mühüm istiqamətlərindən biridir. Onların turizm fəaliyyətinə cəlb edilməsi sosial dayanıqlığı gücləndirir və mədəni irsin qorunmasına dəstək verir. İdarəetmədə bu cür iştirakçılıq yanaşması sektorun ümumi effektivliyini artırır.

Səmərəli idarəetmə yalnız daxili strukturlaşdırma ilə məhdudlaşmamalı, həm də ölkənin turizm brendinin yaradılması və təşviqi ilə tamamlanmalıdır. Rəqəmsal platformaların inkişafı ilə birlikdə onlayn marketinq, sosial media, beynəlxalq sərgilərdə iştirak və virtual turlar vasitəsilə ölkənin turizm potensialının tanıdılması yeni imkanlar açır. Müasir idarəetmə yanaşmaları turizm informasiya sistemlərinin tətbiqini, süni intellekt və böyük verilənlərə əsaslanan təhlil modellərini də əhatə edir.

Beynəlxalq təcrübələr və uğurlu turizm idarəetmə modelləri

Dünya ölkələrinin turizm sektorunu inkişaf etdirmək üçün tətbiq etdikləri idarəetmə modelləri və strategiyaları müxtəlif olsa da, uğurlu təcrübələr müəyyən ortaq xüsusiyyətlərə malikdir: uzunmüddətli strateji planlaşdırma, güclü marketinq, ictimai-özəl tərəfdaşlıq və dayanıqlı turizm prinsiplərinə əsaslanmaq. Bu ölkələrin təcrübələri göstərir ki, sistemli və məqsədyönlü idarəetmə sayəsində turizm iqtisadi artımın və sosial rifahın əsas lokomotivlərindən birinə çevrilə bilər.

İspaniya dünya üzrə ən çox turist qəbul edən ölkələrdən biridir. Bu uğurun əsas səbəbləri arasında regionlar üzrə fərqli turizm məhsullarının inkişafı, mədəni-tarixi irsin qorunması və xidmət keyfiyyətinə xüsusi diqqət dayanır. İspaniya turizmin yalnız dənizkənarı çimərliklərdən ibarət olmadığını sübut etmiş və mədəniyyət, gastronomiya, kənd və sağlamlıq turizmi sahələrini də uğurla inkişaf etdirmişdir. Dövlətin turizm üzrə strategiyası isə regional inkişaf və ekoloji tarazlıq prinsipləri ilə uyğunlaşdırılıb[7, s. 176].

Sinqapur turizm sahəsində rəqəmsallaşma və innovasiyaya əsaslanan idarəetmə modeli ilə seçilir. Turist davranışlarını təhlil edən ağıllı sistemlər, elektron vizalar, rəqəmsal xəritələr və personalizə olunmuş turizm təklifləri bu ölkənin fərqləndirici xüsusiyyətlərindəndir. Turizm sektoru dövlət tərəfindən güclü dəstəklə inkişaf etdirilir və xüsusi strategiyalarla idarə olunur. Sinqapur həmçinin beynəlxalq tədbirlər, konfrans və sərgilərin mərkəzi kimi də özünü brendləşdirə bilmişdir[5, s. 149].

Türkiyə regional turizmin inkişafında dövlət və özəl sektorun əməkdaşlığını uğurla tətbiq edən ölkələrdəndir. Turizm Nazirliyi ilə yanaşı, TURSAB (Türkiyə Səyahət Agentlikləri Birliyi) və THY (Türk Hava Yolları) kimi strukturlar turizmin təşviqində və koordinasiyasında mühüm rol oynayır. Türkiyə müxtəlif turizm növlərini – istirahət, dini, tibbi, mədəni və kənd turizmini – paralel şəkildə inkişaf etdirərək həm daxili, həm də xarici turistlər üçün cəlbedici mühit yaratmışdır. Həmçinin milli brend strategiyası "Go Türkiye" vasitəsilə ölkənin turizm potensialı beynəlxalq miqyasda uğurla təbliğ edilir[8, s. 74].

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT

1. "Azərbaycan turizmi: bu gün və sabah", IV Respublika elmi-praktiki konfransının materialları, Bakı-2013

2. Bilalov B.Ə. Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi. Dərslik., Bakı: Mütərcim, 2006, 280 səh.
3. Həbibə S. Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı, Bakı: AzTU-nun mətbəəsi, 2012, 238 səh.
4. Məmmədov E.Q. Turizmin inkişafının iqtisadı potensialının təhlili, Bakı: İqtisadiyyat və Audit №-l, 2007, səh. 54-58.
5. Məmmədov E.Q. Turizmin inkişafının motivasiyası, Bakı: Azərbaycan Aqrar Elmi №-4-5, 2007. səh. 148-152.
6. Akın A, Şimşek MY, Akın A. TURİZM SEKTÖRÜNÜN EKONOMİDEKİ YERİ VE ÖNEMİ. Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD). 2014;4(7):63-81.
7. Kazımov. H. "Petrolden gelen sağlık: Naftalan". "İRS" Beynəlxalq Azərbaycan jurnalı, №9, 2014.
8. Heydarov.P. "Azərbaycan Naftalan bölgesinin sağlık turizmi açısından elmas modeliyle incelenmesi". Yüksek lisans tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. 2016.

FİDAN MUSTAFAYEVA

Böyük Britaniya və Fransada dayanıqlı turizmin inkişafı

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: mustafayeva.fidan.2301@atmu.edu.az

Xülasə. Davamlı turizm, turizm sektorunda ekoloji və sosial məsuliyyətlə yanaşı, təbii və mədəni irsin qorunmasına yönələn təcrübələri ifadə edir. Böyük Britaniya və Fransa, turizmin müsbət təsirlərini artırmağa və mənfi təsirlərini minimuma endirməyə çalışan ölkələrdir. Böyük Britaniyada milli parklar və ekoloji sertifikalı turizm müəssisələri vasitəsilə ətraf mühitin qorunmasına yönəlmiş təşəbbüslər həyata keçirilir. Fransa isə kənd turizmi və ekoloji dostu təşəbbüslər ilə təbii mühiti qoruyaraq, yerli icmaların rifahını təmin etməyə çalışır. Hər iki ölkə, turizm sənayesində uzunmüddətli davamlılığı təmin etmək üçün təbii və mədəni sərvətləri qorumağa, yerli iqtisadiyyatı dəstəkləməyə və ekoloji şüurlu səyahət seçimlərini təşviq etməyə çalışır.

Açar sözlər: Dayanıqlı turizm, mədəni turizm, ekoturizm, biyoçeşidlilik, rural turizm

Резюме: Устойчивый туризм, это практика, направленная на сохранение природного и культурного наследия, а также на экологическую и социальную ответственность в туристическом секторе. Великобритания и Франция стремятся увеличить положительные эффекты туризма и минимизировать его негативное воздействие. В Великобритании это достигается через национальные парки и экологически сертифицированные туристические предприятия, а во Франции через сельский туризм и экологические инициативы. Обе страны нацелены на долгосрочную устойчивость туризма, защиту природных и культурных ресурсов, поддержку местной экономики и продвижение экологически осознанного туризма.

Ключевые слова: Устойчивый туризм, культурный туризм, экотуризм, биоразнообразие, сельский туризм

Sustainable tourism development in Great Britain and France

Sustainable tourism is the term used to describe sustainable practices within the travel and tourism sector. Recognizing all of the effects of tourism, both good and bad, is the goal. It seeks to enhance the beneficial effects while minimizing the unfavorable ones. In countries like Great Britain and France, sustainable tourism has become a priority as both nations strive to balance the economic benefits of tourism with the need to protect their rich natural landscapes and cultural heritage.

In Great Britain, the increasing recognition of tourism's impact has led to a range of policies and initiatives aimed at minimizing negative environmental effects, such as carbon emissions and over-tourism. For instance, national parks like the Lake District are employing sustainable tourism practices that focus on preserving biodiversity while offering eco-friendly travel experiences. Meanwhile, France has implemented strategies to encourage slower, more mindful tourism, which reduces overcrowding in famous destinations like Paris and promotes local, eco-conscious travel experiences across regions like Provence. In both countries, tourism practices now prioritize long-term sustainability, ensuring that future generations can continue to enjoy their landscapes, cultural treasures, and historical sites without compromising the well-being of local communities or the environment.

Sustainable tourism in france: eco-friendly initiatives and rural tourism development

The reason why France is popular in the field of tourism is mainly because of the iconic structure of the city of Paris. It has a romantic image and various natural beauties, such as Sea-Sun-Mountains. Due to its strategic location, proximity to many European countries, and abundance of rural areas, France has also had a significant influence on food and wine culture, as well as art, history, and culture, particularly in the realm of gastronomy.

In recent years, rural areas in France have been progressively adopting eco-friendly initiatives to enhance tourism while safeguarding their cultural heritage. The Petites Cités de Caractère project, which began in Brittany, unites nearly 200 small historic towns focused on preserving their history through sustainable efforts, such as museums, gardens, and cultural events. Towns like Mauléon and Châteaugiron demonstrate how tourism can help protect historic landmarks and create employment opportunities through guided tours and craft workshops.

Rural regions in France are increasingly reaping the benefits of tourist influx, driven by the rise of eco-tourism. Platforms like Airbnb play a significant role in supporting the financial health of smaller communities, with up to 30% of the tourist tax from Airbnb directed to towns with populations under 3,500. This revenue enables these communities to invest further in the development and sustainability of local initiatives. [1, p4]

Another notable feature of France is its vast network of bike routes, which promote eco-friendly travel. Cyclists of all skill levels, from novices to pros, are drawn to routes like Vélomaritime and Loire à Vélo, which enable them to see French landscapes in an environmentally responsible manner. More than 600 kilometers of the recently opened Grande Traversée cycling route in Corsica contain e-bike charging stations, which encourages the usage of electric vehicles to cut carbon emissions. It has been proven that within the city, bicycles are the most sustainable and eco-friendly mode of transport, which is why many cities in Europe implement programs and support companies promoting cycling to reduce traffic and fuel emissions. [2, p15]

Selecting vacation seasons carefully is another aspect of eco-conscious tourism. For example, wandering through French forests in late October or visiting the French Riviera in the fall, when beaches are less crowded, offer exceptional natural experiences and ease the strain of tourists on well-known tourist spots during the busiest time of year. This helps preserve local flora and fauna and contributes to the long-term sustainability of the destinations. [4, p3]

Sustainable tourism in Great Britain - The UK, one of the greenest places in the world, is one of the world's leaders in rural and other forms of ecotourism. The country is seeing an increasing number of green accredited hotels and more and more tourism businesses are looking to reduce their impact on the environment. The number of organisations taking part in green accreditation schemes is constantly growing. VisitBritan currently runs the largest green accreditation scheme in the world – the Green Tourism Business Scheme (GTBS). It recognises places to stay and visit that are taking action to support the environment locally and more widely. It evaluates hundreds of UK vacation spots and is the biggest green tourism development, assistance, and monitoring program in the world. [5, p41]

Businesses that meet the standard set by the GTBS are awarded a bronze, silver or gold award, depending on their level of achievement. The areas assessed by the scheme include: management and marketing, social engagement and communications, energy, water, purchasing, waste, travel, natural and cultural heritage and innovation.

The program not only focuses on attracting tourists and certifying holiday destinations, it also encourages everyone to help reduce their impact on the environment by making a few positive decisions not only when traveling, but also when at home. VisitBritain encourages buying local. Good local food and crafts contribute to the quality of the holiday and help to feel the local culture. By promoting local suppliers, shops and restaurants selling local crafts, local meat, fish, fruit, cheese, the organization not only helps to attract tourists and improve their holiday, but also helps local producers. [3, p5]

National Parks are large areas of land that are protected by law for the benefit of the nation. They were originally established by the 1949 National Parks and Access to the Countryside Act. The Environment Act 1995 revised the original legislation and set out two statutory purposes for National Parks in England and Wales. There are 15 national parks and landscape reserves in Britain; they cover approximately 7% of the country and attract around 100 million visitors each year. These include the New Forest, the Peak

District, Loch Lomond and the Trossachs, Snowdonia, the North York Moors, the Lake District, the Norfolk Broads and many others. British national parks are usually located near large cities, and some are located within city limits. [6, p2]

The Lake District National Park in UK is the most visited national park in the country and was designated a UNESCO World Heritage site in 2017. It is home to towering mountains and lakes formed by glaciers, alongside landscapes shaped by humans, such as fields divided by dry stone walls and sheep farms. "Sheep farming is a big part of the park's heritage and history," says Carey Davies, hiker, naturalist and author of the book "National Parks Of The United Kingdom". "It's been here since the Vikings." However, he also acknowledges the criticism from environmentalists, who argue that over-farming has had a negative impact on the park's natural environment. [5, p5]

References:

1. N. Atsız, T. Güzel, Turizmde tanıtım stratejileri: Fransa ve Türkiye karşılaştırmalı analizi, 2023, 21
2. Задание 3.3, (2022). Политические рекомендации в сфере устойчивого туризма, Политические рекомендации, совершенствование законодательной базы, 94
3. A. Vladimirovna (2020). Organization and regulation of ecological tourism on the British islands, 20
4. France as a leader in sustainable tourism: eco-tourism practices and rural development: [Electronic source] / October, 2024. URL - https://karlobag.eu/en/ecology/france-as-a-leader-in-sustainable-tourism-eco-tourism-practices-and-rural-development-taqdz
5. J. Kaithlin, Green certification and its impact on hotel marketability and profitability // – Ottawa: Journal of Modern Hospitality – April, 2024. Vol. 3, Issue No. 2. pp 39 – 51
6. New Forest National Park. UK National Parks. [Electronic source] / URL: https://www.newforestnpa.gov.uk/about-us/uk-national-parks/

GÜLAY ƏLİZADƏ

Regional turizmin inkişafında dayanıqlı problemlər

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,magistr

E-mail: alizadegulay0@gmail.com

Xülasə: Regional turizmin inkişafında dayanıqlı problemlər özünü ətraf mühitdə, iqtisadi davamlılıqda, infrasturuktur və idarəetmədə, iqlim dəyişikliklərində göstərir. Səyahət insanları fərqli mədəniyyətlərlə tanış edir, adət-ənənələri öyrənməyə imkan yaradır. Səyahətlərin günümüzdə əlçatanlığı və turist səfərlərinin artması dayanıqlı problemə yol açır. Səyahət edən insanların getdikləri ölkələrin mədəniyyətinə hörmət etməməsi, yerli əhalinin narazılığına səbəb olur, turistlər və yerli icmalar arasında

ünsiyyətin pozulmasına gətirib çıxarır. Səyahətin artma səbəbi nəqliyyat vasitələrinin çoxalması, uzaq məsafələrin daha da yaxın olmasıdır. Beynəlxalq turist daşımalarında hava nəqliyyatının xüsusi yeri var, ancaq qlobal karbon emissiyalarının artmasına yol açır. Destinasiyalarda yerli icmaların turizmə cəlb edilməməsi, narazılıq və işsizliyə səbəb olur. Dünya ölkələri plastik tullantılarından əziyyət çəkir, gələn turistlərin və yerli əhalinin məsuliyyətsiz davranışları plastik çirkliliyinə səbəb olur. Hazırda regionların əsaslı inkişaf konsepsiyasları, təbii ehtiyatları tükətmədən, ətraf mühitə zərər vermədən regionlarda turizmin inkişafına nail olmağın mühüm vasitəsi sayılır. Əgər, bir ərazi lazımlı ehtiyatlara malikdirsə orada turizmin inkişafına nail olmaq olar. Texnologiya turizm sahəsində əhəmiyyətli olmasına baxmayaraq, yaratdığı problemlər vaxtında həll olunmasa ekoloji problemlər yarada bilir. Turizmin dayanıqlı olması üçün qarşıya qoyduğu hədəflər iqtisadi, ekoloji, mədəni mühit amillərini qarşılıqlı olaraq balanslaşdırmaqdır. Turizm baxımından tanınmış ərazilərə daha çox turist axınlarının olması, karbon qazlarının ətraf mühitə mənfi təsir etməsi, iqtisadiyyatda yaranan durğunluq, dayanıqlıqla bağlı səhv məlumatların reklam edilməsi və turistin yanlış bilgi ilə qarşılaşması kimi, infrasturuktur çatışmazlığı balansı pozur.

Açar sözlər: dayanıqlı problemlər, ətraf mühit, iqtisadi sütun, siyasi sütun, sosial sütun

Abstract: Sustainable problems in the development of regional tourism show the environment, economic sustainability, economy and management, climate changes. Travel people get acquainted with different cultures, allow traditions to learn. Today, the increase in the tourist visits of the day and tourist visits lead to a sustainable problem. The fact that people traveling are not responding to the culture of the countries they go and cause dissatisfaction of the local population, and the violation of communication between tourists and local communities. The cause of the increase in the journey is that the multiplication of vehicles is closer to distant distances. International tourist transportation has a special place in air transport, but leads to the increase in global carbon emissions. Detinations cause local communities to be involved in tourism, causing dissatisfaction and unemployment. The countries of the world suffer from plastic waste, and the irresponsible behavior of tourists and the local population leads to plastic pollution. At present, the concept of regional development of regions, natural resources are considered an important tool to achieve the development of tourism in the regions without affecting the environment. If an area has a handy resources, there can be a achievement of tourism. Despite the importance of technology in the field of tourism, the problems created by the proposed problems can cause environmental problems. The goals set by tourism to be sustainable are to balance economic, environmental and cultural factors. The presence of more tourist influxes in terms of tourism, the adverse of carbon dioxide, stagnation, stagnation in the economy, and the infrastructure deficiency violates the balance of infrastructure.

Keywords: sustainable problems, environment, economic column, political column, social column

Резюме: устойчивые проблемы в развитии регионального туризма показывают окружающую среду, экономическую устойчивость, экономику и управление, изменения климата. Путешествие

люди знакомы с различными культурами, позволяют традициям учиться. Сегодня увеличение туристических визитов дня и туристических визитов приводит к устойчивой проблеме. Тот факт, что люди путешествуют, не реагируют на культуру стран, которые они идут и вызывают неудовлетворенность местным населением, и нарушение общения между туристами и местными сообществами. Причиной увеличения путешествия является то, что умножение транспортных средств ближе к отдаленным расстояниям. Международный туристический транспорт занимает особое место в воздушном транспорте, но приводит к увеличению глобальных выбросов углерода. Действия заставляют местные сообщества участвовать в туризме, вызывая недовольство и безработицу. Страны мира страдают от пластиковых отходов, а безответственное поведение туристов и местного населения приводит к пластическому загрязнению. В настоящее время концепция регионального развития регионов, природные ресурсы считаются важным инструментом для достижения развития туризма в регионах, не влияя на окружающую среду. Если область имеет удобные ресурсы, может быть достижение туризма. Несмотря на важность технологий в области туризма, проблемы, создаваемые предлагаемыми проблемами, могут вызвать экологические проблемы. Цели, поставленные в результате устойчивого туризма, заключаются в сбалансировании экономических, экологических и культурных факторов. Наличие большего количества туристических притоков с точки зрения туризма, неблагоприятного углекислого газа, стагнации, стагнации в экономике и дефицита инфраструктуры, нарушает баланс инфраструктуры.

Ключевые слова: устойчивые проблемы, окружающая среда, экономическая колонка, политическая колонка, социальная колонка.

Giriş. Turizm və ətraf mühit arasında qarşılıqlı əlaqə var. 1950-ci ildən beynəlxalq səyahətlərin sayının artması destinasiyalara turist axınlarının baş verməsi, turizmin ətraf mühitə dəyən təsirləri daha da artırdı. Turizm sahəsində inkişaf iqtisadiyyatı və yerli əhalinin yaşayış səviyyəsini yaxşılaşdırsa da son dövrlərdə turist artımı yerli əhaliyə narahatlıq verməyə başlamışdır. Yerli icmaların bir qisminin turizmə cəlb edilməsinə baxmayaraq hələ də turizmə maraq göstərməyən icmalar var. Turizmin dayanıqlı problemlərini həll etmək üçün iqtisadi, sosial-mədəni, ekoloji məsələlər diqqət mərkəzində saxlanılır. 1970-ci ildən dayanıqlı anlayışı yaranmağa başladı, 1990-cı ildən turizmin ətraf mühitə təsiri, dayanıqlıq problemlərini gündəmə gətirdi. Turizm iqtisadiyyata fayda verməklə yanaşı mənfi təsirləri qaçılmazdır.

Dayanıqlı turizmdə ən böyük təhlükə konsepsiyanın zəif başa düşülməsidir. Dayanıqlı turizimin tətbiqində bir çox turizm müəssisələrində problemlər yaşanır. Turizm müəssisələri dayanıqlı tədbirlərin görülməsini əlavə xərc hesab edir, büdcəyə qənaət etmək üçün maliyə vəsaiti ayırmırlar.

Dayanıqlı problemlərə aiddir[1]:

Ətraf mühitə tullantıların atılması**;**

- Nəqliyyatın artması ilə ətraf mühitdə ekoloji problemlər;
- Enerji istehlakının artması;

- Su istehlakının artması**;**
- İqlim dəyişikliklərinin ətraf mühitə təsirləri;

Ətraf mühitə tullantıların atılması

Plastik tullantıları-plastik tullantılarla bağlı əsas problemlərlən biri su hövzələrinə atılmasıdır. Hər il 8 milyon tondan çox plastik okeanlara atılır. Səfər müüddətində turistin ehtiyatsız hərəkəti okean sularının çirklənməsinə səbəb olur. ABŞ Konqresinin 2021-ci il göstəricilərinə görə, ABŞ 42 milyon ton plastik tullantısı istehsal edərək, dünyada plastik çirklənməsinə qarşı güclü mübarizə aparan ölkə olmuşdur [2].

Üzvi tullantılar-üzvi tullantılar parçalanmalarına baxmayaraq, ətraf mühitə atılması flora və faunanın məhvinə səbəb olur.

Nəqliyyatın artması ilə ətraf mühitə dəyən zərər

Nəqliyyat növlərinin artması, benzin və dizel yanacağından istifadənin artımı ətraf mühitə karbon qazı emissiyasının artımı ilə nəticələnir.

Nəqliyyat sahəsində ekologiyaya təsirləri azaldaraq davamlılığın təmin edilməsi aşağıda qeyd edilmişdir:

- ✓ Ekoloji təmiz yanacaq mövündən istifadəyə keçid (elektriklə işləyən avtobuslar, sürət qatarları, velosipedlərdən istifadə və.s);
- ✓ Enerjiyə qənaət edən nəqliyyat vasitələrinə üstünlük verilməsi;
- ✓ Ətraf mühitə az zərər verən və ya sıfır karbon qazı ilə işləyən nəqliyyat növlərinin istifadəsi (günəş enerjisi , su ilə işləyən nəqliyyat növləri);

Dayanıqlı inkişaf-turizm sahəsinin inkişafının əsasını təşkil edən ekoloji resurslardan səmərəli istifadə etmək, təbii irsin və biomüxtəlifliyin qorunmasına yardımlar etmək, yerli icmaların adət və ənənələrinə hörmət edilməsi, mədəniyyətlərarası anlaşmaya və tolerantlığa töhfə verilməsi, məşğulluq, gəlir səviyyəsini artırmaq, yoxsulluğun azadılmasına yardımlar etmək dayanıqlı turizmin əsas məqsədlərini təşkil edir.

Dayanıqlı turizm problemlərinin həlli yollarını araşdırarkən əsasən müxtəlif elmi-nəzəri, konseptual yanaşmalara, tədqiqat nəticələrinə istinad etmək, mövcud mütərəqqi təcrübələrə istinad etmək məqsədəuyğun hesab edilir.

Dayanıqlı turizm problemlərinin həllində müasir rəqəmsal texnologiyaların istifadəsi də səmərəli hesab edilir. Eyni zamanda nəzərə almaq lazımdır ki, müxtəlif texnoloji həllər dayanıqlı turizm problemlərinin aradan qaldlrılmasında fərqli nətəcələr yaradır.

Ümumiyyətlə müxtəlif texnologiyalar bütün sahələrdə, o cümlədən turizmdə də geniş tətbiq edilir. Eyni zamanda, tətbiq edilən texnologiyalar həm müsbət, həm də mənfi təsirlər yarada bilər.

Texnologiyanın davamlı turizmə təsirlərini aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar [4]:

- ✓ Enerjidən çox istifadə olunması zərərli qazları artırır;
- ✓ Cihazlar yeniləri ilə əvəz edildikdə zərərli tullantıya çevrilir;
- ✓ Üz-üzə ünsiyyətin sıradan çıxmasına gətirir;
- ✓ Təhlükəsizlik problemləri yaranır;
- ✓ Onlayn bronlaşdırma sistemləri səyahəti asanlaşdırsa da turist sayının

artması ilə bölgədə yerləşmə obyektlərində dolluluq problemləri yaradır;

Davamlı inkişafa zəmin yaradan amilləri üç əsas qrup üzrə fərqləndirmək olar. Mahiyyətcə fərqlənən həmin qrupları aşağıdakı cədvəldə üç sütunda veririk.

Cədvəl 1.Davamlı inkişafı zəruri edən 3 amil

Ətraf mühit sütunu	İqtisadi sütun	Sosial sütun
✓ Mədəniyyət nümunələrinin məhvi; ✓ Daha çox turist axınının olması və mədəni mühitə təsir; ✓ İnfrasturuktur inkişafı ilə bağlı yerli əhalinin yer dəyişimi etməsi; ✓ Orjinallığın itməsi.	✓ İnvestisiyaya çəkilən xərclər; ✓ Turizmlə bağlı mövsümü amillər; ✓ Turist gəlişində məhdudiyyətlər;	✓ Sosial təcrid və ayrı-seçkiliklə mübarizə; ✓ Həmrəyliyi təşviq etmək; ✓ Maraqlı tərəflərin rifahına töhfə vermək;

Mənbə: Müəllif tərəfindən ədəbiyyat məlumatlarına əsasən hazırlanıb.

Karbon qazının ətraf mühitə təsirləri:

- ✓ İqlimə təsir göstərməsi və ətraf mühitin məhv olması;
- ✓ Temperatur artımı, turizm infrasturukturlarının məhv olması kimi hallar(fırtınalar,quru ərazilər);
- ✓ Dəniz canlılarının məhv olmasına səbəb (Böyük sədd rifi və.s);
- ✓ Təbii ərazilərin məhv olması, biomüxtəlifliyin azaldılması;
- ✓ Quraqlıq səbəbilə səhralaşma prosesinin artması;
- ✓ Çirklənmiş hava şəraiti ilə əlaqədar olaraq turistlərin bölgələrə səyahət etməməsi;

Nəticə.

İqlim dəyişiklikləri və ekoloji problemlər ildən-ilə artır. Dünyada turizm sahəsində dayanıqlıq yaratmaq üçün tək iqtisadi inkişafa maraq göstərməklə nəticə əldə etmək mümkün deyil. Burada sosial rifahı və ekoloji amilləri də nəzərə almaq lazım gəlir. İqlim dəyişiklikləri, su problemləri, resursun tükənməsi kimi problemlər diqqət mərkəzində saxlanılmalı problemlərdir.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat

1. Budeanu. A, Miller .G, Moscardo .G, Ooi. C-S, "Sustainable Tourism, Progress, Challenges and Opportunities: Introduction to this Special Volume", Journal of Cleaner Production (2015), Səh.5-6.
2. https://earth.org/plastic-pollution-statistics
3. https://www.unwto.org/sustainable-development
4. https://sustrainy.erasmus.site/3-pillars-sustainable-economy/
5. https://study.com/academy/lesson/what-is-ipat-factors-of-the-human-impact-on-the-environment.html

GÜNAY ƏHMƏDZADƏ

Qızılağac milli parkının turizm və investisiya cəlbediciliyinin artırılması üçün proqramların hazırlanması

Bakı Slavyan Universiteti, magistr

E-mail: gunay.axmedzade.02@mail.ru

Xülasə: Azərbaycanın ən mühüm təbii sərvətlərindən biri olan Qızılağac Milli Parkı həm ekosistemi, həm də turizm potensialı ilə diqqəti cəlb edir. Park zəngin flora və faunası, unikal landşaftları və nadir növləri ilə həm yerli, həm də beynəlxalq səviyyədə maraq doğurur. Lakin bu potensialı tam reallaşdırmaq üçün turizm və investisiya sahəsində xüsusi proqramların hazırlanması vacibdir. Bu məqalədə Qızılağac Milli Parkının turizm və investisiya cəlbediciliyinin artırılması üçün təklif olunan proqramlar və strateji yanaşmalar müzakirə olunur. Parkın təbii sərvətlərindən səmərəli istifadə edilməsi, ekoturizmin inkişafı və xarici investisiyaların cəlb edilməsi istiqamətində mühüm tədbirlərin görülməsi həm regionların inkişafına, həm də ölkədə ekoturizm sektorunun gücləndirilməsinə töhfə verəcək.

Açar sözlər: Qızılağac milli parkı, ekoturizm, investisiya cəlbediciliyi, turizm potensialı, ekosistemin qorunması.

Резюме: Будучи одним из важнейших природных ресурсов Азербайджана, Кызылагачский национальный парк привлекает внимание как с точки зрения своей экосистемы, так и туристического потенциала. Парк представляет интерес как на местном, так и на международном уровне благодаря своей богатой флоре и фауне, уникальным ландшафтам и наличию редких видов. Однако для полной реализации этого потенциала важно разрабатывать специальные программы в сфере туризма и инвестиций.В данной статье рассмотрены программы и стратегические подходы, предлагаемые для повышения туристической и инвестиционной привлекательности национального парка Кызылагач. Принятие существенных мер по эффективному использованию природных ресурсов парка, развитию экотуризма и привлечению иностранных инвестиций будет способствовать как региональному развитию, так и укреплению сектора экотуризма в стране.

Ключевые слова: национальный парк Кызылагач, экотуризм, инвестиционная привлекательность, туристический потенциал, защита экосистемы.

Abstract: As one of the most important natural resources of Azerbaijan, Kizilagac National Park attracts attention both in terms of its ecosystem and tourism potential. The park is of interest both locally and internationally due to its rich flora and fauna, unique landscapes and rare species. However, to fully realize this potential, it is important to develop special programs in the field of tourism and investment. This article discusses the programs and strategic approaches proposed to increase the tourist and investment attractiveness of Kizilagac National Park. Taking significant measures to effectively use the natural resources of the park, develop ecotourism and attract foreign investment will contribute to both regional development and strengthening the ecotourism sector in the country.

Keywords: Kizilagac national park, ecotourism, investment attractiveness, tourism potential, ecosystem protection.

Разработка программ по повышению туристической и инвестиционной привлекательности национального парка кызылагач

Введение. Являясь одной из важных территорий, направленных на охрану природы Азербайджана, Кызылагачский национальный парк обеспечивает разнообразие экосистемы и природных ресурсов страны. Также туристический и инвестиционный потенциал парка стал еще более актуальным, особенно в последние годы, в связи с растущим интересом к экотуризму и перспективами выхода на международный туристический рынок. Принимаемые Азербайджаном меры по развитию экотуризма и текущее развитие в этой сфере создают дополнительные возможности для повышения туристической и инвестиционной привлекательности Кызылагачского национального парка. Целью данной программы является повышение туристической и инвестиционной привлекательности национального парка Кызылагач, защита экосистем парка, укрепление социально-экономического благосостояния местных общин и повышение международной конкурентоспособности Азербайджана в сфере экотуризма. Кроме того, планируется применить современные подходы в области экотуризма, инфраструктуры и привлечения инвестиций для максимального раскрытия потенциала парка.

Главная часть. Национальный парк Кызылагач расположен на юго-востоке Азербайджана и представляет собой территорию, имеющую большое значение с точки зрения экосистемы, известную своими богатыми природными ресурсами. Этот национальный парк может внести вклад не только в местную природу, но и в социально-экономическое развитие региона. Однако для того, чтобы в полной мере реализовать этот потенциал, необходимо разработать и реализовать специальные программы в сфере туризма и инвестиций. Ниже подробно анализируются важные шаги и программы по повышению туристической и инвестиционной привлекательности национального парка Кызылагач.

1. Программа развития экотуризма.

Экотуризм — это вид туризма, направленный на защиту окружающей среды и повышение социально-экономического благосостояния местных сообществ без нанесения вреда природе [1, s 67]. Такой подход способствует устойчивому использованию природных ресурсов и защите природных экосистем, одновременно обеспечивая развитие туризма на охраняемых территориях, таких как природные парки и национальные парки. В Азербайджане имеется большой потенциал для развития этого вида туризма, особенно в районах с богатой природой, таких как национальный парк Кызылагач.

Таблица 1.

Программа развития экотуризма

Создание экотуристических маршрутов и природных парков	**- Разработка новых туристических маршрутов: для посетителей будут созданы экотуристические тропы и маршруты. Эти маршруты будут разработаны таким образом, чтобы продемонстрировать самые красивые ландшафты парка и редкие виды растений и животных.** **- Услуги гида: опытные гиды предоставят туристам подробную информацию о парке и расскажут им о защите экосистемы.** **- Создание природных парков: в различных точках парка будут созданы специальные природные парки для занятий экотуризмом, где туристы смогут приблизиться к природе и ощутить ее связь с жизнью дикой природы.**
Программы обучения и повышения осведомленности в области экотуризма	- Экологическое обучение и семинары: Для туристов и местного населения будут проводиться обучение и семинары по экотуризму и охране природы. Эти меры позволят обеспечить более ответственное отношение к природе как со стороны местного населения, так и туристов. -Экологические образовательные центры: создание в парке экологических образовательных центров позволит объяснить туристам важность защиты экосистемы и биоразнообразия парка.
Улучшение инфраструктуры	-Транспортная инфраструктура: будут созданы новые дороги, автобусные остановки и подъезды к различным точкам парка, чтобы обеспечить более удобный и комфортный проезд в парк. - Объекты размещения и туризма: будут построены экологические дома, базы отдыха, палаточные лагеря и другие туристические объекты, подходящие для экотуризма.

Национальный парк Кызылагач с его уникальной экосистемой и богатой флорой и фауной представляет большой интерес для туризма как на местном, так и на международном уровне. Программа, которую мы предлагаем для будущего развития должна быть разработана с целью повышения экотуристического потенциала парка, она будет сосредоточена не только на защите природных ресурсов парка, но и на повышении благосостояния местных сообществ за счет эффективного использования этих ресурсов. Развитие экотуризма приведет как к укреплению туристического сектора, так и к продвижению более ответственного подхода к природе.

Меры, предусмотренные в данной программе, будут направлены на сближение туристов с природой и защиту окружающей среды, обеспечивая при этом развитие экотуризма, не нанося вреда природе парка. Развитие экотуризма также обеспечит международную узнаваемость как страны, так и национального парка, привлечет инвесторов и повысит конкурентоспособность экотуристического сектора страны на мировом рынке. Эта программа будет охватывать следующие ключевые этапы: [2, s 55].

2. Программа привлечения инвестиций и экономического развития.

Программа привлечения инвестиций и экономического развития охватывает такие важные направления, как улучшение инфраструктуры национального парка Кызылагач, увеличение инвестиций в экотуризм и другие сектора, расширение возможностей трудоустройства местного населения, а также социально-экономическое развитие региона [3, s 42]. В этой программе, наряду с

мерами, направленными на защиту природных ресурсов парка, также особое внимание уделяется устойчивости и экологической устойчивости экономической деятельности.

Представляя потенциал парка как местным, так и иностранным инвесторам, планируется создать новые рабочие места в этой области, построить современные туристические объекты, а также активизировать экономическую деятельность в сельском хозяйстве и других секторах. Эти подходы превратят национальный парк Кызылагач в экологически устойчивый и экономически мощный центр. Целью программы является создание образцовой модели в области экотуризма в Азербайджане и дальнейшее оживление экономики региона. Для этого предусмотрены следующие программы:

Таблица 2.
Программа привлечения инвестиций и экономического развития

Привлечение иностранных и местных инвесторов	- Программы стимулирования инвестиций: иностранным и местным инвесторам будут предложены специальные налоговые льготы и другие меры стимулирования для развития парка. -Выставки и презентации: будет организовано участие в международных **выставках и специальных презентациях для продвижения туристического и инвестиционного потенциала национального парка Кызылагач.**
Поддержка экономического развития местных сообществ	- Сотрудничество и распределение доходов: это будет стимулировать участие местных сообществ в развитии парка, а часть доходов, полученных от парка, будет направлена местному населению. - Создание местных рабочих мест: новые рабочие места будут созданы в сфере туризма, а также будут реализованы программы по набору персонала в сфере управления парками, услуг гидов, ремонта и обслуживания.
Улучшение социальной инфраструктур	- Образование и здравоохранение: будут разработаны проекты по улучшению образования и здравоохранения для местных сообществ. - Работы по охране окружающей среды и восстановлению: Особое внимание будет уделено работам по охране окружающей среды и восстановлению с целью реализации инвестиционных проектов без нанесения ущерба экосистеме.

3. Программа маркетинга и бренда.

Необходимо разработать эффективную стратегию маркетинга и брендинга для повышения туристического потенциала национального парка Кызылагач. Программа маркетинга и брендинга направлена на обеспечение большей узнаваемости парка и его посещаемости иностранными и отечественными туристами. Благодаря этой программе будут эффективно представлены туристические возможности парка, природные ресурсы и экотуристическая деятельность [4, s 72]. Кроме того, будут предприняты важные шаги по повышению мировой репутации национального парка Кызылагач, увеличению доходов в сфере туризма и развитию экотуризма.

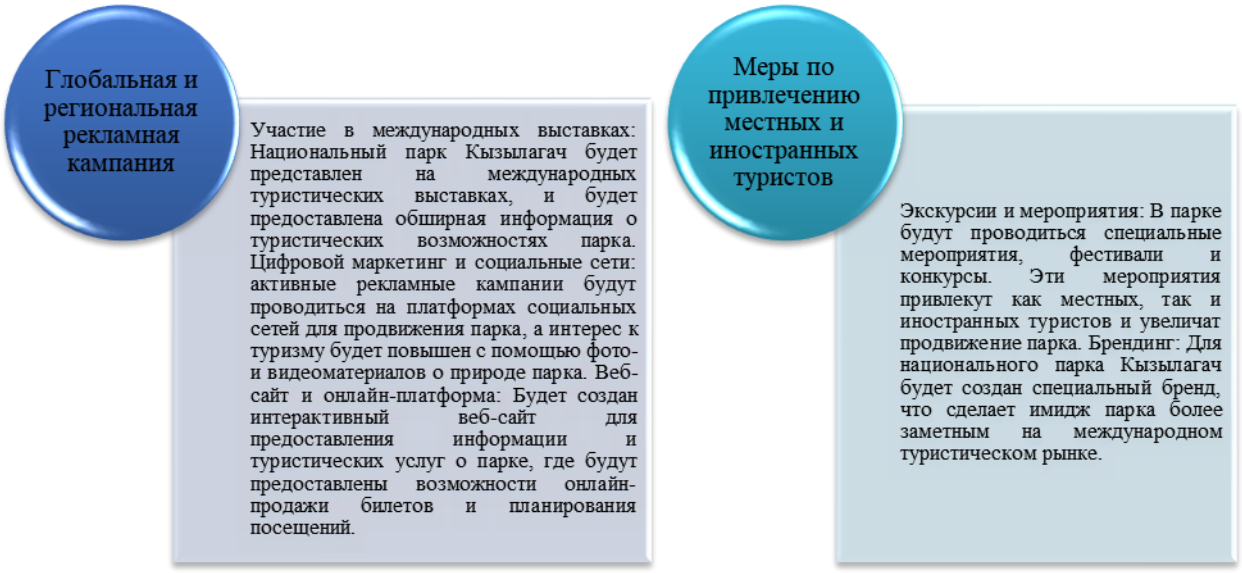


Рисунок 1. Программа маркетинга и брендинга

Маркетинг и бренд парка также будут осуществляться при участии местных сообществ, что обеспечит более широкое распространение экономических выгод. Формирование бренда и продвижение парка повысит его конкурентоспособность на мировом рынке экотуризма и окажет положительное влияние на развитие местной туристической отрасли. Реализация данной программы превратит Кызылагачский национальный парк в важный центр в сфере экотуризма в Азербайджане

4. Программа мониторинга и управления.

Программа мониторинга и управления направлена на мониторинг природы и экосистем парка, защиту и использование природных ресурсов, регулирование туристической деятельности и эффективную реализацию инфраструктурных проектов. В то же время данная программа будет ориентирована на сотрудничество с местными сообществами, регулярную оценку управления парком и оптимизацию результатов [5, s 92].

Для дальнейшего укрепления структур управления парком и охраны природы будут использоваться цифровые технологии, системы экологического мониторинга и современные инструменты управления. Кроме того, будут проводиться постоянный анализ и меры по предотвращению нанесения вреда экосистеме, а также регулярные проверки туристической деятельности и инфраструктурных проектов. Целью данной программы является защита природного богатства национального парка Кызылагач, обеспечение его устойчивого развития и достижение долгосрочного успеха.

Для успешной реализации данной программы необходимо осуществлять регулярные меры мониторинга и управления: [6, s 83].

- Мониторинг и оценка: в ходе реализации программ и проектов будет регулярно контролироваться и оцениваться прогресс.
- Мониторинг окружающей среды: будет создана система мониторинга окружающей среды для обеспечения защиты природы и экосистемы парка, а также будет осуществляться постоянный мониторинг использования и охраны природных ресурсов.

Программы, которые будут разработаны для повышения туристической и инвестиционной привлекательности национального парка Кызылагач, не только обеспечат защиту экосистемы парка, но и внесут значительный вклад в экономическое развитие региона. Реализация этих программ окажет большое влияние на развитие сектора экотуризма в Азербайджане и превратит Кызылагачский национальный парк в признанный как на местном, так и на международном уровне природный и туристический центр.

Результат

Создание в парке новых туристических маршрутов, природных парков и услуг экотуризма увеличит число туристов и усилит образовательные и просветительские мероприятия в отношении экосистемы парка. Это повысит узнаваемость национального парка Кызылагач как на местном, так и на международном уровне и ускорит развитие экотуризма.

В результате программ стимулирования инвестиций и сотрудничества с местными сообществами вокруг национального парка Кызылагач будут созданы новые рабочие места, в регионе возрастет экономическая активность и будут развиваться новые секторы экономики. Привлечение иностранных и местных инвесторов приведет к развитию туристической инфраструктуры и местной промышленности. Это также повысит социальное и экономическое благосостояние сообществ, окружающих парк.

Использованная литература

1. Əliyev, A. Ekoturizm və onun Azərbaycanın iqtisadiyyatındakı rolu. Bakı: Azərbaycan Universiteti Nəşriyyatı, 2020
2. Kərimov, F. Azərbaycanın Milli Parklarının İdarə Olunması və Turizm Potensialı. Bakı: Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi, 2018
3. Məhərrəmov, V. Qızılağac Milli Parkının Ekosistemləri və Turizm Potensialı. Bakı: Təbiət və Ekologiya İnstitutu, 2019
4. Mihailov, S. Yılmaz, A. The Role of Ecotourism in Sustainable Development. Journal of Environmental Protection, 2016, 7(3), 145-153.
5. Səmədov, S. Təbiət Qoruma və Ekoturizm: Azərbaycan nümunəsi. Bakı: Elmi Nəşriyyat, 2017
6. Şükürova, L. Azərbaycanın ekoturizm sənayesi: İmkanlar və çətinliklər. Bakı, 2021 İqtisadiyyat və İdarəetmə Akademiyası.

HƏZRƏT ƏBİLOV

Lənkəran regionunun turizm potensialı

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: hzrt44@gmail.com

Xülasə: Ölkəmizin təbii və tarixi zənginliyi ilə göz oxşayan bölgələrindən biri də Lənkəran rayonudur. Özünəməxsus iqlimi ilə fərqlənən Lənkəran rayonu böyük turizm potensialına malikdir.

Lənkəran turizmi bir neçə istiqamətdə inkişaf etməkdədir və daha da inkişaf etmək potensialına malikdir. Bu sahələrə təbiət turizmi, tarixi və mədəni turizm, dəniz və çimərlik turizmi, qastronomik turizm və aqroturizm kimi sahələr daxildir. Təbiət turizmi destinasiyalarına Hirkan milli parkı, Qızılağac qoruşğu, Xanbulan gölü, isti su qaynaqları, mədəni turizm mərkəzinə Lənkəran qalası, Xan evi, Həzi Aslanovun ev muzeyi, çimərlik turizminə Liman və Xəzərsahili çimərliklər, qastronomik turizmə bölgənin yeməkləri və çayı və arqoturizm istiqamətli turizm mərkəzlərinə də çay plantasiyaları və sitrus bağları kimi yerləri misal göstərmək olar. Bölgə turizmin inkişafında həm də iqtisadi əhəmiyyət kəsb edən otel və restoranların rolu böyükdür.Lənkəranın turizm potensialı geniş olsa da, infrastruktur problemləri, zəif marketinq, ətraf mühitin qorunmaması və yerli icmaların turizmə uyğunlaşmaması kimi çətinliklər mövcuddur. Bu problemlərin həlli, bölgənin turizm sektorunun inkişafını təmin edəcək və iqtisadi artıma böyük təsir göstərəcəkdir.

Açar sözlər: ”Cənub mirvarisi”, Hirkan Milli Parkı, sağlamlıq turizmi, talışlar, çay plantasiyaları.

Резюме: Ленкоранский район – один из самых живописных регионов нашей страны, известный своим природными и историческими достопримечательностями. Отличаясь уникальным влажным субтропическим климатом, Ленкорань обладает большим туристическим потенциалом. Туризм в Ленкорани развивается в нескольких направлениях и имеет потенциал для дальнейшего роста. Эти направления включают природный туризм, историко-культурный туризм, морской и пляжный туризм, гастрономический туризм и агротуризм. К известным природным туристическим объектам относятся Гирканский национальный парк, заповедник Гызылагач, озеро Ханбулан и горячие источники. В числе культурных достопримечательностей – Лянкяранская крепость, Дом хана и Дом-музей Ази Асланова. Для пляжного отдыха выделяются пляжи Лиман и прикаспийские пляжи. Гастрономический туризм привлекает блюдами региона и чай. В агротуризме ключевыми достопримечательностями являются чайные плантации и цитрусовые сады. Кроме того, значительную роль в экономическом развитии региона играют отели и рестораны.Потенциал туризма в Ленкорани велик, однако существуют серьезные проблемы, такие как слабая инфраструктура, недостаточный маркетинг, отсутствие охраны окружающей среды и недостаточная адаптация местного населения к туризму. Решение этих проблем позволит эффективно развивать туристический сектор региона и значительно повлияет на экономический рост.

Ключевые слова: «Жемчужина Юга», Гирканский национальный парк, медицинский туризм, Талыши, чайные плантации.

Abstract: Lankaran district is one of the most visually stunning regions of our country, known for its natural and historical richness. Distinguished by its unique humid, subtropical climate, Lankaran possesses great tourism potential. Lankaran tourism is developing in multiple directions and has the potential for further growth. These areas include nature tourism, historical and cultural tourism, marine and beach tourism, gastronomic tourism, and agritourism. Notable destinations for nature tourism include Hirkan

National Park, Gizilagaj Reserve, Khanbulan Lake, and hot springs. Cultural tourism highlights include Lankaran Fortress, the Khan's House, and the House Museum of Hazi Aslanov. For beach tourism, the Liman and Caspian coastal beaches stand out. Gastronomic tourism is enriched by the region's specialties and tea. In agritourism, tea plantations and citrus orchards serve as key attractions. Additionally, hotels and restaurants play a crucial role in the region's tourism growth, contributing significantly to its economic importance.Lankaran has great tourism potential, but there are serious issues such as weak infrastructure, insufficient marketing, lack of environmental protection, and the local population's inadequate adaptation to tourism. Addressing these problems will help effectively develop the region's tourism sector and have a significant impact on economic growth.

Keywords: "Pearl of the South", Hirkan National Park, health tourism, Talysh people, tea plantations.

Ölkəmizin hər bir guşəsi özünəməxsus təbii və tarixi zənginliyi ilə seçilir. Müxtəlif regionlar özlərinin xüsusi turizm potensialı ilə diqqət cəlb edir. Bunlardan birisidə "Cənubun Mirvarisi" Lənkəran rayonudur. Lənkəran rayonu İnzibati ərazi vahidi kimi 8 avqust 1930-cu ildə yaradılmışdır.[1,s.8] Rayonun ərazisi 153.940 hektardır. Onun 66700 hektarını quru sahə təşkil edir. Rayonda 2 şəhər, 8 qəsəbə və 83 kənd vardır. Bakıdan rayon mərkəzinədək olan məsafə 268 km-dir[1]. Lənkəran rayonu özünəməxsus iqlimi və təbii şəraiti ilə fərqlənir. Rayon iqlimi əsasən rütubətli və subtropikdir. Buralarda hava qışda mülayim,yayda isti və nisbətən quraq, payız və yaz fəslində isə əsasən yağıntılı olur. Havanın belə rütubətli olmasının səbəbi isə regionin cənub-qərb ərazilərinin dağlarla əhatə olunması və dağların vilayəti şərqdən əhatə edən Xəzər dənizinə doğru yönlənməsi səbəb olmaqdadır.[1,s.11] Yağıntı və rütubət, eyni zamanda mülayim iqlimin nəticəsi isə, bu gün cənub zonası və Lənkəran dedikdə yamyaşıl və tərtəmiz meşələrin, Talış dağlarının ecazkar görüntüsünün, geniş çay plantasiyalarının və digər təbiət gözəlliklərinin gözümüzün önündə canlanmasıdır. Lənkəran rayonu həmçinin qədim tarixə malik olması ilə fərqlənir. Lənkəran ərazisi qədim zamanlardan mühüm yaşayış məskəni olmuşdur. Bununla yanaşı Lənkəran əhalisi də özünün dindarlığı, qonaqpərvərliyi, qədim adət ənənələrini bu gün də mühafizə etmələri kimi xüsusiyyətlərlə fərqlənir. Bütün bu üstünlüklər – turizmə uyğun təbiət, turizm sənayesinin inkişafı üçün əlverişli imkanların və potensialın mövcudluğu, qədim tarix və turizmin müxtəlif istiqamətlərində aparılması imkanı, unikal mətbəx kimi özəlliklər ümumilikdə regionun və xüsusi olaraq Lənkəran rayonunun geniş turizm imkanını üzə çıxarır və bu bölgəni həm turistlər həm də yerli əhalimiz üçün gəzilib, görülməli yerlərdən biri edir.

Lənkəran turizminin əsas istiqamətləri: Lənkəran turizmin bir neçə növü üçün əlverişli məkandır. Buraya təbiət turizmi, tarixi və mədəni turizm, dəniz və çimərlik turizmi, qastronomik turizm və aqroturizm kimi istiqamətlər daxildir.

Təbiət turizmi rayonun ən mühim turizm istiqamətidir. Burada həm dağlıq məkanlarda, həm Xəzərsahili ərazilərdə həm də rayon ərazisindəki çay kənarlarında mühüm ekoturizm zonaları mövcuddur. Rayonun ən dəyərli və ən mühüm turizm zonası Hirkan milli parkıdır. Hirkan Milli Parkı Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı ilə 2004-cü ilin 9 fevral tarixində yaradılmışdır. Parkın yaradılması

səbəbləri həm təbiətin kompleks şəkildə qorunması, həm elmi tədqiqat işlərinin təşkili, həm də turizm və istirahət imkanlarının yaradılmasıdır. Park UNESCO-nun dünya irs siyahısına daxildir. Burada çox zəngin flora və fauna mövcud olmaqla tarixi 3 milyon ilə qədər hesablanan Hirkan meşələri qorunmaqdadır. Turistlər üçün bura trekking, quş müşahidəsi və fotoqrafiya üçün əvəzolunmaz məkandır. Qızılağac Dövlət Təbiət Qoruğu da ekoturizm üçün önəmli mərkəzlərdən biridir. Qoruq iqlimini əsasən su bataqlıq ekosistemi təşkil edir. Burada bir çox quş növləri daimi və müvəqqəti olaraq yaşamaqdadır. Burada turistlər quş müşahidəsi kimi fəaliyyətlər ilə məşğul olma imkanı əldə edirlər.

Lənkəran ekoturizm mərkəzlərinə həmçinin rayon ərazisindəki Xanbulan gölü, Lənkərançay vadisi, Boladi meşələri daxildir. Bu ərazilər balıqçılıq, piknik, qayıq gəzintisi üçün əlverişli məkanlardır. Termal suların mövcud olduğu Haftoni və Qalaqazan İstisu bulaqları isə turistlərə təbiət qoynunda sağlamlıq turizmi üçün geniş xidmət göstərən məkanlardır. Buradaki mineralla zəngin olan su revmatizma və oynaq xəstəlikləri kimi bir sıra xəstəliklərin müalicəsində istifadə olunur. Bu səbəbdən isti su bulaqları həm yerləşdiyi ərazinin təbii gözəlliyi, həm də sağlamlıq turizmi baxımından önəmi səbəbi ilə turistlərin marağını cəzb edən məkanlardan birinə çevrilir.

Lənkəran təbiət turizmi ilə yanaşı şəhərin və rayonun zəngin və qədim tarixi irsi ilə tarixi-mədəni turizm istiqamətində respublikanın önəmli bölgələrindən biridir. Bölgədə həm zəngin mədəni irsi özündə əks etdirən, həm də qədim memarlıq abidələri mövcuddur. Şəhərin tarixi simvollarından biri olan Lənkəran qalası Səfəvilər dövründə tikilən memarlıq abidəsidir. Müdafiə məqsədi ilə tikilmiş bu tikilinin "Dairəvi qala" və "Mayak" hissəsi bu gün də qorunub saxlanılmaqdadır. "Dairəvi qala" eyni zamanda muzey kimi də fəaliyyət göstərir. XVIII əsrdə Lənkəran xanlarının iqamətgahı olmuş Xan Evi (Xan Sarayı) gözəl memarlıq üslubu ilə seçilir və tarixi eksponatlarla tanışlıq üçün əlverişli məkandır. Eyni zamanda bu sarayın sərgi zalı kimi istifadəsi nəticəsində xanlığın və bölgənin tarixi və mədəni irsinin təqdimatı sahəsində böyük önəm kəsb etdiyini də bildirməliyik. Bölgədəki mühim abidələrə XIX əsrdə tikilmiş Böyük Bazar Məscidi, XIII-XIV əsrlərə aid bölgədə ən çox ziyarət çəkən dini abidələrdən biri olan Şeyx Zahid Gilani Türbəsi aiddir.Bundan başqa tarixi-mədəni abidələrə Azərbaycanda ilk tikilən dəmir yollarından biri olan XIX əsrin sonlarında tikilmiş Lənkəran dəmir yolu vağzalı və İkinci dünya müharibəsi qəhrəmanı Həzi Aslanovun xatirəsinə həsr olunmuş Həzi Aslanovun ev muzeyi aiddir. Lənkəran həm də talış xalqının və mədəniyyətinin mərkəzlərindən biridir. Bu irsin təbliği və qorunmasında Lənkəran mədəniyyət evlərinin özünəməxsus yeri vardır. Burada talış xalqının mədəniyyəti ilə yaxından tanış olmaq olar.

Lənkəran Xəzər sahilində yerləşdiyi üçün dəniz və çimərlik turizmi üçün də əlverişli mövqedədir. Xüsusilə qara qumlu çimərliklər bölgənin fərqləndirici yönlərindən biridir və müalicəvi xüsusiyyətləri olduğuna inanılır. Əsas çimərliklər turistlərin və yerli əhalinin əsasən üz tutduğu Xəzər sahili çimərliklər və daha sakit istirahət üçün ideal olan Liman və Şıxəkəran çimərlikləridir.

Lənkəran qastronomik turizm üçün də ideal məkanlardan biridir. Lənkəranın zəngin və fərqli mətbəxi turistləri cəlb edən əsas amillərdən biridir. Lənkəran mətbəxi Talış və Azərbaycan mətbəxinin ləziz

və özünəməxsus yeməklərindən ibarətdir. Lənkəran mətbəxinin özünəməxsus təamlarına ləvəngi, düyü yeməkləri, balıq yeməkləri, balıq ləvəngisi, səbzi qovurma, kükü, kulça, Lənkəran çayı və turşuları aiddir.

Lənkəranın turizm istiqamətlərindən biri də aqroturizm sahəsidir. Münbit torpağı və zəngin iqlimi bu torpaqlarda çox zəngin təbii nemətlərin yerləşməsinə səbəb olmuşdur. Bu sayədə Lənkəran çay plantasiyaları, sitrus bağları, düyü tarlaları həmçinin arıçılıq aqroturizmin inkişafı üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir. Lənkəran arqoturizm destinasiyalarına gələn turistlər burada kənd təsərrüfatı mallarının istehsalı prosesi ilə tanış ola,çay plantasiyalarında çay yığımı, çay evlərində dəmləmə ənənələri, sitrus bağlarında meyvə yığımı və dadım turları, kimi fəaliyyətlərlə tanış ola bilərlər.

Lənkəran şəhərində, eyni zamanda təbii turizm destinasiyalarının yaxınlığında çox sayda otel və restoranlar yerləşməkdədir. Bu rayona gələn turistlərin həm də istirahətinin rahatlaşdırılması və gəlir əldə edilməsi yönündən çox vacibdir. Restoranlarda turistlər həm konsept olaraq yerli mədəniyyətin nümayiş etdirildiyi məkanlar kimi də önəm sahibidir. Eyni zamanda turistlər burada qonaqpərvərlik və yuxarıda sadaladığımız yerli yeməkləri dadma imkanı kimi xidmətləri əldə edirlər. Otellər də gələn turistlərə rahat qalma şəraiti və təhlükəsizlik kimi xidmətlər verməkdədir. Lənkəranda yerləşən otel və restoranlar bölgənin turizm sektorundaki rəqabət qabiliyyətinin artırılmasında mühüm rol oynayır. Otel və restoranların keyfiyyət və xidmət səviyyələrinin artırılması Lənkəranın turizm potensialının tam həyata keçirilməsində strateji əhəmiyyət daşıyır.

Turizm imkanlarının və potensialının genişliyinə baxmayaraq bu sahədə bir sıra ciddi problemler də mövcuddur. Bu problemlərin birincisi infrastrukturun zəifliyidir. Lənkəran ərazisində turistlərin bölgəyə gəlməsini çətinləşdirən və bölgənin potensialını tam şəkildə istifadə etməyə imkan verməyən nəqliyyat və yol problemi mövcuddur. Eyni zamanda, turizm sahəsində fəaliyyət göstərən müəssisələrin xidmət keyfiyyəti bəzən aşağıdır ki, bu da turistlərin təcrübəsinə mənfi təsir edə bilər.Digər bir problem isə marketinq və reklamın çatışmazlığıdır. Lənkəranın turizm potensialı barədə lazımi reklam və tanıtımın olmaması, turistlərin bu regionu kifayət qədər tanımamasına səbəb olur. Bu da bölgəyə gələn turist sayını azaldır və regionun turizm bazarında daha az diqqət çəkməsinə yol açır. Müxtəlif turizm növləri üzrə proqramların genişləndirilməsi və artırılması bu problemin həllinə kömək edə bilər. Bundan başqa, ətraf mühitin qorunmaması məsələsi də ciddi narahatlıq doğurur. Turizm sahəsinin inkişafı ilə bərabər ətraf mühitin qorunması ilə bağlı tədbirlər alınmadığı halda, bölgənin təbii resursları məhv ola bilər. Son olaraq, turizm sahəsinin inkişafını dəstəkləyən qanunvericilik və siyasətlərin olmaması, regionun turizm potensialının tam istifadə edilməməsinə səbəb olur. Turizmə dair müvafiq hüquqi və maliyyə dəstəyinin artırılması, həmçinin yerli turizm bizneslərinə dəstək verilməsi bu problemlərin həllində mühüm rol oynaya bilər. Bu problemlərin həlli, Lənkəranın turizm potensialını daha effektiv şəkildə istifadə etməyə və bölgənin iqtisadi inkişafına böyük töhfə verməyə imkan yaradacaqdır.

ƏDƏBİYYAT.

1. Mistanlı.A. Cənub bölgəsinin abidələr ensiklopediyası. II nəşr. Bakı-2020

2. ARB Şəki. “Qoruqlarda nə qorunur?” (az.). Youtube.com. 09.12.2016. 2022-03-21 tarixində arxivləşdirilib

3. Əzimov.İ. (2019). Lənkəranın turizm potensialı genişlənir. Azərbaycan Qəzeti. (https://www.azerbaijan-news.az/az/posts/detail/lenkeranin-turizm-potensiali-genishlenir-79896)

4. Lənkəran Şəhər İcra Hakimiyyəti :Əhali Arxivləşdirilib 2012-05-16 at the Wayback Machine

5. Lənkəran Şəhər İcra Hakimiyyəti:İqlim Arxivləşdirilib 2012-05-16 at the Wayback Machine

6. Azərbaycan Respublikası Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi. Hirkan Milli Parkı. (https://eco.gov.az/index.php?ln=az&pg=83)

7. Lənkəran Şəhər İcra Hakimiyyəti : Mədəniyyət (http://lenkeran-ih.gov.az/az/page/16.html)

İLAHƏ ƏFƏNDİYEVA

Yerli və xarici turistlər üçün turizm təqvimlərinin iqtisadiyyatdakı rolu

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, Magistrant

E-mail: afandiyeva.ilaha.2301@atmu.edu.az

Xülasə: Turizm müasir dövrün iqtisadi, sosial və mədəni sahələrinə təsir göstərən çoxşaxəli bir fəaliyyət sahəsidir. Onun səmərəli təşkili və idarə olunması üçün müxtəlif planlaşdırma alətlərindən istifadə olunur ki, bu alətlər arasında turizm təqvimləri xüsusi yer tutur. Turizm təqvimləri – ölkə daxilində və beynəlxalq səviyyədə keçirilən mədəni, idman və mövsümi tədbirləri sistemli şəkildə əks etdirən illik planlardır. Bu təqvimlər yerli və xarici turistlər üçün informasiya vasitəsi olmaqla yanaşı, turizm sektorunun iqtisadi potensialını artırmaq baxımından strateji əhəmiyyət daşıyır. Onların əsas funksiyası turizm axınlarını tənzimləmək, mövsümi disbalansı azaltmaq və regionlarda turizm fəaliyyətlərini təşviq etməklə milli iqtisadiyyata töhfə verməkdir. Nəticədə, turizm sahəsində gəlirlər artır, yeni iş yerləri yaranır və regionların iqtisadi fəallığı stimullaşdırılır. Eyni zamanda, turizm təqvimləri ölkənin mədəni irsinin tanıdılmasına və dayanıqlı turizm inkişafına töhfə verir. Bu təqvimlər vasitəsilə həm yerli, həm də xarici turistlər üçün maraqlı tədbirlər əvvəlcədən təqdim olunur və bu da turizm sektoru iştirakçılarının – hotellər, restoranlar, nəqliyyat və əyləncə müəssisələrinin – fəaliyyətlərini effektiv şəkildə təşkil etməsinə imkan verir. Tədbirlərin əvvəlcədən elan olunması investisiya mühitinə də müsbət təsir göstərir. İnfrastruktur layihələrinin, xidmət şəbəkələrinin və logistik imkanların inkişafı üçün təqvimlər strateji göstərici rolunu oynayır. Tədbir turizminin artması nəticəsində turizm sektoru ilə əlaqəli digər sahələrdə – o cümlədən mədəniyyət, nəşriyyat, sənətkarlıq və kənd təsərrüfatında – da iqtisadi fəallıq müşahidə olunur. Bu məqalədə biz turizm təqvimlərinin hazırlanmasının önəmi və onların iqtisadiyyata təsirlərini qeyd edəcəyik.

Açar sözlər: təqvimlər, iqtisadiyyat, planlaşdırma, gəlir, məşğulluq

Abstract: Tourism is a multifaceted field of activity that affects the economic, social and cultural spheres of the modern era. Various planning tools are used for its effective organization and management, among which tourism calendars occupy a special place. Tourism calendars are annual plans that systematically reflect cultural, sports and seasonal events held within the country and at the international level. In addition to being an information tool for local and foreign tourists, these calendars are of strategic

importance in terms of increasing the economic potential of the tourism sector. Their main function is to regulate tourism flows, reduce seasonal imbalances and contribute to the national economy by promoting tourism activities in the regions. As a result, incomes in the tourism sector increase, new jobs are created and the economic activity of the regions is stimulated. At the same time, tourism calendars contribute to the promotion of the country's cultural heritage and sustainable tourism development. Through these calendars, interesting events are presented in advance for both local and foreign tourists, which allows tourism sector participants - hotels, restaurants, transport and entertainment enterprises - to effectively organize their activities. The advance announcement of events also has a positive effect on the investment climate. Calendars play a strategic role in the development of infrastructure projects, service networks and logistics capabilities. As a result of the growth of event tourism, economic activity is also observed in other areas related to the tourism sector - including culture, publishing, crafts and agriculture. In this article, we will highlight the importance of developing tourism calendars and their impact on the economy.

Keywords: calendars, economy, planning, income, employment

Резюме: Туризм — многогранная сфера деятельности, влияющая на экономическую, социальную и культурную сферы современной эпохи. Для его эффективной организации и управления используются различные инструменты планирования, среди которых особое место занимают туристические календари. Туристические календари — это ежегодные планы, систематически отражающие культурные, спортивные и сезонные мероприятия, проводимые внутри страны и за рубежом. Эти календари, помимо того, что являются информационным инструментом для местных и иностранных туристов, имеют стратегическое значение с точки зрения повышения экономического потенциала туристического сектора. Их основная функция — вносить вклад в национальную экономику путем регулирования туристических потоков, сокращения сезонных дисбалансов и содействия развитию туристической деятельности в регионах. В результате увеличиваются доходы от туризма, создаются новые рабочие места и стимулируется экономическая активность регионов. В то же время туристические календари способствуют популяризации культурного наследия страны и развитию устойчивого туризма. Эти календари заранее информируют об интересных мероприятиях как для местных, так и для иностранных туристов, позволяя участникам туристического сектора – отелям, ресторанам, транспортным и развлекательным учреждениям – эффективно организовывать свою деятельность. Заблаговременное анонсирование мероприятий также оказывает положительное влияние на инвестиционный климат. Календари служат стратегическими индикаторами для развития инфраструктурных проектов, сетей обслуживания и логистических возможностей. В результате роста событийного туризма экономическая активность наблюдается и в других областях, связанных с туристическим сектором, включая культуру, издательское дело, ремесла и сельское хозяйство. В этой статье мы подчеркнем важность составления туристических календарей и их влияние на экономику.

Ключевые слова: календари, экономика, планирование, доход, занятость

Turizm sektoru iqtisadiyyatın mühüm sahələrindən biridir. Səmərəli planlaşdırma və informasiya təminatı olmadan bu sahədə potensial tam istifadə olunmaya bilər. Turizm təqvimləri həm yerli, həm də xarici turistlər üçün informasiya mənbəyi olmaqla yanaşı, turizm axınlarının düzgün yönləndirilməsində mühüm rol oynayır. Bu təqvimlər, iqtisadiyyata dolayısı və birbaşa təsir edən faktor kimi çıxış edir. Turizm təqvimləri müəyyən dövr ərzində (aylıq, mövsümi və ya illik) keçiriləcək mədəni, idman, tarixi və digər tədbirlərin, festival və sərgilərin siyahısını təqdim edir. Onların əsas funksiyaları bunlardır:

- Turistlərin səfər planlaşdırmasına yardım etmək,
- Turizm axınlarını tənzimləmək,
- Mövsümdənkənar dövrlərdə turist cəlb etməklə mövsümi dalğalanmaları yumşaltmaq,
- Regionlara spesifik tədbirlərlə lokal iqtisadi aktivliyi stimullaşdırmaq.

Turizm təqvimləri sahibkarların tədbirlərə uyğun olaraq məhsul və xidmətlərini hazırlamasına imkan yaradır. Hotellər, restoranlar, turizm agentlikləri və nəqliyyat şirkətləri bu məlumatlara əsaslanaraq resurs bölgüsünü planlaşdırır. Yay və qış mövsümlərində olan sıxlıqların azaldılması və ara mövsümlərdə turizm axınlarının təşviqi ilə regionlarda ilboyu iqtisadi aktivlik təmin olunur. Xarici turistlərin təqvimlər vasitəsilə cəlb olunması ölkəyə valyuta gətirir və bu da ödəniş balansını yaxşılaşdırır. Turizm təqvimi ölkənin tanıdılması və imicinin formalaşmasında da müsbət rol oynayır. Avropada turistlərin 65%-i səyahətlərini rəqəmsal platformalarda (təqvimlər, tətbiqlər, veb saytlar) planlaşdırır. Təqvimlərə əsasən tədbir və festival mövsümündə hotel doluluğu 90%-ə qədər artır (xüsusilə İtaliya, İspaniya, Yunanıstan kimi ölkələrdə). Festival və tədbir əsaslı turizm bölgələrində yerli məhsul və xidmətlərə tələbat 25-30% artır. Belə bölgələrdə mikrosahibkarlıq və xidmət sektorunda məşğulluq 10-15% çoxdur. Mövsüm boyunca fəaliyyət göstərən təqvimlər turizm axınının ilin 8-10 ayı ərzində sabit qalmasına şərait yaradır [2, p. 97].

Onların iqtisadiyyata təsiri isə çoxşaxəli və strateji əhəmiyyət daşıyır. İlk növbədə, turizm təqvimləri mövsümi qeyri-bərabərliyin azaldılmasına mühüm təsir göstərir. Ənənəvi olaraq turizm fəaliyyəti əsasən yay mövsümündə və bayram günlərində sıxlaşır. Lakin tədbir əsaslı planlaşdırma bu tələbatı ilin müxtəlif dövrlərinə yaymağa imkan verir. Məsələn, Azərbaycanın Dövlət Turizm Agentliyi tərəfindən 2024-cü ildə hazırlanmış turizm təqvimində fevral ayında Xınalıqda "Qış Festivali", apreldə Gəncədə "Novruz Bahar Şənlikləri" və sentyabrda Şəkidə "İpək Yolu Musiqi Festivalı" kimi tədbirlər yer almışdır [1, s. 16]. Bu tədbirlər turist axınını ilin bütün fəsillərinə yaymaqla həm hotellərin doluluq səviyyəsini, həm də xidmət sahələrinin gəlirini artırmışdır.

İkincisi, turizm təqvimi iqtisadiyyatda planlaşdırmanın optimallaşdırılmasına kömək edir. Tədbirlərin əvvəlcədən məlum olması hotel, nəqliyyat və iaşə sektorları üçün öncədən resurs planlaması etməyə imkan verir. Bu isə məhsul və xidmətlərin tələbatla uyğunlaşdırılmasını, logistik xərclərin azaldılmasını və xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsini təmin edir. Məsələn, Lahıcda keçirilən misgərlik festivalı zamanı yerli istehsalçılar məhsul həcmini əvvəlcədən artıraraq həm gəlirlərini optimallaşdırmış, həm də turist tələbatını qarşılamışdır [1, s. 13].

Üçüncüsü, turizm təqvimləri regional iqtisadi inkişaf və yerli icmaların rifahına müsbət təsir göstərir. Tədbirlərin bölgələrdə keçirilməsi yerli bizneslərin – o cümlədən ailəvi qonaq evləri, sənətkarlar, fermerlər və kənd turizmi təşkilatçılarının – turistlərlə birbaşa iqtisadi əlaqə qurmasına şərait yaradır. Bu, həm də işsizliyin azalmasına və kənd yerlərində sosial-iqtisadi fəallığın artmasına səbəb olur. Kotler və həmkarları qeyd edirlər ki, tədbir turizminin bölgələr üzrə planlaşdırılması iqtisadi və sosial inklüzivliyi gücləndirir [3, p. 212].

Dördüncü mühüm aspekt isə turizm təqvimlərinin investisiya mühitinə təsiridir. Təqvim əsasında formalaşan proqnozlaşdırıla bilən turist axını potensial sərmayəçilər üçün riskin azalmasına səbəb olur. Dünya Turizm Təşkilatının 2024-cü il hesabatına görə, planlı tədbir turizmi olan ölkələrdə turizm infrastrukturu üzrə investisiyaların geri dönüş tempi təxminən 1.4 dəfə daha yüksək olur [4, p. 67]. Bu da Azərbaycanın turizm sektoruna strateji yanaşmasını daha da əhəmiyyətli edir. Bu arqumentlərə əsaslanaraq demək olar ki, turizm təqvimləri yalnız turizm axınının tənzimlənməsi vasitəsi deyil, eyni zamanda iqtisadi idarəetmə, sosial inkişaf və regional balansın təmin olunmasında əsaslı rol oynayan mexanizmdir.

Yerli və xarici turistlər üçün hazırlanmış turizm təqvimləri iqtisadiyyat üçün bir sıra vacib funksiyalar yerinə yetirir [6]:

- Turizm təqvimləri ilboyu keçirilən festivallar, tədbirlər, mövsümi təkliflər və bayramları əks etdirərək, turistlərin səfərlərini planlaşdırmasına kömək edir. Bu, turist axınının il ərzində bərabər şəkildə paylanmasına şərait yaradır, mövsümdən asılı iqtisadi dalğalanmaları azaldır. Təqvimə uyğun olaraq artan turist axını yerli bizneslər (hotel, restoran, nəqliyyat, sənətkarlıq və s.) üçün gəlir imkanlarını artırır. Bu isə məşğulluğun artmasına və vergi gəlirlərinin yüksəlməsinə səbəb olur.

- Turizm təqvimlərində regionlara xas tədbirlərin və təbii/əyləncə resurslarının əks etdirilməsi həmin bölgələrə turist cəlb edir. Bu, regional iqtisadi aktivliyi artırır və paytaxt mərkəzliturizmdən kənara çıxmağa imkan verir.

- Xarici turistlərin maraqlarına uyğun hazırlanmış təqvimlər daha çox beynəlxalq turist cəlb etməyə imkan verir. Nəticədə ölkəyə xarici valyuta daxil olur və turizm ixracı artır.

- Turizm təqvimləri milli mədəniyyətin, irsin və adət-ənənələrin tanıdılmasında önəmli vasitədir. Bu, ölkənin imicini gücləndirir və uzunmüddətli investisiya və turizm marağını artırır.

- Təqvim əsasında artan turizm tələbi infrastrukturun (yollar, hava limanları, ictimai nəqliyyat)inkişafını stimullaşdırır. Bu, ümumi iqtisadiyyatda digər sahələrin də inkişafına təkan verir. Bütün bu amillərə əsasən 2024-cü il üzrə Azərbaycanın turizm sektorunun iqtisadi göstəricilərini misal göstərə bilərik [5]:

Göstərici	**Məbləğ / Dəyər**	**Əvvəlki illə müqayisə**	**Qeyd**
Turizmin ÜDM-ə töhfəsi	₼8.9 milyard	+28% artım (2019 ilə müqayisədə +5.3%)	Ümumi daxili məhsulun 5.3%-ni təşkil edir.
Turizm sektorunda məşğulluq	437,600 nəfər	+12% artım (2019 ilə müqayisədə +8.4%)	İş yerlərinin sayı 2019-cu ildən 8.4% çoxdur.
Daxili turist xərcləri	₼3.7	+12.5% artım (2019 ilə	Daxili turizm xərcləri 2019-cu

	milyard	müqayisədə +25%)	ildən 25% yüksəkdir.
Beynəlxalq turist xərcləri	₼4.1 milyard	+52% artım (2019 ilə müqayisədə -6.1%)	2019-cu ilin səviyyəsindən 6.1% aşağıdır.
Turizm xidmətlərinin dövriyyəsi	$3.6 milyard	+37.9% artım	2023-cü illə müqayisədə əhəmiyyətli artım.
Xarici turistlərin sayı	2.4 milyon nəfər	+27.4% artım (2023 ilə müqayisədə)	2019-cu ilin səviyyəsindən 17.5% aşağıdır.
Heydər Əliyev Beynəlxalq Hava Limanı	7.54 milyon sərnişin	+31% artım	2023-cü illə müqayisədə rekord səviyyədə artım.

Mənbə: https://tourism.gov.az/en/page/statistics

Turizm xidmətlərinin dövriyyəsindəki artım, beynəlxalq turistlərin sayının yüksəlməsi və yeni iş yerlərinin yaradılması ölkənin iqtisadi inkişafına müsbət təsir göstərib.İstər yerli, istərsə də xarici turistlər üçün cəlbedici və məlumatlı təqvimlərin hazırlanması ilə turizmin iqtisadiyyata töhfəsi daha da artıra bilər.

Nəticə

Yerli və xarici turistlər üçün hazırlanmış turizm təqvimləri turizm sektorunda tənzimləyici və təşviqedici rol oynayaraq, ölkənin iqtisadi inkişafına birbaşa və dolayı yollarla təsir göstərir. Bu təqvimlər turizm axınını optimallaşdırır, regionların mövsümdən asılı olmayan iqtisadi fəallığını təmin edir və turizmin sosial-iqtisadi effektlərini genişləndirir.

İqtisadi baxımdan əsas nəticələr aşağıdakılardır:

- Mövsümə bağlılıq azalır, turizm ilboyu davamlı xarakter alır;
- Yerli sahibkarlıq və xidmət sektoru gəlir əldə edir, məşğulluq artır;
- Xarici turist axını artır, ölkəyə daxil olan valyuta və vergi gəlirləri yüksəlir;
- Regionların iqtisadi aktivliyi genişlənir və balanslı inkişaf təmin olunur.

Yerli və xarici turistlər üçün təqvimlərin fərqli təsirləri ola bilər. Məsələn, yerli turistlər üçün təqvimlər qısa məsafəli səfərləri təşviq edir, daxili ticarət dövriyyəsini artırır və regionlararası inteqrasiyanı gücləndirir. Xarici turistlər üçün isə bu təqvimlər ölkənin cazibədarlığını artıraraq turizm mövsümünü genişləndirir, beləliklə, aviareyslər, hotellər və turist xidmətləri üzrə yüksək gəlir təmin olunur. Beləliklə, turizm təqvimləri yalnız turizmin təşkili üçün deyil, həm də regional iqtisadiyyatın stimullaşdırılması və milli iqtisadi strategiyanın dəstəklənməsi baxımından əhəmiyyətli bir vasitədir.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısı

1. Dövlət Turizm Agentliyi. Azərbaycan Turizm Təqvimi və Regionlarda Turizm Strategiyası, 2024, s. 18.
2. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. Smart Tourism Development. Emerald Publishing, 2021, p. 568.
3. Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. Marketing for Hospitality and Tourism. Pearson, 2023, p. 212.
4. UNWTO. Events and Tourism Economy Report, 2024.
5. https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=6135&lang=az&utm

6. https://wttc.org/research/economic-impact

JALƏ MURADOVA

Dayanıqlı turizmin inkişafında "yaşıl" iqtisadiyyatın rolu

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,magistr

e-mail: zhalya.muradova2341@mail.ru

Xülasə: Dayanıqlı turizmin inkişafında "yaşıl" iqtisadiyyatın rolu turizmin ətraf mühitə və yerli icmalara mənfi təsirlərinin azaldılmasına xüsusi diqqət yetirməklə, davamlı inkişaf prinsiplərinin turizm sənayesinə inteqrasiyasına yönəlmiş konseptual yanaşmadır. Bu kontekstdə yaşıl iqtisadiyyat təbii ehtiyatları, biomüxtəlifliyi və mədəni irsi qoruyub saxlamaqla iqtisadi artımı təşviq edən turizm sənayesinin inkişafı üçün əsas rolunu oynayır.

Bu məqalə yaşıl iqtisadiyyat anlayışını, eləcə də davamlı turizm konsepsiyasını araşdırır. Kioto protokolu və Paris sazişi kimi beynəlxalq sənədlər təhlil edilir. Çində bərpa olunan enerjinin istifadəsi, Uqandada üzvi kənd təsərrüfatının inkişafı və Kosta Rika, Tanzaniya və Norveçdəki təşəbbüslər kimi uğurlu təcrübələrin nümunələri yaşıl iqtisadiyyat prinsiplərinin turizm sektorunda iqtisadi artımı və mühafizəni necə stimullaşdıra biləcəyini göstərmək üçün göstərilir.

Sonda vurğulanır ki, dayanıqlı turizmin uğurlu inkişafı üçün dövlət qurumları, özəl sektor və yerli icmalar arasında səmərəli əməkdaşlığın qurulması zəruridir. Yalnız bu tərəflərin səylərini birləşdirməklə təbii sərvətlərin qorunmasına və onların mənfi təsirlərinin minimuma endirilməsinə kömək edəcək əlverişli şərait yarada bilərik. Bu yanaşma təkcə ekoloji tarazlığın qorunmasına kömək etməyəcək, həm də regionun iqtisadi inkişafına, yeni iş yerlərinin və yerli sahibkarlar üçün imkanların yaradılmasına mühüm təsir göstərəcək. Bundan əlavə, dayanıqlı turizm yerli sakinlərin həyat keyfiyyətini yaxşılaşdırmaqla, onların təbii sərvətlərin idarə olunmasında iştirakını artırmaqla və müxtəlif icmalar arasında mədəni əlaqələri gücləndirməklə sosial tərəqqiyə töhfə verir.

Açar sözlər: *turizm, yaşıl iqtisadiyyat, dayanıqlı turizm*

Резюме: Роль «зеленой» экономики в становлении устойчивого туризма — это концептуальный подход, направленный на интеграцию принципов устойчивого развития в туристическую отрасль, где особое внимание уделяется снижению негативного воздействия туризма на окружающую среду и местные сообщества. «Зеленая» экономика, в этом контексте, служит основой для формирования туристической индустрии, которая способствует экономическому росту, одновременно сохраняя природные ресурсы, биоразнообразие и культурное наследие.

В данной статье рассматривается понятие «зеленой» экономики, а также понятие устойчивого туризма. Анализируются международные документы как Киотский протокол и Парижское соглашение. Приводятся примеры успешных практик, таких как использование возобновляемых источников энергии в Китае, развитие органического сельского хозяйства в Уганде, а также

инициативы в Коста-Рике, Танзании и Норвегии, показывающие, как принципы «зеленой» экономики могут стимулировать экономический рост и охрану природы в сфере туризма.

В заключение подчеркивается, что для успешного развития устойчивого туризма крайне важно наладить эффективное сотрудничество между государственными структурами, частным сектором и местными сообществами. Только благодаря объединению усилий этих сторон можно создать благоприятные условия, способствующие сохранению природных ресурсов и минимизации их негативного воздействия. Такой подход не только поможет сохранить экологическое равновесие, но и окажет значительное влияние на экономическое развитие региона, создавая новые рабочие места и возможности для местного бизнеса. Кроме того, устойчивый туризм способствует социальному прогрессу, улучшая качество жизни местных жителей, повышая их вовлеченность в управление природными ресурсами и укрепляя культурные связи между различными сообществами.

Ключевые слова: *туризм, «зеленая» экономика, устойчивый туризм*

Abstract: The role of the "green" economy in the development of sustainable tourism is a conceptual approach aimed at integrating the principles of sustainable development into the tourism industry, where special attention is paid to reducing the negative impact of tourism on the environment and local communities. The "green" economy, in this context, serves as the basis for the formation of a tourism industry that promotes economic growth, while preserving natural resources, biodiversity and cultural heritage.

This article examines the concept of a "green" economy, as well as the concept of sustainable tourism. International documents such as the Kyoto Protocol and the Paris Agreement are analyzed. Examples of successful practices are given, such as the use of renewable energy in China, the development of organic agriculture in Uganda, as well as initiatives in Costa Rica, Tanzania and Norway, showing how the principles of the "green" economy can stimulate economic growth and nature conservation in the tourism sector.

In conclusion, it is emphasized that for the successful development of sustainable tourism, it is extremely important to establish effective cooperation between government agencies, the private sector and local communities. Only by combining the efforts of these parties can we create favorable conditions that contribute to the conservation of natural resources and the minimization of their negative impact. Such an approach will not only help maintain the ecological balance, but will also have a significant impact on the economic development of the region, creating new jobs and opportunities for local businesses. In addition, sustainable tourism contributes to social progress by improving the quality of life of local residents, increasing their involvement in the management of natural resources and strengthening cultural ties between different communities.

Keywords: tourism, "green" economy, sustainable tourism

Роль «зеленой» экономики в становлении устойчивого туризма

Введение

Туризм стал важным фактором глобальной экономики, вносящим значительный вклад в рост национальных ВВП и развитие инфраструктуры. По данным Всемирной туристской организации (UNWTO), туризм является одним из крупнейших секторов в мировой экономике, создающим миллионы рабочих мест и обеспечивающим доходы для миллионов людей по всему миру. Однако, несмотря на свой экономический потенциал, туристская отрасль сопровождается рядом серьезных экологических проблем, включая разрушение экосистем, загрязнение водоемов, чрезмерное потребление природных ресурсов и утрату биоразнообразия.

Многие туристские направления сталкиваются с ситуацией, когда популярность туризма приводит к негативным последствиям для окружающей среды. При этом традиционные подходы к развитию туризма, направленные исключительно на увеличение прибыли, часто игнорируют экологические риски. В ответ на эти вызовы в последние десятилетия активно развивается концепция «зеленой» экономики, которая фокусируется на устойчивом использовании природных ресурсов, минимизации воздействия на природу и создании условий для гармоничного сочетания экономического роста и охраны экосистем.

Зеленая экономика ориентирована на снижение экологического следа всех секторов экономики, включая туризм. Основным принципом зеленой экономики является переход к таким моделям потребления и производства, которые обеспечивают устойчивое развитие, не нанося ущерба экосистемам и природным ресурсам. В контексте туризма это означает необходимость внедрения «зеленых» практик, таких как энергосбережение, использование возобновляемых источников энергии, развитие экотуризма и внедрение экологически чистых технологий.

Устойчивый туризм, который является частью концепции зеленой экономики, направлен на создание туристической индустрии, способной удовлетворять потребности современных туристов, не разрушая при этом природную среду и не ухудшая жизненные условия местных сообществ. Устойчивый туризм подразумевает использование экологически безопасных технологий, поддержку местных экономик, соблюдение культурных традиций и сохранение природного наследия.

Чтобы понять, как именно принципы устойчивого туризма могут быть реализованы, важно подробнее рассмотреть концепцию «зеленой» экономики, которая лежит в основе этого подхода.

Промышленная революция XIX века, ознаменовавшаяся массовым внедрением машин и фабрик, принесла с собой не только беспрецедентный технологический прогресс, но и серьёзные экологические последствия. Бесконтрольное использование ископаемого топлива, вырубка лесов, загрязнение воды и воздуха – все это привело к стремительному изменению климата, масштабы которого сегодня уже невозможно игнорировать. Глобальное потепление, повышение уровня моря, учащение экстремальных погодных явлений – всё это представляет собой прямую угрозу биоразнообразию, продовольственной безопасности и, в конечном итоге, существованию

человечества. Наблюдаемые изменения климата не являются локальными проблемами – они затрагивают все экосистемы планеты, от арктических льдов до тропических лесов, влияя на миграционные пути животных, распространение заболеваний и доступность ресурсов. И в ответ на этот глобальный кризис международное сообщество предприняло ряд шагов, направленных на смягчение последствий изменения климата и адаптацию к ним.

Киотский протокол и Парижское соглашение — два ключевых международных документа, направленных на борьбу с изменением климата. Оба эти соглашения имеют важное значение для глобальных усилий по смягчению последствий климатических изменений.

Киотский протокол был принят в 1997 году на **Третьей конференции сторон Рамочной конвенции ООН об изменении климата (РКИК)** в японском городе Киото [2, с 12]. Этот протокол стал первым международным соглашением, установившим обязательства для развитых стран по сокращению выбросов парниковых газов. Он вступил в силу в 2005 году и действовал до 2020 года. По Киотскому протоку страны должны были уменьшить свои выбросы в среднем на 5,2% по сравнению с уровнями 1990 года в течение первого обязательного периода с 2008 по 2012 год [2, с 12].

Парижское соглашение было принято в декабре 2015 года на **Климатической конференции ООН (COP21)** в Париже [7]. В отличие от Киотского протокола, Парижское соглашение охватывает все страны, как развитые, так и развивающиеся, и его цель — ограничить глобальное потепление до уровня значительно ниже 2°C по сравнению с доиндустриальным уровнем, а также стремиться к 1,5°C [7].

Как Киотский протокол, так и Парижское соглашение подчеркивают важность глобальных усилий в борьбе с изменением климата, что непосредственно связано с концепцией «зеленой» экономики, которая предлагает решения для смягчения климатических рисков и достижения устойчивого экономического роста при минимальном воздействии на окружающую среду.

В своём докладе «На пути к зелёной экономике» за 2011 год Программа ООН по окружающей среде (ЮНЕП) представила концепцию «зелёной» экономики, описав её как систему, способствующую улучшению благосостояния людей и социальной справедливости, при этом значительно уменьшая экологические риски и недостаток ресурсов [8].

Путь решения социально-экономических проблем при минимизации вреда окружающей среде называется сегодня «зеленой» экономикой, ее назначение – обеспечить «экологизацию» всей экономики, всех сторон нашей жизни, от отраслей до домохозяйства. [1, с. 6].

В последние десятилетия многие страны начали внедрять принципы «зеленой» экономики в различные сферы своей деятельности. Рассмотрим несколько успешных примеров, которые иллюстрируют, как эти принципы могут быть эффективно реализованы на практике.

Китай является одним из лидеров в области возобновляемых источников энергии. В 2019 году страна уже производила около 26% своей энергии из таких источников, как солнечная и ветровая

энергия, биотопливо и гидроэнергия [9]. Это результат масштабных инвестиций в «зеленые» технологии и инфраструктуру. Правительство Китая поставило амбициозную цель: к 2020 году производить 16% первичной энергии из возобновляемых источников. Однако, реальность превзошла ожидания, и страна достигла этого показателя раньше срока [9]. Ключевыми факторами успеха стали не только государственная поддержка и инвестиции, но и активное участие частного сектора. В Китае развиваются компании, занимающиеся производством солнечных панелей и ветряных турбин, что способствует созданию новых рабочих мест и экономическому росту. Кроме того, правительство активно работает над улучшением инфраструктуры для поддержки возобновляемых источников энергии, включая строительство новых линий электропередач и создание условий для интеграции этих источников в существующую энергосистему.

Уганда представляет собой другой успешный пример внедрения принципов «зеленой» экономики, особенно в области сельского хозяйства. Правительство страны приняло решение о запрете использования химических удобрений и пестицидов, что стало основой для перехода к органическому земледелию, органическому сельскому хозяйству [10].

В контексте зеленой экономики, где основное внимание уделяется устойчивому использованию ресурсов и минимизации воздействия на природу, устойчивый туризм становится важной составляющей, способствующей не только экономическому развитию, но и сохранению экосистем и улучшению качества жизни местных сообществ.

Устойчивый туризм — это подход, который стремится сбалансировать потребности туристов, местных жителей и природных ресурсов, способствуя их взаимовыгодному сосуществованию. Важность устойчивого туризма признается на международном уровне, и он становится неотъемлемой частью глобальных усилий по достижению целей устойчивого развития. [3, с. 9].

Согласно Всемирной туристской организации (ВТО), устойчивый туризм — это туризм, который «в полной мере учитывает его нынешние и будущие экономические, социальные и экологические последствия при удовлетворении потребностей туристов, индустрии туризма, окружающей среды и принимающих общин». Это определение подчёркивает важность сбалансированного подхода, который включает заботу о местных сообществах и экосистемах, наряду с экономической выгодой [6].

В 2017 году Генеральная Ассамблея ООН объявила 2017 год Международным годом устойчивого туризма в интересах развития, что стало важным шагом в продвижении идеи устойчивого туризма на глобальном уровне. Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года закрепила конкретные цели, такие как задача 8.9, которая направлена на разработку и внедрение стратегий, способствующих созданию рабочих мест, развитию местной культуры и производству местной продукции через устойчивый туризм [8]. Это демонстрирует, как туризм может быть использован в качестве инструмента экономического и социального развития, при этом минимизируя вред для окружающей среды.

Важность устойчивого туризма также подчеркивается в документах, таких как итоговый документ Конференции «Рио+20», где отмечено, что устойчивый туризм может внести значительный вклад в экономическое и социальное развитие, улучшение качества жизни местных общин и сохранение природных и культурных ресурсов [2, с. 14].

В рамках международных инициатив, таких как «Устойчивый туризм в интересах ликвидации нищеты», было подчеркнуто, что устойчивый туризм может быть важным инструментом сокращения бедности, обеспечивая возможности для занятости и улучшения условий жизни местных жителей, особенно в развивающихся странах [6]. Важность экотуризма и культурного туризма также была выделена на таких встречах, как Всемирная встреча на высшем уровне по устойчивому развитию в Йоханнесбурге в 2002 году [2, с. 13].

Таким образом, взаимосвязь между принципами «зеленой» экономики и устойчивым туризмом очевидна, поскольку оба подхода направлены на создание гармоничного баланса между экономическим развитием, сохранением природных ресурсов и улучшением благосостояния местных сообществ.

Многие страны уже внедряют принципы «зеленой» экономики в свои туристические стратегии.

В Коста-Рике значительное количество отелей и курортов использует солнечные панели и системы для сбора дождевой воды, что способствует уменьшению потребности в традиционных энергетических ресурсах и повышает экологическую устойчивость туристической индустрии [4].

В Танзании местные общины, живущие рядом с национальными парками, получают прибыль от туризма через продажу ремесел, проведение туров и организацию проживания в экологичных лагерях [11]. Эти инициативы помогают улучшить условия жизни людей, сохраняя при этом природу.

В Норвегии, в рамках устойчивого туризма, активно развиваются инициативы по использованию электромобилей для трансфера туристов между регионами, а также сети велосипедных дорожек, что способствует снижению углеродного следа и поддержанию экологического равновесия [12].

Заключение

Интеграция принципов «зеленой» экономики в туристическую индустрию становится необходимым шагом для обеспечения устойчивого развития на глобальном уровне. Сочетание экономического роста с охраной окружающей среды и поддержкой местных сообществ является основой для формирования устойчивого туризма, который может не только минимизировать негативные экологические последствия, но и способствовать созданию рабочих мест, укреплению экономики и сохранению природных и культурных ресурсов для будущих поколений.

Проблемы, с которыми сталкивается современный туризм, такие как загрязнение, истощение природных ресурсов и утрата биоразнообразия, требуют немедленных действий и применения

инновационных решений, включающих экологически чистые технологии, возобновляемые источники энергии и устойчивые практики. Стратегии устойчивого туризма, опирающиеся на принципы зеленой экономики, способны сделать туризм не только экономически эффективным, но и социально справедливым и экологически безопасным.

Мировой опыт показывает, что «зеленые» инициативы в туризме приносят экономические и экологические выгоды. Успешные примеры из Китая, Уганды, Коста-Рики и Танзании демонстрирует, как можно решать экологические проблемы и стимулировать экономическое развитие.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бобылев С.Н., Захаров В.М. Экология и экономика. «Зелёная» экономика. Человек и природа. – М.: Департамент природопользования и охраны окружающей среды города Москвы / Центр устойчивого развития и здоровья среды ИБР РАН / Центр экологической политики России, 2015. – 98 с.
2. Липина С.А., Агапова Е.В., Липина А.В. Зеленая экономика. Глобальное развитие. – М.: Изд-во Проспект, 2016. – с. 234, тираж 500 экз.
3. Шимова О.С. Устойчивый туризм: учеб. -метод пособие / Минск: РИПО, 2014 – 158 с.
4. История зеленого строительства Коста-Рики: [сайт]. - URL: https://constructive-voices.com/ru/Коста-Рика%3A-история-зеленого-строительства/
5. Организация Объединённых Наций // Департамент по экономическим и социальным вопросам // Устойчивое развитие: [сайт]. – URL: https://sdgs.un.org/ru/topics/sustainable-tourism
6. Организация Объединённых Наций // Новости ООН // 2017 год провозглашен Международным годом туризма: [сайт]. – URL: https://news.un.org/ru/story/2015/12/1276571
7. Организация Объединённых Наций // Парижское соглашение // Меры по борьбе с изменением климата: [сайт]. - URL: https://www.un.org/ru/climatechange/paris-agreement
8. Отчет «UNEP» // Программа ООН по окружающей среде (ЮНЕП): [сайт]. – URL: https://www.unep.org
9. Перспективы развития возобновляемых источников энергии в Китае: [сайт]. – URL: https://energypolicy.ru/a-m-mastepanov-perspektivy-razvitiya-v/regiony/2020/13/09/
10. Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объеденных Наций // Помощь Уганде в развитии сельского хозяйства в меняющемся мире: [сайт]. – URL: https://www.fao.org/in-action/helping-ugandas-agriculture-grow-in-a-changing-world/ru/
11. Роль национальных парков Танзании: [сайт]. – URL: https://point-travel.ru/blog/rol-nacionalnykh-parkov-tanzanii
12. Plug-in electric vehicles in Norway: [сайт]. – URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Plug-in_electric_vehicles_in_Norway

KAMAL VƏLİYEV

Tiflisdə yerləşən tarixi və arxeoloji abidələr və onlarin turizm potensiali

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: Kemalveliyev1@gmail.com

Xülasə: Bu məqalədə Gürcüstanın paytaxtı Tiflisdə yerləşən zəngin tarixi və arxeoloji abidələr, onların mənəvi və mədəni əhəmiyyəti, həmçinin şəhərin turizm potensialına təsiri ətraflı şəkildə araşdırılır. Tiflis qədim dövrlərdən bəri müxtəlif sivilizasiyaların və mədəniyyətlərin qovuşduğu ərazi olmuş, bu isə şəhərin tarixi abidələrinin formalaşmasına güclü təsir göstərmişdir. Məqalədə Narikala qalası, Sioni kilsəsi, Anchiskhati bazilikası, Metekhi məbədi, Abanotubani hamamları kimi nüfuzlu abidələrin tarixi fonu, memarlıq xüsusiyyətləri və bu abidələrin qorunub saxlanması ilə bağlı görülən işlər təhlil olunur.

Bununla yanaşı, bu abidələrin yerli və xarici turistlər üçün nə dərəcədə cəlbedici olduğu, turizm sahəsində hansı imkanların mövcud olduğu və bu potensialdan necə səmərəli istifadə olunduğu barədə geniş məlumat verilir. Araşdırma nəticəsində məlum olur ki, Tiflisin tarixi irsi yalnız ölkə daxilində deyil, beynəlxalq miqyasda da böyük maraq doğurur və şəhərin iqtisadi inkişafına mühüm töhfə verir. Eyni zamanda, məqalədə bu sahədə mövcud çətinliklər, turizmin davamlı inkişafı üçün lazım olan infrastruktur və maarifləndirmə tədbirləri də diqqətə çatdırılır. Ümumilikdə, məqalə Tiflis şəhərinin tarixi abidələrinin qorunması və tanıdılması istiqamətində görülən işlərin şəhərin turizm potensialını gücləndirdiyini və gələcəkdə bu sahənin daha da inkişaf etdirilə biləcəyini vurğulayır.

Açar sözlər: Narikala qalası, Sioni kilsəsi, Anchiskhati bazilikası, Metekhi məbədi, Abanotubani hamamlar

Резюме: В данной статье подробно рассматриваются богатые исторические и археологические памятники, расположенные в столице Грузии — Тбилиси, их духовное и культурное значение, а также влияние на туристический потенциал города. Тбилиси с древних времён был местом пересечения различных цивилизаций и культур, что оказало значительное влияние на формирование его исторических памятников. В статье анализируются исторический контекст, архитектурные особенности и меры по сохранению таких выдающихся памятников, как крепость Нарикала, церковь Сиони, базилика Анчисхати, храм Метехи и серные бани Абаноубани.

Кроме того, рассматривается, насколько эти памятники привлекательны для местных и иностранных туристов, какие существуют возможности в туристической сфере и как эффективно использовать этот потенциал. Исследование показывает, что историческое наследие Тбилиси вызывает большой интерес не только внутри страны, но и на международном уровне, внося значительный вклад в экономическое развитие города. Также в статье поднимаются проблемы, такие как недостаточная инфраструктура, слабый маркетинг, вопросы охраны окружающей среды и адаптация местного населения к туризму. В целом, подчеркивается, что усилия по сохранению и

популяризации исторических памятников Тбилиси усиливают туристический потенциал города и могут способствовать дальнейшему развитию этой сферы.

***Ключевые слова*:** Нарикала, Сионский собор, базилику Анчисхати, храм Метехи и бани Абанотубани.

Abstract: This article provides a detailed examination of the rich historical and archaeological monuments located in Tbilisi, the capital of Georgia, their spiritual and cultural significance, as well as their impact on the city's tourism potential. Tbilisi has been a crossroads of various civilizations and cultures since ancient times, which has greatly influenced the formation of its historical monuments. The paper analyzes the historical background, architectural features, and preservation efforts of prominent landmarks such as Narikala Fortress, Sioni Church, Anchiskhati Basilica, Metekhi Church, and the Abanotubani sulfur baths.

In addition, the article explores how attractive these monuments are to local and foreign tourists, the available opportunities in the tourism sector, and how this potential can be effectively utilized. The study reveals that Tbilisi's historical heritage is of great interest not only domestically but also internationally, significantly contributing to the city's economic development. The article also highlights challenges such as infrastructure shortcomings, weak marketing, environmental protection issues, and the limited adaptation of local communities to tourism. Overall, the paper emphasizes that the preservation and promotion of Tbilisi's historical monuments enhance the city's tourism potential and offer promising prospects for future growth in this sector.

Key words: the Narikala Fortress, Sioni Cathedral, Anchiskhati Basilica, Metekhi Church, and the Abanotubani Baths.

Qafqazın qədim və mədəniyyət baxımından ən zəngin şəhərlərindən biri olan Tiflis, əsrlər boyu müxtəlif sivilizasiyaların və mədəniyyətlərin qovuşduğu mühüm mərkəzlərdən biri olmuşdur. Gürcüstanın paytaxtı olan bu şəhər coğrafi baxımdan əlverişli mövqedə yerləşdiyi üçün tarixin bütün dövrlərində strateji, siyasi, iqtisadi və mədəni baxımdan xüsusi əhəmiyyət kəsb etmişdir. Tiflisin qədim İpək Yolu üzərində yerləşməsi, onu ticarət, dini və mədəni mübadilə mərkəzinə çevirmiş, burada yaşayan xalqların müxtəlifliyi şəhərin memarlıq üslubuna və urbanistik inkişafına güclü təsir göstərmişdir.

Tiflis şəhəri zəngin tarixi və arxeoloji irsi ilə seçilir. Bu irs, şəhərin keçmişindən xəbər verən, onun kimliyini və mədəni özünəməxsusluğunu əks etdirən bir çox memarlıq abidələri vasitəsilə günümüzə qədər gəlib çatmışdır. Narikala qalası, Sioni kilsəsi, Anchiskhati bazilikası, Metekhi məbədi və Abanotubani hamamları kimi mühüm tarixi abidələr, Tiflis şəhərinin tarixi siluetində xüsusi yer tutur və bu abidələr vasitəsilə şəhərin keçmişinə nəzər salmaq mümkündür.

Bu məqalənin əsas məqsədi, Tiflis şəhərində yerləşən tarixi və arxeoloji abidələrin mənəvi və mədəni əhəmiyyətini, onların memarlıq xüsusiyyətlərini və qorunma vəziyyətini araşdırmaqla yanaşı, bu abidələrin

turizm potensialına təsirini təhlil etməkdir. Tiflisin zəngin tarixi irsi yalnız Gürcüstanda deyil, beynəlxalq səviyyədə də böyük maraq doğurur. Bu marağın nəticəsi olaraq, Tiflis son illərdə həm yerli, həm də xarici turistlər üçün cəlbedici istiqamətlərdən birinə çevrilmişdir. Tarixi abidələrin qorunması, bərpası və geniş ictimaiyyətə təqdim olunması, turizmin inkişafı baxımından böyük əhəmiyyət daşıyır.

Məqalədə həmçinin bu sahədə mövcud olan problemlər, turizmin davamlı inkişafı üçün zəruri olan infrastruktur və maarifləndirmə tədbirləri, eləcə də gələcək perspektivlər də nəzərdən keçiriləcəkdir. Beləliklə, bu araşdırma Tiflisin tarixi abidələrinin qorunması ilə şəhərin turizm potensialı arasındakı qarşılıqlı əlaqəni dəyərləndirməyə yönəlib.

Tiflis şəhəri çoxsaylı tarixi və arxeoloji abidələrlə zəngindir. Bu abidələr şəhərin keçmişinin canlı şahidləri olmaqla yanaşı, onun mədəni kimliyinin və memarlıq üslubunun formalaşmasında mühüm rol oynamışdır. Abidələrin əksəriyyəti şəhərin mərkəzi hissəsində yerləşdiyi üçün turistlərin və yerli sakinlərin asanlıqla ziyarət edə biləcəyi ərazilərdədir. Aşağıda bu abidələrin ən məşhurları haqqında ətraflı məlumat verilir.

Narikala qalası Tiflisin ən qədim və tanınmış tarixi abidələrindən biridir. Qalanın əsası təqribən IV əsrdə Sasanilər tərəfindən qoyulmuş, sonrakı əsrlərdə isə Ərəb xilafəti, monqollar və gürcü çarları tərəfindən genişləndirilmişdir. Qala şəhərin mərkəzində, təpə üzərində yerləşdiyi üçün buradan Tiflisə panoramik baxış imkanı yaranır. Narikala həm hərbi müdafiə məqsədi daşımış, həm də şəhərin simvolik güc mərkəzi olmuşdur. Hazırda qalada bərpa işləri aparılsa da, onun orijinal quruluşu və ab-havası qorunub saxlanır və bu, turistlər üçün böyük maraq doğurur.

Sioni kilsəsi Tiflis şəhərinin ən məşhur pravoslav dini abidələrindən biridir. Kilsə ilk dəfə VI–VII əsrlərdə tikilmiş, lakin müxtəlif dövrlərdə dəfələrlə dağıdılaraq yenidən bərpa olunmuşdur. Sioni kilsəsi yalnız dini ibadətgah deyil, həm də Gürcüstanın dini tarixində önəmli rol oynamış bir mərkəzdir. Burada müqəddəs Nino xaçı saxlanılır və bu, onu zəvvarlar üçün xüsusi əhəmiyyətli ziyarətgah halına gətirir. Kilsənin sadə, lakin monumental memarlıq üslubu onun qədimliyi ilə birgə ziyarətçiləri heyran edir.

Tiflisin ən qədim kilsəsi sayılan Anchiskhati bazilikası VI əsrdə inşa olunmuşdur. Bu bazilika Gürcüstanda erkən xristian memarlığının parlaq nümunəsidir və adını Anchiskhati ikonası ilə əlaqələndirir. Kilsə çoxsaylı zəlzələlərə və müharibələrə baxmayaraq günümüzə qədər gəlib çıxmış, zaman-zaman bərpa olunmuşdur. Onun memarlıq quruluşunda sadəlik və nəciblik diqqət çəkir. Anchiskhati, həm yerli dindarlar, həm də xarici turistlər tərəfindən yüksək maraqla ziyarət olunur.

Metekhi məbədi Tiflisin qədim məhəllələrindən birində, Kura çayının sahilində yerləşir. Əfsanəyə görə, məbədin əsası V əsrdə çar Vaxtanq Qorqasali tərəfindən qoyulmuşdur. Hazırkı tikili isə XIII əsrə aiddir. Məbəd həm dini, həm də siyasi baxımdan böyük əhəmiyyət daşıyır. Bir zamanlar çar sarayı və həbsxana kimi istifadə edilən bu məkan indi tarixi-mədəni abidə kimi qorunur. Metekhi məbədinin qarşısında Vaxtanq Qorqasalinin heykəli ucaldılmışdır ki, bu da onu turistlər üçün daha da diqqətçəkici edir.

Abanotubani – Tiflisin tarixi hamamlar məhəlləsidir və şəhərin ən qədim məkanlarından biri sayılır. Bu ərazi yeraltı kükürdlü isti su mənbələri ilə məşhurdur. Hamamların çoxu XVIII–XIX əsrlərdə inşa

edilmişdir, lakin bəzi mənbələr bu ənənənin çox daha qədim olduğunu göstərir. Abanotubani yalnız hamam mədəniyyətinin nümayəndəsi deyil, həm də şəhərin mənşəyi ilə bağlı əfsanələrlə sıx bağlıdır. Məhz bu isti suların kəşfi nəticəsində Tiflis şəhərinin əsası qoyulmuşdur. Bu gün Abanotubani turistlər üçün istirahət, sağlamlıq və mədəniyyətin bir araya gəldiyi cazibədar bir məkandır.

Tiflisdə yerləşən tarixi və arxeoloji abidələr şəhərin turizm sektorunun inkişafında mühüm rol oynayır. Bu abidələr Gürcüstanın qədim və zəngin mədəni irsini əks etdirməklə yanaşı, ölkənin beynəlxalq səviyyədə tanıdılmasına da xidmət edir. Şəhərin unikal tarixi atmosferi və müxtəlif dövrlərə aid memarlıq nümunələri turistlərin marağını artıran əsas amillərdəndir. Hər il minlərlə yerli və xarici turist Tiflisə məhz bu abidələri görmək üçün səfər edir.

Bu abidələrin yerləşdiyi ərazilər həm mədəniyyət turizminin, həm də şəhər turizminin əsas mərkəzləridir. Məsələn, Narikala qalasından şəhərə açılan mənzərə, turistlər üçün unudulmaz vizual təcrübə yaradır. Abanotubani hamamları, yalnız tarixi məkan olmaqla kifayətlənməyib, eyni zamanda sağlamlıq və spa turizminin inkişafı üçün də əhəmiyyətli rol oynayır. Metekhi məbədi, Anchiskhati bazilikası və Sioni kilsəsi isə dini və mənəvi turizm baxımından böyük əhəmiyyət daşıyır.

Son illərdə Gürcüstan hökuməti və yerli turizm idarələri bu abidələrin tanıdılması üçün müxtəlif təşviqat kampaniyaları həyata keçirmiş, informasiya mərkəzləri, bələdçi xidmətləri və multimedia təqdimatları kimi vasitələrlə turizm təcrübəsini daha zəngin və əlçatan etmişlər. Bu addımlar həm turist axınının artmasına, həm də şəhər iqtisadiyyatına müsbət təsir göstərmişdir. Eyni zamanda, abidələrin yerləşdiyi ərazilərdə restoranlar, otellər və suvenir mağazalarının inkişafı, yerli əhalinin məşğulluğuna və sosial rifahına da töhfə vermişdir.

Bununla belə, bəzi abidələrin infrastrukturu və təqdimat formaları hələ də müasirləşməyə ehtiyac duyur. Xüsusilə, bələdçi materiallarının müxtəlif dillərdə olmaması, informasiya lövhələrinin çatışmazlığı və bəzi ərazilərdə abidələrin fiziki vəziyyətinin zəif olması kimi problemlər müşahidə olunur. Bu məsələlərin aradan qaldırılması, Tiflisin tarixi irsini daha geniş auditoriyalara çatdırmaq üçün vacibdir.

Ümumilikdə, Tiflis şəhərinin tarixi abidələri yalnız mədəni sərvət olaraq deyil, həm də böyük iqtisadi və turizm potensialı daşıyan strateji resurs kimi qiymətləndirilə bilər. Onların qorunması və effektiv şəkildə təqdim olunması, Gürcüstanın turizm sahəsində uğurunun əsas sütunlarından biridir.

Aparılan araşdırmalar göstərir ki, Tiflisin tarixi və arxeoloji abidələri şəhərin mədəni irsinin qorunması ilə yanaşı, onun turizm potensialının formalaşmasında da mühüm rol oynayır. Qədimliklə müasirliyin vəhdət təşkil etdiyi bu şəhər, ziyarətçilərə həm tarixi səfər, həm də unikal mədəniyyətlə tanışlıq imkanı yaradır. Narikala qalası, Metekhi məbədi, Abanotubani hamamları və digər abidələr turistlər üçün cəlbedici olmaqla yanaşı, Gürcüstanın beynəlxalq turizm bazarında tanınmasına da böyük töhfə verir.

Bu abidələrin bərpası, qorunması və ictimaiyyətə təqdim olunması istiqamətində görülən işlər təqdirəlayiq olsa da, müəyyən problemlər hələ də qalmaqdadır. İnfrastrukturun təkmilləşdirilməsi, turizm xidmətlərinin keyfiyyətinin artırılması və maarifləndirmə tədbirlərinin genişləndirilməsi, bu sahədə daha böyük uğurlar əldə etmək üçün əsas şərtlərdir.

Nəticə etibarilə, Tiflisdəki tarixi abidələr təkcə keçmişin izlərini yaşatmır, həm də gələcəyə yönəlik iqtisadi və mədəni inkişaf üçün dayanıqlı əsas yaradır. Bu abidələrin effektiv istifadəsi və beynəlxalq səviyyədə tanıdılması, Gürcüstanın turizm strategiyasının əsas istiqamətlərindən biri kimi diqqətə alınmalıdır. Beləliklə, Tiflisin zəngin tarixi irsi, gələcək nəsillər üçün qorunmalı və dünya ictimaiyyətinə daha geniş şəkildə təqdim olunmalıdır.

ƏDƏBİYYAT.

1.Əliyeva, N. Cənubi Qafqaz ölkələrinin turizm potensialı və inkişaf istiqamətləri. Bakı: Elm və Təhsil Nəşriyyatı, 2020

2. Гочелишвили, Н. Тбилиси: История, архитектура и культура. Тбилиси: Издательство Университета, 2018

3. Georgian National Tourism Administration. Tourism in Georgia – Annual Report. https://gnta.ge, 2023

4. Mchedlidze, T. Cultural Heritage and Tourism in Tbilisi: Challenges and Opportunities. Tbilisi State University Press, 2019

5. UNESCO World Heritage Centre. Preservation of Urban Heritage in the South Caucasus. https://whc.unesco.org, 2022

6. Qurbanov, E. Tarixi-memarlıq abidələrinin turizmdə rolu: Gürcüstan nümunəsində təhlil. Bakı: İqtisadiyyat və Turizm Jurnalı, 2021 4(2), 55-63.

7. Tbilisi City Hall. Official Guide to Historical Monuments in Tbilisi, 2022 https://tbilisi.gov.ge

KAİNAT ƏLİYEVA

İcma əsasli turizm və yerli iqtisadiyyatlara faydalari

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti Zaqatala filialı, tələbə

E-mail: aliyevakainat825@gmail.com

Xülasə: Son dövrlərdə turizmin sürətli inkişafı bir tərəfdən əhali üçün gəlir və məşğulluq imkanları yaratsa da, digər tərəfdən ətraf mühitə, mədəni dəyərlərə və yerli icmalara mənfi təsirlər göstərmişdir. Bu səbəbdən daha inklüziv, ədalətli və davamlı alternativlərə ehtiyac yaranmış və icma əsaslı turizm (İƏT) bu ehtiyaclara cavab verən effektiv bir yanaşma kimi meydana çıxmışdır. Bu məqalədə İƏT-in nəzəri əsasları və onun yerli iqtisadiyyatlara çoxşaxəli təsiri ətraflı şəkildə təhlil olunur. Tədqiqat göstərir ki, İƏT yalnız turizmin iqtisadi nəticələrini deyil, həm də sosial, mədəni və ekoloji təsirlərini nəzərə alaraq, yerli icmaların uzunmüddətli rifahını hədəfləyir. Məqalədə İƏT-in ənənəvi turizmdən fərqli olaraq, yerli əhalinin qərarvermə proseslərində aktiv iştirakını, resurslara nəzarətini və turizmdən əldə olunan gəlirlərin yerli səviyyədə paylanmasını təşviq etdiyi vurğulanır. Bu model həm də qadınların və gənclərin iqtisadi fəallığını artırmaqla sosial inklüzivliyə töhfə verir. Eyni zamanda, İƏT mədəni irsin qorunması, ekoloji davamlılıq və yerli sahibkarlığın gücləndirilməsi baxımından da mühüm rol oynayır. Məqalənin nəticələrinə əsasən, İƏT

inkişaf etməkdə olan ölkələrdə yerli iqtisadiyyatların şaxələndirilməsi və sosial bərabərliyin təmin olunması baxımından effektiv və tövsiyə olunan turizm modelidir.

Açar sözlər: İcma əsaslı turizm, yerli iqtisadiyyat, davamlı inkişaf, sosial iştirakçılıq, alternativ turizm

Abstract: In recent decades, the rapid growth of tourism has brought about economic benefits and employment opportunities while simultaneously creating negative impacts on the environment, cultural heritage, and local communities. As a response to these challenges, the need for more inclusive, fair, and sustainable alternatives has emerged, and community-based tourism (CBT) has gained recognition as an effective approach. This article explores the theoretical foundations of CBT and its multifaceted impact on local economies. The study shows that CBT aims not only at economic outcomes but also at promoting the long-term well-being of local communities by considering social, cultural, and environmental dimensions. Unlike traditional mass tourism, CBT emphasizes active community participation in decision-making, local ownership of resources, and equitable distribution of tourism revenues. The model also contributes to social inclusion by enhancing the economic involvement of women and youth. Moreover, CBT plays a vital role in the preservation of cultural heritage, ecological sustainability, and the development of local entrepreneurship. Based on the findings of this paper, CBT is recommended as an effective tourism model for diversifying local economies and ensuring social equity in developing countries.

Keywords: Community-based tourism, local economy, sustainable development, social participation, alternative tourism

Резюме: В последние десятилетия быстрый рост туризма, с одной стороны, способствовал экономическому росту и созданию рабочих мест, а с другой — оказал негативное влияние на окружающую среду, культурное наследие и местные сообщества. В ответ на эти вызовы возникла потребность в более инклюзивных, справедливых и устойчивых альтернативах, одной из которых стало туристическое направление на основе участия сообщества (Community-Based Tourism — CBT). В данной статье рассматриваются теоретические основы CBT и его многостороннее влияние на развитие местной экономики. Исследование показывает, что цель CBT заключается не только в получении экономической выгоды, но и в обеспечении долгосрочного благополучия местного населения с учетом социальных, культурных и экологических факторов. В отличие от традиционного массового туризма, CBT подчеркивает важность участия сообщества в принятии решений, владении ресурсами и справедливом распределении доходов от туризма. Модель также способствует социальной инклюзии за счёт активного вовлечения женщин и молодежи в экономическую деятельность. Кроме того, CBT играет важную роль в сохранении культурного наследия, экологической устойчивости и развитии местного предпринимательства. Полученные результаты позволяют рекомендовать CBT как эффективную модель туризма, способствующую диверсификации местной экономики и социальной справедливости в развивающихся странах.

Ключевые слова: Туризм, основанный на сообществе; местная экономика; устойчивое развитие; социальное участие; альтернативный туризм

İcma əsaslı turizmin nəzəri əsasları və xüsusiyyətləri

Son onilliklərdə qlobal miqyasda turizm sənayesində sürətli inkişaf müşahidə olunmuşdur. Lakin bu inkişaf bir çox hallarda nəzarətsiz və plansız baş verdiyindən, ətraf mühit və yerli cəmiyyətlər üzərində mənfi təsirlər yaratmışdır (Avcıkurt, 2009). Nəticədə, turizmin daha davamlı və inklüziv modellərinə, o cümlədən icma əsaslı turizmə (İƏT) maraq artmışdır. İƏT həm ekoloji davamlılığı, həm də yerli icmaların rifahını prioritetləşdirən bir yanaşma kimi inkişaf etmişdir (Choi & Sirakaya, 2006; Goodwin & Santilli, 2009).

İcma əsaslı turizm anlayışı, yerli əhalinin aktiv iştirakını, öz resurslarına nəzarətini və turizmdən əldə olunan gəlirin yenidən yerli inkişaf üçün istifadə edilməsini əsas götürən alternativ turizm növüdür (Scheyvens, 2002; Brohman, 1996). Bu modelin əsas məqsədi yerli icmanı iqtisadi, sosial və siyasi baxımdan gücləndirməkdir (Scheyvens, 2002).

Ənənəvi kütləvi turizmdən fərqli olaraq, İƏT-də yerli əhali turizm fəaliyyətlərinin planlaşdırılmasında, idarə olunmasında və həyata keçirilməsində birbaşa iştirak edir (Goodwin & Santilli, 2009; Taşcı, Semrad & Yılmaz, 2013). Bu iştirakçılıq modeli yalnız iqtisadi gəlir əldə etmək deyil, həm də sosial və mədəni dəyərlərin qorunması və inkişafını hədəfləyir (Suansri, 2003; Tourism Concern, 2013).

İƏT-in Yerli iqtisadiyyatlara təsiri

İƏT modelləri kənd təsərrüfatı, balıqçılıq, əl sənətkarlığı və digər ənənəvi fəaliyyətlərlə paralel şəkildə işləyərək, yerli iqtisadiyyatın şaxələndirilməsinə töhfə verir (López-Guzmán, Sánchez-Cañizares & Pavón, 2011). Turizmdən əldə olunan gəlirin yerli ailələr və sahibkarlar arasında ədalətli şəkildə paylanması, həm fərdi, həm də kollektiv iqtisadi gücün formalaşmasına səbəb olur (Ataman, 2010).

Əlavə olaraq, turizmin inkişafı nəticəsində kənd yerlərində yeni iş imkanları yaranır, xüsusilə qadınlar və gənclər üçün məşğulluq səviyyəsi artır (Giampiccoli & Kalis, 2012). İnfrastrukturun yaxşılaşdırılması, təhsil və səhiyyə sahələrinə sərmayələrin yönəldilməsi isə daha geniş sosial rifah mühitinin formalaşmasına şərait yaradır (Asker, Boronyak, Carrard & Paddon, 2010).

İƏT-in davamlı turizm modeli kimi rolu

İƏT həm ekoloji, həm də mədəni cəhətdən davamlı turizm modelidir. Bu yanaşma ətraf mühitin qorunması ilə yerli maraqlar arasında tarazlıq yaratmağı hədəfləyir (Giampiccoli & Kalis, 2012). Turistlərin əvvəlcədən məlumatlandırılması, kiçik turist qruplarının təşviqi və mədəni irsə hörmət prinsipləri İƏT-in əsas funksional xüsusiyyətləridir (Tourism Concern, 2013).

Dixey (2005) və Goodwin və Santilli (2009) qeyd edirlər ki, uğurlu İƏT layihələri yalnız turizm gəliri ilə məhdudlaşmamalı, həm də cəmiyyətin ümumi rifahına yönəlməlidir. Bu məqsədlə əldə edilən gəlirlər məktəb, xəstəxana və infrastruktur layihələrinə yönəldilməlidir.

Turizmin davamlı inkişafında yerli cəmiyyətlərin iştirakı həyati əhəmiyyət daşıyır (Murphy, 1985; Timothy, 1999). Yalnız yerli əhalinin səsinin eşidildiyi, qərarvermə proseslərinə qatıldığı hallarda turizm fəaliyyətləri uzunmüddətli nəticələr verə bilər (Tosun, 2000; Okazaki, 2008). Əks təqdirdə, turizm inkişafı yalnız seçilmiş qrupların xeyrinə olacaq, bu isə sosial narazılıqlara yol açа bilər (Mitchell & Muckosy, 2008; Kim, Park & Phandanouvong, 2014).

Yerli icmalar öz resurslarını daha yaxşı tanıdığı üçün planlaşdırma və idarəetmədə onların iştirakı nəticələrin keyfiyyətini artırır (Li, 2006). Tosun (1999) yerli cəmiyyətlərin turizmə üç formada — öz təşəbbüsü ilə, təkliflə və ya təzyiqlə — daxil ola biləcəyini göstərir.

Nəticə

İcma əsaslı turizm (İƏT) yalnız alternativ bir turizm modeli deyil, həm də davamlı, inklüziv və ədalətli inkişafın mühüm vasitəsidir. Bu yanaşma, yerli icmaların iqtisadi, sosial və mədəni baxımdan gücləndirilməsinə, onların turizm fəaliyyətlərində aktiv iştirakına və əldə edilən gəlirlərin ədalətli şəkildə bölüşdürülməsinə imkan yaradır. İƏT modeli vasitəsilə turizm yalnız xarici investorlara və böyük şirkətlərə deyil, birbaşa yerli əhaliyə xidmət edən bir iqtisadi fəaliyyətə çevrilir.

Araşdırmalar göstərir ki, İƏT həm kənd təsərrüfatı, əl sənətkarlığı, mədəni fəaliyyətlər kimi ənənəvi sahələri dəstəkləyir, həm də regionlarda əlavə məşğulluq imkanları yaradaraq yoxsulluğun azaldılmasına töhfə verir. Bu model qadınların və gənclərin iqtisadi fəallığını artırmaqla yanaşı, sosial inklüzivliyi və ictimai rifahı gücləndirir. Eyni zamanda, mədəni irsin qorunması və ətraf mühitin davamlı istifadəsi kimi prinsiplər, İƏT-in ekoloji baxımdan da məsuliyyətli bir turizm forması olduğunu sübut edir.

Bu səbəbdən, inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün İƏT təkcə strateji bir turizm siyasəti deyil, həm də sosial transformasiyanı, iqtisadi şaxələndirməni və dayanıqlı inkişafı təmin edən mühüm bir vasitədir. Bu yanaşmanın uğurla həyata keçirilməsi üçün isə hökumət, qeyri-hökumət təşkilatları və yerli icmalar arasında effektiv əməkdaşlıq və iştirakçılıq mexanizmlərinin qurulması zəruridir. Yalnız bu halda İƏT modeli uzunmüddətli və balanslı regional inkişaf üçün real bir həll yolu ola bilər

Ədəbiyyat siyahısı

1. Avcıkurt, C. Turizmde sürdürülebilirlik ve turizm politikaları. Ankara: Detay Yayıncılık, 2009.
2. Ataman, G. Turizm ve kırsal kalkınma: Alternatif bir yaklaşım. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 21(1), p.19–25, 2010.
3. Asker, S., Boronyak, L., Carrard, N. & Paddon, M. Effective community-based tourism: A best practice manual. Sustainable Tourism Cooperative Research Centre, 2010.
4. Brohman, J. New directions in tourism for Third World development. Annals of Tourism Research, 23(1),p. 48–70, 1996.
5. Choi, H. C. & Sirakaya, *E.* Sustainability indicators for managing community tourism. Tourism Management, 27(6), p.1274–1289, 2006.
6. Dixey, L. Community-based tourism in developing countries. Journal of Sustainable Tourism, 13(1), p.45–62, 2005.

7. Giampiccoli, A. & Kalis, J. H. Community-based tourism and local culture: The role of indigenous people. Tourism Planning & Development, 9(2),p. 115–129, 2012.

8. Goodwin, H. & Santilli, R. Community-based tourism: A success? 2009.

9. Kim, H., Park, E. & Phandanouvong, T. Poverty alleviation through tourism. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 19(9), 1029–1050, 2014.

10. Li, W. Community decision making: Participation in development. Tourism Management, 27(6), p.1299–1314, 2006.

11. López-Guzmán, T., Sánchez-Cañizares, S. & Pavón, V. Community-based tourism in developing countries: A case study. Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism, 6(1),p. 69–84, 2011.

12. Mitchell, J. & Muckosy, P. A misguided quest: Community-based tourism in Latin America. 2008.

13. Murphy, P. Tourism: A community approach. New York: Routledge, 1985.

14. Okazaki, E. A community-based tourism model. Tourism Management, 29(2), p.351–365, 2008.

15. Scheyvens, R. Tourism for development: Empowering communities. London: Pearson Education, 2002.

16. Suansri, P. Community based tourism handbook. Bangkok: Responsible Ecological Social Tour (REST), 2003.

17. Taşcı, A. D. A., Semrad, K. J. & Yılmaz, S. S. Community-based tourism: Finding equilibrium. Journal of Destination Marketing & Management, 2(3), p.130–141, 2013.

18. Timothy, D. J. Participatory planning in tourism. Tourism Management, 20(5), p.613–633, 1999.

19. Tosun, C. Limits to community participation in the tourism development process. Tourism Management, 21(6), p.613–633, 2000.

20. Tourism Concern. The principles of community-based tourism. *2013.*

MƏHƏMMƏD ƏLİYEV

Azərbaycanda arxeoloji turizmin inkişaf perspektivləri

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: əliyev.məhəmməd.2301@atmu.edu.az

Xülasə: Dünyanın müxtəlif ölkələrində xüsusi maraq kəsb edən turizm növlərindən biri də arxeoloji turizmdir. Muzeylərdə mühafizə və nümayiş olunan arxeoloji materiallar turistlər tərəfindən həmişə maraqla qarşılanıb. Çox sayda turist cəlbinə imkan verən bu turizm növünün Azərbaycanda da təşviq olunması vacibdir. Çünki tarixi-arxeoloji abidələrlə zəngin olan ölkəmizdə bu sahənin inkişaf etdirilməsi üçün geniş imkanlar var.

***Açar sözlər*:** arxeologiya, mədəni turizm, ölkəmizdə arxeoturizm

Abstract: rchaeological tourism is one of the types of tourism of special interest in different countries of the world. Archaeological materials preserved and displayed in museums have always been received with interest by tourists. It is important to promote this type of tourism in Azerbaijan, which allows attracting a large number of tourists. Because our country, which is rich in historical and archaeological monuments, has wide opportunities for the development of this field.

Keywords: archeology, cultural tourism, archetourism in our country

Giriş. Azərbaycanda arxeoloji turizm, ölkənin zəngin tarixini və mədəni irsini dünyaya tanıtmaq üçün böyük potensiala malikdir. Bu turizm növü, həmçinin qədim abidələrin öyrənilməsi ilə yanaşı, turistlərə unikal təcrübələr təqdim edir. Azərbaycanın müxtəlif bölgələrində yerləşən arxeoloji mərkəzlər, müxtəlif dövrlərə aid izləri nümayiş etdirir. Bu cür mədəni irs, müasir turistləri cəlb edərək, onların marağını artırır. Arxeoloji turizm, həmçinin yerli iqtisadiyyata müsbət təsir edərək, sosial və mədəni həyatın inkişafını dəstəkləyir. Regionların iqtisadiyyatını canlandırmaqla yanaşı, insanların yaşayış səviyyəsini yaxşılaşdırır. Bu sahə, ölkənin turizm sektorunun dünya miqyasında inkişafına töhfə verə bilər. Arxeoloji qazıntı sahələri və abidələr, təbii ki, turizm üçün əlavə dəyər yaradır. Azərbaycanın mədəni irsinin qorunması və təqdim edilməsi bu sahənin əhəmiyyətini artırır. Nəticə etibarilə, Azərbaycanın arxeoloji turizminin inkişafı böyük əhəmiyyət kəsb edir və gələcəkdə daha da inkişaf etdirilməlidir.

Əsas hissə:

Arxeoturizm və ya **arxeoloji turizm**, mədəni turizmin spesifik bir növüdür. Bu sahə arxeologiyaya olan ictimai marağı artırmaq və tarixi ərazilərin gələcək nəsillər üçün qorunmasını təmin etmək məqsədini güdür. Arxeoturizm, arxeologiya ilə bağlı olan müxtəlif fəaliyyətləri əhatə edir: arxeoloji ərazilərə, muzeylərə, izahat mərkəzlərinə səfərlər, tarixi hadisələrin canlandırılması, yerli əhalinin qədim adətlərinin bərpası, müxtəlif festivallar və teatr nümayişləri.

Bu turizm növü, arxeoloji və mədəni irsin təbliğ olunması ilə yanaşı, bəzən həmin ərazilərə zərər verə biləcək riskləri də daşıyır. Məsələn, turistlərin sayı çoxaldıqca, bu ərazilər müdaxilə turizminə çevrilə bilər. Arxeoloqlar, turizmin keçmişə olan marağı artırdığını və insanların biliklərini genişləndirdiyini düşünür. Lakin, arxeoloji obyektlərin turizm firmaları tərəfindən idarə olunması, bilet və suvenir satışlarının ön plana çıxmasına səbəb ola bilər. Bu vəziyyətdə, sual yaranır: ərazini ictimaiyyətə açıq saxlamaq, yoxsa onu qapalı saxlayıb potensial zərərlərdən qorumaq daha dəyərlidir?

Arxeoloji materiallara vurulan zərər yalnız dağıtma, yerdəyişmə və oğurlama ilə məhdudlaşmır. Bəzən bu zərərlər, infrastrukturların düzgün planlaşdırılmaması nəticəsində də baş verə bilər. Məsələn, düzgün planlaşdırılmamış yollar, restoranlar, mağazalar və otellərin tikintisi, sürüşmələrə, sel basqınlarına və torpağın aşınmasına yol açır. Bu cür müdaxilələr, ərazinin ekosistemini pozaraq, arxeoloji əhəmiyyətini ciddi şəkildə təhlükəyə atır.

Eyni zamanda, arxeoturizmin inkişafı, yerli icmalara da iqtisadi fayda gətirə bilər. Turizm, yerli əhalinin qədim adət-ənənələrini canlandırmasına, bu ənənələri gələcək nəsillərə ötürməsinə imkan tanıyır.

Bu baxımdan, arxeoturizm, yalnız arxeoloji irsin qorunması deyil, həm də mədəniyyətin yaşadılması və inkişafı üçün mühüm bir platformadır.

Beləliklə, arxeoturizm, müsbət və mənfi aspektləri olan bir fenomen olaraq, həm mədəniyyətin təşviqi, həm də tarixi irsin qorunması baxımından əhəmiyyətli rol oynayır. Düzgün idarə olunduqda, arxeoturizm, tarixə olan marağı artıran və eyni zamanda, mədəni irsi qoruyan bir vasitə ola bilər. Bunun üçün, mütəxəssislər və yerli icmalar arasında əməkdaşlıq vacibdir. Arxeoturizmin davamlı inkişafı, yalnız turistlərin mədəni irsi daha yaxşı başa düşməsinə deyil, eyni zamanda gələcək nəsillər üçün bu irsin qorunmasına da xidmət etməlidir.

Arxeoturizm, müasir cəmiyyətin tarixi və mədəni irsə olan marağını artırmaqla yanaşı, eyni zamanda təhsil və maarifləndirmə məqsədini də güdür. Müxtəlif arxeoloji festivallar və sərgilər, yerli əhalinin iştirakını artıraraq, mədəni irsin yaşadılmasına imkan tanıyır. Arxeoturizm, eyni zamanda, beynəlxalq səviyyədə mədəni mübadiləni də təşviq edir, bu da müxtəlif xalqlar arasında anlaşmanı gücləndirir. Bəzi ölkələr, arxeoturizmi inkişaf etdirərək, turizm sənayesinin iqtisadiyyatdakı rolunu artırmaqda maraqlıdır. Nəticədə, arxeoturizm, həm yerli icmalar, həm də turistlər üçün qarşılıqlı faydalı bir təcrübə yaradır, bu da tarixi irsin qorunmasını daha da ön plana çıxarır.

Respublikamızda arxeoloji irs, ölkənin zəngin tarixi və mədəniyyəti ilə birləşərək turizm potensialını artırır. Bu irs, həm yerli, həm də beynəlxalq turistlər üçün maraq doğurur. Ölkəmizin bu sahədə olan turizm potensialını aşağıdakı faktlara əsasən qeyd edə bilərik.

1. “Tarixi Abidələr”: Quba, Qusar, Naxçıvan və digər bölgələrdə yerləşən qədim şəhərlər və qalalar, turistlərin diqqətini çəkir.

2. “Qobustan”: Dünyanın ən qədim qayaüstü təsvirlərindən biri olan Qobustan, 30,000 illik tarixi ilə unikal bir məkandır.

3. “Kürdəmirdəki tarixi yerlər”: Burada yerləşən qədim türbələr və mədəniyyət mərkəzləri, arxeologiya həvəskarları üçün cəlbedicidir.

4. “Naxçıvanın tarixi abidələri”: Mövcud olan Naxçıvan Muxtar Respublikasında, tarixi abidələr və qəbiristanlıqlar turistlər üçün maraqlı yerlərdir.

5. “Mədəniyyət və İncəsənət”: Arxeoloji turizm, yerli mədəniyyət və incəsənətin tanıdılmasına, festivallar və sərgilərlə birlikdə, əlavə dəyər qatır.

Yuxarıda qeyd etdiyimiz faktlar Azərbaycanın arxeoloji turizm sahəsində mövcud potensialını göstərir.

Bundan əlavə,ölkəmizin arxeoloji turizm cəhətdən bir-çox maraqlı və vacib yerləri vardır.Sözsüz ki bunların başında,”Azıx” mağarasını misal göstərmək olar ki,burada tapılan,”Azıxantrop” çənə sümüyünü demək olar ki,bu çənə sümüyü 1960-cı illərdə Azərbaycanın Quba rayonundakı “Azıx” mağarasında aşkar edilmişdir. Bu tapıntı, arxeoloq İsaq Cəfərzadə tərəfindən kəşf edilmiş və o dövrdən bəri paleontologiya sahəsində mühüm əhəmiyyət kəsb etmişdir

Azıxantrop, yəni Homo erectus cinsinə aid olan bir növdür və Azərbaycanın Azıx mağarasında tapılmışdır. Bu çənə sümüyü, paleontologiya sahəsində əhəmiyyətli bir tapıntıdır.

Əhəmiyyəti:

• **Təkamül araşdırmaları**: Azıxantrop çənə sümüyü, insanın təkamülünü və inkişafını öyrənmək üçün dəyərli məlumatlar təqdim edir.

• **Mədəniyyətin inkişafı**: Bu tapıntılar, erkən insan cəmiyyətlərinin mədəni inkişafı, alət istehsalı və sosial quruluşu haqqında anlayışlar yaradır.

• **Arxeoloji konteks:** Çənə sümüyünün tapıldığı yer, bölgədəki arxeoloji konteksti zənginləşdirir və daha çox araşdırmalara yol açır.

Xüsusiyyətləri:

▶ **Anatomik strukturlar**: Çənə sümüyünün anatomik xüsusiyyətləri, Azıxantropun digər insan növləri ilə müqayisədə özünəməxsusluğunu göstərir.

▶ **Yaş və tarix**: Tapıntının yaşı təxminən 300,000 il əvvələ aid edilir, bu da onu erkən insan populyasiyalarının tədqiqi üçün əhəmiyyətli edir.

Azıxantrop çənə sümüyü, həm yerli, həm də beynəlxalq araşdırmalar üçün dəyərli bir materialdır, bu da Azərbaycanın arxeoloji və paleontoloji irsini daha da zənginləşdirir.

Arxeoloji turizm üçün Şəmkir şəhəri çox maraqlı və əlverişli obyektdir: «Bunu şərtləndirən bir neçə amil var. Bunlardan birincisi şəhər xarabalıqlarının Böyük İpək Yolu üzərində yerləşməsidir. Digər tərəfdən, aparılmış arxeoloji qazıntıların intensivliyi və qazıntılar zamanı üzə çıxan maddi-mədəniyyət qalıqları da adıçəkilən şəhəri cəlbedici turizm obyektinə çevirir.

Daş örtüklü qəbirləri səciyyələndirən başlıca cəhət qəbrin üstündə çaydaşlarından qurulmuş örtüyün olmasındadır. Örtüyün hündürlüyü 25- 100 sm arasında dəyişir. Örtükdəki çaydaşları bəzən gil qarışıq yapışdırıcı məhlulla bir-birinə bərkidilmişdir. Bəzi qəbirlərdə örtük aypara şəklində qurulmuşdur.

Qəbirlərdə aşkarlanan skeletlər ölünün sağ və ya sol böyrüüstə, bükülü və ya çox bükülü vəziyyətdə, müxtəlif istiqamətlərdə dəfn edildiyini göstərir. Arxasıüstə uzadılmış, lakin dizlərdən bükülü skeletlərə də rast gəlinmişdir. Qəbirlərin çoxunda isə, hətta bəzi avadanlıqla zəngin qəbirlərdə skelet aşkarlanmamışdır.

Qəbir tiplərinin müxtəlifliyinə, dəfn adətində fərqlərə baxmayaraq, qəbir avadanlığında əsaslı fərq izlənilmir. Qəbir avadanlığı Xocalı-Gədəbəy mədəniyyətinə mənsub saxsı məmulatından, silahlardan və bəzək əşyalarından ibarətdir. Zəyəmçay nekropolunda tədqiq olunan qəbirlər e.ə. XIV-X əsrlərə aid edilir.

Alban Dövrü: Çaparlı alban məbədi (IV-V əsrlər)

2005-ci ildə Şəmkir rayonunun Çaparlı kəndi yaxınlığında aparılan arxeoloji qazıntılar zamanı IV-V əsrlərə aid alban xristian məbədi və qəbiristanlığı aşkar edilmişdir. Qazıntılarda iki tikili qalıqları üzə çıxıb; üst qatın dördkünc olduğu, şərq-qərb istiqamətində 40-50 sm enində divarın 2,5 m uzunluğunda olduğu müəyyən edilmişdir.

Altda iri əhəng daşlarından inşa olunmuş, 25 kv.m sahəli kvadrat bina qalıqları tapılmışdır. Divarların eni 1,5 m, qapı yeri 1,3 m-dir. Tikinti zamanı əhəng daşlarının emal edildiyi sahə də aşkarlanmışdır.

Xaç təsviri olan daş lövhə və xristian qəbirləri, bu tikilinin IV-V əsrlərə aid alban xristian məbədi olduğunu təsdiqləyir. Məbədin qərb hissəsində antik dövrə aid metaləritmə kürəsi tapılıb.

Qazıntılarda erkən xristian qəbirləri və iki küp qəbri tədqiq edilmiş, tək dəfn hallarına rast gəlinmişdir. Üçüncü kvadratda kollektiv dəfn aşkarlanıb. Uşaq qəbrindən muncuqlar və tunc bəzək əşyaları tapılmışdır.

Orta Əsrlər: Muncuqlutəpə və Ağsu

"Muncuqlutəpə" yaşayış yeri IX-XIII əsrlərə aiddir. 1985-1988-ci illərdə, Yenikənd SES-nin tikintisi ilə əlaqədar, arxeoloji qazıntılar aparılıb. Qazıntılar Kür çayının sağ sahilində, Şəmkir rayonunun Qaracəmirli kəndindən 8 km şimalda yerləşib. 750 kv.m sahədə aparılan qazıntılarda mədəni təbəqənin qalınlığı 1,7-1,8 m-dir. Mədəni təbəqədə iki inşaat qatı aşkarlanmışdır: biri IX-X, digəri isə XI-XIII əsrlərə aiddir. Qazıntılar nəticəsində çaydaşı və bişmiş kərpicdən tikinti qalıqları, məişət və təssərrüfat quyuları, 30-a yaxın təndir və ocaq yeri tapılmışdır. Təndirlər müxtəlif ölçü və formalara malikdir. Onların divarlarında içəri tərəfdən cızma xətləri mövcuddur. Ən böyük təndir 80 sm, kiçik təndirlər isə 35 sm diametrindədir.

Muncuqlutəpədə monumental tikililərin qalıqları da aşkarlanıb. Daşdan yonulmuş sütun başlıqları və sütun altlıqları tapılmışdır. Sütun altlığında "Hakimiyyət Allaha məxsusdur" yazılı kitabə vardır. Aşkar olunan metal pasalar dəmirçiliyin mövcudluğuna dəlalət edir. Mədəni təbəqədən əmək alətləri, silahlar, saxsı qablar və metal məmulatlar əldə edilmişdir. Üst qatın dağıntı və yanğın izləri yaşayış məskəninin qəfil hücumla dağıldığını göstərir. Bu səbəbdən əhali buranı tərk etmişdir.

"Ağsu" XVIII əsrdə Azərbaycanın ən böyük şəhəri olmuşdur. 1735-ci ildən Nadir şah tərəfindən tikilən qala bölgədə əhəmiyyətli iqamətgah sayılırdı. Nadir şahın təyin etdiyi hakimlər burada otururdular. Ağsu qalası Şirvan zadəganlarının üsyanlarının mərkəzi olmuşdur. 2010-2012-ci illərdə "Orta əsr Ağsu şəhəri" Arxeoloji Turizm Kompleksi layihəsi çərçivəsində tədqiqatlar aparılmışdır. Qazıntılarda 600 kv.m sahədə kəşfiyyat işləri görülmüşdür. Şəhər yerinin mərkəzində daş döşəməli küçələr aşkar olunmuşdur. Küçənin 5 metr cənubunda şəhər meydanlarından biri tapılmışdır.

1983-cü ildən Ağsu-İsmayıllı ekspedisiyası burada ilk tədqiqatları aparmışdır. 2010-cu ildən Qafar Cəbiyev rəhbərliyində genişmiqyaslı qazıntılar başlanmışdır. 1,5 hektar sahədə maraqlı tapıntılar əldə edilib. Qazıntılarda dövrün mükəmməl şəhər planlaşdırması aşkar olunmuşdur. Su və kanalizasiya sistemləri, sənətkarlıq emalatxanaları da tapılmışdır. Şəhərin şimalı ilə cənubu arasında 10 metr hündürlük fərqi vardır. Bu fərq evlərin su ilə təmin edilməsində mühüm rol oynamışdır.

Arxeoloqlar Muncuqlutəpənin və Ağsu şəhərinin tarixi əhəmiyyətini vurğulayır. "Xaraba şəhər" adı mübahisəlidir, bura Ağsu, Yeni Şamaxı və ya Beyləqan kimi adlarla da tanınır. Arxeoloji tədqiqatlar tarixin açılmayan səhifələrini üzə çıxaracaqdır.

Son illərdə Azərbaycanda bir sıra görkəmli arxeoloqlar dünyasını dəyişib və gənclərdə elmə həvəs azalıb. Yüksək ixtisaslı arxeoloq kadrların yetişdirilməsi üçün şərait olmadığından arxeoloji ekspedisiyalar fəaliyyətini dayandırıb. Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası və Tarix Muzeyi yeni imkanlardan istifadə etməyə çalışır, xüsusən də böyük tikinti sahələrində arxeoloji tədqiqatlar üçün ayrılan maliyyə vəsaitindən səmərəli istifadə edərək.

Arxeoloji tədqiqatlara XIX əsrin ortalarından maraq olsa da, məqsədyönlü tədqiqatlar XX əsrin 20-ci illərində başlayıb. O dövrdən 50-ci illərin ortalarına qədər Azərbaycan Tarix Muzeyi əsas tədqiqatçı olub. 50-ci illərin ortalarından isə Azərbaycan EA Tarix İnstitutu arxeoloji qazıntılarla məşğuldur. Bu dövrdə yüksək ixtisaslı arxeoloqlar Moskva və Leninqradda yetişdirilib.

Arxeoloqlarımız müxtəlif dövrlərə aid abidələri aşkar edərək çoxlu elmi işlər nəşr ediblər. Lakin 1990-cı ildən sonra baş verən iqtisadi və siyasi dəyişikliklər arxeologiyaya mənfi təsir edib, ekspedisiyaların sayı azalıb. Az əmək haqqı səbəbindən yüksək ixtisaslı arxeoloqlar başqa işlərlə məşğuldurlar. Tikinti təşkilatları arxeoloji tədqiqatlar üçün vəsait ayırsa da, fəaliyyət hələ də zəifdir. Arxeologiya və Etnoqrafiya İnstitutunun direktoru A.A. Abbasovun dediyinə görə, cari ildə bir neçə ekspedisiya fəaliyyət göstərəcək.

Digər imkan Böyük İpək yolu proqramı ilə əlaqədar Nəqliyyat yollarının tikintisi ola bilər.

Arxeologiya və Etnoqrafiya İnstitutu bu sahədə də müəyyən işlər görmüşdür. Məlum olduğu kimi, turizm, xüsusilə beynəlxalq turizm dövlət infrastrukturunda ən gəlirli sahələrdən biridir. Beynəlxalq turizm iqtisadiyyatın, mədəniyyətin, elmin inkişafına güclü təsir göstərir. Beynəlxalq turizm sayəsində xalqlar bir-birinin bütün sahələrdə nailiyyətləri ilə tanış olur, bir-birinin hərtərəfli inkişafına müsbət təsir göstərirlər. Hesablamalar göstərir ki, bir xarici turist orta hesabla altı-yeddi iş yerinin açlmasına imkan yaradır. Azərbaycanın Böyük İpək yolunun üzərində yerləşməsi və bu yolun reanimasiyasında xüsusi rolu, təbii-coğrafi zənginlikləri, müalicə əhəmiyyəti, bu ərazidə Qədim daş dövründən başlayaraq bu günə kimi milyon illərlə ölçülən böyük bir dövrün bütün mərhələlərinə aid çoxlu abidələrin olması respublikamızda daxili və beynəlxalq turizmin inkişafı üçün misilsiz imkanlar yarada bilər. Bu sahə respublikada ciddi öyrənilməlidir. Bizim Tarix Muzeyinin nəzdində xüsusi turizm mərkəzi yaratmaq imkanı öyrənilməlidir. Bu mərkəz respublikada fəaliyyət göstərən çoxlu turizm agentlikləri üçün ekskursovod kursları açа bilər, mütəxəssisləri cəlb etməklə müasir tələblərə cavab verən, yaxşı illüstrasiyalarla, marşrut xəritələri ilə təchiz olunan Azərbaycanın bölgələri üzrə bələdçi kitablar, xalqımızın mədəniyyəti ilə əlaqədar suvenirlər hazırlanması və onların satışını təşkil edə bilər. Turizmdən gələn gəlirin müəyyən hissəsini elmin inkişafına, o cümlədən arxeoloji tədqiqatların aparılmasına və inkişaf etdirilməsinə sərf etmək mümkündür. İndiki dövrdə Azərbaycanda arxeologiyanı canlandırmaq, çoxminlik tariximizi və mədəniyyətimizi dünyaya tanıtmaq üçün başlıca imkanlardan biri beynəlxalq Arxeoloji ekspedisiyaların yaradılmasıdır. Qədim şərq ölkələrinin və antik dünya abidələrinin öyrənilməsi sahəsində beynəlxalq Arxeoloji ekspedisiyaların fəaliyyəti nəticəsində misilsiz elmi nailiyyətlər əldə edilmişdir. Hazırda qonşu ölkələrdə, o cümlədən Gürcüstan, Dağıstan və xüsusilə Türkiyədə belə ekspedisiyalar fəaliyyət göstərir. Gürcüstanda Qumbatı adlı abidədə 1994-cü ildən Gürcüstanla Almaniyanın birgə Arxeoloji ekspedisiyası tədqiqat işləri aparır.Bütün ölkələr öz ərazilərində beynəlxalq Arxeoloji ekspedisiyaların işləməsinə maraq göstərirlər.

Azərbaycanda arxeoloji turizm üçün inkişaf strategiyaları aşağıdakı əsas istiqamətləri əhatə edə bilər:

1. “Tədqiqat və məlumatların Toplanması”:Arxeoloji yerlərin tədqiqatını artırmaq, yeni tapıntıları sənədləşdirmək və onların tarixi əhəmiyyətini işıqlandırmaq.

2. “İnfrastrukturun İnkişafı”: Arxeoloji yerlərə asan giriş üçün yol, dayanacaq, informasiya mərkəzləri və digər turizm infrastrukturlarının yaradılması.

3. “Turizm paketləri”: Arxeoloji yerləri əhatə edən müxtəlif tur paketləri hazırlamaq, bu yerləri digər turistik atraksiyalarla birləşdirmək.

4. “Təhsil və maarifləndirmə”: Turistlərə arxeologiya və Azərbaycanın tarixi ilə bağlı maarifləndirmə proqramları təşkil etmək.

5. “Beynəlxalq əməkdaşlıq”: Xarici universitetlər və arxeologiya institutları ilə əməkdaşlıq edərək tədqiqat və mübadilə proqramları yaratmaq.

6. “Rəqəmsal texnologiyalardan istifadə”: Virtual turizm və mobil tətbiqlər vasitəsilə arxeoloji yerləri daha əlçatan və cəlbedici etmək.

7. “Mədəniyyət və incəsənət festivalı”: Arxeoloji tapıntılar ətrafında mədəniyyət festivalları təşkil edərək yerli əhalinin və turistlərin marağını artırmaq.

Azərbaycanda arxeoloji turizm üçün inkişaf strategiyaları və çağırışlar aşağıdakı əsas istiqamətləri əhatə edir:

Çağırışlar

1. “Maliyyə resurslarının çatışmazlığı”: - Turizm infrastrukturunu inkişaf etdirmək üçün maliyyə dəstəyi tapmaq.

2. “İctimai fikrin formalaşması”:- Arxeoloji turizmin əhəmiyyətini yerli əhalinin anlaması üçün maarifləndirmə kampaniyaları.

3. “Təhlükəsizlik və mühafizə”:- Arxeoloji yerlərin mühafizəsi və qorunması üçün effektiv strategiyaların hazırlanması.

4. “Keyfiyyətli bələdçilərin yetərsizliyi”: - Yaxşı təcrübəyə malik bələdçilərin hazırlanması və yetişdirilməsi.

5. “Təbiət və mədəni irsin qarşılıqlı təsiri”:- Təbii mühitin qorunması ilə arxeoloji sahələrin mühafizəsi arasında tarazlığın təmin edilməsi.

Bu strategiyalar və çağırışlar, Azərbaycanın arxeoloji turizm potensialını artırmaqla yanaşı, həm də yerli icmaların iqtisadi və mədəni inkişafına töhfə verə bilər.

Nəticə

Azərbaycanda arxeoloji turizmin böyük perspektivləri var, çünki ölkəmiz qədim insan məskənlərindən biri kimi tanınır. Məsələn, dünyaca məşhur Azıx mağarası, Azərbaycanın və bütün regionun arxeologiyasında mühüm yer tutur. Bununla yanaşı, Azərbaycanda çoxsaylı arxeoloji abidələr mövcuddur, o cümlədən tarixi Şabran şəhəri və Ağsu şəhərinin qalıqları. Yeni açılan Hacıqabul seyrangahı da bu irsin zənginliyini nümayiş etdirir. Arxeoloji tapıntıların turistlərə təqdim olunmasında turizm şirkətlərinin rolu böyükdür, çünki onlar turist səfərləri təşkil edir və abidələri tanıdır. Bu abidələrin tanıdılması üçün nişanlar qoyulmalı və xüsusi marşrutlar yaradılmalıdır. Bukletlər və informasiya materialları hazırlanaraq, bu yerlərin tarixi əhəmiyyəti və turistlərə faydalı məlumatlar verilməlidir. Arxeoloji turizm Azərbaycanın

zəngin mədəni irsini tanıtmaqla yanaşı, yerli iqtisadiyyata da müsbət təsir edir və yeni iş imkanları yaradır. Bu sahənin inkişafı həm mədəni irsin qorunmasına, həm də beynəlxalq tanınmaya kömək edəcəkdir. Nəticədə, arxeoloji turizm həm turistləri maarifləndirəcək, həm də arxeoloji irsin gələcək nəsillərə ötürülməsinə xidmət edəcəkdir. `

Ədəbiyyat siyahısı

1. Aliyev, İ. "Azərbaycanda Arxeoloji Tədqiqatlar və Turizm Potensialı". Bakı: Nizami Gəncəvi Nəşriyyatı. 2021

2. Mustafayev, A. "Azərbaycanda Turizm: İqtisadiyyat və İnkişaf". Bakı: Bakı Universiteti Nəşriyyatı. 2017

3. Teymurov, T. "Arxeoloji Mirasın Qorunması və İstifadəsi: Azərbaycanda Yeni Yanaşmalar". Bakı: Nurlar Nəşriyyatı. 2019

4. https://www.medeniyyet.az/page/news/5936/Azerbaycanda-arxeoloji-turizmin-boyukperspektivleri-var.html

5.https://www.academia.edu/41975887/Arxeoloji_abid%C9%99l%C9%99rin_inkl%C3%BCziv_turizm_perspektivl%C9%99ri_v%C9%99_%C9%99lill%C9%99rin_reabilitasiyas%C4%B1na_d%C9%99st%C9%99k_layih%C9%99si

MƏLƏKXANIM SOLTANOVA

Davamlı turizmin inkişafına ekoturizmin təsiri

Mingəçevir Dövlət Universiteti, tələbə

E-mail: soltanovamelekxanim10@gmail.com

Xülasə: Məqalədə davamlı turizmin inkişafına ekoturizmin təsiri tədqiq edilmişdir. Müəllif ekoturizmin inkişafını şərtləndirən əsas amilləri sistemli şəkildə qruplaşdırmış və milli parklar kimi praktiki nümunələr təqdim etmişdir. Tədqiqatda davamlı turizmin inkişaf perspektivləri çərçivəsində təbii resursların qorunması, biomüxtəlifliyin saxlanması, həmçinin mədəni, tarixi və irsi dəyərlərin mühafizəsi əsas istiqamətlər kimi qeyd edilmişdir.

Açar sözlər: ekoturizm, davamlı turizm, milli parklar, inkişaf, mədəni turizm.

Abstract: The article examines the impact of ecotourism on the development of sustainable tourism. The author systematically categorizes the key factors influencing ecotourism development and provides practical examples, such as national parks. The study highlights that the development of sustainable tourism is closely linked to the conservation of natural resources, the preservation of biodiversity, and the protection of cultural, historical, and heritage values.

Keywords: ecotourism, sustainable tourism, national parks, development, cultural tourism

Резюме: В статье рассматривается влияние экотуризма на развитие устойчивого туризма. Автор систематически классифицирует основные факторы, влияющие на развитие экотуризма, и приводит

практические примеры, такие как национальные парки. В исследовании подчеркивается, что развитие устойчивого туризма тесно связано с охраной природных ресурсов, сохранением биологического разнообразия и защитой культурных, исторических и наследственных ценностей.

Ключевые слова: экотуризм, устойчивый туризм, национальные парки, развитие, культурный туризм

Davamlı turizm sosial, ekoloji və iqtisadi məsuliyyətləri önəmsəyərək turizm fəaliyyətini davamlı formada həyata keçirməyi hədəfləyən bir yanaşmadır. Bu turizm növü mədəni və təbii sərvətləri qoruyub saxlamaqla gələcəkdə turizm fəaliyyəti üçün əlverişli mühitin yaranmasına şərait yaradır. Səyahət edilən yerlərdə yerli əhalinin mədəniyyətinə hörmətlə yanaşılır, ətraf mühitə təsirlər minimuma endirilir və iqtisadi davamlılıq təşviq edilir.

Müasir dövrdə davamlı turizmə niyə ehtiyacımız var? Çünki məqsədimiz təbii ehtiyat və biomüxtəlifliyi qorumaqla səyahət edən ziyarətçilər üçün əyləncəli və maraqlı təcrübələr göstərməklə yanaşı, ölkələrin sosial-iqtisadi inkişafını dəstəkləməkdir. Məsuliyyətli turizm, həmçinin ekoturizm kimi də tanınan davamlı turizm, turizm fəaliyyətlərinin ətraf mühitə, yerli əhaliyə və mədəni irsə ən az mənfi təsir göstərməyi təmin edir. Bu da səyahət və mühafizəni balanslaşdıran bir konsepsiyadır.

Davamlı turizmin əsas prinsipləri aşağıdakılardır:

1. Təbii ehtiyatların mühafizəsi. Dünyada çoxalan turizm səyahətləri təbii sərvətlərin tükənməsinə səbəb ola bilər. Davamlı turizm isə təbii ehtiyatlardan tarazlaşdırılmış formada istifadə edərək onları həm qorumağa kömək edir, həm də gələcək nəsillərə ötürür.

2. Karbon qazının azaldılması. Turizm sektorunda əsas xidmətlərdən olan nəqliyyat və qidalanma sahələri ətraf mühitdə karbon qazının miqdarını artırır. Davamlı turizm aşağı karbonlu nəqliyyat və qidalanma variantları təşviq etməklə iqlim dəyişikliyi ilə mübarizə aparır.

3. Yerli iqtisadiyyatın dəstəklənməsi. Davamlı turizm yerli əhalinin iqtisadi rifahına töhvə verir. Bu, iş imkanlarının təmin edilməsi, yerli biznesin dəstəklənməsi və yerli əhalinin turizmlə bağlı qərarların qəbulunda səlahiyyətlərinin artırılmasını nəzərdə tutur.

4. Mədəni irsin qorunması. Kütləvi turizm mədəniyyət və tarix obyektlərinə ziyan vura bilər. Buna görə də Davamlı turizm həmin ərazilərin mühafizəsi üçün daha çox məlumatlılığı artırmaqla mədəni irsi gələcək nəsillərə ötürür.

5. Turizmin uzunmüddətli davamlılığı. Davamlı turizm ilə bir ərazinin turistik imkanlarını aşmaması və bu ehtiyatların davamlı şəkildə istifadə edilməsi təmin edilir. Bu, uzunmüddətli perspektivdə turizm gəlirlərinin saxlanmasına və iqtisadi sabitliyin qorunmasına töhfə verir.

Yuxarıda qeyd edilən prinsiplərə əməl etməklə və dayanıqlı turizm təcrübələrini reallaşdırmaqla səyahət və qoruma arasında balanslıq yaratmaq mümkündür. Həmçinin turistlərə və ziyarət edilən yerlərə fayda verərək yer kürəsini gələcək nəsillər üçün qoruya bilərik.

Birləşmiş Millətlər Təşkilatının İnkişaf Proqramının (UNEP) araşdırmasına görə, ekoturizm bu gün turizm sənayesinin ən sürətlə inkişaf edən seqmentlərindən biri hesab olunur. Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Ümumdünya Turizm Təşkilatının uzunmüddətli proqnozlarına görə, ekoturizm həm turistlərin sayı, həm də ümumi turizmdəki payı baxımından sürətlə yüksəlməyə davam edəcək.

Azərbaycanın gözəl təbiəti, flora və fauna növlərinin çoxluğu, tarixi, mədəniyyəti, mineral sularının olması ekoliji turizmin inkişafına şərait yaradır. Yəni ölkəmizin zəngin təbiəti ekoturizm üçün olduqca əlverişlidir. 2016-cı ildə qəbul edilmiş turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsində ölkəmizin turizmin inkişafı ilə bağlı hədəflərində ekoturizm xüsusi yer tutur. Belə ki, bu sənəddə ekoturizm ölkədə 2025-ci ilə kimi kifayət qədər tanınmış olacağı proqnozlaşdırılır. Ekoturizm - İngilis dilində olan «ecological tourism» və «ecotourism» sözlərinin dilimizə keçmiş formasıdır. Regionun davamlı inkişafını təmin edən və yerli mədəni-sosial mühitin qorunmasına qayğı göstərən, təbiətlə mehriban münasibətləri formalaşdıran, ekologiya təhsili maarifçiliyinə istiqamətlənmiş, təbiətə ziyan vurmayan turizmdir. Bu turizm növü üçün ən uyğun yerlər, sözsüz ki, milli parklar hesab olunur. Məsələn, Şirvan Milli Parkında ceyranlar, Qızılağac Milli Parkında köçəri quşlar, Hirkan Milli Parkında zolaqlı kaftar, Qafqaz bəbiri kimi növlər müşahidə oluna bilər. Ölkəmizdə 2003-cü ildən etibarən Milli Parklar yaradılmağa başlayıb və hazırda 10 Milli Park var. Bunlarla yanaşı, Qobustan qayaüstü rəsmləri, Şamaxı Astrofizika Rəsədxanası, xanlıq dövründən qalma saraylar, Atəşgah məbədi, palçıq vulkanları və s. bu turizm növü üçün olduqca cəzbedici obyektlər sırasında yer alırlar.

Azərbaycan Respublikasının Milli Parklarında ekoturizm fəaliyyətinin təşkili və inkişaf etdirilməsi Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi yanında Bioloji Müxtəlifliyin Qorunması Xidməti tərəfindən həyata keçirilir. Ərazinin Milli Park statusuna malik olması özü-özlüyündə orada ekoturizmin inkişafı, onun rasional təşkili və ətraf mühitə zərər vurmadan turistlərin estetik zövq alması üçün hüquqi baza rolunu oynayır. Ekoturizmin düzgün təşkili və fəaliyyəti təbii ehtiyatların və mədəni-tarixi dəyərlərin aşkar edilməsi, bərpası və səmərəli istifadəsinə stimul yaradır. Milli parklar - xüsusi ekoloji, tarixi, estetik və digər əhəmiyyət daşıyan təbiət komplekslərinin yerləşdiyi və təbiəti mühafizə, maarifçilik, elmi, mədəni və digər məqsədlər üçün istifadə olan təbiəti mühafizə və elmi müəssisə və ya təşkilat statusuna malik olan ərazilərdir. Ölkəmizdə milli parklar yaradıldığı vaxtdan indiyədək onların turizm (rekreasiya) potensialı olan ərazilərində təbiət turizminin inkişaf etdirilməsi məqsədilə çoxlu sayda ekoturizm marşrutu təşkil edilib.

2024-cü ilin I rübü ərzində milli parklara səfər edən turistlərin sayı	
Milli Parkın adı	**Səfər edən turist sayı**
Abşeron	988
Altıağac	628
Ağgöl	884
Hirkan	198
Göygöl	11155
Şirvan	1025

Şahdağ	896
Samur-Yalama	634
Qızılağac	517
CƏMİ:	**16925**

Ədəbiyyat siyahısı:

1. "Xüsusi mühafizə olunan təbiət əraziləri və obyektləri haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Bakı, 2000
2. Azərbaycan Respublikasının turizm strategiyası 2023-2026. Bakı, 2023
3. Q.Ş.Məmmədov. "Azərbaycan: ekoturizm potensialı: I cild". Bakı-2012
4. www.tourism.gov.az
5. www.eco.gov.az

FEYZULLAZADƏ MİRYUSİF

Azərbaycanın turizm destinasiyaları

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: miryusifrufet@gmail.com

Xülasə: "Turizm destinasiyaları" ifadəsi, turistlərin səyahət etdiyi və maraq göstərdiyi yerləri – yəni turistik istiqamətləri – bildirir. Bu istiqamətlər təbii gözəlliklər, tarixi və mədəni abidələr, istirahət imkanları və digər cəlbedici xüsusiyyətləri ilə seçilir.

Azərbaycan zəngin təbii gözəllikləri, qədim tarixi, rəngarəng mədəniyyəti və müasir infrastrukturu ilə turizm üçün cəlbedici ölkələrdən biridir. Ölkənin müxtəlif bölgələri fərqli turizm destinasiyaları kimi seçilir və hər biri özünəməxsus xüsusiyyətlərə malikdir.

İlk növbədə, Azərbaycanda daxili turizmin inkişaf etdirilməsi və ölkənin müxtəlif istiqamətlərinə daha çox xarici turistin cəlb edilməsi üçün infrastrukturun inkişafına və təbliğat işlərinə önəm verilmiş, müəyyən strategiya və proqramlar işlənib hazırlanmış və hazırlanmışdır. Eyni zamanda, azərbaycanlı turistlərin ölkədaxili və xarici səfərlərinin sayı artmağa başlayıb.

Turistlərin sayı artdıqca müxtəlif turizm məhsulları təklif edən destinasiyaların sayı da artıb, onlar arasında rəqabət yaradır və eyni zamanda müxtəlif tələb və ehtiyacları olan turistlər üçün geniş seçim imkanları yaradır. Ümumilikdə turistlər nöqteyi-nəzərindən baxdıqda Azərbaycanın Abşeron, Quba-Qusar, Şamaxı, Qax-Zaqatala və Masallı rayonlarının digər istiqamətlərə nisbətən daha çox üstünlük təşkil etdiyi görünür.

Açar sözlər: sağlamlıq turizmi, dağ turizmi, ekoturizm, mədəni turizm, tarixi abidələr

Abstract: The term "tourism destinations" refers to places where tourists travel and show interest - that is, tourist destinations. These destinations are distinguished by their natural beauty, historical and cultural monuments, recreational opportunities and other attractive features.

Azerbaijan is one of the attractive countries for tourism with its rich natural beauty, ancient history, colorful culture and modern infrastructure. Different regions of the country stand out as different tourism destinations, each with its own unique characteristics.

First of all, in order to develop domestic tourism in Azerbaijan and attract more foreign tourists to various destinations of the country, importance has been given to the development of infrastructure and promotional work, and certain strategies and programs have been developed and prepared. At the same time, the number of domestic and foreign trips of Azerbaijani tourists has begun to increase.

As the number of tourists has increased, the number of destinations offering various tourism products has also increased, creating competition between them and at the same time creating a wide range of choices for tourists with different demands and needs. In general, from the point of view of tourists, it seems that the Absheron, Guba-Gusar, Shamakhi, Gah-Zagatala and Masalli regions of Azerbaijan are more dominant than other destinations.

Keywords: health tourism, mountain tourism, ecotourism, cultural tourism, historical monuments

Резюме.Термин «туристические направления» относится к местам, куда путешествуют туристы и которые им интересны, то есть к туристическим направлениям. Эти места отличаются своей природной красотой, историческими и культурными памятниками, возможностями для отдыха и другими привлекательными особенностями. Азербайджан является одной из самых привлекательных стран для туризма благодаря своей богатой природной красоте, древней истории, красочной культуре и современной инфраструктуре. Различные регионы страны представляют собой отдельные туристические направления, и каждый из них имеет свои уникальные особенности.

В первую очередь, в целях развития внутреннего туризма в Азербайджане и привлечения большего количества иностранных туристов в различные направления страны, большое значение придается развитию инфраструктуры и рекламным мероприятиям, разработаны и подготовлены определенные стратегии и программы. В то же время количество внутренних и зарубежных поездок азербайджанских туристов начало расти.

По мере увеличения числа туристов увеличивается и число направлений, предлагающих различные туристические продукты, что создает конкуренцию между ними и в то же время создает широкий выбор для туристов с различными запросами и потребностями. В целом, с точки зрения туризма, Апшеронский, Губа-Гусарский, Шемахинский, Гах-Загатальский и Масаллинский регионы Азербайджана, по-видимому, являются более популярными, чем другие направления.

Ключевые слова: Оздоровительный туризм, горный туризм, экотуризм, культурный туризм, исторические памятники

Giriş. Azərbaycan zəngin təbii gözəllikləri, qədim tarixi, rəngarəng mədəniyyəti və müasir infrastrukturu ilə turizm üçün cəlbedici ölkələrdən biridir. Ölkənin müxtəlif bölgələri fərqli turizm destinasiyaları kimi seçilir və hər biri özünəməxsus xüsusiyyətlərə malikdir.

Bakı, müasir və tarixi memarlığın vəhdətini təcəssüm etdirən paytaxt şəhəridir. İçərişəhər, Flame Towers, Xəzər sahili bulvarı və Heydər Əliyev Mərkəzi turistlərin ən çox ziyarət etdiyi məkanlardandır.

Qəbələ, dağ mənzərələri, təmiz hava və müasir turizm kompleksləri ilə təbiət və istirahət sevərlərin sevimli məkanıdır. Burada Tufandağ xizək kompleksi və Nohurgöl xüsusilə diqqət çəkir.

Şəki, UNESCO-nun Dünya İrsi siyahısına daxil edilmiş Şəki Xan Sarayı ilə tanınır. Tarixi memarlıq, sənətkarlıq və mətbəxi ilə zəngin olan bu şəhər mədəni turizm üçün ideal seçimdir.

Naftalan, müalicəvi nefti ilə məşhur olan sağlamlıq turizmi məkanıdır. Buraya dünyanın müxtəlif ölkələrindən turistlər gəlir.

Lənkəran və Astara, subtropik iqlimi, çay plantasiyaları və Xəzər dənizi sahili ilə yay istirahəti üçün əlverişlidir. Hirkan Milli Parkı isə ekoturizm üçün önəmli nöqtələrdəndir.

Quba və Qusar, dağ-turizmi, xizək və yay yürüşləri üçün populyar destinasiyalardır. Şahdağ Turizm Kompleksi bu bölgədə yerləşir.

Ümumilikdə, Azərbaycanın turizm potensialı həm təbiət, həm tarix, həm də müasir istirahət imkanlarını əhatə edir və ildən-ilə bu sahəyə maraq daha da artır.

Əsas hissə

Turizm potensialına gəldikdə, turizm tələblərinə uyğun istifadə edilə bilən maliyyə resursları, regional turizm infrastrukturu, işçi qüvvəsi və təşkilati potensial deməkdir. İstənilən ölkənin turizm sahəsində potensialını öyrənmək üçün bu amilləri dəyərləndirmək, inkişaf imkanlarını proqnozlaşdırmaq olar. Bu baxımdan Azərbaycan dağları, meşələri, dəniz sahilləri və çimərlikləri, zəngin təbii sərvətləri, regional infrastrukturu, müxtəlif turist qrupları və maraqları üçün nəzərdə tutulmuş geniş turizm fəaliyyətləri ilə böyük turizm potensialına malikdir.

Azərbaycan təbii landşaftları, mədəni-tarixi görməli yerləri, müasir yerləşdirmə müəssisələri və ümumiyyətlə, turizm potensialının zənginliyi ilə dünyanın müxtəlif yerlərindən gələn turistlərin diqqətini cəlb edir. Xüsusən, meşələrlə əhatə olunmuş sahilyanı Xudat-Yalama rayonu, Abşeron və Lənkəran sahilləri, 5-6 ay ərzində 22-26 C temperaturda suyu və zərif qumlu çimərlikləri ilə Azərbaycanın turizm imkanları və biznes üçün yay tətili üçün böyük potensialı var. Dəniz sahilinin uzunluğu, bu sahildə keyfiyyətli turist xidmətlərinin göstərilməsi və gözəl və təmiz çimərliklərin olması regionun turizm potensialına birbaşa təsir edir. Azərbaycan Xəzər dənizinin sahilində yerləşir və 825 km sahil xəttinə malikdir. Abşeronun 10-dan çox müalicəvi su mənbəyi, termal bulaqları və dəbdəbəli çimərlikləri bu sahillərdə turist cəlb etmək potensialına malikdir. Xəzər dənizinin Azərbaycan sahillərində əsas müəssisələr Bilgəh, Buzovna, Mərdəkan və Pirşağı rayonlarında yerləşir. 2017-ci ildə qəbul edilmiş qərara əsasən dəniz sahilində turistlərin yerləşdirilməsi və digər obyektlərin sayının və keyfiyyətinin artırılması nəzərdə tutulur

Azərbaycanda tarixi mədəniyyət turizminin ən populyar və ən populyar nümunəsi İçərişəhərdir. İctimaiyyət arasında "İçərişəhər" kimi tanınan İçərişəhər Bakının ən qədim hissəsidir. Arxeoloji tədqiqatlar nəticəsində 8-9 əsrlər boyu həyatın mövcud olduğu məlum olmuşdur. İçerenin ən əhəmiyyətli abidələri 12-ci əsrə aid Qız Qalası və XV əsrə aid Şirvanşahlar sarayıdır. 2000-ci ildə İçərişəhər, Qız Qalası və Şirvanşahlar Sarayı kompleksi ilə birlikdə YUNESKO tərəfindən Ümumdünya İrs Siyahısına daxil edilmişdir. Bakıda çoxlu mədəniyyət tədbirləri var və bu cür fəaliyyətlər üçün şəhərdə çoxlu kitabxanalar, kinoteatrlar, teatrlar, sərgi salonları və tarixi abidələr var.

Quba-Xaçmaz və Şamaxı-İsmayıllı turizm bölgələri arasında, xüsusilə Şamaxı, Qəbələ və Qusar rayonları alpinizmi, idmanı və qış turizmini sevənlər üçün ideal məkan kimi qiymətləndirilir. Bir çox spesifik quş və heyvan növlərinin ovlana biləcəyi milli parkların mövcudluğu da son vaxtlar ərəb turistlərin marağı ilə inkişaf edən ov turizminin inkişafına imkanlar yaradıb. Azərbaycanda 97-si məməli, 346-sı quş, 95-i balıq olmaqla ümumilikdə 18 min heyvan növü var ki, bu da ov turizmi üçün əlverişli imkanlar yaradır. Bununla belə, 14 məməli, 36 quş, 13 suda-quruda yaşayan və sürünənlər Qırmızı Kitaba salınıb və nəsli kəsilmək təhlükəsi ilə üz-üzədir. Ölkədə ov tüfəngindən istifadə etmək üçün lisenziya tələb olunur. Bundan əlavə, hər bir tüfəng sahibinin ovçular cəmiyyətinin üzvü olması tələb olunur.

Ölkənin təbii sərvətlərinin müxtəlifliyi sağlamlıq turizmini də inkişaf etdirmişdir. Azərbaycanın Qərb turizm regionunda dünyanın ən yaxşı müalicəvi neft ehtiyatlarından biri olan Naftalan və ya digər bölgələrdəki isti su obyektləri unikal sağlamlıq turizmini inkişaf etdirir. Məsələn, Bakıda Surahan və Şıh, Dəvəçidə Qalaaltı, Culfada Turşsu kimi müalicəvi mineral sular və Talış dağlarında bir çox başqa isti su obyektləri var. Bundan əlavə, müalicə məqsədilə təbii palçıqdan da istifadə olunur. Naxçıvan, Quba-Xaçmaz, Şəki-Zaqatala və Lənkəran-Astara bölgələrində, Şirvan və Gəncədə tarixi yerlərin zənginliyi tarixsevər turistlərin diqqətini cəlb edir.

Ölkədə 6 mindən çox tarixi memarlıq abidəsi var. Bu abidələrin əksəriyyəti tarixi Böyük İpək Yolu üzərində yerləşir. Bu abidələrə misal olaraq Bakıdan 60 km qərbdə yerləşən və YUNESKO-nun Dünya Mədəni İrs Siyahısına daxil olan və 30 min illik tarixi olan Qobustan mağaralarını və Daş dövrünə aid qayaüstü rəsmləri verə bilərik. Vulkanın nadir turistik imkanları da var. 4466 m yüksəklikdə olan Pazardüzü, 4243 m yüksəklikdə Şahdağ, 3629 m yüksəklikdə Babadağ ölkədə alpinizm turizminin inkişafı üçün nadir təbii imkanlar yaradır. Bakı və Nabran rayonlarının dəbdəbəli yerləşdirmə müəssisələri və çimərlikləri də Azərbaycanın turizm imkanlarını artırır. Günəşli günlərin sayına görə Azərbaycanı İtaliya, İspaniya, Yunanıstan kimi ölkələrlə müqayisə etmək olar. Ölkədə dənizkənarı mövsüm sentyabrın sonuna qədər davam edir və dəniz suyunun temperaturu 30º-dən 32ºC-ə qədərdir.

Azərbaycanın yay və qış turizmi üçün böyük potensialı var. Məsələn, Şahdağ və Tufandağ Turizm Kompleksləri qış turizmi üçün ideal yer ola bilər. Yay turizmi xüsusilə Xəzər dənizi sahillərində salınmış otellər və çimərliklərlə inkişaf etmişdir.

Tarix boyu Azərbaycanda müsəlmanlar, yəhudilər və xristianlar dinc yanaşı yaşayıblar. Buna misal olaraq ölkənin hər yerində hər üç dinə aid yerlərin, məscidlərin, sinaqoqların və kilsələrin mövcudluğunu göstərmək olar.

Azərbaycan 1994-cü ildən turizm sahəsində nəzərəçarpacaq inkişaf yolu keçib. Ölkədə turizm ilkin olaraq aşağı gəlir səviyyəsi və təbliğat problemləri, eləcə də Qaraba potensial müharibə problemləri səbəbindən inkişaf edə bilməsə də, artıq bu dövr arxada qalıb (Aras və Süleymanov, 2010: 94-96). Bu kontekstdə müxtəlif ölkələrlə bağlanmış bir çox əməkdaşlıq müqavilələri, bu müqavilələrə uyğun olaraq beynəlxalq turizm əlaqələrinin inkişaf etdirilməsi səyləri, dövlət siyasəti və proqramları göstərilə bilər.

2016-cı ilin məlumatlarına görə, dünyada və ölkə daxilində baş verən hadisələr azərbaycanlı turistlərin təyinat seçiminə birbaşa təsir edir və daxili turizmi inkişaf etdirir. AZTA-nın verdiyi məlumata görə, Milad dövründə ölkə daxilində səyahət etmək və dincəlmək istəyən azərbaycanlı turistlər Tufandağ (Qəbələ rayonu) və Şahdağ (Qusar rayonu), Azərbaycana gələn xarici turistlər isə Bakıya üstünlük verirlər. Turistlərin bu bölgələrə üstünlük verməsinin səbəbi qış turizmi üçün infrastrukturun və keyfiyyətli xidmət imkanlarının inkişafıdır. Ümumiyyətlə, Quba, Qusar, Şamaxı, İsmayıllı, Qəbələ, Şəki, Zaqatala, Qax kimi rayonlar turizm məkanı kimi inkişaf edir və turistlərin diqqətini cəlb edir.

Azərbaycanda müxtəlif turizm növlərinin inkişafı üçün potensial var:

• Mədəni turizmin inkişafı üçün zəngin tarix və tarixi yerlər, incəsənət qalereyaları, zəngin mətbəx;

• Sağlamlıq turizminin inkişafı üçün çoxlu sayda isti su və mineral bulaqlar, xüsusilə İstisu, Turşsu, Badamlı, Qalaaltı, Şıhburnu, Suraxanı suları, Naftalan nefti, Naxçıvanda nadir duz dağı və s.;

• "Şahdağ" Turizm Mərkəzi, dağ və qış turizmi üçün "Tufandağ" Qış-Yay Turizm İstirahət Kompleksi;

• Respublikanın bir çox regionlarında idman turizmi üçün, məsələn, Bakı, Masallı, Şəki, Quba, Qazax, Gəncə, Naxçıvan, Bərdə, Lənkəran, Zaqatala, Şamaxı, Ağdam, Biləsuvar, Oğuz, Şəmkir, Kürdəmir, Sabirabad və s. Onların regionlarında yerləşən İdman Olimpiya kompleksləri;

• İşgüzar turizm üçün müxtəlif regionlarda yerləşən konqres və mədəniyyət mərkəzləri;

• Yay və çimərlik turizmi üçün Abşeron yarımadasından başlayaraq şimala (Hızı, Siyəzən, Şabran, Xaçmaz rayonları) və cənuba (Lənkəran, Astara rayonları) doğru müxtəlif bölgələrdə yerləşən dəbdəbəli çimərliklər, dəniz, bol günəş və qum üçlüyü;

• Ekoloji turizm üçün ölkədə 11 iqlim tipindən 9-u, 4100-dən çox bitki növü, nadir ağaclar olan veles, püstə, ağcakayın və göyrüş ağacları və s. Azərbaycan torpağı ilə örtülüdür.

10%-ni təşkil edən meşələrin olması;

• Ov turizmi, su-bataqlıq və səhra quşları qışlayan rayonlar, xüsusilə Ağcabədi, Astara, Celilabad üçün lisenziyalı ov imkanları

(Qırmızı kənd ovçuluq təsərrüfatı istisna olmaqla), Beyləqan, İmişli, Lənkəran, Masallı, Biləsuvar (Mahmudçala və Zavvar ovçuluq təsərrüfatları istisna olmaqla), Ceyranbatan gölü və Abşeron yarımadasının digər su anbarları, Mingəçevir su anbarının rayonları üçün xüsusi Yol xəritəsi göstərilə bilər.

Nəticə. Azərbaycanda turizmin tarixi çox qədimlərə gedib çıxsa da, müasir turizm 20-ci əsrin əvvəllərində inkişaf etməyə başlamış və 1991-ci ildə müstəqillik əldə edildikdən sonra daha da inkişaf edərək bu gün ən yüksək həddə çatmışdır. Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafı onun neft-qaz sərvətləri ilə düz mütənasibdir və digər sahələrə, xüsusən də turizm sektorunun inkişafına xüsusi diqqət yetirilir. Azərbaycan zəngin tarixi, mədəni və təbii görməli yerləri, müxtəlif iqlim qurşaqları, dəniz-qum-günəş üçlüyü, müxtəlif milli mətbəxi və digər xüsusiyyətləri ilə turistləri cəlb etmək potensialına malikdir. Ölkədə turizmin daha da inkişafı və turizm infrastrukturunun inkişafı üçün strategiya və proqramların hazırlanması, 2011-ci ilin "Turizm ili" elan edilməsi, təbliğat-təşviqat işlərinin genişləndirilməsi, xaricdə, məsələn, 2016-cı ildə Türkiyədə turizm nümayəndəliklərinin açılması, yeni, ucuz "Busta" və "Havayolları" və "BTK" hava yollarının açılması 2017-ci ildən başlayaraq hər il Azərbaycanda daha çox xarici turistin qəbulunu təmin etmək, turizm sektoruna verilən önəmi və yaşanan inkişafı göstərir. Əgər 1996-cı ildə Azərbaycana cəmi 203 minə yaxın turist səyahət edirdisə, 20 il sonra, 2016-cı ildə bu rəqəm 10 dəfə artaraq, Azərbaycana 2 milyondan çox turist səfər edib. Azərbaycan 2025-ci ilə qədər dünyanın ən çox seçilən turizm istiqamətlərindən birinə çevrilmək üçün bu kontekstdə qarşıya qoyulan müəyyən hədəflər üzərində işləyir. Bu hədəflərdən biri də 2025-ci ilə qədər Avropanın 100 şəhəri ilə birbaşa hava yollarının açılmasıdır.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Abdullayeva, A. Azerbaycan turizmi ve onun tebliğinde kütüphanelerin rolü, Bakı, 2011
2. Aras, O. Süleymanov, E. Azerbaycan iktisadiyyatı, Doğu-Batı matbaası, Bakı,2010
3. Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi, 2016, 6 dekabr
4. Bahar, O., Kozak, M. Turizm ekonomisi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir,2013
5. Baldemir, E., Bozkurt, B. Konaklama tesislerinin performanslarını etkileyen faktörlerin incelenmesi: Marmaris örneği, Ulusal Turizm Kongresi Bildiri kitabı, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 2012
6. Becker, S. G. Tourism and economics, tourism and the economy: understanding the economics of tourism, University of Hawai press, Honolulu, 2004
7. Musayev, V. Azerbaijan economic reforms review, Center for analysis of economic reforms and communication, Baku, 2017
8. Eralp, Z. Genel turizm, Ankara Üniversitesi Basın-Yüksek Okulu Yayınları, Ankara,1983

NİHAD FƏRHADLI

Təşkilati dəyişikliklərə müqavimət və innovasiya problemləri

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: farhadlinihad@gmail.com

Xülasə: Müasir təşkilatlar dəyişən bazar şərtləri, texnoloji inkişaflar və artan rəqabət fonunda daim transformasiyaya ehtiyac duyurlar. Bu dəyişikliklər isə bəzən təşkilat daxilində müqavimətlə qarşılaşır ki, bu da innovasiyaların tətbiqində ciddi maneələr yaradır. Müqavimətin səbəblərini və onun idarə edilmə

yollarını anlamaq, təşkilatların davamlı inkişafı və rəqabətqabiliyyətliliyinin təmin olunması baxımından mühüm əhəmiyyət daşıyır. Buna görə də təşkilati dəyişikliklərə münasibətin və innovasiya problemlərinin elmi və praktiki əsaslarla öyrənilməsi bu sahədə uğurlu idarəetmə strategiyalarının formalaşdırılması üçün vacibdir.

Bu elmi məqalədə təşkilati dəyişikliklərə qarşı müqavimət və innovasiyaların tətbiqində üzə çıxan əsas problemlər nəzəri və praktik aspektlərdə təhlil edilmişdir. Burada müqavimətin yalnız fərdi psixoloji səbəblərlə deyil, həm də təşkilati mədəniyyətin sərt strukturu, qeyri-kafi kommunikasiya və liderlik boşluqları ilə əlaqəli olduğu vurğulanmışdır. Məqalədə qeyd olunur ki, dəyişikliklərə qarşı müqavimət ilkin baxışda destruktiv görünsə də, düzgün idarə olunduqda təşəbbüskarlıq və yeniliyə çevrilə bilər. Təşkilat daxilində psixoloji təhlükəsizliyin təmin olunması, əməkdaşların qərarların qəbulunda iştirakına şərait yaradılması, dəyişiklik elçilərinin hazırlanması və öyrənən təşkilat modelinin tətbiqi kimi mexanizmlərin bu prosesi dəstəklədiyi göstərilmişdir. Nəticədə, dəyişikliklərə müqavimət, əgər empatiya ilə idarə olunarsa və strateji yanaşma ilə planlaşdırılarsa, innovasiyanın aparıcı qüvvəsinə çevrilə bilər.

Açar sözlər: təşkilati dəyişikliklər, liderlik, təşkilat mədəniyyəti, transformasiya, strateji dəyişiklik

Резюме: Современные организации в условиях изменяющихся рыночных условий, технологического прогресса и растущей конкуренции испытывают постоянную необходимость в трансформации. Однако эти изменения нередко встречают сопротивление внутри организаций, что создает значительные препятствия для внедрения инноваций. Понимание причин сопротивления и способов его управления имеет важное значение для обеспечения устойчивого развития и конкурентоспособности организаций. В связи с этим изучение отношения к организационным изменениям и проблем инноваций на научной и практической основе необходимо для формирования эффективных управленческих стратегий.

В данной научной статье проанализированы основные проблемы, возникающие при сопротивлении организационным изменениям и внедрении инноваций, с теоретической и практической точек зрения. Подчёркнуто, что сопротивление связано не только с индивидуально-психологическими причинами, но и с жёсткой структурой организационной культуры, недостаточной коммуникацией и дефицитом лидерства. Отмечено, что хотя сопротивление изменениям на первый взгляд может показаться деструктивным, при грамотном управлении оно может трансформироваться в инициативность и стремление к новшествам. Подчёркнута роль таких механизмов, как обеспечение психологической безопасности в организации, вовлечение сотрудников в процесс принятия решений, подготовка «агентов изменений» и внедрение модели обучающейся организации. В заключение делается вывод, что при наличии эмпатичного подхода и стратегического планирования сопротивление изменениям может стать движущей силой инноваций.

Ключевые слова: организационные изменения, лидерство, организационная культура, трансформация, стратегические изменения.

Abstract: Modern organizations face a constant need for transformation due to changing market conditions, technological advancements, and increasing competition. These changes, however, are often met with internal resistance, which poses significant challenges to the implementation of innovations. Understanding the causes of resistance and how to manage it is crucial for ensuring sustainable development and maintaining organizational competitiveness. Therefore, examining attitudes toward organizational change and innovation-related problems from both theoretical and practical perspectives is essential for developing effective management strategies.

This scientific article analyzes the key issues that arise in the face of resistance to organizational change and the implementation of innovations. It highlights that resistance stems not only from individual psychological factors but also from rigid organizational culture, inadequate communication, and leadership gaps. While resistance to change may initially appear destructive, it can, if properly managed, be transformed into initiative and openness to innovation. Mechanisms such as ensuring psychological safety within the organization, involving employees in decision-making, preparing change agents, and implementing the learning organization model are shown to support this process. Ultimately, resistance to change, when approached with empathy and strategic planning, can become a driving force for innovation.
Keywords: organizational change, innovation problems, resistance, leadership, organizational culture, transformation, strategic change.

Keywords: organizational change, leadership, organizational culture, transformation, strategic change.

Giriş

Müasir təşkilatlar çevik, yenilikçi və sürətlə dəyişən mühitə uyğunlaşma bacarığına malik olduqları ölçüdə uzunmüddətli uğur əldə edə bilirlər. Bu səbəbdən təşkilati dəyişikliklər artıq bir seçim deyil, zəruri bir strategiya kimi qəbul olunur. Qlobal tendensiyalar, texnoloji tərəqqi, rəqabət mühitinin sərtləşməsi və əmək bazarındakı dəyişikliklər istənilən təşkilatı transformasiyaya məcbur edir. Lakin bütün bu xarici və daxili çağırışlara baxmayaraq, dəyişiklik təşəbbüsləri çox vaxt təşkilat daxilində müqavimətlə qarşılaşır. Bu müqavimətlərin səbəbləri müxtəlif və çoxşaxəlidir: fərdi qorxular, institusional inersiya, qeyri-müəyyənlikdən çəkinmə və ya dəyişikliklərin məzmunu ilə bağlı anlaşılmazlıq.

Elmi ədəbiyyatda dəyişikliklərə müqavimət termini tez-tez Lewin-in üç mərhələli dəyişiklik modeli ilə izah olunur: "buzun əridilməsi – dəyişiklik – yenidən dondurma" (unfreeze-change-refreeze). Bu modellə izah edilir ki, dəyişiklikdən öncə mövcud vəziyyətin qeyri-effektivliyi başa düşülməli, sonra isə yeni vəziyyətə keçid və onun sabitləşdirilməsi təmin olunmalıdır [2, s. 17]. Əgər bu mərhələlərdən biri səmərəli həyata keçirilmirsə, dəyişikliklərə müqavimət qaçılmaz olur.

Digər tərəfdən, innovasiya — yeniliklərin yaradılması və tətbiqi — təşkilatlarda rəqabət üstünlüyü əldə etməyin əsas vasitəsidir. Lakin innovasiyaların tətbiqi prosesində də eyni müqavimət nümunələri təkrarlanır. Bu, həm texnoloji, həm də idarəetmə sahəsində aparılan dəyişikliklərin qarşısında psixoloji və

sosial baryerlərin mövcudluğunu göstərir. Məsələn, yeni proqram təminatına keçid zamanı işçilərin bir qismi əvvəlki sistemə öyrəşdiklərini əsas gətirərək yeniliyi qəbul etməyə bilər. Bu isə təşkilat daxilində innovasiyanın səmərəli tətbiqini çətinləşdirir.

Bu məqalədə məqsəd təşkilati dəyişikliklərə qarşı müqavimətin əsas səbəblərini araşdırmaq, bu müqavimətin innovasiya proseslərinə necə təsir etdiyini göstərmək və təşkilatların dəyişiklikləri necə daha effektiv həyata keçirə biləcəyi ilə bağlı elmi əsaslı yanaşmalar təklif etməkdir. İcmal formasında aparılmış tədqiqatlar, empirik məlumatlar və nəzəri modellər bu təhlilin əsasını təşkil edəcək.

Təşkilati dəyişikliklərə müqavimətin səbəbləri

Dəyişikliklərə müqavimət təkcə şəxsi psixoloji faktorlarla deyil, həm də təşkilati və struktur səviyyədə baş verən qarşılıqlı təsirlərlə əlaqəlidir. Bu hissədə müqavimətin əsas səbəblərini aşağıdakı başlıqlar üzrə təhlil edək:

1. **Fərdi psixoloji səbəblər**

İnsanlar dəyişikliklərə qarşı adətən qorxu, narahatlıq və qeyri-müəyyənlik hissləri ilə yanaşırlar. Çünki yeni şəraitdə uğurlu olmaq üçün əlavə bacarıqlar tələb oluna bilər və bu, fərdin özünü qeyri-kafi hiss etməsinə səbəb olur. İşçilər çox vaxt dəyişikliklərin öz mövqelərinə, gəlirlərinə və statuslarına mənfi təsir edəcəyindən narahat olurlar. Bu isə müqavimət formalarının passiv şəkildə (etinasızlıq) və ya aktiv şəkildə (etiraz və şikayətlər) ortaya çıxmasına səbəb olur [4, s. 31].

2. **Təşkilati mədəniyyət və struktur**

Təşkilatların illər ərzində formalaşmış mədəni dəyərləri və iş prinsipləri dəyişikliyə qarşı ciddi müqavimət göstərə bilər. Mədəniyyətin əsas funksiyalarından biri sabitliyi qorumaq olduğundan, kəskin dəyişikliklər bu sabitliyə təhlükə kimi qəbul olunur. Xüsusilə, bürokratik və sərt iyerarxiyalı təşkilatlarda dəyişikliklər daha yavaş qəbul edilir, çünki bu tip strukturlar yeniliyə qarşı daha az çevikdirlər [1, s. 89].

3. **Kommunikasiya çatışmazlığı**

Dəyişikliklərin məqsədi, məzmunu və nəticələri haqqında kifayət qədər aydın və vaxtında məlumat verilmədikdə, işçilərdə şübhə və etimadsızlıq yaranır. Bu isə onların dəyişiklikləri dəstəkləmək əvəzinə, müqavimət göstərmələrinə səbəb olur. Uğurlu dəyişikliklərin əsas şərtlərindən biri də effektiv və şəffaf kommunikasiya strategiyasının qurulmasıdır.

4. **Liderlik və idarəetmə üslubu**

Təşkilat rəhbərliyinin dəyişikliklərə yanaşma tərzi də prosesin gedişatına birbaşa təsir edir. Avtoritar və tək tərəfli qərar qəbul edən liderlik modellərində işçilər özlərini prosesin bir hissəsi kimi hiss etmədiklərindən, dəyişikliklərə qarşı müqavimət güclənir. Əksinə, əməkdaşlıq və iştirakçılıq üzərində qurulan liderlik modelləri dəyişikliklərin daha səmərəli həyata keçirilməsinə şərait yaradır [5, s. 23].

İnnovasiya problemlərinin təşəkkülü və təsiri

İnnovasiya müasir təşkilatlar üçün təkcə rəqabət üstünlüyü deyil, həm də mövcudluğun davamlılığını təmin edən əsas faktorlardan biridir. Lakin innovasiyaların təşəkkülü və həyata keçirilməsi prosesi heç də həmişə problemsiz baş vermir. Bu problemlər həm daxili təşkilati amillərlə, həm də xarici mühitdəki

dəyişkənliklə bağlıdır. Təşkilatlar tez-tez innovasiya tətbiq etmək istəsələr də, daxili müqavimət, qeyri-effektiv idarəetmə, resurs çatışmazlığı və strateji uyğunsuzluq bu prosesi əngəlləyir.

İlk olaraq **struktur baryerlərini** nəzərdən keçirək**.** Ənənəvi və sərt təşkilati strukturlar innovasiyalara qarşı əsas maneələrdən biridir. İyerarxik idarəetmə sistemləri, funksional silo (şöbə) mədəniyyəti və qərarların mərkəzləşdirilməsi yeni ideyaların meydana çıxmasını və tətbiqini ləngidir. Çünki innovasiya adətən çevik qərarqəbuletmə və risk qəbuluna açıq mədəniyyət tələb edir [6, s. 59]. Digər problem, **resurs və maliyyə məhdudiyyətləridir.** İnnovativ layihələr adətən ilkin mərhələdə böyük sərmayə, zaman və insan resursları tələb edir. Lakin bir çox təşkilatlar bu riskə getməkdən çəkinir və mövcud resurslarını daha az riskli, ənənəvi fəaliyyətlərə yönəldirlər. Bu isə uzunmüddətli perspektivdə təşkilatın inkişaf potensialını məhdudlaşdırır. Eyni zamanda, innovasiya üçün ayrılan büdcənin qeyri-kafi olması prosesin dayandırılmasına və ya keyfiyyətin aşağı düşməsinə səbəb ola bilər [7, s. 74].

Növbəti faktor **insan resursları və bilik səviyyəsidir.** İnnovasiyanın həyata keçirilməsi üçün uyğun bilik və bacarıqlara malik insan resursları əsas şərtlərdən biridir. Lakin bəzi təşkilatlarda əməkdaşların yeniliklərə hazırlıq səviyyəsi aşağı olur, texnologiyaya adaptasiya zəif gedir və öyrənmə mədəniyyəti inkişaf etməmiş olur. Bu halda, innovasiya təşəbbüsləri ya düzgün başa düşülmür, ya da rədd edilir. Xüsusilə yaşlı işçi heyətinin olduğu müəssisələrdə bu problem daha qabarıq şəkildə müşahidə olunur [8, s. 36]. **İnnovasiya və müqavimət arasındakı əlaqə** - İnnovasiya prosesində müqavimət amili sadəcə maneə kimi deyil, eyni zamanda təşkilat üçün faydalı bir siqnal da ola bilər. Yəni müqavimət dəyişikliklərin daha yaxşı planlanmasına, işçilərin fikirlərinin nəzərə alınmasına və strategiyanın təkmilləşdirilməsinə yardım edə bilər. Əsas məsələ bu müqavimətin düzgün idarə olunmasıdır. Effektiv liderlik, iştirakçılıq əsaslı yanaşma və innovasiya təşəbbüslərinin aydın kommunikasiyası bu müqavimətin minimuma endirilməsində mühüm rol oynayır.

Beləliklə, innovasiya problemləri təkcə texniki məsələlərlə deyil, həm də sosial və təşkilati aspektlərlə sıx əlaqəlidir. Bu problemlərin başa düşülməsi və aradan qaldırılması üçün sistemli yanaşma, əməkdaşlıq və strateji vizyon tələb olunur.

Təşkilati dəyişikliklər zamanı tətbiq olunan innovasiyalar

Təşkilati dəyişikliklər prosesi zamanı tətbiq olunan innovasiyalar, yalnız texnoloji yeniliklərlə məhdudlaşmır, həm də idarəetmə üsullarında, insan resurslarının inkişafında və struktur modellərdə həyata keçirilən islahatları əhatə edir. Dəyişikliklərə davamlı uyğunlaşa bilən təşkilatlar rəqabət üstünlüyü əldə edir və çevik qərarvermə qabiliyyətini artırırlar (Kotter, 1996).

İnnovasiya tətbiqləri əsasən dörd istiqamətdə həyata keçirilir: **proses innovasiyaları**, **məhsul və ya xidmət innovasiyaları**, **idarəetmə innovasiyaları** və **təşkilati struktur innovasiyaları**. Proses innovasiyaları daha sürətli və qənaətli iş axını təmin edir, bu da əməkdaşların iş yükünü azaldır və müştəri yönümlü nəticələrin əldə olunmasına şərait yaradır (Damanpour, 1991). Məhsul və ya xidmət innovasiyaları isə müştəri məmnuniyyətini artırmaq və bazarda fərqlilik yaratmaq məqsədilə tətbiq olunur.

İdarəetmə innovasiyalarına əməkdaşların təşəbbüskarlığını təşviq edən çevik liderlik modelləri, qərarvermədə şəffaflıq və əməkdaşlığa əsaslanan yanaşmalar daxildir. Belə yanaşmalar dəyişikliklərə qarşı müqavimətin azaldılmasında effektiv rol oynayır (Birkinshaw & Mol, 2006). Təşkilati struktur innovasiyaları isə adətən hierarxiyanın çevikləşdirilməsi, komandalararası koordinasiyanın artırılması və funksional sərhədlərin zəiflədilməsi formasında özünü göstərir. Bu cür yeniliklər dəyişikliklərə adaptasiyanı asanlaşdırır və strateji çevikliyin təmin olunmasına xidmət edir.

Aşağıdakı cədvəldə müxtəlif növ innovasiyaların təşkilati dəyişikliklər prosesində tətbiq sahələri və onların mümkün nəticələri ümumiləşdirilmişdir:

İnnovasiya növü	Tətbiq sahəsi	Gözlənilən nəticələr
Proses innovasiyası	İş axınının avtomatlaşdırılması, ERP sistemləri	Əməyin səmərəliliyinin artması, vaxt və resurs qənaəti
Məhsul/Xidmət innovasiyası	Yeni məhsullar, rəqəmsal xidmətlər	Müştəri məmnuniyyətinin və bazar payının artırılması
İdarəetmə innovasiyası	Agile, lean liderlik modelləri	Dəyişikliklərə uyğunlaşma, təşəbbüskarlıq və əməkdaşlıq mühiti
Struktur innovasiyası	Funksional çeviklik, şəbəkə əsaslı təşkilatlar	Strateji çeviklik, qərarvermədə çevik reaksiya və koordinasiyanın gücləndirilməsi

Müqavimətin idarə olunması və innovasiyaların təşviqi yolları

Təşkilati dəyişikliklərə qarşı müqavimət bir çox hallarda təbii və gözlənilən bir refleks olaraq qiymətləndirilməlidir. Bu müqavimət yalnız fərdi psixoloji amillərdən deyil, həm də təşkilati mədəniyyətin və idarəetmə modelinin spesifik xüsusiyyətlərindən qaynaqlanır. Bu səbəbdən müqavimətin idarə olunması strateji və çoxşaxəli bir yanaşma tələb edir.

1. Psixoloji müqavimətin səbəblərinin başa düşülməsi

Əməkdaşların dəyişikliklərə qarşı müqavimətinin əsas səbəblərindən biri **psixoloji təhlükəsizlik hissinin itirilməsi qorxusudur**. İnsanlar özlərinin illərlə formalaşdırdığı peşəkar davranış nümunələrinin, öyrəndikləri üsulların və tanıdıqları sistemin birdən-birə dəyişməsinə qarşı instinktiv olaraq reaksiya verirlər. Burada sosial psixologiyanın "status quo bias" (mövcud vəziyyətə üstünlük vermə) anlayışı xüsusi yer tutur [14, s. 11]. Təşkilatlar bu reaksiyanı tənqid etmədən əvvəl bu qorxunun təbii olduğunu qəbul etməli və onu yumşaltmaq üçün emosional dəstək mexanizmləri yaratmalıdırlar.

2. Mədəniyyətin dəyişikliklərlə uyğunlaşdırılması

Təşkilat daxilində hökm sürən mədəniyyət bəzən innovasiyanın ən böyük əngəlinə çevrilə bilər. Məsələn, "cəza əsaslı" mədəniyyətlərdə işçilər yeni təklif verməkdən və fərqli yanaşmalar tətbiq etməkdən çəkinirlər. Halbuki **"səhvlərə dözümlü", öyrənməyə yönəlmiş mədəniyyətlərdə** innovasiya təşəbbüsləri daha tez qəbul olunur və təşkilat bu təşəbbüsləri sistemli dəstəkləməklə rəqabət üstünlüyü əldə edir [15, s. 89]. Bu mədəni keçidi təmin etmək üçün rəhbərlik həm simvolik, həm də funksional addımlar atmalıdır: uğurlu dəyişiklik nümunələrinin paylaşılması, daxili kommunikasiya kanallarında innovativ əməkdaşların tanıdılması, uğursuz təcrübələrdən öyrənilən dərslərin təşviqi kimi.

3. Emosional intellektə əsaslanan liderlik

Ən uğurlu dəyişiklik və innovasiya təşəbbüsləri o zaman nəticə verir ki, bu prosesə **emosional zəkanı yüksək olan liderlər rəhbərlik edir**. Belə liderlər təkcə strateji qərarlar qəbul etməklə kifayətlənmir, eyni zamanda əməkdaşların əhval-ruhiyyəsini, narahatlıqlarını və motivasiyalarını da anlayır, empatiya göstərir. Daniel Golemanın emosional liderlik nəzəriyyəsinə görə, dəyişiklik dövrlərində rəhbərlərin əsas rolu işçilərlə emosional bağ quraraq onları qeyri-müəyyənlikdən inamlı gələcəyə yönəltməkdir [16, s. 74].

4. "Change champions" – Dəyişiklik elçilərinin yaradılması

Təşkilatlar daxilində **dəyişiklik elçiləri** (change champions) formalaşdırmaq innovasiya müqavimətini qırmaq üçün təsirli bir üsuldur. Bu şəxslər rəhbər heyətə aid olmaya da bilər, lakin kollektivdə yüksək etimad qazanan, nüfuzlu və yeniliklərə açıq insanlardır. Onlar həmkarları arasında dəyişiklik prosesinin üstünlüklərini təbliğ edir, narahatlıqları rəhbərliyə ötürür və ikitərəfli kommunikasiya körpüsü rolunu oynayırlar [17, s. 33].

5. Təşkilati öyrənmə mədəniyyətinin təşviqi

Peter Senge-nin "öyrənən təşkilat" modeli bu sahədə olduqca əhəmiyyətlidir. Bu yanaşmaya görə, təşkilatlar daim yeniliklərə adaptasiya etmək və inkişaf etmək istəyirlərsə, onların strukturu və iş prinsipləri **öyrənmə üzərində qurulmalıdır**. Bu isə o deməkdir ki, təşkilat daxilində bilik paylaşımı, tənqidi düşüncə, eksperimentləşmə və çevik adaptasiya mədəniyyəti mövcud olmalıdır [18, s. 41]. Hər bir dəyişiklik təşəbbüsü həm də öyrənmə fürsəti kimi qəbul edilməlidir.

6. Texnologiya və innovasiya idarəçiliyində çevik yanaşmalar

Müasir dövrdə texnoloji dəyişikliklər çox sürətli baş verir. Bu səbəbdən innovasiya idarəçiliyi daha çevik metodologiyalarla – **Agile, Scrum, Design Thinking** kimi yanaşmalarla dəstəklənməlidir. Bu metodlar həm əməkdaşların prosesdə iştirakını təmin edir, həm də nəticələrin sınaqdan keçirilməsini və geri bildirimlə təkmilləşdirilməsini asanlaşdırır. Bu isə təşkilatda dəyişiklikləri mərhələli və az müqavimətli şəkildə həyata keçirməyə imkan verir [19, s. 58].

Nəticə

Təşkilati dəyişikliklər hər bir müəssisənin inkişafı və müasir çağırışlara uyğunlaşması baxımından əvəzolunmaz bir prosesdir. Lakin bu dəyişikliklərin həyata keçirilməsində rast gəlinən müqavimət təbii və kompleks bir hadisədir. Müqavimət yalnız fərdi qorxulardan deyil, həm də dərin köklü təşkilati mədəniyyətdən, qeyri-müəyyənliklərdən və kommunikasiya çatışmazlıqlarından qaynaqlanır.

Bu məqalədə göstərildi ki, effektiv kommunikasiya, əməkdaşların prosesə cəlb olunması, təlim proqramları, motivasiya sistemləri və emosional liderlik kimi strategiyalar vasitəsilə bu müqaviməti müsbət və məhsuldar bir enerjiyə çevirmək mümkündür. Eyni zamanda, dəyişikliklərin mərhələli tətbiqi, innovasiya elçilərinin təşkili və öyrənən təşkilat modelinin tətbiqi kimi yanaşmalar uzunmüddətli uğurun açarı ola bilər. Qeyd edilməlidir ki, innovasiya təkcə texnologiya ilə bağlı deyil – bu, həm də düşüncə tərzidir. Təşkilat daxilində çeviklik, əməkdaşlıq və öyrənməyə açıq mədəniyyət formalaşdırılmadan heç bir dəyişiklik

strategiyası uğurla nəticələnə bilməz. Bu səbəbdən rəhbərlik yalnız idarəedici deyil, həm də dəyişikliklərin yol göstəricisi olmalıdır. Beləliklə, innovasiya və dəyişiklik bir-birini tamamlayan və qarşılıqlı gücləndirən proseslər kimi yanaşılmalıdır.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısı

1. **Armenakis, A.A., & Bedeian, A.G.** Organizational change: A review of theory and research in the 1990s. *Journal of Management*, 25(3), 1999, 293-315.
2. **Kotter, J.P.** *Leading Change*. Boston: Harvard Business School Press. 1996
3. **Senge, P.M.** *The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization*. New York: Doubleday.1990
4. **Burnes, B.** Kurt Lewin and the Planned Approach to Change: A Re- appraisal. *Journal of Management Studies*, 2004, 41(6), 977-1002.
5. **Robbins, S.P., & Judge, T.A.** *Organizational Behavior*. Pearson Education. 2013
6. **Goleman, D.** Leadership That Gets Results. *Harvard Business Review*, 2000, 78(2), 78–90.
7. **Cameron, E., & Green, M.** *Making Sense of Change Management*. Kogan Page, 2012
8. **Lewin, K.** *Field Theory in Social Science*. Harper & Row,1951
9. **Bridges, W.** *Managing Transitions: Making the Most of Change*. Da Capo Press,2009
10. **Tichy, N.M.** The Essentials of Strategic Change Management. *Journal of Business Strategy*, 1983, 3(4), 55-67.
11. **Kotter, J.P.** *The heart of change: real-life stories of how people change their organizations*,2002 Boston: Harvard Business School Press.
12. **Morrison, E.W.** Organizational Citizenship Behavior as a Critical Link Between the Employee and the Organization. *Journal of Applied Behavioral Science*, 1994, 30(2), 277-291.
13. **Kotter, J.P.** Leading Change: Why Transformation Efforts Fail. *Harvard Business Review*, 1995, 73(2), 59-67.
14. **Boddy, D.** (2004). The Case of the Three-Phase Change Process. *Journal of Organizational Change Management*, 17(5), 20-33.
15. **Maitlis, S.** (2005). The Role of Emotion in Organizational Change. *Journal of Organizational Change Management*, 18(5), 91-103.
16. **Jick, T.D.** (1993). *Implementing Change: Managing Organizational Change*. Homewood: Irwin.
17. **Herold, D.M., & Fedor, D.B.** (2008). The Effects of Transformational and Change-Oriented Leadership on Employees' Attitudes Toward Change. *Journal of Applied Behavioral Science*, 44(4), 421-442.
18. **Porras, J.I., & Robertson, P.J.** (1987). *Organizational Development: A Process of Learning and Transformation*. Reading, MA: Addison-Wesley.
19. **Kotter, J.P.** (1990). *A Force for Change: How Leadership Differs from Management*. New York: Free Press.

KƏRİMOVA SƏMANUR

Azərbaycan turizmində xidmətin inkişaf perspektivləri

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant

E-mail:karimova.samanur.2301@atmu.edu.az

Xülasə: Azərbaycanın turizm sektoru son illərdə zəngin mədəni irs, müxtəlif landşaftlar və strateji coğrafi mövqe sayəsində əhəmiyyətli inkişaf nümayiş etdirib. Bununla belə, yüksək keyfiyyətli xidmətlərin inkişafı sənayenin potensialını maksimum dərəcədə artırmaq üçün əsas amil olaraq qalır. Məqalədə Azərbaycanda turizm xidmətlərinin hazırkı vəziyyəti müzakirə edilir, infrastruktur, xidmət personalının təlimi və müştəri təcrübəsində innovasiyalar kimi təkmilləşdirilməli sahələr vurğulanır. Davamlı turizmin inkişafı, effektiv marketinq strategiyaları və ekoturizm və tibbi turizm kimi yeni turizm məhsullarının yaradılması da xidmət sektorunun inkişafı üçün vacib komponentlərdir. Bu yazıda, həmçinin, işçilərin peşəkar inkişafına sərmayə qoyuluşu ilə yanaşı, turizm xidmətinin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması üçün dövlət və özəl sektorlar arasında tərəfdaşlığın təşviq edilməsinin vacibliyi daha da araşdırılır.

Açar sözlər: xidmət, Azərbaycan, inkişaf, texnologiya, turizm

Abstract: Azerbaijan’s tourism sector has shown significant growth in recent years, thanks to its rich cultural heritage, diverse landscapes and strategic geographical location. However, the development of high-quality services remains a key factor in maximizing the industry’s potential. The article discusses the current state of tourism services in Azerbaijan, highlighting areas for improvement such as infrastructure, training of service personnel and innovations in customer experience. Sustainable tourism development, effective marketing strategies and the creation of new tourism products such as ecotourism and medical tourism are also important components for the development of the service sector. This article also further explores the importance of promoting partnerships between the public and private sectors to improve the quality of tourism services, along with investing in the professional development of employees.

Key words: сервис, Азербайджан, развитие, технология, туризм

Резюме: Туристический сектор Азербайджана за последние годы продемонстрировал значительное развитие благодаря богатому культурному наследию, разнообразным ландшафтам и стратегическому географическому положению. Однако развитие высококачественных услуг остается ключевым фактором максимального раскрытия потенциала отрасли. В статье рассматривается текущее состояние туристических услуг в Азербайджане, выделяются области для улучшения, такие как инфраструктура, обучение обслуживающего персонала и инновации в сфере обслуживания клиентов. Развитие устойчивого туризма, эффективные маркетинговые стратегии и создание новых туристических продуктов, таких как экотуризм и медицинский туризм, также являются важными составляющими развития сферы услуг. В статье также более подробно рассматривается важность

развития партнерских отношений между государственным и частным секторами для повышения качества туристических услуг, а также инвестирования в профессиональное развитие сотрудников.

Ключевые слова: сервис, Азербайджан, развитие, технология, туризм

Giriş: Hər bir ölkə özünəməxsus turizm potensialına malikdir. Bu baxımdan, Azərbaycanın iqtisadi artım tempinin yüksəlməsi və təbii-coğrafi strukturu qlobal turizmin inkişafı üçün əlverişli şərait yaradıldığını göstərir. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi, Azərbaycanda turizmin irəliləməsi üçün sərmayə yatırmağa və təsir etməyə davam edir. Bununla yanaşı, turizm xidmətlərinin beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması məqsədilə əhəmiyyətli maliyyə mənbələri tələb olunur. Bəzi ölkələr isə turizmin inkişafına investisiya qoymaqdan çəkinərək Azərbaycanı münaqişələrin mərkəzində buraxır. Ölkədəki banklar turistlər üçün güzəştli kreditlərin verilməsi istiqamətində yetərincə zəhmət çəkmirlər ki, bu da nəticədə Azərbaycan hökuməti və xalqını potensial kredit imkanlarından məhrum edir. Bununla bərabər, beynəlxalq turizm təşəbbüslərinə inteqrasiya sayəsində dövlətin dəstəyi ilə turizm sektoru sürətlə irəliləyəcək və insanların sosial-iqtisadi vəziyyəti yaxşılaşacaqdır.

Ölkəmizin turizm sahəsindəki potensialının beynəlxalq səviyyədə tanınması, yerli turistlərin cəlb olunması, geniş miqyasda turizmin inkişafı kimi məsələlər əsas diqqət mərkəzindədir. [19, səh 66]. Bu əməliyyat həm daxili turist fəaliyyətini artırmağa yönəlmişdi, həm də Azərbaycanın beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyası daha kütləvi xarici tonu uçuşlarının təşviqi ilə həyata keçirildi.

Avropa və Asiya qitələri arasında olduqca əlverişli strateji mövqedə yerləşən Azərbaycan

Respublikası ümumilikdə turizm sənayesinin, o cümlədən turizm xidmətlərinin ayrı-ayrı növlərinin inkişaf etdirilməsi üçün zəngin potensiala malikdir. [2. səh 444]. Gəlin mehmanxana üzrə indikatorların illər üzrə müqayisəsini edək:

Cədvəl 1. 2020-2024-cü illər üzrə mehmanxanaların say göstəriciləri

Rayonlar / Districts	2020	2021	2022	2023	2024
Abşeron-Xızı / Absheron-Khizi	27	27	28	29	32
Bakı şəhəri / Baku	229	243	265	303	320
Dağlıq Şirvan / Mountainous Shirvan	47	48	48	48	49
Gəncə-Daşkəsən / Ganja-Dashkasan	24	27	30	41	46
Lənkəran-Astara / Lankaran-Astara	77	82	87	94	100
Mərkəzi Aran / Central Aran	26	27	27	28	28
Mil-Muğan / Mil-Mughan	12	12	13	17	17
Naxçıvan Muxtar Respublikası / Nakhchivan A.R.	21	21	21	14	18
Qarabağ / Karabakh	7	11	14	14	18
Qazax-Tovuz / Gazakh-Tovuz	24	23	24	23	24
Quba-Xaçmaz / Guba-Khachmaz	106	108	112	113	117
Şəki-Zaqatala / Sheki-Zagatala	72	73	78	77	80
Şərqi Zəngəzur / East Zangezur			0	0	0
Şirvan-Salyan / Shirvan-Salyan	10	10	10	8	10
Cəmi / Totals	**682**	**712**	**757**	**809**	**859**

Mənbə: **Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi, 2025**

Bu cədvəl əsasında 2020–2024-cü illərdə Azərbaycanın regionları üzrə turizm obyektlərinin (və ya turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin) sayının dinamikası təsvir olunub.

Cədvəldə təqdim edilən məlumatlara əsasən, 2020-ci ildən 2024-cü ilə qədər ölkə üzrə turizm obyektlərinin sayında davamlı artım müşahidə olunub. Bu artım, ölkənin turizm sektoruna yönəlmiş dövlət proqramları və özəl investisiyaların müsbət nəticəsi kimi qiymətləndirilə bilər.

Ən yüksək artım müşahidə olunan bölgə Bakı şəhəridir. (2020-ci il 229 → 2024-cü il: 320 (artım: 91 obyekt). Bu, paytaxtın turizm mərkəzi kimi mövqeyinin möhkəmləndiyini göstərir. İnfrastruktur, beynəlxalq tədbirlər və hotellərin artımı burada əsas rol oynayıb.

Quba–Xaçmaz bölgəsi (2020: 108 → 2024: 117(Artım: 9 obyekt)). Bu bölgə əsasən təbii gözəllikləri və dağ turizmi ilə tanındığı üçün turist axını buraya sabitdir.

Lənkəran–Astara bölgəsi (2020: 77 → 2024: 100 (artım: 23 obyekt) həm dənizkənarı, həm də sağlamlıq və istirahət turizmi ilə cəlbedicidir.

Daha yavaş artım və ya sabitlik göstərən bölgələrə də toxunaq. Mərkəzi Aran və Mil–Muğan bölgələrində artım çox cüzidir. Bu, regionlarda turizm infrastrukturunun zəif inkişaf etdiyini və investor marağının nisbətən az olduğunu göstərə bilər. Şirvan–Salyan bölgəsində isə dəyişiklik minimaldır (10 obyekt səviyyəsində qalır), bu da bölgənin turizm üçün əsas prioritet olmamasından irəli gəlir.

Qarabağ bölgəsi: 2020-ci ildə cəmi 7 obyektlə təmsil olunarkən, 2024-cü ildə bu say 18-ə çatır. Bu, azad olunmuş ərazilərdə aparılan bərpa və inkişaf proseslərinin başlanğıc mərhələdə olduğunu göstərir.

Şərqi Zəngəzur: 2020–2024-cü illərdə bu bölgədə turizm obyektlərinin qeydiyyatı sıfır olaraq qalır. Bu, ya məlumatların tam toplanmaması, ya da hələlik infrastrukturun tam formalaşmaması ilə bağlı ola bilər.

Xüsusilə qeyd etmək lazımdır ki, Naxçıvan Muxtar Respublikasında 2023-cü ildə obyekt sayında azalma müşahidə olunur (2022: 21 → 2023: 14), lakin 2024-cü ildə bu say bərpa olunur (18 obyekt). Bu azalma və artım müvəqqəti sosial-iqtisadi faktorlarla izah oluna bilər.

Mehmanxana və hotellər haqqında danışırıqsa, Azərbaycanda sanatoriyalara da xüsusi toxunmaq istərdim. Belə ki, sağlamlıq turizmi son illərdə sürətlə inkişaf edən sahələrdən biridir. Ölkənin zəngin təbii müalicə resursları, müasir tibbi infrastrukturu və coğrafi üstünlükləri bu sahənin cəlbediciliyini artırır.

Azərbaycanda sağlamlıq turizminin əsas özəklərindən biri də məhz sanatoriya-kurort mərkəzləridir. Bu obyektlərdə həm müalicəvi, həm də reabilitasiya yönümlü xidmətlər təklif edilir.

Naftalan – nadir neft növü olan naftalan yağı ilə göstərilən müalicə xidmətləri (Gold Naftalan, Qarabag Resort və s. sanatoriyaları), Naxçıvan - Speleoterapiya (duz şaxtasında müalicə), fizioterapiya prosedurları, tibbi nəzarət və fərdi müalicə proqramları (Naxçıvan Duzdağ) və s.

Azərbaycanda sağlamlıq turizminin inkişafı baxımından aşağıdakı istiqamətləri göstərmək olar:

Sağlamlıq xidmətlərində “putyovka” (güzəştli yolayış) sisteminin inkişaf etdirilməsi – həmkarlar təşkilatının xətti ilə güzəştli yollayışların bütün sağlamlıq müəssisələrini əhatə etməsi səmərəli olardı.

Həmçinin sağlamlıq müəssisələrinin üçüncü yaş qrupu üçün güzəştli məhsullar təqdim etməsi aşağı gəlirli vətəndaşlar üçün bu sahənin əlçatanlığını təmin edərdi.

Sağlamlıq məhsullarının inkişaf etdirilməsi – bu məqsədlə Naftalan üçün qısa, orta və uzun müddətli müalicə və sağlamlaşdırma turları, "Qətransız Naftalan məlhəmi", kosmetik məhsullar istehsalı, yeni sağlamlaşdırma proqramlarının turistlərə təklif edilməsi vacibdir. Eyni zamanda termal sular əsasında balneoloji turizm və palçıqla müalicə üzrə mərkəzlərin təşkili, məhsullarının təqdim olunması bu sahənin inkişafına təkan vermiş olardı [1, səh.110].

Bazar münasibətlərinin inkişaf etdiyi qloballaşma şəraitində iqtisadiyyatın ayrı-ayrı sahələrinin tarazlı inkişafına nail olmaq istər ümumi iqtisadi tərəqqi, istərsə də ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyi baxımından xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Nəzərə alsaq ki, müasir dünyada xidmət sahələrinin inkişafı istehsal sferasının inkişaf tempini qabaqlamışdır, onda beynəlxalq aləmə sürətlə inteqrasiya edən Azərbaycan Respublikasında da xidmət sahələrinin müxtəlif istiqamətlərinin inkişaf etdirilməsi aktual problemlərdən biri kimi qəbul olunmalıdır. Bütün bunlar, xidmət sahələrinin aparıcı istiqamətlərindən biri olan turizm sənayesinin də inkişaf etdirilməsini, bu məqsədlə geniş araşdırmalar aparılmasını, elmi əsaslandırılmış təklif və tövsiyələrin işlənib hazırlanmasını zəruriləşdirir.

Dünyada olduğu kimi, Azərbaycanda da xidmət sahələri dinamik inkişaf edir. İnformasiya kommunikasiya texnologiyalarının (İKT) inkişafı, internetin cəmiyyət və sənayenin gündəlik həyatının aparıcı tərkibinə çevrilməsi ilə dinamik tərəqqi edən xidmət sektoru istehsal sferasını üstələməkdədir. Bir çox inkişaf etmiş ölkələrin ÜDM-də xidmət sektorunun payı 60 faiz və onun üzərindədir. Belə ki, İKT-nin inkişafı, o cümlədən mövcud potensial imkanlar Azərbaycanda da xidmət sahələrinin uzunmüddətli inkişaf perspektivlərini vəd edir. Bundan əlavə, 44 günlük Vətən müharibəsində əldə edilən tarixi zəfər də xidmət sektorunun potensial imkanlarını daha da artırıb. İşğaldan azad edilən ərazilərdə aparılan tikinti-quruculuq işləri, regionun potensial imkanları, əlverişli coğrafi mövqeyi, təbii ehtiyatları, nəqliyyat, rabitə turizm kimi xidmət sahələrinin inkişafı üçün geniş fürsətlərə yol açır. Son 8 ay müddətində inşası tamamlanan Füzuli Beynəlxalq Hava Limanı 2021-ci il sentyabrın 5-də istifadəyə verilmişdir. Eyni zamanda, Zəngilan və Laçın bölgələrində də beynəlxalq hava limanlarının tikintisi davam edir. Qarabağda həyata keçirilən nəqliyyat və infrastruktur layihələri, gələcəkdə TÜRKPAnın üzv ölkələri arasında turizmin inkişafı üçün yeni imkanlar təqdim edəcəkdir. Davamlılıq prinsipi turizm sektorunun milli gəlirə və məşğulluğun artmasına olan təsirini artırmağı hədəfləyir. Rəqabətliliyin təmin olunması, kiçik və orta müəssisələrin turizm sahəsinə dəstəyi, regional inkişafı artırmaqla yanaşı daha yüksək rəqabət qabiliyyətini əhatə edir; müxtəlif xidmət təminatçıları ilə özəl sektorun turizm birliklərinin yaradılmasını asanlaşdırır. Xidmətlərin keyfiyyəti və dəyərlərə fokuslanması keyfiyyətin qorunması üçün tənzimləyici bir çərçivənin mövcud olmasını tələb edir; bu da turizmlə bağlı bütün müəssisələrin lisenziyalaşdırma proseslərinin təkmilləşdirilərək standartlaşdırılmasına gətirib çıxarır. Dövlət-özəl tərəfdaşlığının təşkili isə sektorda eyni zamanda əlaqəli kiçik və orta müəssisələrin maliyyəsini dəstəklədiyi kimi qrantlar, təlimlər və məsləhətləşmə vasitəsilə

kömək etməyə yönəlmiş olur; həmçinin dövlət tərəfdaşları ilə birlikdə turistlərlə bağlı müəssisələrə xarici investisiyaların cəlb olunmasını asanlaşdırır.

Bu mövzu haqqında SWOT analizi aparsaq, bu aşağıdakı kimi olar:

Güclü cəhətlər

Azərbaycanın bənzərsiz mədəni irsi və dərin tarixi, turizm sahəsində əhəmiyyətli bir potensiala malikdir. Tarixi abidələr, muzeylər və mədəni fəaliyyətlər turistlərin diqqətini cəlb edir. Avropa və Asiya qitələri arasında olduqca əlverişli strateji mövqedə yerləşən Azərbaycan Respublikası ümumilikdə turizm sənayesinin, o cümlədən turizm xidmətlərinin ayrı-ayrı növlərinin inkişaf etdirilməsi üçün zəngin potensiala malikdir.

Bundan əlavə, Xəzər dənizi sahili, dağlıq ərazilər, meşələr və termal su mənbələri ilə zəngin olan Azərbaycan ekoturizm, macəra səyahətləri və sağlamlıq turizmi kimi sahələrdə güclü imkanlar yaradır. Həmçinin, Azərbaycan hökuməti də turizmin inkişafına xüsusi önəm verir; infrastrukturun qurulması, marketinq strategiyaları və siyasətlər üzrə dəstək təmin edərək sektorda müsbət təsirlər yaradır. Azərbaycanın beynəlxalq turist agentlikləri ilə əməkdaşlığına əlavə olaraq ölkədaxili turizm operatorlarıyla əlaqələri xidmət sektorunun inkişafını daha da möhkəmləndirir.

Zəif cəhətlər

Azərbaycan turizm sahəsində daha tanınmış ölkələrlə müqayisədə hələ də beynəlxalq miqyasda o qədər də tanınmır. Bu, xarici turistlərin sayını məhdudlaşdırır. Bundan əlavə, ölkəmizin turizm sektoru əsasən yay və yaz mövsümlərinə bağlıdır. Bu, il boyu turizm xidmətlərinin bərabər paylanmasını və yerli iqtisadiyyata davamlı təsirini məhdudlaşdırır. Zəif cəhətlərdən biri də, məhz xidmət sahəsində dil biliklərinin çatışmazlığıdır, belə ki, bu xarici turistlər üçün narahatlıqlara səbəb ola bilər və xidmətin keyfiyyətini azalda bilər.

Fürsətlər:

Yeni Turizm Məhsullarının İnkişafı: Ekoturizm, sağlamlıq turizmi, macəra turizmi kimi niş bazarlarda böyük inkişaf potensialı var. Azərbaycanda bu sahələrin inkişafı, xidmət sektorunun müxtəlifləşdirilməsinə kömək edər.

1. Dijital Transformasiya: Onlayn turizm xidmətləri, rəqəmsal marketinq və rezervasiya sistemləri kimi dijital texnologiyaların tətbiqi, turistlərə rahatlıq təmin edə bilər və xidmət keyfiyyətini artırar.
2. Davranış Değişiklikləri və Yalnız Ətraf Mühitə Təsir: Dünyada davamlı turizmin artan tələbi, Azərbaycan üçün ekoturizm və yaşıl turizm sektorlarında inkişaf imkanları yaradır.
3. Beynəlxalq Tədbirlərin Təşkili: Azərbaycanın beynəlxalq konfranslar, idman tədbirləri və mədəniyyət festivallarını təşkil etməsi, turistlərin sayını artırmaqla yanaşı, xidmət sektorunun inkişafına kömək edər.
4. Turizm Sektorunda Xalqın Peşəkarlaşması: Xidmət sahəsində ixtisaslaşmış turizm işçilərinin təlimi, xidmət keyfiyyətini artırmağa kömək edə bilər. Bu, müştəri məmnuniyyətini yüksəldər və turizm sahəsində daha çox iş yeri yaradılar.

Təhlükələr:

Regiondakı Rəqabət: Gürcüstan, Türkiyə kimi qonşu ölkələr, öz inkişaf etmiş turizm infrastrukturları və xidmətləri ilə Azərbaycanla ciddi rəqabət aparır. Qlobal İqtisadi və Siyasi Sabitliksizlik: Bölgədəki siyasi və iqtisadi gərginliklər, həmçinin dünya miqyasında baş verən iqtisadi böhranlar, turizm axınını mənfi təsir edə bilər.

Əməliyyat xərclərinin artması: Yüksələn əməliyyat xərcləri və əmək haqqı artımları, turizm sahəsində xidmətlərin qiymətini artıraraq, yerli və beynəlxalq turistlərin cəlb edilməsində çətinliklər yarada bilər.

Nəticə: Azərbaycanda turizm xidmətlərinin inkişafı istiqamətində nəzərəçarpacaq irəliləyişlər mövcuddur, lakin bu sahənin qlobal standartlara uyğunlaşdırılması üçün davamlı islahatlara və beynəlxalq təcrübənin lokallaşdırılmasına ehtiyac qalmaqdadır. Əldə olunan təhlillər göstərir ki, Azərbaycan turizmi dinamik inkişaf mərhələsindədir və bu sahədə xidmətlərin keyfiyyətinin artırılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Regionlar üzrə turizm obyektlərinin sayında müşahidə olunan artım dövlət siyasəti və özəl sektorun aktiv iştirakı ilə bağlıdır.[2] Turizm sektorunun uğurlu inkişafı təkcə iqtisadi göstəricilərə deyil, həm də xidmət mədəniyyətinin formalaşmasına və peşəkar kadr hazırlığına əsaslanır. Xidmət səviyyəsinin beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması, müasir texnologiyaların tətbiqi və turizm infrastrukturlarının yenilənməsi bu sahədə rəqabətqabiliyyətliliyi artıracaq. Sağlamlıq, ekoturizm və mədəni turizm istiqamətində təqdim olunan yüksək keyfiyyətli xidmətlər Azərbaycanın turizm brendini daha da gücləndirəcəkdir.

Ədəbiyyat Siyahısı:

1. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyinin hesabatı. Azərbaycanda saəlamlıq turizmi-cari vəziyyət və inkişaf perspektivləri, Bakı 2021, 178 s.
2. Bilalov B.Ə. “Turizmin əsasları” dərslik, Bakı 2015, 489 səh
3. Süleymanov E. N. “Azərbaycanda turizmin inkişafının sosial-iqtisadi rolu” mövzusunda magistr dissertasiyası, Bakı 2016, 93 səh
4. Абасова. С. Г. “Комплексный анализ туристических услуг в Азербайджане и его инновационное развитие” № 8(36), Том 1, Август 2018, стр 61-68
5. https://mtk.az/rekreasiya-idman-v%C9%99-saglamliq-turizmi/
6. https://yeniazerbaycan.com/Turizm_e71069_az.html

SƏBUHİ ZEYNALLI

OV TURİZMİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ ÜÇÜN İNNOVATİV YANAŞMALARIN TƏTBİQİ

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant

E-mail : zeynalli.sabuhi.2301@atmu.edu.az

Xülasə: Bu məqalə ov turizminin təkmilləşdirilməsi üçün innovativ yanaşmaların tətbiqini araşdırır. Burada ov turizminin mövcud vəziyyəti qlobal miqyasda nəzərdən keçirilir və yeni texnologiyaların,

dayanıqlı praktika və inteqrasiya olunmuş turizm təcrübələrinin bu sektoru necə inkişaf etdirə biləcəyi təhlil olunur. Girişdə ov turizminin xüsusi maraq turizminin bir növü kimi əhəmiyyəti qeyd edilir və onun müasir dövrdə üzləşdiyi – dayanıqlılıq və etik davranışla bağlı – çətinliklər ümumiləşdirilir. Əsas hissədə ov turizmini dəyişdirən texnoloji innovasiyalar (məsələn, virtual reallıq texnologiyaları, pilotsuz uçuş aparatları (dronlar) və müasir avadanlıqların istifadəsi) təhlil edilir. Həmçinin icmaya əsaslanan idarəetmə, daha sərt tənzimləmə və təbiətin qorunmasına yönəlmiş "yaşıl ov" kimi dayanıqlı və etik yanaşmalar müzakirə olunur. Bundan əlavə, məqalə ov turizminin cəlbediciliyini artırmaq üçün təbiət fotoqrafiyası və mədəni proqramların ov turlarına inteqrasiyasının vacibliyini vurğulayır. Tərəfsiz, analitik yanaşma ilə göstərilir ki, bu innovativ strategiyaların tətbiqi ov turizmini daha etik, dayanıqlı və geniş auditoriya üçün cəlbedici edə bilər. Nəticədə əldə olunanlar ümumiləşdirilir və ov turizminin gələcək davamlılığını təmin etmək üçün ənənələrin innovasiya ilə ahəngdar şəkildə birləşdirilməsinin zəruriliyi vurğulanır. Bu yanaşmalar ov turizminin iqtisadi və istirahət faydalarını maksimuma çatdırmaqla yanaşı, onun ətraf mühitə təsirini minimuma endirməyi və vəhşi təbiətin mühafizəsi ilə bağlı ictimai narahatlıqları azaltmağı hədəfləyir. İnnovativ həllərin tətbiqi sayəsində turizm sektorunun maraqlı tərəfləri ov turizmini daha məsuliyyətli və gələcəyə yönəlmiş bir seqmentə çevirə bilərlər.

Açar sözlər: ov turizmi, innovativ yanaşmalar, dayanıqlı turizm, texnologiyalar, ekoturizm.

Abstract: This article explores the application of innovative approaches to improving hunting tourism. It provides a global overview of the current state of hunting tourism and analyzes how new technologies, sustainable practices, and integrated tourism experiences can enhance this sector. The introduction discusses the significance of hunting tourism as a form of special-interest tourism and outlines the challenges it faces in the modern era, including sustainability and ethical concerns. In the main body, the paper examines technological innovations (such as the use of virtual reality, drones, and advanced equipment) that are changing hunting tourism. It also considers sustainable and ethical approaches—such as community-based management, stricter regulation, and "green hunting" initiatives aimed at conservation. Additionally, the article highlights the importance of diversifying hunting tourism offerings by incorporating wildlife photography and cultural programs to broaden its appeal. Through a balanced, analytical perspective, it is demonstrated that by adopting these innovative strategies, hunting tourism can be made more ethical, sustainable, and attractive to a wider audience. The conclusion summarizes the findings and emphasizes the need for a harmonious integration of tradition with innovation to ensure the future viability of hunting tourism. These approaches aim not only to maximize the economic and recreational benefits of hunting tourism, but also to minimize its environmental impact and address public concerns about wildlife conservation. By implementing innovative solutions, stakeholders in the tourism industry can transform hunting tourism into a more responsible and forward-looking segment.

Keywords: hunting tourism, innovative approaches, sustainable tourism, technology, ecotourism.

Резюме: Данная статья посвящена применению инновационных подходов к совершенствованию охотничьего туризма. В ней представлен глобальный обзор текущего состояния охотничьего туризма и проанализировано, как новые технологии, устойчивые практики и интегрированный туристический опыт могут способствовать развитию этого сектора. Во введении обсуждается значимость охотничьего туризма как формы специализированного туризма и обозначены вызовы, с которыми он сталкивается в современную эпоху, включая вопросы устойчивости и этики. В основной части исследуются технологические инновации (такие как использование виртуальной реальности, дронов и современного снаряжения), которые меняют облик охотничьего туризма. Также рассматриваются устойчивые и этичные подходы – например, управление с участием местных сообществ, ужесточение регулирования, а также инициативы «зелёной охоты», направленные на сохранение природы. Кроме того, отмечается важность диверсификации предложений в сфере охотничьего туризма за счёт включения фото-сафари и культурных программ, чтобы расширить его привлекательность. На основе взвешенного аналитического подхода показано, что внедрение этих инновационных стратегий позволяет сделать охотничий туризм более этичным, устойчивым и привлекательным для более широкой аудитории. В заключение обобщаются результаты исследования, подчёркивая необходимость гармоничного сочетания традиций и инноваций для обеспечения долгосрочной жизнеспособности охотничьего туризма. Предлагаемые подходы нацелены не только на максимизацию экономических и рекреационных выгод охотничьего туризма, но и на минимизацию его воздействия на окружающую среду, а также на ответ на общественные озабоченности по поводу сохранения дикой природы.

Ключевые слова: охотничий туризм, инновационные подходы, устойчивое развитие, технологии, экотуризм.

Texnoloji innovasiyalar və rəqəmsal həllər

Müasir texnologiyaların sürətli inkişafı ov turizmi sahəsində yeni imkanlar yaratmışdır. İnnovativ texnoloji həllər ov təcrübəsini zənginləşdirməklə yanaşı, onu daha təhlükəsiz və ekoloji baxımdan təmiz edə bilər. Bu istiqamətdə tətbiq edilən əsas yeniliklər aşağıdakılardır:

- **Təkmil ov avadanlıqları:** Müasir atıcı silahlar, optik nişangahlar və ballistik hesablama cihazları ov zamanı dəqiqliyi və effektivliyi artırır. Bununla da heyvanın yaralanma riskini azaltmaq və "humanist" ov prinsiplərinə riayət etmək mümkün olur.
- **Pilotsuz uçuş aparatları (dronlar):** Dronlardan ərazinin kəşfiyyatı, yabanı heyvanların izlənilməsi və populyasiyaların monitorinqi üçün istifadəsi genişlənir. Bu cihazlar böyük əraziləri insanların fiziki müdaxiləsi olmadan gözdən keçirməyə imkan yaradır. Nəticədə, nadir və utancaq heyvan növlərinin aşkar edilməsi asanlaşır, ov zamanı daha məlumatlı qərarlar verilə bilir.
- **GPS izləmə və mobil tətbiqlər:** Peyk naviqasiya sistemləri və xüsusi mobil tətbiqlər ovçu və bələdçilərə real vaxt rejimində məlumat mübadiləsi imkanı verir. GPS izləyicilər heyvanların miqrasiyasını izləməyə, ovçunun təhlükəsizliyini təmin etməyə və lazım gəldikdə, itkin düşmüş ovçuları və ya yaralı

heyvanları tez bir zamanda tapmağa yardımçı olur. Turizm şirkətləri ov turlarını planlaşdırmaq üçün onlayn platformalardan və rəqəmsal rezervasiya sistemlərindən də geniş istifadə etməyə başlamışlar.

• **Müasir kamuflyaj vasitələri:** Yeni nəsil kamuflyaj geyimləri və ləvazimatlar ovçuya ətraf mühitdə görünməz olmağa daha effektiv yardım edir. Nano-texnologiyalı parçalar və biomimetik dizayn sayəsində insanın qoxusunu, istilik izini və vizual siluetini maksimum dərəcədə gizlətmək mümkün olur. Bu da heyvanlara stressin azalması və ov prosesinin daha təbii şəraitdə keçməsi deməkdir.

Yuxarıda sadalanan texnoloji yeniliklər ov turizmi təcrübəsini modernləşdirir. Məsələn, aparılan bir tədqiqatın nəticələrinə görə, virtual reallıq texnologiyalarının tətbiqi sayəsində potensial ovçu real meşə mühitində imiş kimi hisslər keçirə bilər – bu zaman onun həyatı riskə atılmır və nadir fauna nümayəndələri də tələf edilmir **[6, s.1-2]**. Belə "virtual ov" modelləri gələcəkdə ov turizminin bir istiqaməti kimi inkişaf etdirilə bilər.

Dayanıqlı və etik yanaşmalar

Ov turizminin davamlı inkişafı üçün təkcə texniki yeniliklər kifayət deyil; **idarəetmə və etik normalar** sahəsində də innovativ yanaşmalar tələb olunur. Bu bölümdə ov turizminin ekoloji və sosial cəhətdən daha dayanıqlı olmasını təmin edə biləcək əsas prinsiplər müzakirə edilir:

• **İcmaya əsaslanan idarəetmə:** Ovçuluq təsərrüfatlarının və ov turizmi fəaliyyətinin yerli icmalarla birgə idarə olunması müasir dövrdə uğurlu model kimi tanınır. Məsələn, Mərkəzi Asiya və Afrikanın bəzi kənd icmaları icma əsaslı trofey ovu proqramları sayəsində həm öz dolanışıqlarını yaxşılaşdırır, həm də nadir heyvan növlərinin sayını qorumağa nail olurlar **[3, s.495]**.

• **Elmi əsaslı kvotalar və mühafizə planları:** Davamlı ovçuluğun əsasında hər bir növün populyasiya dinamikasına uyğun illik kvotaların müəyyənləşdirilməsi dayanır. İnnovativ yanaşma olaraq, bir çox ölkədə ov kvotaları müasir **vəhşi heyaťin idarə olunması** modellərinə əsasən təyin edilir – yəni, populyasiya sıxlığı, törəmə dərəcəsi, yaş-piramida göstəriciləri kimi elmi məlumatlar nəzərə alınır. Məsələn, Balıq və Vəhşi Təbiət Xidmətləri (müxtəlif ölkələrdə) hər mövsüm üçün ovlanacaq fərdlərin sayını və cins tərkibini müəyyən edərək lisenziyalar verir.

Yuxarıda sadalanan etik və davamlılıq yönümlü tədbirlər sayəsində ov turizminin "məsuliyyətli turizm" çərçivəsinə uyğunlaşdırılması mümkündür. Tədqiqatlar göstərir ki, düzgün idarə olunduğu halda ovçuluq təbiətin mühafizəsi və yerli icmaların rifahı üçün faydalı alətə çevrilə bilər; həddən artıq məhdudiyyətlər və qadağalar isə əksinə, qeyri-qanuni ovu artırmaqla həm iqtisadi imkanları, həm də konservasiya səylərini zəiflədə bilər.

Nəticə

Aparılan təhlil göstərir ki, ov turizmi sahəsində qlobal miqyasda mövcud olan problemlərin həlli və gələcək inkişafı bilavasitə innovativ yanaşmaların tətbiqindən asılıdır. Ənənəvi ovçuluq təcrübələrinin müasir dövrün tələblərinə uyğun şəkildə yenidən qurulması zərurəti həm ekoloji, həm iqtisadi, həm də sosial səbəblərdən irəli gəlir. Əldə olunan nəticələrə əsasən demək olar ki, **ənənəvi ov və müasir turizm prinsiplərinin sintezi** qaçılmazdır. İnovativ yanaşmalar ov turizminin gələcəyini formalaşdırarkən, həm

təbiətin mühafizəsi, həm də yerli icmaların mənafeyi təmin edilə bilər. Məsuliyyətli ov turizmi modeli elə qurulmalıdır ki, bir tərəfdən ovçuların macəra və trofey əldə etmə maraqları ödənilsin, digər tərəfdən isə vəhşi fauna populyasiyaları və ekosistemlər uzun müddətli zərər görməsin. Dünya təcrübəsi göstərir ki, yasaqlar yolu ilə problemi həll etmək mümkün deyil; əksinə, düzgün tənzimlənmiş ov fəaliyyəti qoruma işinə töhfə verə bilər **[4, s.874]**. Bu səbəbdən bir çox mütəxəssislər hesab edir ki, trofey ovunun qadağan olunması deyil, onun ciddi nəzarət altında davam etdirilməsi daha məqsədəuyğundur **[5, s.100]**.

Nəticə etibarilə, ov turizminin təkmilləşdirilməsi üçün innovativ yanaşmaların tətbiqi onu XXI əsrin tələblərinə uyğun inkişaf etdirməyə imkan verir. Bu istiqamətdə beynəlxalq əməkdaşlıq, təcrübə mübadiləsi və elmi tədqiqatların rolu böyükdür. Sənayenin bütün iştirakçıları – siyasətçilər, turizm operatorları, ovçular və ekoloqlar – birgə işləyərək ov turizminin gələcəyini qura bilərlər. Belə bir gələcəkdə ov turizmi təbiətə ziyan vurmaq ittihamlarından uzaq, əksinə, təbiətin mühafizəsinə və rural inkişafa dəstək verən bir sahə kimi tanınacaqdır.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Lovelock B. Tourism and the Consumption of Wildlife: Hunting, Shooting and Sport Fishing. Routledge: London, 2007, s. 313.

2. Lindsey P.A., Roulet P.A., Romañach S.S. Economic and conservation significance of the trophy hunting industry in sub-Saharan Africa. *Biological Conservation*, 134(4), 2007, s. 455–469.

3. Petroman I., Petroman C., Bălan I., Matiuți A., Bălan E. The role of hunting tourism management in the conservation of biodiversity. *Scientific Papers: Animal Science and Biotechnologies*, 42(2), 2009, s. 495–500.

4. Dickman A., Cooney R., Johnson P. J., Louis M. P., Roe D. Trophy hunting bans imperil biodiversity. *Science*, 365(6456), 2019, s. 874.

5. Di Minin E., Leader-Williams N., Bradshaw C.J.A. Banning trophy hunting will exacerbate biodiversity loss. *Trends in Ecology & Evolution*, 31(2), 2016, s. 99–102.

6. Selivanov V., Rudenko M., Makoveichuk Y., Makoveichuk K., və b. Development of virtual hunting tourism as the basis for the conservation of pristine wildlife. *BIO Web of Conferences*, 93 (Forestry Forum 2023), 2024, s. 1–9.

TURİZMDƏ DİLLƏRİN ROLU

AYNUR NƏHMƏTOVA

Turizm bələdçilərinin ölkəni tanitma mətnlərinin aktual problemləri

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, tələbə

E-mail: nahmatova.aynur.2402@atmu.edu.az

Xülasə: Bu məqalədə turizm bələdçilərinin ölkəni tanıtmaq məqsədilə hazırladıqları mətnlərin aktual problemləri təhlil olunur. Turizm yalnız iqtisadi deyil, həm də mədəni, sosial və ekoloji baxımdan əhəmiyyətli bir sahədir. Bu səbəbdən turistlərə təqdim olunan informasiya materialları – o cümlədən bələdçi mətnləri – olduqca məsuliyyətlə hazırlanmalıdır. Məqalədə qeyd olunur ki, hazırkı turizm mətnləri çox vaxt stereotiplərə əsaslanır, reallığı sadələşdirir, regionların mədəni müxtəlifliyi və tarixi irsi lazımi səviyyədə əks olunmur. Bundan əlavə, tərcümə keyfiyyəti, köhnəlmiş məlumatlar, rəqəmsal alətlərin məhdud istifadəsi və davamlı turizmlə bağlı çatışmazlıqlar turistlərin ölkə haqqında dolğun təsəvvür formalaşdırmasına mane olur. Məqalədə Azərbaycanın zəngin mədəni irsini, texnoloji nailiyyətlərini və ekoturizm potensialını daha effektiv və obyektiv formada təqdim edən bələdçi mətnlərinə ehtiyac olduğu vurğulanır. Sonda müəllif gələcək tərcüməçi kimi bu sahədə öz töhfəsini vermək istəyini bildirir və bu işi milli məsuliyyət kimi dəyərləndirir.

Açar sözlər: Turizm bələdçiləri, tanıtma mətnləri, mədəni irs, regionlar, tərcümə keyfiyyəti

Резюме: В данной статье анализируются актуальные проблемы текстов, используемых туристическими гидами для продвижения страны. Туризм рассматривается не только как источник дохода, но и как важный инструмент культурной и социальной коммуникации. Указывается, что современные информационные материалы часто содержат стереотипы, упрощённое представление о стране, не охватывают региональное культурное разнообразие и недостаточно раскрывают историческое наследие. Кроме того, низкое качество перевода, устаревшая информация, слабое использование цифровых технологий и игнорирование принципов устойчивого туризма мешают формированию полноценного представления об Азербайджане. В статье подчёркивается необходимость создания более профессиональных, актуальных и многослойных текстов, которые адекватно отражают достижения страны в области инноваций, культуры и экологии. Автор выражает желание внести свой вклад в развитие туристического сектора, используя знания иностранных языков как инструмент культурного моста.

***Ключевые слова*:** Гиды по туризму, информационные тексты, культурное наследие, регионы, качество перевода

Abstract: This article analyzes the current issues in the promotional texts used by tourism guides to represent Azerbaijan. Tourism is seen not only as an economic tool but also as a means of cultural, social, and ecological exchange. The study highlights that many existing guide texts rely heavily on clichés,

oversimplify the country's reality, and fail to adequately showcase regional cultural diversity and historical heritage. Additionally, problems such as poor translation quality, outdated information, insufficient use of digital tools, and a lack of sustainable tourism perspectives hinder tourists from forming a comprehensive and accurate understanding of Azerbaijan. The paper calls for the development of more professional, updated, and multifaceted guide texts that reflect the country's achievements in technology, culture, and ecotourism. The author, aspiring to become a translator, emphasizes their personal commitment to contributing to the tourism sector and sees this as a national responsibility.

***Keywords**:* Tourism guides, promotional texts, cultural heritage, regions, translation quality

Turizm cəmiyyətin sosial və mədəni sferasının tərkib hissəsidir. İnsanlar səyahət etmək və yeni mədəniyyətlər görmək, başqa xalqların tarixini və adət-ənənələrini öyrənmək istəyirlər. Eyni zamanda, dövlətlər özləri xarici turistlərin sayını artırmağa çalışırlar, çünki bu yolla ölkələr öz mədəniyyətlərini yaymaq, bununla da onu qoruyub saxlamaq və ötürmək, habelə ondan iqtisadi fayda əldə etmək imkanı qazanırlar. Xarici turistlərin səyahət zamanı müxtəlif fəaliyyətlərə üstünlük verdikləri müşahidə olunur. Onlar, adətən, açıqcalar və suvenirlər əldə etməyə, muzeylərə, sərgilərə, tarixi və mədəni abidələrə ziyarət etməyə xüsusi maraq göstərirlər. Bu meyillər turizm sənayesinin formalaşmasında və inkişaf etdirilməsində mühüm rol oynayır. Bu səbəbdən yalnız turizm agentlikləri deyil, həm də ölkələrin rəsmi qurumları turistlərin diqqətini cəlb etmək üçün müxtəlif təşviqat vasitələrindən istifadə edirlər. Əsas məqsəd təqdim olunan turizm imkanlarının mümkün qədər geniş auditoriyaya çatdırılmasıdır.

Müasir dövrdə bu məqsədlə dövlət səviyyəsində və ya özəl sektor tərəfindən müxtəlif səyahət portalları və internet saytları yaradılır. Bu platformalar vasitəsilə həm ölkə haqqında ümumi məlumatlar, həm də konkret turizm marşrutları, abidələr, tədbirlər və digər maraq obyektləri haqqında detallı informasiya təqdim olunur. Nəticədə, beynəlxalq turizm saytlarının sayı ildən-ilə artır və onların əhatə dairəsi genişlənir. Bu da, öz növbəsində, qlobal miqyasda turizmin inkişafına töhfə verir və ölkələrin tanıdılması baxımından strateji əhəmiyyət daşıyır.

Bu gün turizm dünyada ən geniş və ən sürətlə inkişaf edən sahələrdən biridir. Turizm sektoru ölkələrin iqtisadiyyatına mühüm töhfə verir – yeni iş yerləri yaradır, xarici sərmayələri cəlb edir və regionların inkişafına təkan verir. Eyni zamanda, turizm ölkənin mədəniyyətini və tarixini dünyaya tanıtmaq baxımından da vacib rol oynayır. Turizm deyildikdə ilk ağıla gələn turistik yerlər və turistlər olur. Turizm fəaliyyəti və tədbirləri turistlərin istək və ehtiyaclarına uyğun formalaşdırılır. Turistə təkcə iqtisadi gəlir mənbəyi kimi baxmaq olmaz. Turistlər sözügedən bölgəyə və ya əraziyə iqtisadi qazanc təmin etməklə yanaşı, həm də mədəni qarşılıqlı əlaqənin yaranmasını və mədəniyyətlərarası məlumat mübadiləsini təmin edirlər. Son illərdə qlobal turizm sahəsində müşahidə olunan meyllər göstərir ki, turistlərin maraq dairəsi getdikcə dəyişməkdədir. Əgər əvvəllər turistlər əsasən istirahət və əyləncə məqsədilə səyahət edirdilərsə, müasir dövrdə onlar daha çox səyahət etdikləri ölkələrin həyat tərzi, tarixi irsi və mədəni dəyərləri ilə yaxından tanış olmağa can atırlar. Belə turistlər üçün səciyyəvi xüsusiyyət odur ki, onlar standart turistik

marşrutlarla kifayətlənməyib, daha çox yerli xüsusiyyətləri yaşamağa və yerli əhali ilə ünsiyyət qurmağa üstünlük verirlər.

Bu yanaşma "təcrübə turizmi" və ya "mədəni turizm" kimi adlandırılan anlayışlarla sıx bağlıdır və bu istiqamətdə hazırlanan turizm bələdçilərinin də məzmun baxımından yenilənməsini zəruri edir. Belə ki, bu cür turistlərin tələbatlarını qarşılamaq üçün təqdim olunan informasiya materiallarında yalnız ümumi məlumatlarla kifayətlənmək deyil, həm də xalqın gündəlik həyatına, adət-ənənələrinə, folkloruna və müasir yaşam tərzinə dair detallı və aktual məlumatların yer alması vacib hesab olunur.

Turizm bələdçiliyi yerli və xarici turistlərə onların anlayacağı dildə bir məkanın tarixi, təbii və mədəni dəyərlərini tanıdan, bu dəyərlərə əlavə məna və dəyər qataraq təqdim edən mühüm bir peşədir. Dünyanın inkişaf etmiş ölkələrində turizm sənayesindən əldə edilən gəlirləri artırmaq məqsədilə bu sahədə ciddi rəqabət gedir. Bu rəqabət xidmətlərin keyfiyyətinin yüksəldilməsi və turizm təcrübəsinin zənginləşdirilməsi istiqamətində müxtəlif tədbirlərin görülməsini zəruri edir.

Turist bələdçiləri ölkə haqqında düzgün məlumat vermək, tarixi və mədəni irsi doğru şəkildə tanıtmaq, mənfi təsəvvürləri dəyişdirmək və turistin yanlış bildiyi məlumatları düzəltmək kimi mühüm vəzifələri yerinə yetirirlər. Onlar həmçinin turistlərlə yerli əhali arasında mədəni körpü rolunu oynayan mədəniyyət səfirləridir. Bu səbəbdən də bələdçilər getdikləri məkanın tarixini, mədəniyyətini, adət-ənənələrini və təbiətini dərindən bilməli, turistlərlə ünsiyyət qurduqları dilə yüksək səviyyədə hakim olmalıdırlar. Bu bilik yalnız kitab və ya internet mənbələri ilə məhdudlaşmamalıdır. "Yaxşı bələdçi universal əsgərdir" ifadəsi də bu kontekstdə yaranmışdır.

Ekskursiyanın əsas siması olan bələdçi, faktlarla yanaşı, müsbət emosiyalar, əyləncə və fərqli təcrübələr təqdim edərək turistin səfər təəssüratına birbaşa təsir göstərir. Buna görə də turizm bələdçiləri turizm sahəsində əsas rol oynayan şəxslərdən hesab olunurlar.

Lakin bu peşənin qarşısında duran çətinliklər də az deyil. Peşəkar fəaliyyətin təşkili, turistlərin gözləntiləri, mövsümi çətinliklər və xüsusilə, ölkənin tanıdılmasında istifadə edilən mətnlərlə bağlı aktual problemlər bələdçilərin işini çətinləşdirir. Bu mətnlər həm forma, həm də məzmun baxımından bir sıra nöqsanlarla üzləşir.

Qloballaşan dünyada turizm yalnız istirahət və əyləncə vasitəsi deyil, həm də ölkələrin iqtisadi, mədəni və sosial potensialının tanıdılması baxımından mühüm bir vasitəyə çevrilmişdir. Müasir dövrdə turistlər səfər edəcəkləri ölkə haqqında ilkin təəssüratları əsasən internet mənbələri, çap olunmuş broşürlər, turizm portalları və bələdçi mətnləri vasitəsilə əldə edirlər. Bu baxımdan turizm bələdçilərinin təqdim etdiyi məlumatların keyfiyyəti, dolğunluğu və aktual olması olduqca önəmlidir. Təəssüf ki, bu sahədə müşahidə olunan bəzi problemlər turizm sektorunun inkişafına mənfi təsir göstərməkdədir.

Ənənəvi və mədəni dəyərlər turizmdə mühüm əhəmiyyət daşyır. Azərbaycanda da son illərdə, xüsusilə də tarixi zəfərimizdən sonra ölkəmizin turizm potensialı sürətlə inkişaf etmiş, ölkəmizə olan maraq əhəmiyyətli dərəcədə artmış, xarici turistlərin sayı getdikcə yüksəlmişdir. Ölkəmizə gələn hər bir turist Azərbaycan həqiqətlərinin, Azərbaycan mədəniyyətinin, Azərbaycan qonaqpərvərliyinin dünyaya

tanıtdırılması üçün bir fürsətdir. Bu baxımdan turistlərlə düzgün və mədəni şəkildə ünsiyyət qurmaqla yanaşı, onların ölkəmiz haqqında dolğun məlumat əldə etməsi üçün müvafiq tanıtma mətnlərinin olması da vacib amillərdən biridir.

Müasir dövrdə turizm sənayesinin əsas vasitələrindən biri kimi çıxış edən bələdçi mətnləri ölkələrin xaricdəki imicinin formalaşmasında mühüm rol oynayır. Bu mətnlər turistlərdə ilkin təəssürat yaratmaqla yanaşı, onların səfər qərarına da birbaşa təsir göstərir. Lakin əksər hallarda bu mətnlərdə təqdim olunan informasiya sadələşdirilmiş və stereotiplərlə zəngin olur. Azərbaycanla bağlı hazırlanan turizm mətnlərində də bu tendensiyanı açıq şəkildə müşahidə etmək mümkündür.

Əksər turizm bələdçi mətnlərində ölkələrin təqdimatı zamanı müəyyən stereotiplər ön plana çəkilir. Azərbaycanla bağlı materiallarda tez-tez "neft ölkəsi", "qonaqpərvər xalq", "tolerant cəmiyyət", "ləziz mətbəx" və "əsrarəngiz təbiət" kimi ifadələrə rast gəlinir. Həmin ifadələr müəyyən dərəcədə reallığa əsaslansa da, onların davamlı şəkildə təkrarlanması ölkənin mürəkkəb və çoxşaxəli reallığını kölgədə qoyur. Nəticədə, Azərbaycan yalnız bir neçə atributla assosiasiya olunur və bu, turistlərdə ölkə haqqında geniş və obyektiv təsəvvürün formalaşmasına mane olur.

Halbuki, Azərbaycanın təqdimatında stereotiplərlə yanaşı, daha dərin və çoxqatlı yanaşmaya ehtiyac vardır. Ölkənin müasir texnologiya və innovasiya sahəsindəki nailiyyətləri, müxtəlif beynəlxalq və yerli mədəni festivalları, eləcə də zəngin tarixi və mədəni irsi əksər hallarda turizm materiallarında yetərincə əks olunmur. Bu kimi aspektlər Azərbaycanın yalnız təbii ehtiyatlara və ya mətbəxinə əsaslanan bir ölkə olmadığını, əksinə, çoxşaxəli və inkişaf edən bir mədəniyyət və sivilizasiya daşıyıcısı olduğunu nümayiş etdirir.

Azərbaycanın çoxqatlı mədəni kimliyi isə təkcə müasir inkişaflarla deyil, eyni zamanda onun qədim tarixi və unikal mədəni irsi ilə də formalaşır. Xüsusilə, qədim Qafqaz Albaniyası mədəniyyəti Azərbaycanın tarixi və mədəni müxtəlifliyini göstərən ən mühüm faktorlardandır. Qəbələ, Şəki, Laçın və digər bölgələrdə aşkarlanmış arxeoloji tapıntılar, Alban məbədləri və digər tarixi abidələr Azərbaycanın yalnız İslam sivilizasiyası ilə deyil, daha qədim və zəngin mədəniyyətlərlə də sıx bağlı olduğunu sübut edir.

Bundan əlavə, Azərbaycanın İpək Yolu üzərində yerləşməsi və tarixən iqtisadi-mədəni mübadilə mərkəzi kimi çıxış etməsi onun regional və qlobal əhəmiyyətini artıran mühüm amillərdən biridir. Bütün bu məqamların turizm materiallarında dolğun şəkildə əks etdirilməsi ölkənin real və obyektiv obrazının formalaşmasına, həmçinin turistlərin marağının artmasına töhfə verə bilər.

Azərbaycan regionlar üzrə zəngin etnik, dini və mədəni müxtəlifliyə malik ölkədir. Lakin Azərbaycan kimi çoxmillətli və multikultural ölkələrdə regionların fərqli mədəniyyətləri, dilləri və adət-ənənələri bəzən kifayət qədər tanıdılmır. Bir çox bələdçi mətnlərində yalnız Bakı şəhəri və paytaxta yaxın tanınmış turizm məkanları haqqında məlumatlara yer verilir. Naxçıvan, Quba, Lənkəran, Zaqatala, Şəki kimi bölgələrin fərqli mədəni mühiti, folkloru, adət-ənənələri və memarlıq nümunələri bəzən ümumiyyətlə qeyd edilmir. Bu, ölkənin tanıdılması baxımından böyük itki deməkdir. Məsələn, Şəkinin kəlağayı sənəti və ya Qubanın dağ yəhudiləri icmasının mədəni irsi haqqında məlumatlar turistlər üçün həm maarifləndirici, həm də cəlbedici

ola bilər. Regionların tanıdılması həm də ölkədaxili turizmi stimullaşdıra və balanslı iqtisadi inkişafı təşviq edə bilər.

Turizm bələdçilərinin təqdim etdiyi mətnlərin dili, üslubu və ifadə tərzi onların effektivliyini müəyyən edən əsas amillərdəndir. Əfsuslar olsun ki, bəzi hallarda bu mətnlər ya çox rəsmi və quru yazılır, ya da əksinə, ifrat dərəcədə şifahi və qeyri-peşəkar formada təqdim olunur. Bundan əlavə, bir çox hallarda xarici dillərə edilən tərcümələr avtomatik proqramlar vasitəsilə həyata keçirildiyindən cümlələrdə məna səhvləri, dil qaydalarının pozulması və ifadə uyğunsuzluqları meydana çıxır. Bu cür mətnlər həm turistlərin məlumatı düzgün qavramasına mane olur, həm də ölkə haqqında qeyri-ciddi və natamam təsəvvür yaradır. Turizm bələdçi mətnlərinin effektivliyi ilk növbədə onların dil və üslub baxımından keyfiyyətindən asılıdır. Əgər təqdim olunan mətnlər dili baxımından qeyri-dəqiq, üslub baxımından isə monoton və maraqsızdırsa, bu zaman turistin diqqətini cəlb etmək və onu məlumatlandırmaq mümkün olmur. Belə hallarda mətn öz əsas funksiyası olan informasiya ötürülməsi və maraq oyatma məqsədinə çatmır.

Xüsusilə xarici turistlər üçün nəzərdə tutulmuş mətnlərdə dilin sadə, aydın və eyni zamanda mədəniyyətə uyğun şəkildə işlənməsi vacibdir. Terminoloji qeyri-dəqiqliklər, tərcümə səhvləri, cümlə quruluşundakı uyğunsuzluqlar və üslubda olan səliqəsizliklər turistin mətni anlamaqda çətinlik çəkməsinə səbəb olur. Nəticədə, turist ya məlumatı düzgün mənimsəyə bilmir, ya da təqdim olunan materiala marağını itirir ki, bu da turizm təbliğatının effektivliyini əhəmiyyətli dərəcədə azaldır.

Turizm sahəsi dinamik və daim dəyişən bir sahə olduğundan, təqdim olunan məlumatların aktuallığı xüsusilə vacibdir. Müasir dövrdə yeni turizm obyektləri istifadəyə verilir, mövcud olanların isə bəziləri müxtəlif səbəblərdən fəaliyyətini dayandırır. Eyni zamanda, mədəni tədbirlərin keçirilmə tarixləri, təqdim olunan xidmətlərin qiymətləri, eləcə də turistik marşrutlar və onların strukturu tez-tez dəyişə bilər.

Belə bir şəraitdə turizm bələdçi mətnlərinin mütəmadi şəkildə yenilənməsi və dəqiqləşdirilməsi zərurəti ortaya çıxır. Əks təqdirdə, köhnəlmiş və real vəziyyəti əks etdirməyən məlumatlar turistlərdə çaşqınlıq yarada bilər, onların gözləntilərinin qarşılanmamasına və nəticə etibarilə məyusluğa səbəb ola bilər. Bu isə həm ölkənin turizm imicinə zərər vurur, həm də potensial gəlirlərin azalmasına gətirib çıxarır. Buna görə də, bələdçi mətnlərinin hazırlıq və yenilənmə prosesində informasiya mənbələrinin etibarlılığı və dövri yoxlanılması əsas meyar kimi qəbul edilməlidir.

Müasir dövrdə turistlərin əksəriyyəti səyahətlərini mobil cihazlar və rəqəmsal platformalar vasitəsilə planlaşdırır. Bu səbəbdən bələdçi mətnlərinin internetdə asanlıqla əlçatan olması, həmçinin interaktiv xəritələr, yüksək keyfiyyətli foto və video materiallar, audio bələdçilər və real vaxtda yenilənən məlumatlarla zənginləşdirilməsi zəruridir. Lakin hazırda bir çox rəsmi turizm saytlarında bu texnoloji imkanlardan yetərincə istifadə olunmur: saytlar bəzən yavaş işləyir, vizual materiallar keyfiyyətsiz olur və axtarılan məlumatların tapılması çətinlik yaradır. Halbuki, rəqəmsal bələdçi tətbiqləri, 3D virtual turlar və real vaxt rejimində məlumat yenilənməsi turist təcrübəsini əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdıra bilər. Rəqəmsal transformasiyanın ləng getməsi isə Azərbaycanın turizm sektorunun beynəlxalq rəqabət qabiliyyətinə mənfi təsir göstərməkdədir.

Turizm yalnız iqtisadi mənfəət gətirməməli, həm də sosial və ekoloji baxımdan məsuliyyətli şəkildə həyata keçirilməlidir. Lakin bir çox turizm bələdçi mətnlərində ekoturizm, yerli icmalara hörmət və ətraf mühitin qorunması kimi prinsiplərə demək olar ki, yer verilmir. Məsələn, milli parklara səfər zamanı hansı davranış qaydalarına riayət olunmalı olduğu, yerli icmalardan suvenirlərin alınmasının onların rifahına necə töhfə verdiyi kimi məlumatlar bələdçi mətnlərində öz əksini tapmır. Halbuki bu cür yanaşma həm turistin məsuliyyətli davranışını təşviq edər, həm də yerli əhalinin turizmdən faydalanmasına imkan yaradardı.

Turizm bələdçi mətnləri yalnız informasiya daşıyıcısı deyil, həm də ölkənin vizit kartıdır. Onların peşəkar hazırlanması, aktual və rəngarəng məlumatlarla zənginləşdirilməsi ölkənin beynəlxalq imicinin formalaşmasında mühüm rol oynayır. Sadaladığımız problemlər – stereotiplərdən istifadə, köhnəlmiş məlumatlar, dil qüsurları, regionların təqdim olunmaması, texnologiyanın zəif istifadəsi və davamlı turizmin nəzərə alınmaması – aradan qaldırılarsa, Azərbaycan turizminin inkişafına əhəmiyyətli töhfə verilə bilər. Bu sahədə dövlət orqanları ilə yanaşı, qeyri-hökumət təşkilatları, turizm şirkətləri və yerli icmaların da fəal iştirakı vacibdir.

Azərbaycan vətəndaşı olaraq hər birimiz ölkəmizin dünyaya düzgün şəkildə tanıtmaq, ölkəmizin milli dəyərlərini və tarixini düzgün formada təqdim etmək üçün əlimizdən gələni əsirgəməməliyik. Xarici dilləri öyrənmək, bilmək, sadəcə bir bacarıq deyil, eyni zamanda, milli kimliyimizi, tariximizi və mədəniyyətimizi dünyada tanıtmaq üçün bir körpüdür. Mən də gələcəyin tərcüməçisi olaraq bu körpünü daha möhkəm və sağlam qurmaq, xarici dillərə mükəmməl şəkildə yiyələnmək və bu biliklərimi Azərbaycanın turizm sektorunda tətbiq edərək ölkəmi ən gözəl şəkildə təmsil etmək istəyirəm. Bu mənim üçün sadəcə bir hədəf deyil – qürurla daşıdığım bir məsuliyyətdir.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat

1. Aziz, H. Tourism Planning and Sustainable Development. Routledge. 2022.
2. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi. Rəsmi statistika və təqdimatlar. www.tourism.gov.az. 2023.
3. Azpromo. Azərbaycanın turizm imkanları. https://www.azpromo.az. 2024.
4. Əliyev, Q. Azərbaycan turizmində inkişaf meyilləri. Bakı: Təhsil Nəşriyyatı. 2017.
5. Dünya Turizm Təşkilatı (UNWTO). Tourism Highlights – 2023 Edition. www.unwto.org. 2023.
6. Məmmədova, S. Turizm marketinqi və brendinq. Bakı: Elm və Təhsil. 2021.
7. Richards, G. Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. 2018.
8. Smith, M. & Robinson, M. Cultural Tourism in a Changing World: Politics, Participation and (Re)presentation. Channel View Publications. 2006.
9. Tripadvisor. Top Destinations in Azerbaijan. www.tripadvisor.com. 2024.
10. Xəlilov, N. "Multikulturalizmin turizmdə rolu: Azərbaycan nümunəsi". *Turizm və Sosial Elmlər Jurnalı*, 4(1), 45–52. 2020.

AYŞƏN ASLANLI

Turizm diskursunda kulinariya sahəsi üzrə fransiz və italiya mənşəli leksik vahidlər

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, tələbə

aslanli.ayshan.2402@atmu.edu.az

Xülasə: Bu məqalə turizm diskursunda kulinariya leksikonunun yerini və əhəmiyyətini araşdırmaqla, fransız və italyan mənşəli leksik vahidlərin funksional və semantik xüsusiyyətlərini müqayisəli şəkildə təhlil edir.Turizm dili yalnız informasiya ötürmək üçün deyil,eyni zamanda mədəniyyətlərarası kommunikasiyanı təmin edən bir vasitədir.Bu baxımdan,kulinariya sahəsindəki terminlərin diskursda necə yer aldığı və bu leksik vahidlərin hansı sosial-mədəni dəyərləri əks etdirdiyi əsas tədqiqat obyektini təskil edir.Məqalədə terminlərin etimoloji mənşəyi,semantik inkişafı və kontekstual istifadəsi nəzərdən keçirilir.Fransız və italyan terminləri tarixi,mədəni,estetik cəhətdən zəngin bir dil qatını təşkil edərək turizm diskursuna spesifik lətafət və zənginlik qatır.Təhlillər göstərir ki,bu leksik vahidlər yalnız qida və içki ilə bağlı anlayışları ifadə etməklə kifayətlənmir,həm də turizm diskursunun mədəni kodlarını formalasdırır

Açar sözlər: turizm diskusu, kulinariya terminləri, fransız leksik vahidlər, italyan leksik vahidləri,mədəniyyətlərarası kommunikasiya

Abstract:This article examines the place and importance of the culinary lexicon in the tourism discourse and comparatively analiyzs the functional and semantic properties of lexical units of French and İtalian origin.The language of tourism is not only a means of transmitting information,but also a means intercultural communication from this point of view, the main object of research is how the terms in the culinary field are included in the discourse and what socio-cultural various these lexical units reflect,constitutes the main research object it reflects.Eytmological origin semantic development and contextual use of terms are considered in the article. French and Italian culinary terms form a historically,culturally and aesthetically rich linguistic layer,adding a specific grace and richness to the tourism discourse.The analysis show that these lexical units are not enough to express concepts related to food and drink,but also form the cultural codes of the tourism discourse.

Keywords:tourism discourse,culinary terms,French lexical units,Italian lexical units,intercultural communication,

Резюме: В данной статье рассматриваются место и значение кулинарной лексики в туристическом дискурсе, а также проводится сравительный анализ функциональных и семантичестих свойств лексических единиц французского и итальянского происхождения. Язык туризма-это не только средство передачи информации,но средство межукультурного общения. С этой точки зрения основным обьектом исследования является то,как термины кулинарной сферы включаются в дискурс и какие социокультурные ценности отражают эти лексические единицы составляет.В статье рассматриваются этимологическое происхождение,семантическое развитие и

контекстуальное употребление терминов.Французские и итальянские кулинарные термины образуют исторически,культурно,эстетически богатый языковой пласт,придающий туристическому дискурсу особое изящество и богатство.Анализ показывает,что этих лексических единич недостаточно для выражения понятий,связанных с едой и питьем. Но также формирует культурные коды туристисеского дискурса.

Ключевые слова: Туристический дискурс,кулинарные термины, французские лексики, итальянские лексики, межкультыный общение

Müasir dövrdə qloballaşma prosesi yalnız iqtisadi və siyasi sahələrdə deyil,eyni zamanda mədəni və dil müstəvisində də intensiv şəkildə müşahidə olunur.Bu baxımdan turizm sektoru mədəniyyətlərin qarşılıqlı ünsiyyətdə olduğu və dilin həm informasiya ,həm də mədəni kod kimi fəaliyyət göstərdiyi mühüm bir sahə kimi diqqət çəkir. Turizm diskursu isə bu sahədə kommunikativ vasitə rolunu oynayaraq çoxsaylı sosial,mədəni və iqtisadi prosesləri özündə birləşdirən dinamik bir dil kimi çıxış edir.Bu diskurs daxilində kulinariya terminologiyası xüsusi yer tutur,çünki qastronomik təcrübə turizmin ayrılmaz hissəsi olmaqla yanaşı, eyni zamanda mədəniyyətin simvolik göstəricilərindən biridir.

Qastronomiya sənəti sadəcə olaraq qida məhsullarının hazırlanması və istehlakı ilə məhdudlaşmır;bu sahə özündə mədəniyyəti ,tarixi ,eyni zamanda dili özündə cəmləşdirir [7, s.88.].Dövrümüzdə kulinariya sənəti elmi biliklər,texnoloji imkanlar və estetik dəyərlərlə zənginləsərək yüksək ixtisaslaşma tələb edən bir peşəyə çevrilmişdir.Bu sahədə uğur qazanmaq istəyən hər bir mütəxəssis üçün isə beynəlxalq mətbəx anlayışları ifadə edən terminlərin mənimsənilməsi isə əsas şərtlərdən biridir .Kulinariya leksikonu bir çox dildə olduğu kimi Azərbaycan dilində də müxtəlif mənbələrdən daxil olmuş terminlərlə zənginləşmişdir.Xüsusilə fransız və italyan mənşəli terminlər bu sahədə dominat mövqedədir.Bu isə təsadüfi deyil,çünki həm Fransa həm də İtaliya dünya qastronomiyasına istiqamət verən aparıcı ölkələr sırasındadır. Fransız mətbəxi, təkcə Avropada deyil ,bütün dünya üzrə ən nüfuzlu və təsirli kulinariya məktəblərindən biri hesab olunur. Tarixi kökləri Orta əsrlərə gedib çıxan,bu mətbəx zamanla zənginləşmiş,inkişaf etmiş,bir çox ölkənin mətbəx mədəniyyətinə nüfuz etmişdir. Fransız və İtalyan kulinariyaları yalnız yeməklərinin dadı ilə deyil,onların təqdimatı ,hazırlanma texnikası və konseptual yanaşması ilə də seçilir. Fransız mətbəxində istifadə olunan terminlər,bir çox hallarda başqa dillərdən birbaşa,tərcümə olunmadan işlədilir .Bu terminlərin spesifikliyi və dərinliyi onların yalnız leksik anlam daşımaqla kifayətlənmiyib,həm də peşəkar təcrübəni və texniki bilikləri ehtiva etməsinə səbəb olur.Onların kulinariya mədəniyyəti yüz illiklər boyu formalaşmış və qlobal miqyasda nüfuz qazanmışdır.Nəticə etibarilə,bu ölkələrin qastronomik terminologiyası yalnız kulinariya sahəsində deyil,həmçinin turizm,moda ,sənət və digər mədəni sahələrdə də beynəlxalq standart kimi qəbul edilmişdir.Fransız və İtalyan mənşəli kulinariya terminlərinin Azərbaycan turizm diskursuna daxil olması bir tərəfdən qastronomik mədəniyyətin yayılma arealının genişlənməsi ilə, digər tərəfdən turizmin dilində estetik və elit bir qat yaratmaq arzusu ilə əlaqəlidir.Bu terminlərin yalnız bir qidanın və ya yemək formasının adını bildirmək məqsədi daşımır, onlar eyni zamanda həmin yeməyin

hazırlanma texnikasını,təqdimetmə üslubunu və mənsub olduğu mədəni konteksi də daşıyır.Beləliklə bu terminlər turizm diskursunda leksik-sosiomədəni semantika daşıyıcısı rolunu oynayır. Məqalənin əsas məqsədi turizm diskursunda istifadə olunan fransız və italyan mənşəli kulinariya leksik vahidlərinin təhlilini aparmaq,onların semantik xüsusiyyətlərini,funksional rolunu kontekstual istifadəsini müqayisəli şəkildə araşdırmaqdır.Bu zaman həm tarixi-etimoloji yanaşmadan, həm də diskurs-analiz metodundan istifadə ediləcəkdir.Araşdırmanın aktuallığı isə,qastronomiyanın qlobal turizmin əsas komponentlərindən birinə çevrildiyi bir dövrdə bu sahədə dilin rolunu daha dərindən anlamaqla bağlıdır.Burada təqdim olunan təhlillər,bir tərəfdən leksik inteqrasiyanın necə baş verdiyini izah etməyə, digər tərəfdən isə bu inteqrasiyanın turizm diskursunun üslub və semantikasına necə təsir etdiyini nümayiş etdirməyə yönəlib.Beləliklə bu araşdırma həm dilçilik,həm də turizm sahəsində çalışan mütəxəssislər üçün faydalı ola biləcək nəzəri və praktik nəticələr əldə etməyə hədəfləyir.[2, s.142.].

Turizm diskursu müasir kommunikasiya sistemində özünəməxsus statusa malik olan çoxsəviyyəli və çoxfunksiyalı bir dil fenomenidir.Bu diskursun formalaşması və inkişafı,əsasən qlobal səviyyədə mədəniyyətlərarası ünsiyyətin genişlənməsi,sosial və iqtisadi inteqrasiyanın güclənməsi,habelə informasiya texnologiyalarının inkişafı ilə bağlıdır.Dilin turizm sahəsindəki funksionallığı yalnız informasiya ötürmək və xidmət təqdim etmək məqsədi daşımır:əksinə o emosional təsir yaratmaq mədəniyyət təqdim etmək, istək və arzular doğurmaq kimi bir sira psixolinqvistik və sosial-mədəni funksiyalarla da zəngindir.Turizm diskursu dedikdə, turizm sahəsində istifadə olunan yazılı və şifahi kommunikasiya formalarının, onların struktur və semantik xüsusiyyətlərinin,sosial funksiyalarının və kontekstual münasibətlərinin məcmusu nəzərdə tutulur.Bu diskurs müxtəlif kommunikativ mövqelərdə-broşürlərində,bələdçi kitabçalarında,otel və restoran menyularında,turizm saytlarında ,reklam materiallarında və turist bələdçilərində özünü göstərir.Hər bir kontekst bu diskursun leksik və üslubi tərkibini formalaşdıran fərqli amillərlə xarakterizə olunur.Turizm diskursunun əsas məqsədlərindən biri hədəf auditoriyanı müəyyən bir məkan,xidmət və ya mədəniyyət haqqında məlumatlandırmaq və turizm fəaliyyətinə cəlb etməkdir.Bu səbəbdən, bu diskursda istifadə olunan dil formaları əsasən təşviqedici(persuasiv),estetik və təsviri xarakter daşıyır.Məsələn,təsvirlərdə tez -tez romantikləsdirilimiş ifadələr,metaforik təsvirlər,hiperbola və digər üslubi vasitələrə rast gəlinir:"zərif fransız mətbəxinin incə dadı" , " tarixi İtaliyanın qəlbində unudulmaz kulinariya təcrübəsi" və s.

Turizm diskursunda leksik seçimler xüsusi diqqət tələb edir.Bu sahədə istifadə olunan sözlər və ifadələr yalnız informativ deyil,həm də emosionallıq yüklü,obrazlı və cəlbedici olmalıdır.Bütün bunlar turistin marağını oyatmaq,ona səyahətə çıxmaq və yeni mədəniyyətlərlə tanış olmaq üçün motivasiya vermək məqsədi daşıyır.Dil burada həm kommersiya aləti,həm də mədəniyyət daşıyıcısı kimi çıxış edir.Buna görə də çox vaxt müxtəlif dillərdən alınma sözlər(fransızca və italyanca terminlər daxil olmaqla) bu diskursa elit,kosmopolit və qlobal səciyyə verir.Kulinariya sahəsində isə bu xüsusiyyət daha qabarıqdır,çünki terminlər birbaşa mədəniyyətin yemək və qida simvollarını əks etdirir.

Turizm diskursu çox mədəniyyətli auditoriyaya yönəldiyi üçün burada mədəniyyətlərarası kommunikasiya amili böyük əhəmiyyət kəsb edir.Fərqli mədəni dəyərlərə və düşüncə tərzinə malik

auditoriyalara ünvanlanan bu diskursda sadəlik,aydınlıq,universallıq əsas meyarlardan biridir.Lakin eyni zamanda bu diskurs,konkret mədəniyyətə xas olan simvolları və kodları da ötürmək funksiyasını daşıyır.Beləliklə ,dil həm universallaşır,hem də lokal mədəniyyətləri təqdim edir.

Turizm diskursunda kulinariya terminləri yalnız qida və içki adlarını bildirməklə kifayətlənmir.Onlar həm də mədəniyyətin ,həyat tərzinin,sosial statusun göstəricisidir.Məsələn, "creme brûlle" , "risotto alla milanese" , " foie gras", " tiramisu" kimi terminlər turist üçün müəyyən bir mətbəxi və həyat tərzini simvolizə edir. Bu terminlər həm də təbliğ olunan məkana qarşı maraq dogurur,turistin təcrübəsini zənginləşdirir və onu emosional olaraq həmin mədəniyyətlə bağlayır.Turizm sadəcə olaraq məkanların fiziki araşdırılması deyil,həm də fərqli mədəniyyətlərin duyulması,hiss edilməsi və təcrübə olunması prosesidir.Bu təcrübənin ən əhəmiyyətli komponentlərindən biri isə qastronomiyadır.Kulinariya sahəsi- yəni yemək bişirmə,təqdimetmə və yemək mədəniyyəti-turizm sektorunda həm iqtisadi ,həm də mədəni baxımdan böyük əhəmiyyət daşıyır.Bu sahə turistin yaddaşında qalan və tez-tez təkrar edilən təcrübələrdən biri olmaqla yanaşı,səyahətin emosional və duyğu yönümlü hissəsini təşkil edir.

Son onilliklərdə turizm sənayesində müşahidə olunan əsas tendensiyalardan biri də qastronomik turizmin inkişafıdır.Əvvəllər yemək və içki təkcə səyyahın ehtiyaclarını qarşılayan bir xidmət olaraq qəbul edilirdisə,bu gün onlar səyahət üçün əsas motivasiya faktoruna çevrilmişdir.Bu dəyişiklik "qida təcrübəsi"nin özlüyündə bir məqsəd olduğunu göstərir.Beləliklə,bir çox turist müəyyən bir ölkəyə və ya bölgəyə yalnız orada dadına baxmaq istədiyi milli yeməklər və yerli içkilər üçün səfər edir.Bu baxımdan kulinariya turizmi artıq müstəqil bir turizm növünə çevrilmiş ,çoxsaylı beynəlxalq festivallar,dadım marşrutları və kulinariya turlarının təşkili ilə xüsusi status qazanmışdır.Məsələn, Fransanın Provans,İtaliyanın Toskana bölgələri və ya Yunanıstanın adaları yalnız mətbəxləri ilə turist cəlb edir.Kulinariya sahəsi təkcə fərdi təcrübə deyil,həm də regionların və şəhərlərin mədəni brendi kimi çıxış edir.Məsələn, "Paris mətbəxi" , "Napoli pizzası", "Bordeaux şərablari" kimi ifadələr bu yerlərin qastronomik kimliyini formalaşdırır və onları turizm xəritəsində fərqləndirir. Bu brendlər vasitəsilə həmin bölgələr həm daxili,həm də beynəlxalq turizm bazarlarında rəqabət üstünlüyü əldə edirlər.Burada kulinariya terminologiyası ön plana çıxır.Terminlər təkcə qidanın adı deyil,eyni zamanda onun kimliyidir.Bir " croissant" sadəcə xəmir məhsulu deyil,fransız səhər yeməyinin simvoludur."Gelato" sadəcə dondurma deyil,italyan soyuq desert mədəniyyətinin tərkib hissəsidir.Bu terminlər turistin zehni xəritəsində xüsusi assosiyalar yaradır..Kulinariya təcrübəsi turistə səyahət etdiyi mədəniyyətə daha dərin şəkildə daxil olmaq imkanı verir.Yalnız tarixi abidələri ziyarət etmək deyil, həmin mədəniyyətin süfrə qaydalarını öyrənmək,yerli insanlarla yemək paylaşmaq və onların qida fəlsəfəsini anlamaq turizmin mədəni komponentini gücləndirir.Məsələn,Fransada bir restoran menyusunda "entree" ,"plat principal" və "dessert" ardıcıllığını izləyən turist yalnız yemək növlərini deyil,həmin ölkənin yemek strukturuna dair əsas anlayışları da qavrayır..İtaliyada " antipasto" , "primo piatto" , "secondo piatto" , "dolce " ardıcıllığı həm sosial davranışları, həm də mətbəxin daxili fəlsəfəsini əks etdirir.Kulinariya sahəsinin turizmdəki rolu həm də leksik və diskursiv müstəvidə öz əksini tapır. Turizm mətnlərində (bələdçilər,broşürlər ,reklamlar

,menyular və s.) kulinariya terminlərinə geniş şəkildə yer verilir.Bu terminlər turistin marağını çəkmək ,məkanı və mətbəxi daha da cəlbedici göstərmək məqsədilə istifadə olunur. Tez- tez orijinal dildə saxlanılan terminlər - məsələn, "boillabaisse", "quiche Lorraine", "risotto aı funghi" , " carpaccio" və s.- dilin kosmopolit funksiyasını yerinə yetirir və turizm diskursuna estetik zənginlik qatır.Bunlar sadəcə tərcümə edilməsi çətin olan sözlər deyil,həm də mədəniyyətin spesifik şifrələnmiş simvollarıdır.Bu terminlərin diskursda daxil edilməsi turistin " mədəniyyətin içində olma" hissini gücləndirir və onu emosional baxımdan həmin məkana daha da yaxın edir. Kulinariya sahəsi turizmin iqtisadiyyatına ciddi töhfələr verir.Restoran və kafe şəbəkərinin inkişafı,kulinariya festivalları ,kulinariya üzrəpeşəkar təlim proqramları və regional məhsulların təqdimatı- bütün bunlar turizm sənayesində iş yerlərinin artmasına, yerli məhsulların ixracına mədəniirsinin qorunmasına səbəb olur.Eyni zamanda sosial səviyyədə kulinariya sahəsi fərqli mədəniyyətlər arasında dialoqun qurulmasına imkan yaradır. Mətbəx bir növ " yumşaq güc" vasitəsinə çevrilir. Yəni bir ölkə qastronomik dəyərləri ilə başqa bir ölkədə maraq və rəğbət doğura bilir. Bu isə diplomatik və mədəni əlaqələrin möhkəmlənməsində vacib rol oynayır.Fransız dili dünya qastronomik terminologiyasının əsas qaynaqlarından biri hesab olunur. Bu fakt yalnız dilin estetik xüsusiyyətləri ilə deyil,həm də Fransanın qastronomik mədəniyyətinin tarixi nüfuzu ilə bağlıdır. Fransız mətbəxi UNESCO tərəfindən qeyri – maddi mədəni irs siyahısına daxil edilib və bu da onun beynəlxalq səviyyədə statusunu daha da gücləndirib.[8,s149]..Fransız mənşəli kulinariya terminləri Azərbaycan dilinə əsasən olduğu kimi, transliterasiya və ya orijinal formada daxil olur . Məsələn; Creme brulle-" yanmış krem " mənasına gələn bu desert birbaşa fransız mətbəxinə məxsusdur və dünya üzrə tanınır. Foie gras- " qaraciyər pasteti" kimi tərcümə olunsa da, turizm diskursunda orijinal formada saxlanılması onun eksklüzivliyini və mədəni statusunu qoruyur. Souffle,Baguette,Croissant,Quiche-bu kimi terminlər sadəcə qida adları deyil,həm də sosial- mədəni simvollardır.Bu terminlər estetik yük daşıyır və yüksək kulinariya keyfiyyəti ilə assosiasiya olunur. Bu səbəbdən restoran menyularında ,broşürlərdə , turizm saytlarında orijinal formada saxlanılır.[5, s.104.].

Fransız leksik vahidləri turizm diskursunda bir neçə əsas funksiya yerinə yetirir. Prestij funksiyası- Fransız termini istifadə olunanda mətnə "lüks" , " elit " və " orijinal" assosiasiyası əlavə olunur. Emosional təsir-" tarte tatin" və ya " bouillabaisse" kimi terminlər turistdə maraq və estetik gözlənti yaradır. Mədəni kodlaşdırılma- terminlər vasitəsi ilə müəyyən bir regionun (məsələn , Provans) mədəni və qastronomik kimliyi ötürülür.

İtaliyan dili də kulinariya terminologiyası baxımından qlobal miqyasda zəngin bir mənbə hesab olunur. İtalyan mətbəxi sadəlik, təbii dadlar və regionlara xas versiyalarla seçilir.Turistlər üçün İtaliya həm kulinariya, həm də həyat tərzi təcrübəsi təqdim edən bir ölkə kimi tanınır və bu imic dilə də təsir edir.Azərbaycan turizm diskursuna daxil olan əsas italyan terminləri bunlardır: Pasta- makaronun bütün növlərini əhatə edən ümumi termin. Pizza Margherita/ Quattro Formaggi/ Diavola - müxtəlif pizza növləri, hər biri fərqli regionlara aid məlumat verir. Risotto- düyü əsaslı yemək növü .Məsələn ,Risotto alla Milanese. Tiramisu-məshur italyan deserti Espresso , Cappuccino,Macchiato- qəhvə mədəniyyətlərinin

terminləri. Bu terminlərin hər biri yalnız qida deyil,həm də həyat tərzini- "la dolce vita" (şirin həyat) - simvolu kimi çıxış edir.. İtalyan terminləri də,fransız terminləri kimi diskursda müəyyən rola malikdir: Məkanlaşdırma funksiyası- " Napolitana pizza" , " Bolugnese sousu" və s.terminləri coğrafi identitet yaradır. Sosial yaxınlıq - İtalyan mətbəxi "ailəvi", " isti" , " səmimi " assosiasiyaları təşkil edir və turistə emosional rahatlıq bəxş edir. Duyğu və estetika - " panna cotta" və "prosciutto" kimi ifadələr mətbəxi estetik ,zərif və təcrübəyə əsaslanan bir sferaya cevirir.Fransız termini çox zaman elitizm və yüksək kulinariya sənətini simvolizə etdiyi halda,italyan termini daha səmimi,gündəlik və ailəvi mətbəx anlayışı ilə əlaqələndirilir.Hər iki dilin terminləri turizm diskursunda mədəni kodlaşdırma və prestij yaratma funksiyalarını bölüşür [9, s.114].

Araşdırmamız göstərdi ki, turizm diskursunda kulinariya sahəsinə məxsus leksik vahidlər yalniz informativ yük daşımır, həm də mədəni,sosial və emosional funksiyalar yerinə yetirir. Xüsusilə fransız və italyan mənşəli terminlər bu diskursda həm mədəniyyətin simvolik daşıyıcısı,həm də turistik kommunikasiya strategiyasının əsas elementlərindən biri kimi çıxış edir. Onların diskursa daxil edilməsi,mətbəxin və xidmətin prestijini artırmaqla yanaşı ,həm də estetik və mədəni zənginlik yaradır.Fransız mənşəli leksik vahidlər daha çox elitist və yüksək səviyyəli qastronomik ənənələri əks etdirərək diskursa lüks və zəriflik elementi əlavə edir.Məsələn: " foie gras" ," creme brulee" və s kimi ifadələr eyni zamanda, dediyimiz kimi mədəniyyət simvolu kimi də istifadə olunur.Fransız terminologiyasının mətbəxdə bu qədər geniş tətbiq olunmasının da səbəbləri sırasında bir neçə amili qeyd etmək olar. Terminlərin dəqiqliyi,funksionallığı, beynəlxalq səviyyədə qəbul olunması,eləcə də peşəkar təhsildə standartlaşdırılmış üsul kimi işlədilməsi. Bunlar kulinariya təhsilində tədris materiallarının əsas dayaqlarını təşkil edir. Peşəkar kulinar olmaq istəyən hər kəs üçün bu terminləri bilmək,onları praktikada düzgün tətbiq etmək və kontekstə uyğun istifadə edə bilmək həm bacarıq,həm də mədəniyyət biliklərindən xəbər verir. İtalyan mənşəli terminlər isə daha çox regional kimlik,səmimiyyət və ailəvi dəyərlərlə assosiasiya olunur. " Risotto alla Milanese , "Tiramisu " və s.kimi ifadələr sadəcə kulinariya lügətinin bir hissəsi deyil, həm də İtaliya həyat tərzinin, " la dolce vita" fəlsəfəsinin dildə təcəssümüdür.Bu terminlər turizm diskursuna emosional istilik və mədəni yaxınlıq əlavə edir. Hər iki dilin kulinariya terminləri turizm sektorunda mədəniyyətlərarası ünsiyyətin təşkili, məhsul və xidmətlərin beynəlxalq səviyyədə təqdimatı,turistlərin maraqlarının oyadılması və məkanla baglı mədəniyyət kodlarının çatdırılması baxımından mühüm vasitədir. Bu leksik vahidlərin funksional, semantik və etno-mədəni təhlili göstərdi ki,turizm diskursu həm leksik baxımdan, həm də sosial- funksional səviyyədə multikultural və polifonik bir struktur nümayiş etdirir. Digər tərəfdən bu terminlərin öyrənilməsi yalnız lüğət əzbərləməkdən ibarət deyil.Bu həm də düşüncə tərzinin dəyişməsi,qastronomiyaya sənət kimi yanaşma bacarığını inkişaf etdirmək deməkdir.

Mətbəxdə sistemli şəkildə işləmək ,təşkilatçılıq bacarığını artırmaq,vizual estetikaya diqqət yetirmək- bütün bunlar kulinariya fəlsəfəsinin ayrılmaz hissəsidir.Kulinariya terminləri həm mədəni,həm praktik,həm də nəzəri baxımdan böyük əhəmiyyət kəsb edir.Onların öyrənilməsi və mənimsənilməsi təkcə o sahəyə

marağı olan səxslər üçün deyil, eyni zamanda kulinariya sahəsində ixtisaslaşan, beynəlxalq səviyyədə fəaliyyət göstərmək istəyən və pesəkar inkişafı hədəfləyən hər kəs üçün zəruri bir mərhələdir. Beləliklə, nəticə etibarı ilə, turizm diskursunda kulinariya leksikonu bir tərəfdən xidmətlərin təqdimatına , digər tərəfdən isə mədəni identitetin konstruksiyasına xidmət edir. Bu sahədə fransız və italyan mənşəli terminlər xüsusi yer tutaraq turizm dilinin leksik və üslubi zənginliyinə töhfə verir.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Azərbaycan Respublikasının Turizm üzrə Dövlət Agentliyi. Rəsmi sənədlər, 2024
2. Coseriu, E. Dil və mədəniyyət: semantik sistemlər və kontekst. Paris: PUF. 1977.
3. Dann, G. The Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective. CAB International. 1996.
4. Eco, U. İtalyan dilində mətbəx terminologiyası və onların semantikası. Roma Universiteti Nəşriyyatı. 2000.
5. Ferguson, P. Accounting for Taste: The Triumph of French Cuisine. University of Chicago Press. 2004.
6. Hall, C. M. & Sharples, L. Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets. Butterworth-Heinemann. 2003.
7. Hjalager, A.-M. & Richards, G. Tourism and Gastronomy. Routledge. 2002.
8. Montanari, M. Food Is Culture. Columbia University Press. 2006.
9. UNESCO. The Gastronomic Meal of the French – Intangible Cultural Heritage Listing. 2010.

GULNAR ƏZİMOVA

Turizm menecmentinin inkişafında ingilis dilinin rolu

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, tələbə

E-mail: azimova.gulnar.2403@atmu.edu.az

Xülasə: Müasir dövrdə turizm qlobal iqtisadiyyatın ən sürətlə inkişaf edən sahələrindən biri hesab olunur. Bu inkişaf beynəlxalq əlaqələrin genişlənməsi və mədəniyyətlərarası qarşılıqlı təsirin artması ilə müşayiət olunur. Belə bir şəraitdə dil faktoru, xüsusilə ingilis dili, turizm menecmentinin əsas strateji elementinə çevrilmişdir. İngilis dili beynəlxalq turizmdə ünsiyyətin təmin olunması, xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsi, marketinq fəaliyyətinin genişləndirilməsi və insan resurslarının səmərəli idarə olunmasında mühüm rol oynayır. Məqalədə ingilis dilinin turizm menecmentinin əsas funksiyalarına təsiri elmi ədəbiyyat əsasında təhlil edilir, mövcud problemlər müəyyənləşdirilir və turizm sektorunun rəqabət qabiliyyətinin artırılması məqsədilə elmi-praktiki tövsiyələr irəli sürülür.

Açar sözlər: turizm menecmenti, ingilis dili, qloballaşma, xidmət keyfiyyəti, mədəniyyətlərarası ünsiyyət

Abstract: Tourism is considered one of the fastest-growing sectors of the global economy. This development is accompanied by the expansion of international relations and increased intercultural

interaction. In this context, language—particularly English—has become a strategic component of tourism management. English plays a crucial role in ensuring communication, improving service quality, expanding marketing activities, and managing human resources effectively. This article analyzes the impact of English on key functions of tourism management based on academic literature, identifies existing challenges, and proposes scientific and practical recommendations to enhance competitiveness in the tourism sector.

Keywords: tourism management, English language, globalization, service quality, intercultural communication

Giriş

Qloballaşma prosesi beynəlxalq turizmin inkişafını sürətləndirmiş və bu sahəni dünya iqtisadiyyatının aparıcı sektorlarından birinə çevirmişdir. UNWTO-nun məlumatına əsasən, beynəlxalq turist axını son onilliklərdə davamlı şəkildə artmışdır. Turizmin bu miqyasda inkişafı müxtəlif ölkələrdən olan insanların intensiv ünsiyyətini zəruri edir. Məhz bu mərhələdə ortaq ünsiyyət dilinə ehtiyac meydana çıxır.

İngilis dili beynəlxalq turizmdə əsas lingua franca kimi çıxış edərək fərqli mədəniyyətlər arasında əlaqənin qurulmasına imkan yaradır. Turizm menecmentində bu dil yalnız kommunikasiya vasitəsi deyil, eyni zamanda idarəetmə, planlaşdırma və strateji qərarların qəbulunda mühüm amildir. Məqalənin əsas məqsədi ingilis dilinin turizm menecmentinin inkişafındakı rolunu elmi-nəzəri baxımdan araşdırmaqdır.

Tədqiqatın əsas məqsədi ingilis dilinin turizm menecmentinə təsirini sistemli şəkildə təhlil etmək və bu təsirin əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirməkdir. Metodoloji əsas kimi müqayisəli təhlil, elmi ədəbiyyatın icmalı və analitik yanaşma metodlarından istifadə olunmuşdur. Mövzu ilə bağlı aparıcı beynəlxalq tədqiqatçıların əsərləri araşdırılmışdır.

İngilis dilinin qlobal turizmdə lingua franca kimi rolu

David Crystal-ın tədqiqatlarına görə, ingilis dili beynəlxalq ticarət, diplomatiya və turizm sahələrində aparıcı mövqeyə malikdir. Turizm sektorunda bu dilin üstünlüyü onun geniş yayılması və funksional çevikliyi ilə izah olunur. Graddol qeyd edir ki, xüsusilə xidmət sektorunda şəxsi ünsiyyətin mühüm olduğu hallarda ingilis dili əvəzolunmaz kommunikasiya vasitəsidir.

Turizm menecmentində ingilis dili beynəlxalq tərəfdaşlarla əlaqələrin qurulması, müqavilələrin bağlanması və strateji əməkdaşlığın həyata keçirilməsi üçün əsas dildir.

Xidmət keyfiyyəti turizm müəssisələrinin uğurunun əsas göstəricilərindən biridir. Henderson dil bacarıqlarını mədəni kapital kimi dəyərləndirərək bildirir ki, ingilis dili bilən personal turistlərin ehtiyaclarını daha dəqiq anlayır və onlara uyğun xidmət göstərir. Bu isə turist məmnuniyyətinin artmasına səbəb olur.

Girardın tədqiqatları göstərir ki, ingilis dili üzrə sistemli təlim proqramları tətbiq edən müəssisələrdə müştəri loyallığı və müsbət rəy göstəriciləri daha yüksəkdir.

Qlobal turizm bazarında rəqabət şəraitində effektiv marketinq mühüm əhəmiyyət kəsb edir. İngilis dili beynəlxalq auditoriyaya çıxış üçün əsas vasitədir. Sinclair-in araşdırmalarına əsasən, ingilis dilində

təqdim olunan turizm resursları daha geniş auditoriya tərəfindən istifadə olunur və daha çox iqtisadi səmərə verir.

Beynəlxalq sərgilər, yarmarkalar və onlayn platformalarda əsas iş dili ingilis dili olduğundan, bu sahədə dil bacarıqları strateji üstünlük yaradır.

Turizm sektoru multikultural mühitdə fəaliyyət göstərir. Grunig və Huang qeyd edirlər ki, ingilis dili beynəlxalq turizm müəssisələrində ortaq işçi dili kimi mədəni fərqlərdən yaranan anlaşılmazlıqları azaldır və idarəetmə proseslərini asanlaşdırır.

Bununla yanaşı, ingilis dili bilikləri kadrların peşəkar inkişafı və beynəlxalq karyera imkanları üçün əsas şərtlərdən biridir.

İngilis dilinin dominantlığı yerli dillərin və mədəni dəyərlərin kölgədə qalmasına səbəb ola bilər. Pishkar, Yazdani və Ravari vurğulayırlar ki, dilin həddindən artıq standartlaşdırılması mədəni autentikliyə mənfi təsir göstərə bilər. Digər tərəfdən, keyfiyyətli dil təhsilinə qeyri-bərabər çıxış sosial və peşəkar bərabərsizliyi dərinləşdirə bilər.

Turizm sektorunda ingilis dili ile bağlı problemlərin həllində aşağıdakı istiqamətləri göstərmək olar:

- Turizm ixtisasları üzrə tədris proqramlarına peşə yönümlü ingilis dili fənləri daxil edilməlidir.
- Turizm müəssisələrində davamlı daxili dil təlimləri təşkil olunmalıdır.
- Dövlət və turizm təşkilatları dil bacarıqlarının inkişafına dəstək verməlidir.
- Dil təlimi mədəniyyətlərarası səriştələrlə balanslaşdırılmalıdır.

Aparılan təhlil göstərir ki, ingilis dili müasir turizm menecmentinin ayrılmaz və strateji elementidir. O, xidmət keyfiyyətinin artırılmasına, effektiv idarəetməyə, beynəlxalq marketinqə və mədəniyyətlərarası əməkdaşlığa mühüm töhfə verir. İngilis dilindən balanslı və məqsədyönlü istifadə turizm sektorunun davamlı inkişafını və qlobal rəqabət qabiliyyətini təmin edən əsas amillərdən biridir.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Crystal, D. English as a global language (2nd ed.). Cambridge: Cambridge University Press, 2003.
2. Girard, C. Tourism management and language competence. Journal of Hospitality & Tourism Education, 27(4), 172–179, 2015.
3. Girard, C., & Kozac, S. Language skills and career progression in hospitality management. International Journal of Hospitality Management, 55, 15–22, 2016.
4. Graddol, D. English next: Why global English may mean the end of “English as a foreign language”. London: British Council, 2006.
5. Grunig, J. E., & Huang, Y.-H. The working language in international tourism enterprises. Tourism Management, 47, 75–83, 2015.
6. Henderson, K. Language as cultural capital in the tourism industry. Tourist Studies, 11(1), 36–55, 2011.

7. Pishkar, K., Yazdani, H. R., & Ravari, F. Cultural authenticity versus language standardization in tourism. Journal of Sustainable Tourism, 21(7), 1087–1104, 2013.
8. Rattani, A. The role of English in international tourism. International Journal of Linguistics, 9(2), 102–110, 2017.
9. Sinclair, M. T. Tourism websites and language choice: An analysis of visitor engagement. Journal of Travel Research, 47(3), 281–290, 2009.
10. UNWTO. International Tourism Highlights, 2020 Edition. Madrid: United Nations World Tourism Organization, 2020.

XƏDİCƏ XUDİYEVA

Turistlərdə dialoq situasiyalarinda leksik minimum və etnoqrafik anlayişlarin tərcüməsi

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, tələbə
E-mail: xudiyeva.xadica.2402@atmu.edu.az

Xülasə: Bu məqalədə turistlərlə dialoq situasiyalarında istifadə olunan leksik minimum və etnoqrafik anlayışların tərcümə xüsusiyyətləri araşdırılmışdır. Turizm sahəsində effektiv ünsiyyətin qurulmasında düzgün seçilmiş leksik vahidlərin və mədəni realiyaların adekvat tərcüməsinin əhəmiyyəti xüsusi vurğulanmışdır. Tədqiqat çərçivəsində ingilis, rus və alman dilləri üzrə müqayisəli təhlillər aparılmış, real dialoq nümunələri əsasında izahlı tərcümə, adaptasiya və leksik əvəzləmə kimi strategiyalar təhlil olunmuşdur. Araşdırma nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, turizm tərcüməsində tərcüməçi yalnız dil biliklərinə deyil, eyni zamanda yüksək mədəni kompetensiyaya malik olmalı və mədəniyyətlərarası vasitəçi rolunu effektiv şəkildə yerinə yetirməlidir.

Açar sözlər: turizm tərcüməsi, leksik minimum, etnoqrafik anlayışlar, mədəniyyətlərarası ünsiyyət

Abstract: This article examines the translation features of lexical minimum and ethnographic concepts used in dialogue situations involving tourists. Special attention is paid to the role of accurate translation of lexical units and cultural realia in ensuring effective communication in the tourism sector. The study is based on a comparative analysis of English, Russian, and German languages and explores translation strategies such as transliteration, descriptive translation, adaptation, and lexical substitution. The findings indicate that tourism translators must possess not only strong linguistic skills but also a high level of cultural competence, fulfilling the role of an intercultural mediator.

Key words: tourism translation, lexical minimum, ethnographic concepts, intercultural communication

Резюме: В статье рассматриваются особенности перевода лексического минимума и этнографических понятий, используемых в диалоговых ситуациях общения с туристами. Подчеркивается важность адекватного перевода лексических единиц и культурных реалий для

эффективной коммуникации в сфере туризма. В рамках исследования проведён сравнительный анализ на материале английского, русского и немецкого языков, а также рассмотрены такие переводческие стратегии, как транслитерация, описательный перевод, адаптация и лексическая замена. Сделан вывод о том, что переводчик в туристической сфере должен обладать не только языковыми знаниями, но и высокой межкультурной компетенцией, выступая посредником между культурами.

Ключевые слова: туристический перевод, лексический минимум, этнографические реалии, межкультурная коммуникация

Turizm sənayesi XXI əsrdə dünyada ən sürətlə inkişaf edən sahələrdən birinə çevrilmişdir. Müasir dövrdə ölkələrin iqtisadi inkişafında, mədəniyyətlərarası əlaqələrin formalaşmasında və beynəlxalq əməkdaşlığın genişlənməsində turizmin rolu danılmazdır.Qloballaşmanın təsiri ilə insanlar daha çox səyahət edir, fərqli ölkələrin mədəniyyəti, tarixi və etnik özəllikləri ilə tanış olmağa maraq göstərirlər.

Bu kontekstdə, turistlərlə ünsiyyətin effektiv şəkildə qurulması turizm xidmətlərinin keyfiyyətini müəyyən edən əsas amillərdən biri kimi ön plana çıxır. Bu isə, öz növbəsində, tərcüməçilərin peşəkarlığına və onların dili nə dərəcədə adekvat və düzgün tərcümə etməsinə birbaşa bağlıdır.

Azərbaycan Respublikasında da turizmin inkişafı dövlət səviyyəsində dəstəklənir. Dövlət Turizm Agentliyinin 2023-cü il məlumatına əsasən, ölkəyə gələn xarici turistlərin sayı 1.6 milyonu keçmişdir. Bu rəqəmin önümüzdəki illərdə daha da artacağı proqnozlaşdırılır. Artan turist axını fonunda, tərcümə xidmətlərinə olan ehtiyac kəskin şəkildə artır və bu sahədə fəaliyyət göstərən mütəxəssislərdən daha yüksək dil bilikləri və mədəni anlayış tələb olunur.

Bu elmi işin əsas məqsədi turistlərlə dialoq situasiyalarında istifadə olunan leksik minimum və etnoqrafik anlayışların tərcümə xüsusiyyətlərini təhlil etmək, bu istiqamətdə yaranan çətinlikləri müəyyənləşdirmək və tərcümə prosesində tətbiq edilə biləcək səmərəli metodları araşdırmaqdır. Mövzu aktual olmaqla yanaşı, həm nəzəri, həm də praktik baxımdan böyük əhəmiyyətə malikdir. Bu tədqiqat çərçivəsində müxtəlif dillər (əsasən ingilis, rus və alman dilləri) üzrə müqayisəli təhlillər aparılacaq, real dialoq nümunələri və praktiki tərcümələr analiz ediləcəkdir.

Tədqiqat zamanı tərcümə nəzəriyyələrinin əsas prinsipləri, xüsusilə “domestication” və “foreignization”, “cultural substitution”, “transliteration” kimi yanaşmalardan istifadə olunacaq və bu metodların turizm kontekstində necə tətbiq olunduğu araşdırılacaqdır. Eyni zamanda, etnoqrafik elementlərin tərcüməsində qarşıya çıxan əsas problemlər və onların mümkün həll yolları nəzərdən keçiriləcəkdir.

Mövzunun aktuallığı həm də onunla izah olunur ki, dil baryerləri turistlərin səyahət təcrübəsini birbaşa təsir edir. Doğru və adekvat tərcümə olunmamış məlumatlar, xidmətlərdən istifadədə anlaşılmazlıqlara, hətta mədəni konfliktlərə səbəb ola bilər. Bu səbəbdən, bu sahədə çalışan tərcüməçilərin leksik ehtiyatı, terminoloji bilgiləri və mədəniyyətlərarası ünsiyyət bacarıqları yüksək səviyyədə olmalıdır.

Bu işin nəticələri yalnız tərcüməçilər üçün deyil, həm də turizm sahəsində fəaliyyət göstərən mütəxəssislər, bələdçilər, turizm informasiya mərkəzləri və xidmət sektoru əməkdaşları üçün faydalı ola bilər. Tərcümə fəaliyyətində etnoqrafik anlayışların rolu və tərcümə strategiyaları haqqında əldə olunan məlumatlar, həm nəzəri, həm də metodoloji baxımdan yeni yanaşmaların formalaşmasına töhfə verəcəkdir

Bu elmi işin məqsədi – turistlərlə ünsiyyətdə tez-tez işlənən söz və ifadələrin (leksik minimumun) müəyyənləşdirilməsi, etnoqrafik anlayışların tərcümə xüsusiyyətlərinin araşdırılması və bu sahədə qarşıya çıxan çətinliklərin təhlil olunmasıdır.

Tədqiqatın obyekti – turizm sahəsində ünsiyyət zamanı yaranan danışıq situasiyalarıdır.

Tədqiqatın predmeti – həmin situasiyalarda istifadə olunan leksik və mədəni vahidlərin tərcümə üsullarıdır.

Bu işin yerinə yetirilməsi zamanı müqayisəli təhlil, təsviri metod, kontekstual analiz və semantik təhlil metodlarından istifadə olunmuşdur.Tədqiqatın elmi yeniliyi ondan ibarətdir ki, turistlərlə dialoqlarda istifadə olunan real nümunələr əsasında leksik minimumun komponentləri sistemləşdirilmiş, etnoqrafik anlayışların tərcümə yolları konkret misallar əsasında araşdırılmışdır.Tədqiqatın praktik əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, nəticələr tərcüməçilər, bələdçilər və turizm sahəsində çalışan mütəxəssislər üçün metodiki və praktik vəsait kimi istifadə oluna bilər.

Leksik minimum – müəyyən bir sahədə və ya məqsədyönlü ünsiyyətdə istifadə üçün seçilmiş əsas söz və ifadələr toplusudur. Dil öyrənənlər üçün bu, ilkin mərhələdə ünsiyyət bacarığını formalaşdırmaq və effektiv şəkildə informasiya mübadiləsi aparmaq məqsədi daşıyır. Hər hansı bir peşə və ya fəaliyyət sahəsində (o cümlədən turizmdə) işləyən şəxsin həmin sahəyə aid ən vacib sözləri bilməsi peşəkar kommunikasiya üçün zəruridir.

Leksik minimumun müəyyənləşdirilməsi bir neçə amildən asılıdır:

- Ünsiyyətin konteksti (rəsmi, qeyri-rəsmi, peşəkar və s.);
- Hədəf auditoriya (turistlər, müştərilər, dövlət qurumları);
- Əsas ehtiyac duyulan məzmun (sorğu-cavab, istiqamət vermə, təqdimat, izahat və s.).

Turizm sahəsində leksik minimum adətən aşağıdakı semantik sahələri əhatə edir:

- Yönləndirmə və istiqamət (sağa dönün, düz gedin, yaxınlıqda yerləşir və s.);
- Qonaqlama və xidmət (sifariş vermək, qeydiyyatdan keçmək, bron etmək və s.);
- Tarixi və mədəni obyektlər haqqında danışmaq (abidə, muzey, qədim tikili və s.);
- Qida və içki (milli yeməklər, menyu izahı və s.);
- Təcili yardım və təhlükəsizlik (itkin əşya, təcili yardım çağırmaq və s.).

Bu söz və ifadələr turistlərlə gündəlik ünsiyyətin təməlini təşkil edir və tərcüməçinin, bələdçinin və ya turizm işçisinin dil bacarıqları baxımından baza rolunu oynayır.

Turizm sahəsində leksik minimumun formalaşma prinsipləri

Turizm sahəsində leksik minimumun tərtibi və seçimi xüsusi metodoloji yanaşma tələb edir. Bu sahədə istifadə olunan söz və ifadələr turistlərlə səmərəli kommunikasiya yaratmaq üçün funksional olmalıdır. Leksik minimum tərtib edilərkən aşağıdakı prinsiplər əsas götürülür:

1. **Kommunikativlik prinsipi** – Seçilən sözlər və ifadələr real ünsiyyət ehtiyaclarını qarşılamalıdır. Məsələn, oteldə qeydiyyat, restoran menyusu ilə bağlı sorğu, yol istiqamətləri, ictimai nəqliyyatdan istifadə kimi situasiyalar əsas götürülür.
2. **Frekventlik prinsipi** – Ən çox istifadə olunan və gündəlik danışıqda işlədilən sözlər üstünlük təşkil edir. Bu cür leksik vahidlər turistlərlə daha tez və effektiv ünsiyyət qurmağa imkan verir.
3. **Tematiklik prinsipi** – Leksik minimum müxtəlif tematik sahələr üzrə (nəqliyyat, otel xidməti, muzey, yemək, təhlükəsizlik və s.) təsnif olunmalıdır. Bu, öyrənmə prosesini sistemli və məqsədyönlü edir.
4. **Sadəlik və universallıq prinsipi** – İfadələr mümkün qədər sadə və anlaşıqlı olmalı, mədəni fərqliliklər nəzərə alınaraq neytral ünsiyyət formaları seçilməlidir.
5. **Mədəni adekvatlıq prinsipi** – Seçilən leksik vahidlər tərcümə zamanı qarşı tərəfin mədəni koduna uyğunlaşdırılmalıdır.Bu,mədəniyyətlərarası anlaşılmazlıqların qarşısını almağa kömək edir.Bu, mədəniyyətlərarası anlaşılmazlıqların qarşısını almağa kömək edir.

Etnoqrafik anlayişlar və onlarin tərcümə xüsusiyyətləri

Hər bir xalqın gündəlik həyatı, qida mədəniyyəti, geyimləri, mərasimləri və adətləri ilə bağlı ifadələr həmin mədəniyyətin özünəməxsusluğunu əks etdirir. Bu anlayışların başqa dillərə tərcüməsində əsas çətinlik ondan ibarətdir ki, tərcümə olunan dildə həmin anlayışa uyğun ekvivalent olmaya bilər.

Bu tip sözlər “realia” adlanır və bunların tərcüməsi birbaşa yox, dolayı yollarla həyata keçirilir. Məsələn:

1. Transliterasiya (yəni orijinal sözün olduğu kimi verilməsi): “Təndir”, “Motal”, “Novruz” kimi sözlər bu yolla saxlanılır.
2. İzahlı tərcümə: Söz saxlanılır, amma mötərizədə və ya cümlə daxilində onun nə demək olduğu qısa şəkildə izah edilir.
3. Adaptasiya (mədəni uyğunlaşdırma): Bəzən orijinal anlayışa oxşar mədəniyyət elementi təklif edilir, lakin bu zaman mənanın dəyişməsi riski var.
4. Leksik əvəzləmə: Əgər anlayış çox spesifik deyilsə, oxşar anlayışla əvəz edilir (məsələn, “çörək” əvəzinə “bread”).

Bu üsulların seçimi tərcümənin məqsədi və auditoriyasına əsasən dəyişə bilər. Akademik və ya turistik tərcümələrdə izahlı yanaşma daha məqsədəuyğundur, çünki oxucuya həm məna, həm də mədəni konteks təqdim olunur. Onların tərcüməsində məqsəd yalnız mənanı çatdırmaq deyil, həm də mədəni kodu qorumaqdır.

Bu cür realia-ların tərcüməsi turizm tərcüməsində xüsusi önəm daşıyır, çünki turist yalnız yer adlarını və istiqamətləri deyil, mədəniyyətin özünü “tərcümə” edilmiş şəkildə qəbul edir.

Etnoqrafik anlayışların tərcüməsində istifadə olunan əsas strategiyalar: Mədəni realiyalar və etnoqrafik anlayışlar bəzən sözbəsöz tərcüməyə gəlmir. Belə hallarda tərcüməçi kontekstə və məqsədli auditoriyaya uyğun olaraq müxtəlif strategiyalardan istifadə etməlidir. Aşağıda bu strategiyalar və onların xüsusiyyətləri izah olunur:

1. Transliterasiya (transkripsiya). Bu strategiyada söz orijinal dilində, sadəcə yeni əlifbaya uyğun şəkildə yazılır.

Nümunə:*Təndir, Novruz, Dolma*

Üstünlüyü: Mədəni fərqlilik qorunur.

Mənfi cəhət: Xarici oxucu üçün anlam qaranlıq qala bilər, izah tələb olunur.

2. İzahlı tərcümə (descriptive translation / explication) Söz və ya ifadə tərcümə edilir və onun mənası izah olunur.

Nümunə: *Motal cheese* – a traditional sheep milk cheese stored in dried skin; *Sharbat* – a sweet ceremonial drink served during weddings or holidays

Üstünlüyü: Oxucu anlayır, mənfi mədəni şok yaşamır.

Mənfi cəhət: Mətni bir qədər uzada bilər.

3. Mədəni uyğunlaşdırma (adaptasiya). Orijinal anlayış oxşar bir anlayışla əvəz olunur ki, bu da oxucunun mədəni dünyasında tanışdır.

Nümunə:*Aşıq sənəti → Folk poetry tradition*; *Şah plovu → Festive rice dish*

Üstünlüyü: Oxucu üçün tanışlıq yaradır.

Mənfi cəhət: Orijinalın özəlliyi itə bilər.

4. Leksik əvəzləmə (equivalent translation) Əgər mümkün olarsa, məqsəd dilində eyni mənanı verən söz tapılır.

Nümunə: *Çörək → Bread*; *Süd → Milk*

Üstünlüyü: Təbii səslənir.

Mənfi cəhət: Hər realia üçün bu mümkün deyil.

Kontekstual uyğunlaşdırma (contextual adaptation)

Mətndəki ümumi kontekstə uyğun olaraq, ifadə yaradıcı şəkildə tərcümə olunur.

Nümunə: *Toyda xonça gətirildi → A ceremonial tray was presented during the wedding celebration*

Üstünlüyü: Mətndə təbii axın qorunur.

Mənfi cəhət: Tərcüməçinin dil bacarığı və mədəni biliyi tələb olunur.

Etnoqrafik anlayışların tərcüməsində universal bir yol yoxdur. Tərcüməçi konteksti, oxucunu, mətnin məqsədini və mədəni uyğunluqları nəzərə alaraq ən uyğun strategiyanı seçməlidir. Turizm sahəsində bu xüsusilə vacibdir, çünki hər ifadə eyni zamanda məlumat daşıyıcısı, həm də mədəniyyət nümayəndəsidir.

Aparılan təhlillər və müqayisəli nümunələr əsasında müəyyən etmək olar ki, realia və etnoqrafik anlayışlar turistlərlə ünsiyyətin mühüm hissəsini təşkil edir. Xüsusilə dialoq situasiyalarında — hava limanında qarşılanma, oteldə yerləşdirmə, restoran menyularının izahı, muzey və tarixi abidələrlə tanışlıq

zamanı — bu cür anlayışların istifadəsi qaçılmazdır. Belə terminlər milli-mədəni özünəməxsusluğu daşıyaraq turistə yalnız məlumat vermir, həm də onu lokal mədəniyyətlə tanış edir və emosional bağ yaradır.

Bu cür anlayışların tərcüməsində ən çox istifadə olunan və uğurlu nəticə verən metodlar arasında **transliterasiya** və **izahlı tərcümə** üsulları öndə gəlir. Transliterasiya milli-mədəni elementi qorumağa imkan verir, izahlı tərcümə isə bu anlayışın mənasını və funksional mahiyyətini qarşı tərəfə çatdırır. Məsələn, "Novruz bayramı" anlayışı birbaşa "Novruz" kimi saxlanılsa da, onun "spring celebration marking the Persian New Year" kimi izah edilməsi turistin bu ənənə haqqında daha aydın təsəvvürə malik olmasına xidmət edir.

Təhlil göstərdi ki, tərcüməçi yalnız dil bilikləri ilə kifayətlənməməlidir. O, həmçinin tərcümə etdiyi xalqın mədəniyyətinə dərindən bələd olmalıdır. Xüsusilə realia və etnoqrafik anlayışların tərcüməsində dilin arxasında dayanan dəyərləri, tarixi və simvolik mənaları daşımaq zərurəti yaranır. Məsələn, "xınayaxdı", "aşıq deyişməsi" və ya "qonaqpərvərlik" kimi anlayışlar təkcə leksik məna daşımır, onlar milli dəyərlər və dünyagörüşü ilə sıx bağlıdır.

Digər tərəfdən, bəzi hallarda sadəcə lüğəvi tərcümə kifayət etmir. Tərcüməçi **kreativ** yanaşmalı və **adaptasiya** etmə bacarığını işə salmalıdır. Bu, xüsusilə restoran menyularında və turizm bələdçilərinin mətnlərində aktuallaşır. Məsələn, "qutab" sözünü yalnız "stuffed pancake" kimi çevirmək yetərli olmur. Oxucuya bu yeməyin spesifikliyi, hansı məhsullardan hazırlandığı və necə təqdim edildiyi haqqında da məlumat verilməlidir ki, turist menyudan düzgün seçim edə bilsin. Eyni ilə, "şah plov" və "düşbərə" kimi yeməklərin də təqdimatı zamanı mətbəx mədəniyyətinə dair əlavə izahlar verilməsi daha məqsədəuyğundur.

Nəticə olaraq, belə qənaətə gəlmək olar ki:

- Etnoqrafik anlayışlar və realia turistlərlə ünsiyyətdə mərkəzi rol oynayır;
- Bu anlayışların uğurlu tərcüməsi üçün transliterasiya və izahlı tərcümə əsas üsullar olaraq qalır;
- Tərcüməçinin dil bacarığı ilə yanaşı, mədəni kompetensiyası da ön planda olmalıdır;
- Praktik tərcümə fəaliyyətində, xüsusilə turizmə dair materiallarda (bələdçi mətni, broşür, info-stend, menyu və s.) yaradıcı yanaşma və uyğunlaşdırma (adaptasiya) zəruridir.

Bu sahədə tərcüməçi həm də mədəniyyətlərarası vasitəçi funksiyasını daşıyır. Onun missiyası təkcə sözləri çevirmək deyil, həm də milli dəyərləri, adət-ənənələri, sosial davranış modellərini, etnik xüsusiyyətləri və coğrafi özəllikləri əcnəbi turistə doğru və anlaşılır şəkildə çatdırmaqdır.

Aparılan araşdırmalar, təqdim olunan nümunələr və mövcud tərcümə strategiyalarının təhlili göstərdi ki, realia və etnoqrafik anlayışların uğurlu tərcüməsi yalnız lüğəvi ekvivalentlərlə məhdudlaşmır. Bəzən bu anlayışların hədəf dildə qarşılığı olmur və bu zaman tərcüməçi ya həmin sözü transliterasiya etməli, ya da izahlı şəkildə təqdim etməlidir. Xüsusilə bələdçi nitqlərində, menyu və broşür mətnlərində, muzey eksponatlarının təsvirlərində bu cür hallara tez-tez rast gəlinir. Belə situasiyalarda tərcüməçinin yaradıcılığı, mədəni bilikləri və adaptasiya bacarığı mühüm rol oynayır.

Bu iş eyni zamanda onu da üzə çıxardı ki, turizm sahəsində istifadə olunan leksik minimum – yəni, əsas anlayışlar, terminlər, ifadələr – hər dilin öz mədəni kontekstində fərqli dəyərləndirilə bilər. Buna görə də tərcüməçi yalnız dil bilikləri ilə deyil, eyni zamanda ünsiyyətin baş verdiyi konteksti də dərindən bilməlidir. Həmçinin, tərcüməçinin turistin ehtiyaclarını və gözləntilərini əvvəlcədən anlayıb, ona uyğun strategiya seçməsi də uğurlu tərcümənin mühüm şərtidir.

Elmi işin nəticəsi olaraq deyə bilərik ki, turistlərlə effektiv ünsiyyətin qurulması, onların mədəniyyətimizə olan marağının artırılması və ölkəmizin pozitiv imicinin formalaşdırılması baxımından tərcüməçinin rolu olduqca böyükdür. Ona görə də bu sahədə çalışan tərcüməçilərin peşəkar hazırlığına xüsusi diqqət yetirilməli, onların yalnız dil deyil, mədəniyyət, kommunikasiya və etnoqrafiya bilikləri ilə də silahlanmaları təmin edilməlidir.

Bu tədqiqat bir daha sübut etdi ki, turizm sahəsindəki uğurlu tərcümə yalnız texniki çevirmə deyil, həm də dil və mədəniyyət arasında körpü salmaq sənətidir. Bu sahədə atılacaq hər bir addım ölkənin beynəlxalq arenada daha dolğun və cəlbedici təqdiminə xidmət edəcəkdir.

Turistlərlə dialoq situasiyalarında istifadə olunan leksik minimum və etnoqrafik anlayışların tərcüməsinə dair apardığımız tədqiqatlar göstərdi ki, turizm tərcüməsi sırf dil səviyyəsində həyata keçirilən bir proses deyil. Bu sahədə tərcüməçi həm də mədəniyyətlərarası vasitəçi funksiyasını daşıyır. Onun missiyası təkcə sözləri çevirmək deyil, həm də milli dəyərləri, adət-ənənələri, sosial davranış modellərini, etnik xüsusiyyətləri və coğrafi özəllikləri əcnəbi turistə doğru və anlaşılır şəkildə çatdırmaqdır.

Aparılan araşdırmalar, təqdim olunan nümunələr və mövcud tərcümə strategiyalarının təhlili göstərdi ki, realia və etnoqrafik anlayışların uğurlu tərcüməsi yalnız lüğəvi ekvivalentlərlə məhdudlaşmır. Bəzən bu anlayışların hədəf dildə qarşılığı olmur və bu zaman tərcüməçi ya həmin sözü transliterasiya etməli, ya da izahlı şəkildə təqdim etməlidir. Xüsusilə bələdçi nitqlərində, menyu və broşür mətnlərində, muzey eksponatlarının təsvirlərində bu cür hallara tez-tez rast gəlinir. Belə situasiyalarda tərcüməçinin yaradıcılığı, mədəni bilikləri və adaptasiya bacarığı mühüm rol oynayır.

Bu iş eyni zamanda onu da üzə çıxardı ki, turizm sahəsində istifadə olunan leksik minimum – yəni, əsas anlayışlar, terminlər, ifadələr – hər dilin öz mədəni kontekstində fərqli dəyərləndirilə bilər. Buna görə də tərcüməçi yalnız dil bilikləri ilə deyil, eyni zamanda ünsiyyətin baş verdiyi konteksti də dərindən bilməlidir. Həmçinin, tərcüməçinin turistin ehtiyaclarını və gözləntilərini əvvəlcədən anlayıb, ona uyğun strategiya seçməsi də uğurlu tərcümənin mühüm şərtidir.

Elmi işin nəticəsi olaraq deyə bilərik ki, turistlərlə effektiv ünsiyyətin qurulması, onların mədəniyyətimizə olan marağının artırılması və ölkəmizin pozitiv imicinin formalaşdırılması baxımından tərcüməçinin rolu olduqca böyükdür. Ona görə də bu sahədə çalışan tərcüməçilərin peşəkar hazırlığına xüsusi diqqət yetirilməli, onların yalnız dil deyil, mədəniyyət, kommunikasiya və etnoqrafiya bilikləri ilə də silahlanmaları təmin edilməlidir.

Bu tədqiqat bir daha sübut etdi ki, turizm sahəsindəki uğurlu tərcümə yalnız texniki çevirmə deyil, həm də dil və mədəniyyət arasında körpü salmaq sənətidir. Bu sahədə atılacaq hər bir addım ölkənin beynəlxalq arenada daha dolğun və cəlbedici təqdiminə xidmət edəcəkdir.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Alakbarova G.F. The dominance of English in a globalized world and its impact on other languages // Paradigma, 2025, №2., s.19–28.
2. Abdul Zalil, N. A., & Lim, S. P. English Language in Tourism Industry: A Scoping Review. Asian Pendidikan, *2022.*
3. Akram, A. The Role of English language in global tourism and navigating international destination. Social Science Review Archives, 2024
4. Crystal, D. English as a Global Language (2nd ed.). Cambridge University Press, 2003.
5. Raţă, G., Petroman, I., & Petroman, C. (eds.) The English of Tourism. Cambridge Scholars Publishing, 2012.

LAMİYƏ KƏRİMOVA

Azərbaycan dilinin turizm sahəsində kommunikativ rolu

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, tələbə

E-mail: karimova.lamiya.2401@atmu.edu.az

Xülasə: Azərbaycan dili türk dillərinin zəngin və qədim üzvlərindən biri olaraq, Azərbaycan, İran, Gürcüstan və Rusiyanın Qərbi Qafqaz regionunda geniş istifadə olunur. Xalqın mənəviyyatını, əxlaqını və mədəni özünəməxsusluğunu əks etdirən bu dil milli-mənəvi dəyərlərin əsas daşıyıcısıdır. Ana dilin təbliği və qorunması məsələsi Ulu Öndər Heydər Əliyevin siyasətində xüsusi yer tutmuş və müxtəlif fərmanlarla dövlət dilinin statusunu möhkəmləndirmişdir. Azərbaycan dili milli mənəvi sərvət və müstəqilliyin rəmzi kimi qəbul edilir. Hər bir vətəndaş bu dili qorumaq və inkişaf etdirmək üçün məsuliyyət daşıyır. Turizm sahəsində də dilin rolu böyükdür, çünki dil turistlərin mədəni mühitlə inteqrasiyasını asanlaşdırır və turizm təcrübəsinin zənginləşməsinə kömək edir. Bu baxımdan, Azərbaycan dili ölkənin turizm potensialını gücləndirən və ölkələrarası mədəni körpülər quran əsas vasitələrdən biridir.

Açar sözlər: inkişaf, dəyər, dil, mədəniyyət, xalq

Abstract: Azerbaijani language, as a rich and ancient member of the Turkic languages, is widely used not only within Azerbaijan but also in parts of Iran, Georgia, and the Western Caucasus region of Russia. It reflects the spirituality, ethical norms, and cultural uniqueness of its people, serving as a primary carrier of national and spiritual values. The promotion and protection of the mother tongue was a key focus in the policies of national leader Heydar Aliyev, reinforced through various decrees that strengthened the status of the state language. Azerbaijani language is considered a national and spiritual asset and a symbol of

independence. Every citizen bears the responsibility to preserve and develop this language. In tourism, the role of language is significant as it facilitates tourists' integration into the cultural environment and enhances the tourism experience. Thus, the Azerbaijani language strengthens the country's tourism potential and builds intercultural bridges.

***Key words*:** development, value, language, culture, people

Резюме: Азербайджанский язык, как богатый и древний член семьи тюркских языков, широко используется не только в Азербайджане, но и в некоторых регионах Ирана, Грузии и Западного Кавказа в России. Он отражает духовность, этические нормы и культурную уникальность своего народа, служа основным носителем национальных и духовных ценностей. Содействие и защита родного языка занимали ключевое место в политике национального лидера Гейдара Алиева, что подкреплялось различными указами, укрепляющими статус государственного языка. Азербайджанский язык считается национальным и духовным достоянием и символом независимости. Каждый гражданин несет ответственность за сохранение и развитие этого языка. В туризме роль языка велика, поскольку он облегчает интеграцию туристов в культурную среду и способствует обогащению туристического опыта. Таким образом, азербайджанский язык укрепляет туристический потенциал страны и строит межкультурные мосты.

***Ключевые слова*:** развитие, ценность, язык, образование, культура, народ

Dünya sürətli dəyişir və bu dəyişikliklər içində turizm sektoru daha da ön plana çıxır. Bugünkü qloballaşan dünyada ölkələr və mədəniyyətlərin tarixini və təbii gözəlliklərini turizm vasitəsilə dünyaya tanıdır. Azərbaycan da zəngin tarixi, möhtəşəm təbiəti, qonaqpərvər xalqı və qədim mədəniyyəti ilə dünyanın diqqətini cəlb etməkdədir. Lakin bu dəyərlərin xarici turistlərə düzgün çatdırılması üçün əsas vasitələrdən biri ana dilimiz - Azərbaycan dilidir.

Dil həm kimlik göstəricisidir, həm də mədəniyyətin, milli dəyərlərin təbliğində körpüdür. Turizm yalnız bir ölkənin gözəl yerlərini gəzmək deyil, eyni zamanda oradakı insanların həyat tərzi, mədəniyyəti və dili ilə tanışlıqdır. Bir turist ölkəmizə gəldikdə ilk təmas qurduğu vasitələrdən biri dildir. Ona görə də turizmin inkişafında dilin rolu təkcə ünsiyyət vasitəsi olmaqdan çox daha irəlidir. Azərbaycan dilinin düzgün, cəlbedici və mehriban şəkildə təqdim olunması, turistlərin ölkəmiz haqqında fikirlərinə birbaşa təsir edir.

İlk növbədə Azərbaycan dilinin turizm sahəsində istifadəsi milli kimliyimizin qorunması baxımından böyük əhəmiyyət daşıyır. Hotellərdə, restoranlarda, nəqliyyatda və müxtəlif turizm obyektlərində çalışan personalın Azərbaycan dilində düzgün və nəzakətli şəkildə danışması, qonaqlara hörmətlə yanaşması bizim mədəniyyətimizi əks etdirir. Həmçinin turistlərə təqdim olunan broşürlər, xəritələr, reklam materialları və audio bələdçilərin Azərbaycan dilində hazırlanması, sonra isə digər dillərə - ingilis, rus, ərəb və s. tərcümə olunması həm informasiya keyfiyyətini, həm də milli dəyərlərimizin saxlanılmasını təmin edir. Azərbaycan

dili ilə bağlı maraq turistlər arasında getdikcə artır. Bəzi turistlər səfərdən əvvəl və ya sonra Azərbaycan dilini öyrənməyə maraq göstərir. Bu marağın yaranması üçün isə dilimizin gözəlliklərini nümayiş etdirmək vacibdir. Məsələn, xalq ədəbiyyatımız, muğamlarımız, bayatılarımız, lətifələrimiz və atalar sözlərimiz vasitəsilə dilimizin nə qədər zəngin və poetik olduğu göstərilə bilər. Bu elementlər xüsusi bədii proqramla da, folklor gecələri ilə, kənd turizm layihəsi ilə təqdim olunduqda turistlərdə dərin təəssürat yaradır.

Milli-mənəvi dəyərlərimizin öyrənilməsini, qorunub saxlanmasını və inkişaf etdirilməsini əsas vəzifələrdən biri kimi irəli sürən Ulu Öndərin dil haqqındakı kəlamları xüsusi seçilir: "Ədəbi dilin tərəqqisi olmadan mənəvi mədəniyyətin tərəqqisi mümkün deyildir. Millətin milliliyini saxlayan onun dilidir. "Azərbaycan dili Cənubi Qafqazda ən gözəl və çox işlənən bir dildir. Bu dildə danışmaq, həm də gözəl və məzmunlu danışmaq böyük istedad tələb edir. Bu dil dünyanın ən böyük dilləri ilə rəqabət apara bilir"....[1, 221]

Ümummilli lider Heydər Əliyevin zəngin siyasi fəaliyyətində dil məsələsi mühüm yer tutur. Ulu Öndər Azərbaycan dilinə yalnız adi ünsiyyət vasitəsi kimi deyil, qədim tarixi, zəngin mədəniyyəti, müasir dünyada müəyyən ictimai-mədəni mövqeyi olan bir xalqın milli sərvəti kimi yanaşırdı. 1970-ci illərdən başlayaraq Ulu öndər ana dilimizin qayğısına qalmış, onu düşdüyü vəziyyətdən xilas etmişdir. Ulu öndərin ciddi, ardıcıl səyləri nəticəsində 1978-ci ildə Azərbaycan Sovet Sosialist Respublikasının Konstitusiyasına Azərbaycan dilinin dövlət dili kimi fəaliyyəti haqqında ayrıca maddə daxil edilib. H.Əliyev belə bir zamanda ana dilinə qayğı barədə düşünür, dilin inkişaf perspektivlərini müəyyən edərək mütəxəssislərin qarşısında konkret vəzifələr qoyurdu: "…mədəniyyət və elmin səviyyəsi yüksəldikcə, həyatın axarı sürətləndikcə, dilin təkmilləşməsinə, inkişaf etməsinə və zənginləşməsinə, onun söz ehtiyatlarının genişlənməsinə daha çox qayğı göstərmək lazımdır". [2, s.42]

Turizmin inkişafı üçün gənc nəslin də rolu böyükdür. Gənclər həm xarici dilləri öyrənərək turistlərlə rahat kommunikasiya qura bilər, həm də ana dilimizi təbliğ edə bilərlər. Onların hazırladığı sosial media kontenti, videolar və digər təqdimatlar vasitəsilə Azərbaycan dili dünyada tanıdılır. Bu həm ölkəmiz üçün uğurlu turizm kompaniyasıdır, həm də dilimizin yayılmasına təkan verir. Unutmaq olmaz ki, dil təkcə ünsiyyət vasitəsi deyil, həm də tariximizin yaddaşı, ruhumuzun aynasıdır.

Dilin mənəvi sərvət olduğunu vurğulayan amillərdən biri də UNESCO təşkilatının 1999-cu ilin noyabr ayında 21 fevral tarixinin Beynəlxalq Ana Dili Günü kimi qeyd olunması haqqında qəbul etdiyi qərar olmuşdur. Beynəlxalq qurumun bu tarixi qərarından sonra 2000-ci ildən başlayaraq, 21 fevral bütün dünyada Ana dilinin təntənəsi və bayramı günü kimi qeyd olunur. Müstəqil Azərbaycan Respublikasının dövlət dili olan Azərbaycan dili istər qədimliyi, istərsə də zənginliyi, ahəngdarlığı və rəngarəngliyi baxımından dünyanın seçkin dillərindən biri sayılır. Xalqımızın bənzərsiz söz sənəti: çeşidli ağız ədəbiyyatı nümunələri, dünya folklorunun nadir incilərindən olan "Kitabi-Dədə Qorqud" dastanları, üsyankar Nəsiminin, qəlb şairi Füzulinin qüdrətli qələmindən çıxan əsərləri bu dildə yaranmış və ona böyük şöhrət və əbədiyaşarlıq qazandırmışdır. Ulu öndər Heydər Əliyev nitqində hər zaman dilimizin mühafizəsinə, onun saflığına, işlənmə arealına, mənəvi zənginliyinə xüsusi qayğı ilə yanaşmış və daim bunu ifadə etmişdir. Buna görə də o söyləyirdi: "Hər bir azərbaycanlı gənc çalışmalıdır ki, dünyanın çox dillərini − rus dilini, ingilis dilini,

fransız dilini, ərəb, fars dillərini mənimsəsin, öyrənsin. Bu lazımdır, çünki müasir dünya ölkələrinin bir-biri ilə sıx əlaqəsi bu gün və gələcəkdə insanlardan bir çox dili bilməsini tələb edir. Mən gənclərimizə bu tövsiyəni verirəm. Amma bunlarla yanaşı, bunlardan əvvəl öz ana dilimizi, Azərbaycan dilini mənimsəmək lazımdır, bu dildə yaxşı danışmaq lazımdır, bu dili ana dili kimi duymaq lazımdır, bu dili sevmək lazımdır. Öz dilini bilməyən, öz dilini sevməyən adam öz tarixini yaxşı bilə bilməz. Xatirimdədir, 70-ci illərdə mən bir neçə dəfə çox narahatçılıqla göstərişlər verdim ki, rus dilli məktəblərdə Azərbaycan ədəbiyyatına çox yer verilsin. Azərbaycan ədəbiyyatını, ana dilini bilməyən gənc Nizamini, Füzulini, Nəsimini, Vaqifi, Sabiri, C.Məmmədquluzadəni və digərlərini oxuya bilməz. Əgər onları oxuya bilməzsə, o, tarixini bilməyəcək, onları oxuya bilməsə, mədəniyyətimizi bilməyəcək, mədəni köklərimizi bilməyəcək, milli mədəni ənənələrimizi bilməyəcək. Onları bilməsə, o, vətənpərvər olmayacaq, Onda milli vətənpərvərlik duyğuları olmayacaq". [4, s. 3]

Azərbaycan dili ilə yazılmış ədəbiyyat, nəğmələr, şeir və hekayələr xalqımızın ruhunu yaşadır. Bu mədəni sərvətlər turizm vasitəsilə dünyaya çıxarılır. Məsələn, turistlər üçün hazırlanan ədəbi proqramlar, kitab sərgiləri, poeziya gecələri vasitəsilə həm mədəniyyətimiz, həm də dilimiz tanıdılır. Xüsusilə də UNESCO-nun qeyri-maddi mədəni irsi siyahısına daxil ediln muğam sənətimiz Azərbaycan dilində oxunan, dərin mənalı musiqilərimizlə turistlərin qəlbinə yol tapır. Dövlətin bu sahədə rolu da danılmazdır. Turizmin inkişafı üçün dil siyasətinin düzgün qurulması, tərcümə xidmətlərinin keyfiyyətli olması bələdçi və turizm içşilərinin Azərbaycan dilini təbliğ edən proqramlara cəlb olunması vacibdir. Bu məqsədlə müxtəlif layihələrin həyata keçirilməsi, dilimizin daha geniş miqyasda təbliği ölkəmizin turizm potensialını artırır. Məncə, hər bir azərbaycanlı öz ana dilini qürurla daşımalı və onu sevə-sevə təbliğ etməlidir. Turizm sahəsində çalışan insanların Azərbaycan dilində səlist danışması, eyni zamanda bu dili əcnəbilərə sevdirə bilməsi ölkəmizin nüfuzunu daha da artırır. Dilimiz bizim milli sərvətimizdir və bu sərvəti tanıtmaq, yaşatmaq, təbliğ etmək hər birimizin borcudur. Gələcəkdə turizmin daha da inkişaf etməsi üçün dilimizin rolu daha da artacaq və Azərbaycan dili dünyada daha geniş tanınacaq.

Tarixin müxtəlif dönəmlərində amansız və sərt sınaqlarla üzləşən, bu sınaqlardan üzüağ və şərəflə çıxan dilimiz zaman-zaman cilallanaraq daha da saflaşmış, zənginləşmiş və uzun bir inkişaf yolu keçmişdir. Azərbaycan xalqının ümummilli lideri, doğma ana dilinin gözəl bilicisi və hamisi Heydər Əliyev dilimizin bu keyfiyyəti haqqında müdrikcəsinə demişdir: "Dilimiz çox zəngin və ahəngdar dildir, dərin tarixi köklərə malikdir". Ulu öndərin layiqli varisi, Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab Əliyevin dilimiz haqqındakı bu sözləri də yuxarıdakı fikrin məntiqi davamı kimi səslənir: "Ana dilimiz öz imkanlarının zənginliyi, səs quruluşunun səlisliyi və qrammatik quruluşunun sabitliyi ilə səciyyələnir. Müasir Azərbaycan ədəbi dili siyasi-ictimai, elmi-mədəni sahələrdə geniş işlənmə dairəsinə malik yüksək yazı mədəniyyəti olan və daim söz ehtiyatını zənginləşdirən bir dildir". Tarixin müxtəlif dönəmlərində ölkəmizin ayrı-ayrı imperiyalar tərkibində olmasına baxmayaraq, Azərbaycan dili öz varlığını və dözümlüyünü qoruyub saxlamış, tarixin amansız və sərt sınaqlarından üzüağ, şərəflə çıxmış, zaman-zaman cilalanaraq saflaşmışdır. Cəsarətlə demək olar ki, Azərbaycan dili hazırkı qloballaşma dövründə - elmin, texnikanın görünməmiş

sürətlə irəli getdiyi çağımızda bütün elm sahələri üzrə hər hansı bir anlayışı incəliyinə qədər ifadə etməyə qadir olan zəngin və seçkin dünya dillərindən biridir.

Ancaq milli və mənəvi varlığımızın aynası olan ana dilimizin saflığının və zənginliyinin qorunması təkcə dövlətdən asılı deyil. Hər birimiz ana dilimizin qorunması və inkişafı naminə, dilimizin övladlarımıza və gələcək nəsillərə daha yaxşı şəkildə ötürülməsi naminə səylə çalışmalıyıq. Çünki ana dilimiz milli birliyimizi, həmrəyliyimizi qoruyan başlıca ünsiyyət vasitəsidir.

Biz elə etməliyik ki, harda yaşamağımızdan asılı olmayaraq, övladlarımız ana dilimizi sevsinlər, gənclərimiz bu dildə bizdən daha yaxşı danışsınlar. Dilimizin Türk dünyasının ən fəal, aparıcı dillərindən birinə çevrilməsi də əsas vəzifələrimizdən biri olmalıdır. Bir sözlə, dilimizin yayılma və istifadə arealının genişlənməsi üçün hər şeyi etməliyik. Bu bizim müqəddəs borcumuzdur!

Dil millətin simasını səciyyələndirən amillərdən biridir. O, hər hansı bir xalqın varlığının təzahürü, onun milli sərvəti, qan yaddaşıdır. Xalqın taleyi, onun mənliyi, mənəviyyatı və mədəniyyəti olan dil cəmiyyətin təşəkkülü və inkişafı ilə birgə yaranır, tərəqqi edir.

Zəngin tarixi, milli varlığımızın rəmzi olan Azərbaycan dili şərəfli inkişaf yolu keçərək dünya dilləri sırasına nüfuz etmişdir. Azərbaycan dilinin qorunması hər kəsin borcudur. Zənginliyi nöqteyi-nəzərindən Azərbaycan dilinin dünya dilləri arasında xüsusi yeri vardır. Son vaxtlar Azərbaycan dilinə daxil edilən bəzi kəlmələr dilin dəyişilməsinə səbəb olur. Xalqımıza ulu babalardan miras qalan ən qiymətli sərvətimizi - dilimizi qorumaq və inkişaf etdirmək hər birimizin müqəddəs borcudur.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısı

1. Əliyev H. Müstəqilliyimiz əbədidir. I kitab, Azərnəşr, Bakı, 1997.
2. Əliyev H. Sovet ədəbiyyatın yüksək borcu və amalı. Bakı, 1981.
3. Əliyev V. Heydər Əliyevin dil siyasəti. Bakı, Nurlan, 2003.
4. Xudiyev N. Heydər Əliyev və Azərbaycan dili. Bakı, 1997.
5. anl.az/down/meqale/yeni_az/2013/mart/297038.htm

NÜBAR İSMAYILOVA

Şəhər mədəniyyətimizdə Bakının tarixi meydanlarının rolu

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, tələbə

E-mail: ismayilova.nubar.2401@atmu.edu.az

Xülasə. Öz gözəlliyi ilə göz oxşayan açıq və rahat ictimai yerlər şəhər həyatında əvəzolunmaz elementlərdir. Bu baxımdan şəhər meydanları xüsusilə diqqəti cəlb edir. Sosial-iqtisadi əlaqələrin, eləcə də mədəniyyətin inkişafı şəhər meydanlarından da yan keçməmiş, istər mədəni, istərsə də sosial cəhətdən onun inkişafına müsbət təsir göstərmişdir. Şəhər mədəniyyəti bir cəmiyyətin sosial-iqtisadi münasibətlərinin, elm və texnologiyanın , həmçinin dini inanclarının və həyat tərzinin əsrlərlə formalaşmasının təzahürüdür. Bu məqalədə Bakı şəhərinin sosial həyatının formalaşmasında tarixi meydanların əhəmiyyətindən bəhs edəcəyik.

Açar sözləri: şəhər, şəhər mədəniyyəti, meydan, Bakı, tarixi məkanlar.

Резюме: Открытые и удобные общественные пространства, привлекающие внимание своей красотой, являются незаменимыми элементами городской жизни. С этой точки зрения особое внимание привлекают городские площади. Развитие социально-экономических отношений, как и а также культуры, не обошло площади города и оказало положительное влияние на его развитие как в культурном, так и в социальном плане. Городская культура – это проявление социально-экономических отношений общества, науки и техники, а также религиозных верований и образа жизни, формировавшихся веками. В этой статье мы поговорим о значении исторических площадей в формировании общественной жизни Баку.

***Ключевые слова*:** город, городская культура, площадь, Баку, исторические места**.**

Abstract: Open and comfortable public spaces that are eye-catching with their beauty are irreplaceable elements in urban life. In this regard, city squares attract particular attention. The development of socio-economic relations, as well as culture, has not bypassed city squares and has had a positive impact on their development, both culturally and socially. Urban culture is a manifestation of the formation of a society's socio-economic relations, science and technology, as well as religious beliefs and lifestyles over the centuries.

Key words: city, urban culture, square, Bakı, historical places.

Giriş

"Meydanlar sadəcə passiv məkanlar deyil… Meydanlar istehsal üsuluna xas olan bilik və fəaliyyətlərdir.Meydanlar canlıdır. Onlar yaşayır və yaşadır. İstehsal edir, istehsal olunur" H.Lefebvre

Meydanlar şəhərsalmanın və ictimai həyatın ayrılmaz hissəsidir. Onlar təkcə coğrafi baxımdan geniş açıq sahələri deyil, həm də mədəni, sosial və siyasi hadisələrin mərkəzi rolunu oynayan mühüm məkanlardır. Tarix boyu meydanlar müxtəli sivilizasiyalarda insanların toplaşdığı, fikir mübadiləsi apardığı, bayramların, etiraz aksiyaların və digər ictimai tədbirlərin keçirilidiyi yerlər kimi fəaliyyət göstərmişdir. Meydan latınca açıq yer,ya da genişləndirilmi küçə mənasını veren "Platea" ingilis və fransiz dillərində isə "place"sözlərindən əmələ gəlmişdir. İspan dilində "Plaza" və italyan dilində "Pyazza" sözləri də eyni kökdən gəlir.

İstənilən şəhərin əsas hissəsi istifadə baximindan bir-birindən fərqlənən,lakin funksiyalarina göre bir-birini tamamlayan hissələrdən ibarətdir.Məhz bu hissələr şəhərin fiziki quruluşunu ortaya çıxarır.Bu struktura əsasən yaşayış,iş və istirahət yerləri və onlar arasında əlaqə quran nəqliyyat sistemi daxildir. Bakı kimi müasir şəhərlərdə isə meydanlar sosiallaşma, ticarət, turizm və şəhər kimliyinin formalaşması baxımından əhəmiyyət kəsb edir. Təəssüf ki, meydanlar texnologiya və kommunikasiyanın inkişafı ilə əlaqədar öz əvvəlki məqsəd və mənaların bir qədər itirmişlər. Belə ki, dünyanın bir çox meydanlarını sıx hərəkət edən nəqliyyat vasitələri öz cənginə almışdır. Başlıca problem, inkişaf etməkdə olan şəhərlərdə

meydanların ərzisnin kiçilməsi və ya taamamilə yox olmasıdır. Bu səbələrdən dolayı şəhər meydanları tarix boyubnca şəhətrimizin ruhunu və kimliyini ortaya çıxaran bir məkan ikən, hal-hazırda nəqliyyat vasitələrindən və ya otopark olaraq istifadə edilərək öz gərçək kimliklərini itirmişlər.Məşhur amerikalı memarlıq tarixçisi və pedaqoq Spiro Kostof The City Assembled: Elements of Urban form Through History(1992) kitabinda meydanların təməl funksiyalarını aşağıdakı kimi quruplaşdırmışdır:

- Nəqliyyat sisteminin bir parçası olmaq
- Ticarət fəaliyyətləri
- İdman və oyun meydançalarının fəaliyyət göstərdikləri məkanlar.

Bakının tarixi meydanlarının onun inkişafına təsiri.

Bakı meydanlarının tarixi qədim dövrlərə gedib çıxır. Bakının ən qədim meydanlarından biri XV əsr abidəsi olan Sıratağlı meydanıdır. Bazar meydanı və ya Xanəgah kompleksi də adlanıdırlan bu tarixi, dini-memarlıq kompleksi 1964-cü ildə İçərişəhərdə aparılan arxeoloji qazıntı işləri zamanı maraqlı quruluşa malik Sıratağlı abidə şəklində aşkar olunmuşdur. Bu meydan öz quruluşuna görə Məscidül-Həramı xatırladır. Meydan hər tərəfdən səki və sütunlu tağlarla əhatə olunmuşdur. Bu nadir dini-memarlıq abidəsi İçərişəhərdə edilən ən maraqlı abidələrdən biridir. Eyni zamanda bu dini kompleksi görmək üçün uzaq yerlərdən zəvvarlar ziyarət üçün Bakı şəhərinə gəlirdilər. Bunu kompleksin həyətində aşkar edilmiş və burada dünyasını dəyişən zəvvar qəbirlərui əyani şəkildə sübut edir. Beləliklə, Sıratağlı dini-memarlıq kompleksi Orta əsrlərdə sosial bir məkana çevrilməsinə xidmət etmişdir.

Keçən əsrin əvvəllərinədək Bakı şəhərində mövcud olmuş Kömürçü meydanı Bakının ən aşağı sosial təbəqəsindən tutmuş sənaye sahiblərinədək müxtəlif insan kütləsinin yeri və ticarət mərkəzi funksiyasını yerinə yetirmişdir. Bu meydan XIX əsr və XX əsrin əvvəllərində şəhərimizin əsas ticarət və logistika mərkəzlərindən biri olmuşdur. Meydan öz adını burada aparılan kömür ticarətindən almışdır. Çünki o dövrdə Bakı sürətlə inkişaf edirdi və neft sənayesi ilə yanaşı məişət və sənaye ehtiyacları üçün də kömürə böyük tələbat vardı. Eyni zamanda meydanın dəniz limanına yaxın yerləşməsi, dəvə karvanlarından gətirilən yükün məhz bu meydanda böşaldılması meydanın əhəmiyyətini daha da artırırdı. XX əsrin əvvəllərində Bakı şəhəri böyüyüb inkişaf etdikcə infrastruktur yeniləndikcə Kömürçü meydanı öz funksiyasını tədricən itirməyə başladı.

Azneft meydanının salınması, sahilboyu yenidən qurma işlərinin nəticəsində meydanın tarixi funksiyası tamamilə dəyişdi və o yavaş-yavaş tarix səhnəsindən silindi.

Meydanların şəhərin sosial həyatında rolu meydanlar sənət və mədəniyyət mərkəzləri kimi

Şəhərlərin sosial həyatdakı roluna gəldikdə isə ictimai məkanlar, xüsusilə də meydanlar sosial keyfiyyətinə, şəhər sakinlərinin qarşılıqlı əlaqə və mədəni dəyərlərinin səviyyəsinin yüksəldilməsinə təsir edən cəmiyyətin əsas sütunlarından biridir. Meydanlar mərkəzi şəhər meydanı və ya bazar yeri kimi Bakının ən haylı-küylü, əhalinin və şəhərin qonaqlarının ən sıx toplaşdıqları məkanlardır. Şərqin bir çox meydanlarından fərqli olaraq Bakı meydanları öz zahiri görünüş gözəlliyi ilə, genişliyi ilə təkcə yerli sakinlərin deyil, eyni zamanda bura gələn turistlərin zövqünü oxşayır.

Meydanlar bəzən də sənət və mədəniyyətin yayıldığı mərkəzlərə çevrilir. Şəhər meydanlıarında sərgilər, musiqi festivalları, teatr nümayişləri və mədəni fəaliyyətlər təşkil olunur. Bakının Fəvvarələr meydanı bu baxımdan diqqətəlayiqdir. Belə ki, şəhərin ən gözəl meydanı olan Fəvvarələr meydanı Bakının ilk mərkəzi meydanıdır. Meydan adını mərkəzində yerləşən fəvvarələr kompleksindən götürür. Meydan XIX-XX əsrlərə aid olan ünikal memarlıq abidələri ilə əhatə olunub. Meydanda tez-tez sənət sərgilərinin, mədəni tədbirlərin həyata keçirilməsi onun şəhərin sosial həyatında mühüm rol oynamasından xəbər verir.

Nəticə olaraq, bildirmək lazımdır ki, ictimai həyatın ümumi anlayışını təşkil edən əsas elementlərdən biri olan meydanlar insan münasibətlərinin müəyyən əsaslarla davam etdirilməsinin təzahürüdür. Meydanlar sosial həyatın mərkəzində yerləşdiyi üçün fərqli bir qiymətləndirməyə layiqdir. Sosial həyatın bir hissəsi olaraq sənət və mədəniyyətin meydanlarda nümayiş olunması, həm də cəmiyyətin müxtəlif təbəqələri arasında bərabərlik və anlayışın formalaşmasına kömək edir, kollektiv şüurun inkişafına təkan verir.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Fətullayev Şamil, XIX əsrin sonu və XX əsrin əvvəllərində Azərbaycanda şəhərsalma və memarlıq, Şərq-Qərb, 2013.
2. Fətullayev Ş.-Fiqarov, “Abşeron memarlığı”, Bakı, 2013.
3. Genel Türk Tarihi Araştırmaları dergisi, 4-cü cild №8, iyul 2022.
4. Hacıtepe University Journal of faculty of letters – COVİD 19 sonrası mekansal deyişimin izlərini sürmək: Bakü Fevvarler meydanı örneği, 2022.
5. Kostof S., “The city shaped: Urban patterns and meanings through history”, Reprint edition, 1993.
6. Markus C., Francis C. (1998) People places design quidelines for urban open spaces
7. Quliyev A., “Azərbaycan şəhərlərinin və meydanlarının formalaşması”, Bakı, Şərq-Qərb, 2015.
8. Şanlıurfa Kültür, sanat, tarih ve turizm dergisi, 17 sentyabr, 2013.
9. Süleymanov M., “Eşitdiklərim, oxuduqlarım, gördüklərim”, Azərbaycan Dövlət Nəşriyyatı, Bakı, 1987.
10. Icherisheher.gov.az

NURAY HÜSEYNOVA

Qonaqpərvərlik və otel biznesi sahəsində xarici dilləri bilməyin vacibliyi

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, tələbə

E-mail: huseynova.nuray.2301@atmu.edu.az

Xülasə. Məqalə müasir dünyada xarici dillərin roluna həsr olunub. Qlobal miqyasda onların dəyəri və istifadə imkanlarına görə seçilmiş 10 mühüm dünya dili təsvir edilir. Qloballaşma dövründə qarşılıqlı anlaşma probleminin xüsusilə kəskin və aktual xarakter aldığını, müxtəlif xalqların nümayəndələrinin şəxslərarası ünsiyyət prosesində iştirakının vacibliyini vurğulayır.

Açar sözlər: xarici dillər, turizm və otel sənayesi, mədəniyyətlərarası kommunikasiya, mədəniyyətlərarası qarşılıqlı əlaqə, qloballaşma.

Abstract: The paper is devoted to the role of foreign languages in the modern world. 10 important world languages are described, which were selected for their value and opportunities for use on a global scale. The fact is emphasized that in the era of globalization the problem of mutual understanding becomes especially acute and relevant, the participation of representatives of different peoples in the process of interpersonal interaction is required.

Keywords: foreign languages, tourism and hotel industry, intercultural communication, intercultural interaction, globalization.

Резюме: Статья посвящена роли иностранных языков в современном мире. Описываются 10 важных мировых языков, которые были отобраны по их ценности и возможностям использования в глобальном масштабе. Подчеркивается тот факт, что в эпоху глобализации проблема взаимопонимания приобретает особенно острое и актуальное значение, требуется участие представителей разных народов в процессе межличностного взаимодействия.

Ключевые слова: иностранные языки, туризм и гостиничная индустрия, межкультурная коммуникация, межкультурное взаимодействие, глобализация.

The necessity of foreign language knowledge in the hospitality and hotel industry

Introduction:

Tourism and the hotel industry are closely connected with the knowledge of foreign languages. Every year, the number of tourists increases. It is difficult to travel around the world without knowing at least one foreign language [3]. That is why people start learning at least the basics of English, as this knowledge is necessary not only for comfortable travel but also for everyday life, for example, when using modern technologies [2]. There are 10 important world languages that have been selected based on their value and opportunities for global use — according to criteria such as their distribution, economic and political influence, ease of learning, and usefulness for individuals. Ideally, a person should be able to regularly and easily use a foreign language, for example, while traveling or when writing a job application. For this reason, Hindi or Bengali, for example, are not among the selected important languages, although more than 500 million people speak them.

The main body:

English is the most in-demand language in the world and is widely used beyond its native speakers. People from different countries speak this language, which significantly facilitates mutual understanding, even if English is not the native language of the participants in communication. One-third of the world's

population understands English to some extent. Almost all international, business, academic, and diplomatic negotiations are conducted in English. Today, in many European countries, knowledge of English is a key requirement for obtaining a good job. Fortunately, English is one of the easiest languages to learn.

German is a language in very high demand in Europe and is especially popular among those interested in 20th-century history. The German economy offers numerous business opportunities. Multinational companies have branches throughout the European Union and Eastern Europe, where German is the second most widespread language after Russian. Major German companies such as BMW, Lufthansa, Siemens, Daimler, Bosch, and many others require international partnerships. The Japanese, who boast the world's third-largest economy, have long recognized the advantages of learning German. According to statistics, 68% of Japanese students study German.

Spanish is, according to some estimates, the second most popular language. It facilitates communication with Spanish-speaking residents of North America (especially in the south), and knowing the language makes traveling to Spain or Latin America much more interesting. Spanish is one of the official languages of the United Nations (UN) and is the native language of about 700 million people.

Mandarin is the largest of the Chinese languages. It is the most widely spoken dialect of Chinese and the primary dialect group used across most of northern and western China. It is highly likely that China will become a new global superpower in the near future. Today, China is home to 1.3 billion people, about 1 billion of whom speak a dialect of the Chinese language. Chinese is also one of the official languages of the UN. Speaking Chinese is relatively easy (special attention must be paid to tones, which are crucial for understanding the meaning of sentences). The grammar is not particularly difficult either. However, the Chinese character writing system is a major challenge for learners — even many native Chinese speakers struggle with writing.

Russian is also among the most popular languages in the world. About 250 million people across Eurasia speak Russian, including many elderly people in Eastern Europe. A large amount of scientific and technical literature is written in Russian. Additionally, Russian is the second most popular language on the internet after English. Russia is one of the world's largest and most important energy and economic powers. Russian is one of the official languages of the UN. Learning Russian is quite difficult; the grammar is complex but logical. Russian can be considered one of the hardest languages to learn.

Arabic is spoken by about 400 million people, and the Quran is written in Arabic. Recently, the language has gained importance due to trade negotiations in the fields of energy and security. There is a high demand in the labor market for people who speak Arabic. These employees are highly respected and well-compensated, earning high salaries. However, it remains uncertain how long this market situation will last. Arabic is one of the official languages of the UN. Writing in Arabic is very difficult, but the language is still considered one of the most in-demand in the world. In terms of difficulty, it can be compared to Chinese, Japanese, and Russian. Another challenge is the existence of many Arabic dialects, which differ significantly from one another.

French has significant historical importance, as it was long the main language of communication among different peoples within Europe, preceding English. Today, it remains one of the most popular languages globally, spoken by 130 million people. Half of them live in France, while the rest are spread across Europe and Canada. French is a very important language within the European Union.

Portuguese is becoming increasingly important due to the economic and resource growth of Brazil. Portuguese and Spanish are very similar, although Portuguese grammar is more complex. About 200 million people speak Portuguese.

Japan remains one of the largest economic powers in the world. About 130 million people speak Japanese. It is a very difficult language, with complex grammar and many grammatical forms that vary depending on the speaker's gender and social status.

Turkish is spoken by about 100 million people, not only in Turkey but also in Bulgaria, Cyprus, and among several million migrants in European Union countries, mainly in France and Germany.

Conclusion:

Intercultural communication is the process of interaction between individuals belonging to different national cultures for the purpose of exchanging information, governed by the norms and traditions specific to these cultures. In the era of globalization, the issue of mutual understanding becomes particularly acute and relevant. The growth in the number of international contacts highlights the clash of different national behavioral characteristics and traditions, leading to a number of challenges faced by participants in intercultural communication.

Each participant in intercultural communication, when engaging in dialogue, brings their own worldview and system of value orientations shaped by the culture they belong to, which often differs from the cultures of other countries. Every individual carries a set of socially significant stereotypes, beliefs, and behavioral models that directly impact the final outcome of the cooperation process.

Integration processes at the international level across various spheres of life, the expansion of formal and informal contacts between different countries, high labor mobility, and the desire of modern societies to unite efforts to address global issues — all these factors require the involvement of representatives from different nations in the process of interpersonal interaction, thus emphasizing the importance of foreign language proficiency.

Thus, today, more and more people are recognizing the necessity of learning foreign languages, which is quite understandable, as language knowledge is extremely important and holds immense significance in modern life. People begin learning foreign languages for various reasons, among which personal development and career advancement are the most common. Some aim to secure better jobs on the labor market, while others wish to use their language skills to travel comfortably. Every year, the number of travelers increases, and in order to improve guest comfort, employees in accommodation and food service departments must know at least one world language. The role of foreign languages is expected to grow even further in the coming years.

Literature:

1. Vsyora, M. A. Innovative Technologies in Foreign Language Education for Future Specialists in the Tourism Industry // Vestnik RUDN. Series: Informatization of Education. 2010. No. 1. pp. 63-65.
2. Kapinova, E. S. Non-Verbal Means of Business Communication in Foreign Language Education in a Professionally Oriented University // PNiO. 2014. No. 2 (8). pp. 86-89.
3. Levitskaya, E. Y., Sokolova, E. Y. The Role of Foreign Languages in Preparing Bachelors in Tourism and Hospitality // Journal of the Association of Universities of Tourism and Service. 2013. No. 3. pp. 41-44.
4. Rogova, O. A. The Content of Foreign Language Education for Future Specialists in Tourism and Environmental Management // Proceedings of BGTU. Series 6: History, Philosophy. 2010. No. 5. pp. 226-228.
5. Sivukhin, A. A. The Role of Foreign Languages in the Professional Preparation of Bachelors in Tourism: Theoretical Approaches // Vestnik Kostroma State University. Series: Pedagogy. Psychology. Socio-Kinetics. 2014. No. 2. pp. 212-216.
6. Khasanova, L., Panchenko, O. L., Zakirov, T. R. The Historiogenesis of Linguistic Tourism in Russia // Kazansky Journal of Young Scientists. 2019. No. 2 (10). pp. 116-120.

NƏZRİN CAMALOVA

Turizm işçilərinin mədəni nitqi

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, tələbə

E-mail: camalova.nazrin.2402@atmu.edu.az

Xülasə: Son illərdə Azərbaycanda turizm əsaslı şəkildə inkişaf etməkdədir. Turizmin müxtəlif sahələrində çalışan mütəxəssislər ölkə turizmini layiqincə təmsil edirlər. Bu işdə mədəni və zəngin nitq mədəniyyətinə malik olan mütəxəssislər daha çox uğur qazanmış olurlar. Məqalədə aparılan araşdırmalar əsasında ən vacib tələblər və üsullar müəyyən edilmiş və onlar haqqında ətraflı elmi məlumatlar verilmişdir. Bu məlumatlar hər bir tələbə və gənc mütəxəssislər üçün faydalı ola bilər.

***Açar sözlər*:** turizm sektoru, Azərbaycan turizmi, mədəni nitqin əsas tələbləri, mədəni nitqin əhəmiyyəti, Azərbaycan dilinin zənginliyi

Abstract: In recent years, tourism in Azerbaijan has been developing significantly. Specialists working in various fields of tourism adequately represent the country's tourism. Specialists with a cultural and rich speech culture are more successful in this work. Based on the research conducted in the article, the most important requirements and methods have been identified and detailed scientific information about them has been provided. This information can be useful for every student and young specialist.

Keywords: tourism sector, Azerbaijani tourism, basic requirements of cultural speech, importance of cultural speech, richness of the Azerbaijani language.

Абстракт: Туризм в Азербайджане в последние годы значительно развивается. Специалисты, работающие в различных областях туризма, достойно представляют туристическую отрасль страны. В этой работе более успешны специалисты, обладающие культурной и богатой речевой культурой. В статье определены наиболее важные требования и методы на основе проведенных исследований, а также представлена подробная научная информация о них. Эта информация может быть полезна каждому студенту и молодому специалисту.

Ключевые слова: туристический сектор, азербайджанский туризм, основные требования культурной речи, значение культурной речи, богатство азербайджанского языка.

Turizmdə mədəni nitqin rolu və əhəmiyyəti

“Azərbaycan xalqının dili onun milli varlığını müəyyən edən başlıca amillərdəndir”.

(Heydər Əliyev)

Turizm bir çox ölkənin əsas gəlir mənbələrindən biri sayılır və ümumi iqtisadiyyat üçün mühüm rol oynayır. Azərbaycan da özünün füsunkar təbiəti, bənzərsiz tarixi abidələri və rəngarəng mədəni irsi ilə turizmin inkişafı üçün geniş imkanlara malikdir. Azərbaycanda turizm sahəsi son illərdə daha da inkişaf edib. Ölkəmizin həm təbiəti, həm də tarixi-mədəni abidələri turistlərin diqqətini cəlb edir. Turizm təkcə ölkəyə gəlir gətirmir, həm də ölkənin dünyada tanınmasına kömək edir. Ona görə də Azərbaycanda bu sahənin inkişafı üçün yollar, hotellər, istirahət mərkəzləri tikilir, tədbirlər keçirilir və xarici turistlər üçün şərait yaradılır. Azərbaycan zəngin təbiəti, qədim tarixi və rəngarəng mədəniyyəti ilə turizm sahəsində böyük potensiala malik ölkələrdən biridir. Ölkədə turizmin inkişafı dövlət səviyyəsində dəstəklənir və bu sahədə müasir infrastrukturun yaradılması üçün bir çox layihələr həyata keçirilir.

Turizm sektorunda çalışan mütəxəssislər ölkəmizdəki turizmin inkişafında müstəsna rol oynayırlar. Bu baxımdan həmin mütəxəssislərin zəngin və mədəni nitqə sahib olması vacib məsələlərdən biridir.

Nitq mədəniyyəti ümumi mənəvi mədəniyyətin tərkib hissələrindən biridir. Xalqımızın müstəqillik və suverenlik əldə etdiyi indiki dövrdə hərtərəfli inkişaf etmiş şəxslərin tərbiyə olunması tələbi dil mədəniyyətini də vacib məsələ kimi qarşıya qoyur. Azərbaycan dili hazırda sözün əsl mənasında dövlətimizin rəsmi dilidir,geniş və şəriksiz ictimai ünsiyyət vasitəsidir. Azərbaycan dili qrammatik quruluşuna görə türk dillərinin oğuz qrupuna daxil olan qədim və zəngin bir dildir. Hazırda Azərbaycanda və ondan xaricdə - İran,Rusiya,Gürcüstan, Orta Asiya,Avropa ölkələri və b. yerlərdə 40 milyondan artıq adam bu dildən ünsiyyət vasitəsi kimi istifadə edir.

Azərbaycan dili sabit qrammatik quruluşa,zəngin söz və ifadə ehtiyatına, zərif səslənmə sisteminə malikdir. Kütlələrlə daima təmasda olan natiqlərin üzərinə böyük vəzifələr düşür. Bugünkü natiq dərin biliyə,hərtərəfli məlumata sahib olmaqla yanaşı,rəvan,aydın və cəlbedici,səfərbəredici bir dillə danışmağı da bacarmalıdır. Xalqın geniş əksəriyyətinin savadlı olduğu,yeni təfəkkür tərzinin formalaşdığı müasir dövrdə gözəl danışıq qabiliyyətinə yiyələnməyi zaman özü tələb edir.

Nitq mədəniyyəti insanlara məxsus ümumi mədəniyyətin ən vacib və aparıcı tərkib hissələrindən biridir. Bu anlayışa danışıq mədəniyyəti ilə yanaşı,yazı mədəniyyəti də daxildir. Belə yüksək keyfiyyətə yiyələnən şəxs cəmiyyətin ictimai həyatında,onun hər hansı bir sahəsində fəal və məhsuldar iştirak etmək imkanına malik olur. Mədəni nitqi şərtləndirən bir sıra tələblər vardır ki,bunlar nitqin normativliyidir. Həmin tələblər bunlardır: aydınlıq, düzgünlük, sadəlik, dəqiqlik, yığcamlıq, zənginlik, təmizlik, münasiblik, ifadəlilik, orijinallıq, səmimilik və s. Aydınlıq dinləyici və oxucunun nitqi asanlıqla anlaması,başa düşməsidir.

Aristotel nitqin aydınlığını ünsiyyət üçün başlıca şərt sayır və göstərirdi ki, nitq aydın deyilsə,demək, o öz məqsədinə çata bilməmişdir. Nitqin aydınlığı üçün əsas amil danışanın (eləcə də oxuyanın və yazanın)nitq obyekti haqqında mükəmməl məlumata malik olmasıdır. Natiq haqqında danışacağı materiala dərindən və yaxşı bələd olsa,həmin materialı ifadə etmək üçün müvafiq dil vasitələri də tapa bilər. Firudin bəy Köçərli nitqin aydınlığını fikrin düzgünlüyü ilə əlaqələndirir. "Bizim yəqinimizdir ki,dili dolaşıq şəxsin fikri də dolaşıqdır. Doğru və salamat fikirli adamların kəlamı həmişə aydın,açıq və düzgün olur". Nitq zamanı aydınlığın pozulmasının bir səbəbi də dili,sözlərin mənasını,işlənmə məqamını və s. yaxşı bilməmək,zəngin söz ehtiyatına sahib olmamaqdır. Danışıq zamanı qüsurlu cümlələrə tez-tez təsadüf edirik.

Nitqin aydınlığını yaradan amillərdən biri də diksiyadır. Diksiyanın pozulması digər tələblərə əməl olunmadıqda belə (sözlər mənaya uyğun işlənildikdə,cümlədə söz sırası gözlənildikdə,cümlələrdə fikrə uyğun bağlılıq olduqda və s. hallarda) nitqi anlamağı çətinləşdirir. Nitqin yığcamlığı dedikdə müxtəsərlik,fikrin qısa və aydın,lakonik şəkildə ifadə olunması nəzərdə tutulur. Böyük sənətkarlar yığcamlığın istedadla bağlı olduğunu göstərirlər. Kamil adamlar həmişə deyəcəklərini ölçüb-biçmiş,geniş mətləbləri yığcam şəkildə ifadə etməyə,başqalarının vaxtını almamağa,onları yormamağa çalışmışlar. Nitq həm də dəqiq olmalıdır. Bu,nitqdə yığcamlığı yaradır.

Dəqiqlik sözün öz istinad nöqtəsi, yəni onun ifadə etdiyi məfhumla bağlandığı zaman mümkün olur. Bunun üçün danışanın,yazanın nitqin predmetinə yaxşı bələd olması,fikrə uyğun münasib sözlər,ifadələr işlədə bilməsi,çoxmənalı sözlər,omonim,sinonim, antonimlərdən yerində istifadə etməsi əsas şərtdir.Qədim Yunanıstanda nitqin yığcamlığına xüsusi əhəmiyyət verilirdi. Plutarx nitqin gücündən danışarkən demişdir: "Nitqin gücü az sözlə çox şey söyləmək bacarığıdır".

Mədəni nitqə verilən əsas tələblərdən biridə onun təmizliyidir. Bu o deməkdir ki,ədəbi dilin normalarına uyğun gəlməyən dil vahidləri (sözlər, ifadələr, frazeologizmlər, cümlələr və s.) nitqdə işlədilməməlidir. Dilin təmizliyini qoruyub saxlamaq üçün aşağıdakılara əməl olunmalıdır. Nitqdə məhəlli dialektlərə,yerli şivələrə məxsus danışıq tərzinə yol verilməməlidir. Əcnəbi sözlər lüzumsuz işlədilməməlidir. Tüfeyli sözlərlə bağlı qüsurlar aradan qaldırılmalıdır. Jarqon sözlər və ifadələr işlədilməməlidir.

Nitqin zənginliyi dil ünsürlərinin müxtəlifliyi,rəngarəngliyi və çoxluğudur. Nitqin zənginliyi üçün başlıca meyar danışanın (yazanın) geniş söz ehtiyatına malik olmasıdır. Müəyyən rabitəli mətndə nə qədər çox müxtəlif və təkrarlanmayan söz,ifadə və cümlə işlədilərsə,həmin nitq o qədər zəngin olar,maraqla

dinlənilər,yaxşı təsir bağışlayar,asan dərk olunar. Nitqin zənginliyi və emosionallığını təmin edən amillərdən biri də intonasiyadır. Nitqin intonasiya baxımından zənginliyindən danışarkən sual,nida,əmr cümlələri,xitablar,ara sözlər,ara cümlələr və s. sintaktik quruluşların özünəmüvafiq formada,təbii şəkildə tələffüz olunmasının vacibliyi də diqqət mərkəzində saxlanılmalıdır. Nitq zənginliyinin başlıca əlamətlərindən biri də onun məzmun cəhətdən dolğunluğudur. "Dil nə qədər asan,sadə olsa,bir o qədər gözəl,göyçək və məqbul olar" (F.Köçərli). Nitqin sadəliyi onun aydınlığı,anlaşıqlı olması,asan qavranılmasıdır.

Natiq dinləyicinin başa düşəcəyi bir dildə danışmalı,mənası çətin anlaşılan söz və söz birləşmələrini işlətməkdən çəkinməlidir. Nitqin məziyyətlərindən biri onun orijinallığıdır. Bu,nitqdə özünəməxsusluqdur,bir şəxsin başqalarından fərqli danışması və yazmasıdır. İctimai yerdə çıxış edən öz məqsədini aşkarlamaq, fikirlərini dinləyicilərə asan,aydın,ifadəli,həm də maraqlı bir şəkildə çatdıra bilmək üçün daha münasib,işlədilməmiş sözlərdən,ifadələrdən istifadə etməyə,cümlələr qurmağa çalışır. Bu orijinallıq nitqin qurulmasında daha çox nəzərə çarpır.

Nitqin orijinallığını təmin edən vasitələrdən biri də bədii təsvir vasitələridir. Nitq həm də rabitəli olmalıdır. Nitqin rabitəliliyi üçündə bir sıra qaydalara əməl olunmalıdır. Nitq məzmunca dolğun olmalıdır.Hər hansı bir məsələ barəsində danışılarkən müəyyən məntiqi ardıcıllığa riayət olunmalıdır.Yəni fikrin izah olunması ardıcıllığı məntiqə əsaslanmalıdır. Danışan əsas və ikinci dərəcəli məsələləri bir-birindən ayırmağı bacarmalıdır. Natiqin nəzərində tutduğu məsələdə ikinci dərəcəli fikirlər əsas fikrin izahına,anlaşılmasına kömək etməlidir. Natiq öz sözü,cümləsi,düşüncəsi,üslubu ilə danışmalıdır.

Natiq fikrini düzgün,aydın ifadə etməklə yanaşı,onu cazibəli,təsirli,emosional bir formada verməyi,dinləyicinin qəlbinə,zehninə nüfuz edə biləcək inandırıcı dil vasitələrindən istifadə etməyi də bacarmalıdır. Dinləyicilər natiqin mühazirələrindən ona görə razılıq edirlər ki,onun danışığı aydın,məzmunludur. Nitqdə ifadəlilik,emosionallıq müxtəlif vasitələrin köməyi ilə yaranır. İntonasiya baxımından düzgün qurulmuş nitq diqqəti daim səfərbər edir,nəzərdə tutulmuş məqsədin,ideyanın dinləyiciyə asan çatmasına şərait yaradır. İntonasiya həm danışıq, həm də oxu prosesi ilə bilavasitə əlaqədar olan ən xarakterik tələffüz hadisəsidir. İntonasiya nitqdə elə incə emosional münasibətlər yaradır ki, heç bir formal əlamət onu yarada bilməz. İntonasiya müəyyən bir məzmunun özünəmüvafiq forma ilə ifadə olunması vasitələrindən ən başlıcasıdır.

Apardığımız araşdırmalar nəticəsində bu qənaətə gəlirik ki, turizm sahəsində çalışan mütəxəssislər ölkənin tarixi, incəsənəti və digər mədəni sahələri haqqında dəqiq və elmi əsaslara söykənən məlumatları öyrənməli, turistlərlə ünsiyyət qurmaq üçün yüksək səviyyəli dil biliklərinə malik olmalıdırlar. Buna görə də turizm işçilərinin mədəni nitqinin formalaşdırılması xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat

1.Abdullayev A.S. Müəllimin nitq mədəniyyəti. Bakı, "Maarif" ,1960.

2.Abdullayev A.S. Nitq mədəniyyəti və natiqlik sənəti.Bakı,"Maarif" , 1981.

3.Abdullayev N.Ə., Məmmədov Z.T. Nitq mədəniyyəti məsələləri.Bakı,1998.

4.Abdullayev N.Ə.,Məmmədov Z.T. Orfoqrafiya-orfoepiya lüğəti.Bakı,2004.

5.Ağayev F. Azərbaycan dilinin intonasiyası. Bakı,1978.

6.Azərbaycan nitq mədəniyyəti problemləri.Bakı,1988.

POLAD ABBASOV

Ana dilinin safliği məsələləri

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, tələbə

E-mail: abbasov.polad.2401@atmu.edu.az

Turizm sferasında ana dilinin saflığı və milli kimliyini qorunması məsələləri

Azərbaycan dili əsrlər boyu xalqımızın tarixi, mədəniyyəti və mənəviyyatını yaşadan əsas amil olmuşdur. Bu dil sadəcə ünsiyyət vasitəsi deyil, həm də milli kimliyimizin daşıyıcısı, ruhumuzun ifadə vasitəsidir. Dahi söz ustadları – Nəsimi, Füzuli, M.Ə.Sabir, S.Vurğun və digərləri dilimizin zənginliyi və gözəlliyi ilə əsərlərini bəzəmiş, xalqımıza milli dəyər olaraq miras qoymuşlar. Azərbaycan dili müstəqillik dövründə də dövlət dilinə çevrilmiş, Konstitusiyamızda öz yerini alaraq hüquqi status qazanmışdır.

Bu gün Azərbaycan dilinin saflığının qorunması yalnız bir dil məsələsi deyil, milli kimliyin, mədəni irsin və mənəvi dəyərlərin qorunması məsələsidir. Qloballaşmanın, texnoloji dəyişikliklərin və informasiya axınının gücləndiyi dövrdə dilimizin təmiz saxlanması həm də milli varlığımızın davamlılığını təmin edən mühüm faktordur.

Müasir dövrdə Azərbaycan dili müxtəlif xarici təsirlərlə üz-üzə qalmışdır. Qloballaşma və informasiya texnologiyalarının sürətli inkişafı nəticəsində dilimizə rus, ingilis və digər dillərdən çoxsaylı sözlər daxil olmuşdur. Xüsusilə sosial media platformalarının və texnoloji cihazların istifadəsinin artması ilə bu proses daha da sürətlənmişdir.

Bu gün “like”, “story”, “event”, “meeting” kimi sözlər gündəlik danışıqda və yazışmalarda tez-tez işlədilir. Halbuki bu sözlərin Azərbaycan dilində tam qarşılığı mövcuddur: “bəyən”, “hekayə”, “tədbir”, “görüş” və s. Belə yad sözlərin mənasız şəkildə işlədilməsi, bir tərəfdən ana dilimizin imkanlarının gözdən salınmasına səbəb olur, digər tərəfdən də dilin saflığını pozur.

Gənc nəsil arasında bu cür yad təsirli sözlərin geniş yayılması gələcəkdə ana dilimizdə fikir ifadəsinin zəifləməsinə gətirib çıxara bilər. Bu hal eyni zamanda milli düşüncə tərzinin də yad təsirlərlə formalaşmasına yol açа bilər. Deməli, məsələ yalnız dil deyil, həm də milli psixologiya və dəyərlərlə bağlıdır.

Azərbaycan Respublikasının dövlət siyasətində dilin qorunması və inkişaf etdirilməsi mühüm prioritetlərdən biridir. Bu sahədə atılmış mühüm addımlardan biri Prezident İlham Əliyevin 1 noyabr 2018-ci il tarixli “Azərbaycan dilinin saflığının qorunması və dövlət dilindən istifadənin daha da təkmilləşdirilməsi ilə bağlı tədbirlər haqqında” Fərmanıdır. Bu Fərman dilimizin qloballaşma prosesində öz orijinallığını qoruyaraq inkişaf etməsini, normativ qaydaların möhkəmləndirilməsini və müasir informasiya texnologiyalarında geniş tətbiqini nəzərdə tutur.

Dövlət dil siyasətinin əsas hədəfi odur ki, Azərbaycan dili həm məişətdə, həm elmdə, həm də texnologiyada işlədilə biləcək tam funksional və müasir bir dil kimi inkişaf etsin. Qanunvericilikdə də bu istiqamətdə bir sıra mühüm aktlar qəbul olunmuşdur. "Dövlət dili haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanunu, Təhsil Qanunu və digər normativ sənədlər dilin təmizliyinin qorunmasını təmin edən hüquqi əsasları formalaşdırır.

Bundan başqa, Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası, Dilçilik İnstitutu və Təhsil Nazirliyi dilin inkişafı, leksik normaların tənzimlənməsi və terminologiyanın azərbaycanlaşdırılması sahəsində daimi fəaliyyət göstərir. Bu tədbirlər həm dilin elmi əsaslarla işlənməsi, həm də gündəlik həyatda doğru və səlis istifadəsini təmin etməyə yönəlmişdir.

Bu gün informasiya məkanının böyük hissəsini media və sosial şəbəkələr təşkil edir. Gənclər və yeniyetmələr vaxtlarının əksər hissəsini bu platformalarda keçirir və onların dil üslubu məhz burada formalaşır. Təəssüf ki, bu məkanlarda Azərbaycan dili çox zaman qeyri-ədəbi, qarışıq və qüsurlu şəkildə işlədilir.

Sosial şəbəkələrdə yazılan statuslar, şərhlər, paylaşımlar dil normalarına uyğun gəlmir. Sözlərin ixtisarı, xarici dil sözlərinin yersiz istifadəsi ("ok", "pls", "dm", "insta" və s.), məntiqsiz cümlə quruluşları və səslənən vulqar ifadələr dilin estetik dəyərini azaldır. Bu vəziyyət, xüsusilə dil öyrənmə prosesində olan uşaqlar və yeniyetmələr üçün təhlükə yaradır.

Onlar düzgün dil nümunəsi ilə deyil,təhrif olunmuş formalarla qarşılaşırlar. Media qurumları da çox zaman dilin düzgünlüyünə diqqət yetirmirlər. Televiziya aparıcılarının qeyri-səlis danışığı, xəbər başlıqlarında dil səhvləri, dublyajlarda qrammatik yanlışlıqlar dilin saflığına zərbə vurur. Halbuki, media ictimai rəy formalaşdıran əsas vasitə olaraq, dilin qorunmasında nümunəvi rol oynamalıdır.

Azərbaycan dilinin saflığını qorumağın ən təsirli yollarından biri maarifləndirmə və təhsildir. Bu istiqamətdə ilk növbədə məktəbəqədər və ümumtəhsil pilləsində tədris olunan dil dərslərinin keyfiyyəti artırılmalıdır. Müasir dərsliklər yalnız qayda öyrətməməli, eyni zamanda dil sevgisi, ana dilinə məsuliyyət hissi aşılamak məqsədi daşımalıdır.

Ali təhsil müəssisələrində isə dilçilik fənləri yalnız ixtisas yönümlü deyil, bütün sahələrdə tətbiq edilə biləcək ünsiyyət bacarığı, yazılı nitq mədəniyyəti və publisistik yazı formaları ilə zənginləşdirilməlidir. Müəllimlər və ziyalılar bu sahədə cəmiyyətə nümunə olmalı, ana dilində səlis və doğru danışaraq yeni nəsillərə örnək göstərməlidirlər.

Bundan başqa, maarifləndirici layihələrə ehtiyac vardır. Dövlət və qeyri-hökumət təşkilatları tərəfindən təşkil edilən "Ana dilim – kimliyimdir", "Sözə dəyər verək", "Səlist danış, düzgün yaz" kimi kampaniyalar geniş şəkildə həyata keçirilməlidir. Sosial şəbəkələrdə dilin düzgün istifadəsini təbliğ edən kontentlər yaradılmalı, gənclər arasında ana dilinin estetik və mənəvi dəyəri populyarlaşdırılmalıdır.

Eyni zamanda, lüğət tərtibatı, terminoloji komissiyaların işi və dil normalarının yenilənməsi kimi akademik sahələrdə də mütəmadi işlər görülməlidir. Yeni texnologiyalarla işləyən mütəxəssislər üçün

azərbaycanlaşdırılmış texniki sözlük və proqram interfeysləri hazırlanmalıdır ki, bu da dilin müasir şəraitə uyğun adaptasiyasını təmin edəcəkdir.

Nəticə. Azərbaycan dilinin saflığı yalnız lüğəvi və qrammatik məsələ deyil; bu, bir millətin yaddaşı, ruhu və kimliyidir. Dilin təhrif olunması milli şüurun zəifləməsi, kimliyin solması deməkdir. Bu səbəbdən hər bir vətəndaş – istər müəllim, istər jurnalist, istər tələbə – öz dilinə qarşı məsuliyyətli olmalı, onu qorumalı və gələcək nəsillərə təmiz şəkildə ötürməlidir.

Bu gün qarşımızda duran əsas vəzifələrdən biri odur ki, Azərbaycan dilini yalnız dövlətin yox, cəmiyyətin hər bir təbəqəsinin müdafiə etdiyi dəyərə çevirməliyik. Dilin saflığı uğrunda mübarizə mədəniyyətimizi, mənəviyyatımızı, vətən sevgimizi qorumaq deməkdir.

Ana dili – bizim varlığımızın rəmzidir. Onu qorumaq və yaşatmaq isə yalnız qanunların yox, vicdanın və mənəvi borcun tələbidir.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Əliyev, İ. Azərbaycan dilinin saflığının qorunması və dövlət dilindən istifadənin daha da təkmilləşdirilməsi ilə bağlı tədbirlər haqqında Fərman. Bakı: Prezident Administrasiyası, 2018.
2. Əliyeva, S. Azərbaycan dilinin qorunması: tarixi və müasir problemlər. Azərbaycan Dillər Universiteti nəşri, 2010.
3. Məmmədli, T. Azərbaycan dilində qrammatik normativlər və dilin müasir inkişafı. Bakı: Elm və Təhsil, 2015.
4. Məmmədova, F. Azərbaycan dilinin dövlət dilinə çevrilməsi və onun saflığının qorunması. Bakı Dövlət Universiteti nəşri, 2012.
5. Nəsimi, İ. Sözün fəlsəfəsi və Azərbaycan dili. Bakı: Şirvan Nəşriyyatı, 2010.
6. Sadıqov, **A.** Dil və kimlik məsələləri. Bakı: BDU Nəşriyyatı, 2019.
7. Səfərli, K. Sosial şəbəkələrdə Azərbaycan dilinin istifadəsi. *Dil və Mədəniyyət Jurnalı*, 1(2), 45–57, 2017.
8. Yusifov, M. Azərbaycan dilində terminologiya və müasir problemləri. Bakı: Təhsil Nəşriyyatı, 2016.

RAHİM ŞAHBAZOV

Ölkələrarası münasibətlərdə turizm faktoru

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: shahbazov.rahim.2301@atmu.edu.az

Xülasə: Beynəlxalq nəqliyyat əlaqələri turizmin inkişafına, rəqabətə, turizmə yeni sahələrin açılmasına və turist tələbatına təsir göstərdiyi üçün turizm sektorunun ən mühüm məsələlərindən biridir. Beynəlxalq turizm hərəkəti müəyyən marşrutlar üzrə baş verir. Turistin mənşə yeri, marşrutu və təyinatı arasında şəbəkə yaranır və paylanma modeli yaranır. Bu gün insanların müxtəlif səbəblərdən köçmək üçün hərəkətində "turizm məqsədi ilə" qısamüddətli miqrasiya mühüm yer tutur. Çünki turizm insanların yaşadıqları yerin hüdudlarından kənara səyahət etmələri ilə başlayır. Səyahəti mümkün edən nəqliyyat,

turizmi tamamlayan bir elementdir. Son zamanlara qədər hərbi və iqtisadi ehtiyaclara uyğun formalaşdırılan nəqliyyat sistemləri və onların nəqliyyat vasitələri, turizmin getdikcə artan iqtisadi dəyəri qarşısında turizm əsaslı dəyişikliklərə məruz qalır. Yəni, kommersiya nəqliyyat sistemləri mal və xidmətləri istehlakçının yerləşdiyi yerə daşıdığı halda, turizm nəqliyyat sistemləri istehlakçıları turizm mallarının və xidmətlərinin istehsal olunduğu və istehlak edildiyi yerə aparır. Bir bölgənin təklif etdiyi turizm resursları və xidmətləri, turistlərin onlara müraciət edə bildiyi təqdirdə dəyər qazanır. Nəqliyyat vasitələri bir yerdə turizmin yaranmasına və inkişafına təkan verdiyi halda, turizmin inkişafı həmin bölgədə nəqliyyat infrastrukturunun yaxşılaşmasına, xidmət keyfiyyətinin yüksəlməsinə və nəticədə regional sosial-iqtisadi inkişafa səbəb olur.

***Açar sözlər*:** Turizm, nəqliyyat, səyahət, marşrut, keyfiyyət

Резюме: Международные транспортные связи являются одним из важнейших вопросов в сфере туризма, поскольку они влияют на развитие туризма, конкуренцию, открытие новых направлений туризма и туристический спрос. Международное туристическое движение осуществляется по определенным маршрутам. Создается сеть между пунктом отправления, маршрутом и пунктом назначения туриста, а также модель распределения. Сегодня краткосрочная миграция «в туристических целях» занимает важное место в перемещении людей, мигрирующих по разным причинам. Потому что туризм; Все начинается с того, что люди путешествуют за пределы своего места жительства. Транспорт, делающий путешествия возможными, является элементом, дополняющим туризм. Транспортные системы и их средства передвижения, которые до недавнего времени формировались в соответствии с военными и экономическими потребностями, претерпевают изменения, обусловленные туризмом, ввиду растущей экономической ценности туризма. То есть; В то время как коммерческие транспортные системы доставляют товары и услуги к месту нахождения потребителя, туристические транспортные системы доставляют потребителей к месту, где производятся и потребляются туристические товары и услуги. Туристические ресурсы и услуги, предлагаемые регионом, приобретают ценность, если туристы могут получить к ним доступ. В то время как транспорт способствует возникновению и развитию туризма в определенном месте, развитие туризма приводит к улучшению транспортной инфраструктуры в этом регионе, повышению качества обслуживания и, в конечном итоге, к региональному социально-экономическому развитию.

Ключевые слова: Туризм, транспорт, путешествие, маршрут, качество, сеть

Abstract: International transport relations are one of the most important issues in the tourism sector, as they affect the development of tourism, competition, the opening of new areas for tourism and tourist demand. International tourism movement takes place along certain routes. A network is created between the tourist's place of origin, route and destination, and a distribution model is formed. Today, short-term migration "for the purpose of tourism" occupies an important place in the movement of people to migrate for various reasons. Because tourism; It begins with people traveling beyond the borders of their place of

residence. Transport, which makes travel possible, is an element that complements tourism. Until recently, transport systems and their vehicles, which were formed in accordance with military and economic needs, are undergoing tourism-based changes in the face of the increasing economic value of tourism. That is; While commercial transport systems transport goods and services to the location of the consumer, tourism transport systems transport consumers to the place where tourism goods and services are produced and consumed. The tourism resources and services offered by a region gain value if tourists can access them. While transportation facilities stimulate the emergence and development of tourism in a place, the development of tourism leads to the improvement of transport infrastructure in that region, the increase in the quality of services and, as a result, regional socio-economic development.

Keywords: Tourism, transport, travel, route, quality, network

Giriş

Turizm xüsusi sosial-mədəni hadisə kimi yalnız insan həyatının sənaye dövründə yaranmışdır. Əvvəla, turizm insanların rekreasiya problemlərinin həllinə yönəlmiş fəaliyyətidir. Ancaq eyni zamanda, müasir turizm qlobal iqtisadi, humanitar və siyasi prosesləri əhatə edir və onlara təsir göstərir. İqtisadi inkişaf tendensiyaları ilə sıx bağlı olan turizm bazarı qlobal iqtisadiyyatda müxtəlif səviyyələrdə baş verən dəyişikliklərə çox aktiv reaksiya verir. Turizm dünyanın ən sürətlə inkişaf edən iqtisadi sektorlarından birinə çevrilib. Hazırda turizm biznesinin həcmi neft, ərzaq və ya avtomobil ixracına bərabərdir, hətta ondan çoxdur. Turizm beynəlxalq ticarətin aparıcı oyunçularından birinə və bir çox ölkələrin əsas gəlir mənbələrindən birinə çevrilmişdir. O, istər-istəməz yerli əhalinin həyatına, onların mədəniyyətinə və gündəlik davranışına təsir edir və bir sıra ölkələrdə ənənəvi həyat tərzindən postindustrial həyat tərzinə keçidi stimullaşdırır. Bundan əlavə, turizm turist göndərən ölkələrin mədəniyyətinə təsir göstərir. Müasir turizmdə onun xüsusi bir növünü - mədəni turizmi ayırmaq olar ki, bu da naməlum mədəniyyətə qərq olmağı və onu mənimsəmək məqsədi ilə orada qalmağı nəzərdə tutur.

Turizmin beynəlxalq münasibətlərdə rolu və əhəmiyyəti

Turizm yalnız iqtisadi inkişafın deyil, həm də ölkələrarası münasibətlərin formalaşmasının və inkişafının mühüm amillərindən biridir. Müasir dövrdə turizm sadəcə bir əyləncə və istirahət vasitəsi deyil, həm də diplomatik, mədəni və sosial əlaqələrin gücləndirilməsi üçün strateji vasitəyə çevrilmişdir.

1. **Turizmin ölkələrarası münasibətlərə təsir sahələri**

a) İqtisadi əlaqələrin möhkəmləndirilməsi

- Turist axınları vasitəsilə valyuta axını təmin olunur.
- İkili və çoxtərəfli turizm sazişləri iqtisadi əməkdaşlığı dərinləşdirir.
- Turizm sahəsində investisiyalar ölkələr arasında ticarət əlaqələrini gücləndirir.

b) Mədəni diplomatiya və "yumşaq güc"

- Turizm xalqlar arasında mədəniyyətlərarası dialoqu təşviq edir.
- Ölkələr öz mədəniyyətini, tarixini və dəyərlərini tanıtmaqla qlobal nüfuzlarını artırırlar.
- Festival və mədəni tədbirlər vasitəsilə ölkələr arasında dostluq münasibətləri möhkəmlənir.

c) Siyasi və diplomatik əlaqələrin təşviqi

- Turizm sahəsində əməkdaşlıq üçün imzalanan razılaşmalar siyasi dialoqun artmasına gətirib çıxarır.
- Viza sadələşdirilməsi və qarşılıqlı səfərlər diplomatik münasibətlərin səviyyəsini yüksəldir.
- Böhran və münaqişə bölgələrində turizmin dirçəldilməsi sülhə və sabitliyə dəstək verir.

2. **Turizmin geosiyasi əhəmiyyəti**

- Regional turizm layihələri (məsələn, "İpək Yolu Turizmi") ölkələr arasında əməkdaşlığı dərinləşdirir.
- Turizm təhlükəsizlik, sərhəd nəzarəti və miqrasiya məsələlərində əməkdaşlıq zərurətini artırır.
- Qlobal pandemiya və münaqişələr turizmin həssaslığını, eyni zamanda beynəlxalq həmrəyliyin vacibliyini göstərdi.

3. **Praktik nümunələr**

- **Azərbaycan və Türkiyə**: İki ölkə arasında viza rejiminin ləğvi və ortaq mədəni layihələr turizmi və münasibətləri gücləndirib.
- **Fransa və Çin**: Turist mübadiləsi və mədəni proqramlar vasitəsilə iki ölkə arasında mədəni və iqtisadi bağlar genişlənib.
- **Avropa İttifaqı daxilində**: Şengen rejimi turizm vasitəsilə birlik və inteqrasiyanın dərinləşməsinə şərait yaradıb.

4. Turizm və beynəlxalq təhlükəsizlik

Turizmin inkişafı üçün sabitlik və təhlükəsizlik əsas şərtlərdir. Münaqişələr və ya siyasi gərginlik turizmə mənfi təsir göstərir. Eyni zamanda, turizmin inkişafı sabitlik və sülhə töhfə verə bilər.

5. Problemlər və müasir çağırışlar

Pandemiya (məsələn, COVID-19) dövründə turizmin çöküşü ölkələrarası əlaqələri də zəiflədə bilər.
Kütləvi turizm bəzi hallarda yerli əhalidə narazılıq yaradaraq diplomatik münasibətlərə mənfi təsir edə bilər.

Dünya Turizmi üzrə Manila Bəyannaməsində deyilir ki, “turizm dövlətlərin həyatının sosial, mədəni, təhsil və iqtisadi sahələrinə və onların beynəlxalq əlaqələrinə bilavasitə təsiri ilə xalqların həyatında böyük əhəmiyyət kəsb edən fəaliyyət kimi başa düşülür”. Turizm üzrə beynəlxalq tənzimləyici sənədlərin qəbulu bir sıra əsas məqsədlərə malikdir ki, bunlar arasında beynəlxalq turist axını planlarının əlaqələndirilməsi, beynəlxalq qeyri-hökumət təşkilatları, əlaqələr və həm qlobal, həm də regional iqtisadiyyat çərçivəsində turizm bazarının vəziyyəti haqqında məlumat mübadiləsi, qarşılıqlı əlaqə qaydalarının aydınlaşdırılması və s. daxildir. koqnitiv, təhsil, sağlamlıq və rekreasiya və s.), turizm qlobal iqtisadiyyatda aparıcı yerlərdən birini tutur. Bir sıra ölkələrdə o, milli gəlirin əsas mənbəyinə çevrilmişdir ki, bu da çox vaxt onu beynəlxalq münasibətlərdə əhəmiyyətli təsir rıçaqına çevirir.

Turizm xidmətlərinin göstərilməsinin inkişafı nəticəsində nəhəng turizm sənayesi yaranmışdır ki, onun əsasını turist səfərlərini həyata keçirən və səyahət paketləri və turları satan, turistlərin yerləşdirilməsi və qidalanması, ölkə daxilində hərəkəti üçün xidmətlər göstərən kommersiya təşkilatları, habelə idarəetmə orqanları, informasiya, reklam, malların istehsalı və satışı üzrə müəssisələr təşkil edir ki, bu da öz növbəsində turizmdən əvvəlki beynəlxalq münasibətlərin inkişafına səbəb olur.

Beynəlxalq turizm biznesi, bir tərəfdən, əhalinin istehlak etdiyi xüsusi sosial və rekreasiya xarakterli xidmətlərin, yəni istirahət, şəxsi inkişaf imkanları, tarixi və mədəni dəyərlərin öyrənilməsi, mədəni tədbirlərdə iştirak, idman və s. xidmətlərin əhəmiyyətli hissəsini təmin edir. Beləliklə, turizm mədəniyyətlərarası qarşılıqlı əlaqəyə əsaslanan sosial, humanitar, iqtisadi, təhsil və estetik aspektləri birləşdirir. Beynəlxalq turizmin qloballaşmasının müasir amillərinə planetin əksər yerlərində əhalinin dinc siyasi yanaşı yaşaması, ictimai rifahın yüksəlməsi, ictimai şüur səviyyəsinin yüksəldilməsi, iqtisadi inkişaf, həyat keyfiyyətinin yüksəlməsi hesabına demoqrafik vəziyyətin yaxşılaşması daxildir. Hazırda qlobal cəmiyyətdə beynəlxalq turizm əslində qlobal həyat tərzinin əsasına çevrilir. Qloballaşma iqtisadiyyatın digər sahələrinə təsir etdiyi kimi turizmdə gedən proseslərə də təsir göstərmişdir. Onun səciyyəvi cəhətlərindən biri dövlətlərin və ictimai təşkilatların iqtisadi, siyasi, mədəni və digər sahələrdə əməkdaşlığıdır. Beynəlxalq turizm sahəsində qloballaşma prosesləri turizm istehsalında beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin genişlənməsində, turizm istehsalı amillərinin beynəlmiləlləşməsinin artmasında, transmilli korporasiyaların turizm biznesində yayılmasında özünü göstərir, həmçinin rəqabətin güclənməsi, şirkətlərin ələ keçirmələrinin və birləşmələrinin, üçüncü şirkətlərin daxil olmasının artması ilə müşayiət olunur.

21-ci əsrin ilk onillikləri beynəlxalq turizmdə davamlı artım nümayiş etdirdi. Ümumdünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) məlumatına görə, beynəlxalq turist axını durmadan artır. Müsbət dinamika UNWTO mütəxəssislərinə uzunmüddətli proqnozlar verməyə imkan verir. Beləliklə, onlar hesab edirlər ki, 2025-ci ildən beynəlxalq turist gəlişləri nə az, nə çox, 1734,06 milyon nəfər təşkil edəcək. Bu, beynəlxalq turizmin rolunun artmasına səbəb olacaq. Bu gün dünyanın 150-yə yaxın ölkəsi turist xidmətləri təklif edir, onların hər biri özünəməxsus milli xarakterə malikdir və cəlbedici turist imici yaratmağa çalışır, lakin ölkələr yalnız birgə səylər nəticəsində beynəlxalq turizm bazarında özlərini həqiqətən də yerləşdirə bilərlər.

Beynəlxalq əməkdaşlığın məqsədi turizm məhsullarını dünya bazarına çıxarmaq və ümumi turizm məkanını formalaşdırmaqdır. Turizmin inkişafı müxtəlif səviyyələrdə dövlətlər və ictimai təşkilatlar arasında əməkdaşlığın yeni formalarının tətbiqini və fəallığının artırılmasını nəzərdə tutur. Bu, beynəlxalq səviyyədə turizm sahəsində müxtəlif dövlətlər arasında qarşılıqlı fəaliyyətə, bütövlükdə beynəlxalq vəziyyətin yaxşılaşdırılması üçün dövlətlər arasında əməkdaşlığın inkişafına ehtiyac yaratmışdır. Beynəlxalq turizmin inkişafı dinc yanaşı yaşama və beynəlxalq və milli təşkilatların dəstəyini tələb etdiyi üçün turizmdən siyasi təsir vasitəsi kimi istifadə etmək mümkün olur.

Beynəlxalq turizm əlaqələri beynəlxalq münasibətlərin formalarından biridir və dünya dövlətlərinin siyasətinə fəal təsir göstərir. Turizm ayrı-ayrı dövlətlərin beynəlxalq nüfuzuna və onların xarici siyasət imicinə təsir etmək potensialına malikdir.

Ümumiyyətlə, belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, dövlətlərin turist axınına nəzarət etməsinə və onların təsirindən beynəlxalq təsir rıçaqı kimi istifadə etməsinə baxmayaraq, turizm və turizm fəaliyyəti ictimai həyatın bütün sahələrinə və bütün səviyyələrdə beynəlxalq münasibətlərə müsbət təsir göstərir. Dövlətin əsas vəzifələri öz ərazisində gəlmə turizmin inkişaf etdirilməsi və saxlanmasıdır ki, bunun üçün turizm sahəsində aydın siyasət prinsiplərini işləyib hazırlamaq, turizm üçün əlverişli şərait və mehriban mühit

yaratmaq, tarixi, regional və mədəni xüsusiyyətləri nəzərə alaraq ölkənin cəlbedici imicini yaratmaq lazımdır. Beynəlxalq əməkdaşlıq hər bir ölkənin turizm tədbirlərində iştirakının əlçatanlığının təmin edilməsinə əsaslanmalıdır. Beynəlxalq münasibətlər təcrübəsi göstərir ki, turizm xarici iqtisadi, siyasi, sosial, humanitar və mədəni əlaqələrin inkişafı üçün stimuldur, ona görə də əksər dövlətlər turizm sahəsində beynəlxalq əməkdaşlığın inkişaf etdirilməsində maraqlıdırlar.

Mədəni turizmin inkişaf etdiyi ərazilərdə məlumatverici lövhələrə, xüsusi təlim görmüş bələdçilərə, xüsusən aydın və səlis, bir neçə dildə elmi əsaslarla yazılmış bələdçi materiallarına ehtiyac vardır. Mədəni irs resurslarının yerləşdiyi ərazidə mədəni turizmin inkişaf etdirilməsinin həmin ərazidə yaşayan əhali üzərində mənfi və ya müsbət təsiri ola bilər. Hər şeydən əvvəl, mədəni turizm 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 göstərilməsindən, suvenir və mədəni irs nümunələri istehsalı və onların kommersiyalaşdırılmasından və s. gələ bilər. Yerli əhalinin mədəni turizmə 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. 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.

NƏTİCƏ

Ümumiyyətlə turizmin nə olduğunu, onun necə işlədiyi, insanların niyə səyahət etmək ehtiyacı olduğunu və səyahət edərkən bundan nə gözlədiklərini öyrənmək mədəni turizm anlayışını başa düşmək üçün çox vacib bir mərhələdir. Mahiyyət etibarı ilə turizm bir iqtisadi və ticarət fəaliyyəti növüdür.

Həqiqətən də, turizm çox maraqlı bir intellektual sahə olsa da, praktikada onun biznes ilə çox dərindən əlaqəsi vardır : məhz biznes nümayəndələri (səyahət agentlikləri, hava şirkətləri, hotellər, iaşə obyektləri) hər il ölkə daxilində və xaricdə səyahət edən yüz milyonlarla insan axınının olduğu bazara daxil olmaq və orada məhsul və xidmətlər sataraq mənfəət qazanmaq məqsədi güdür. Turizm destinasiyaları da turizm sahəsini məhz ona görə inkişaf etdirir ki, iqtisadi mənfəətlər əldə edərək sosial-iqtisadi bir sıra məsələləri həll edə bilsin, iş yerləri yaratsın, bölgələrin inkişafına nail ola bilsin.

Turizm sektoru müasir beynəlxalq münasibətlər sistemində yalnız iqtisadi amil kimi deyil, həm də diplomatik, sosial və mədəni inteqrasiyanı təşviq edən çoxölçülü bir fenomen kimi çıxış edir. Xalqlar arasında mədəni qarşılıqlı anlaşmanın formalaşmasında və ölkələrin "yumşaq güc" potensialının reallaşdırılmasında turizmin rolu əvəzsizdir. Turizm vasitəsilə yaranan əməkdaşlıq platformaları dövlətlər arasında qarşılıqlı asılılıq münasibətlərini gücləndirməklə, sabitlik və davamlı sülhün təmin olunmasına xidmət edir. Beləliklə, turizm yalnız milli iqtisadiyyatlara töhfə verməklə kifayətlənmir, eyni zamanda, qlobal miqyasda beynəlxalq münasibətlərin dərinləşməsi və çoxtərəfli diplomatik əlaqələrin formalaşmasında strateji vasitəyə çevrilir.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Azərbaycanda mədəni irs və mədəni turizm: resurslar, məhsullar, təcrübələr. Bakı, 2022.
2. Bilalov B və Gülalıyev Ç. Turizmin əsasları, Bakı 2015
3. Baykal, F. "Uluslararası turizm ulaştırması ve turist akışı". Turizm coğrafyası, Ünite 4, s. 100–125, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi yayını: 2013.
4. Cabbarov. Ə. Turizmin iqtisadi əsaslari, Naxçıvan 2015
5. Cabrini, L. Overview of International and European Tourism: 2005 Result and Short Term Outlook. Europe 45th Meeting of the UNWTO Commission for Europe, 26 April 2006, Almaty, Kazakhstan, 2006.
6. Emekli, G., İbrahimov, A., & Soykan, F. Turizmde küreselleşmeye coğrafi yaklaşımlar ve Türkiye. Ege Coğrafya Dergisi, 15, s. 1–6, 2006.

SƏMA MÜRSƏLOVA

Turizm diskursunda fransiz dilindən alınan sözlərin tərcüməsi

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, tələbə

E-mail: mursalova.sema.2402@atmu.edu.az

Xülasə: Bu məqalə turizm diskursunda fransız dilindən alınma sözlərin tərcüməsini araşdırır. Tərcümə zamanı semantik, kulturoloji və kontekstual uyğunlaşdırma problemləri üzərində dayanılır. Alınma sözlər birbaşa alınmalar, fonetik uyğunlaşdırmalar və tərcümə yolu ilə alınmalar kimi kateqoriyalara ayrılır. Məqalədə düzgün və mədəniyyətə uyğun tərcümə strategiyalarının əhəmiyyəti vurğulanır. Təkliflər arasında terminoloji bazaların yaradılması və tərcüməçilər üçün təlim proqramlarının təşkil olunması yer alır.

***Açar sözlər*:** turizm diskursu, fransız dili, alınma sözlər, tərcümə, terminologiya, lüğəvi uyğunlaşma

Abstract: This article examines the translation of French loanwords in tourism discourse. It focuses on issues related to semantic, cultural, and contextual adaptation during the translation process. Loanwords are categorized into pure loans, phonetic adaptations, and loan translations. The importance of accurate and culturally sensitive translation strategies is emphasized. Recommendations include the development of terminological databases and the organization of training programs for translators.

Keywords: tourism discourse, French language, borrowed words, translation, terminology

Резюме: Статья рассматривает перевод французских заимствованных слов в туристическом дискурсе, акцентируя внимание на проблемах семантической, культурной и контекстуальной адаптации в процессе перевода. Заимствования делятся на прямые заимствования, фонетические адаптации и переводные заимствования. Подчеркивается важность точных и культурно чувствительных переводческих стратегий. В статье предлагаются рекомендации по созданию терминологических баз и организации обучающих программ для переводчиков.

***Ключевые слова*:** туристический дискурс, французский язык, заимствованные слова, перевод, терминология

Qloballaşma prosesi dil sistemlərinə təsirsiz ötüşməmiş, dillərarası əlaqələrin intensivləşməsi nəticəsində bir sıra leksik vahidlər bir dildən digərinə keçmişdir. Xüsusilə turizm sahəsində bu dinamika daha qabarıq şəkildə müşahidə olunur.

Turizm diskursu yalnız mədəniyyətlərarası ünsiyyətin deyil, eyni zamanda dilin dinamik transformasiyasının bir növ platforması kimi çıxış edir. Turizm diskursu mədəniyyətlərarası kommunikasiya üçün mühüm bir platformadır. Bu diskurs, bir çox başqa sahə kimi, beynəlxalq təcrübələri özündə birləşdirir. Turizm diskursu özünün çoxplanlı strukturu və müxtəlif semiotik kodları ilə xarakterizə olunan kompleks bir kommunikasiya sahəsidir. Bu diskurs çərçivəsində fransız dilindən alınmış sözlər həm yazılı, həm vizual, həm də intersemiotik kontekstlərdə istifadə olunur. Belə sözlərin düzgün və adekvat tərcüməsi yalnız linqvistik bilik deyil, həm də kulturoloji kompetensiya tələb edir.

Belə bir kontekstdə fransız dilindən digər dillərə, o cümlədən Azərbaycan dilinə keçən alınma sözlərin istifadəsi və onların tərcümə xüsusiyyətləri aktuallıq qazanır.[1, s.45.]

Fransız dili, tarixən Avropada yalnız Fransanın dilindən daha çox diplomatiya, aristokratiya və yüksək mədəniyyətin simvolu kimi çıxış etmişdir. Bu proses XVI əsrdə Fransanın Avropada siyasi mövqeyinin möhkəmlənməsi ilə başlayaraq, İncəsənət və Elm Akademiyalarının fəaliyyətə başlaması, Luvr Sarayının tikintisi, eləcə də Versal sarayının mədəni irsi vasitəsilə dərinləşmişdir. XVIII–XIX əsrlərdə isə fransız dili yüksək təbəqələr arasında ünsiyyət vasitəsi olmaqla yanaşı, Avropanın bir çox ölkələrində rəsmi sənədlərdə və diplomatik yazışmalarda əsas dil kimi istifadə edilmişdir .XVIII-XIX əsrlərdə Fransa Avropada ən mühüm mədəni və siyasi güclərdən biri idi və bu, fransız dilinin digər dillərə təsirinin

genişlənməsinə səbəb olmuşdur. Fransız dilinin bu dönəmdəki dominansı, həmçinin mədəniyyətin – xüsusilə moda, kulinariya və sənət sahələrindəki təsiri – dil vasitəsilə dünyaya yayılmışdır.

Fransız dilinin bu zaman kəsiyindəki mövqeyi, müasir dövrdə də özünü göstərir. Qlobal turizm sənayesində, xüsusən də Fransada təcrübə qazanan peşəkarlar və sahibkarlar tərəfindən bu dildə istifadə edilən terminlər geniş şəkildə yayılmaqdadır. Fransız dilinin kulinariya və qonaqpərvərlik sahələrindəki mühüm təsiri, bu dilin turizm sənayesində yerinə yetirdiyi funksional rolu artırır. Bəzi təbirlərlə desək, fransız dili bir "universum" yaratmışdır ki, burada tərcümə prosesləri sadəcə dilin deyil, həm də bir mədəniyyətin tərcüməsidir. Beynəlxalq turizm sərgiləri və forumlarında fransız dilində olan təqdimatlar və broşürlər yüksək mədəni səviyyəni simvolizə edir. Fransa Turizm Agentliyi (Atout France) və Lüksemburq, Belçika kimi frankofon ölkələrin turizm materiallarında fransız dilinin dominantlığı onların imic siyasətinin bir hissəsi olaraq qorunur.

Fransız dilindən alınan sözlər, yalnız mədəniyyətlərarası mübadiləni əks etdirməklə qalmır, həm də müxtəlif kontekstlərdə emosional və vizual təsir yaratmaq məqsədi güdür. Məsələn, "buffet" (özünəxidmət süfrəsi), "restaurant" (restoran) kimi sözlər tərcümə edilmədən istifadə olunur və bəzən bu sözlər, bir yerdə verilən xidmətin prestijini, əzəmətini və vizual cəlbediciliyini artırır [7, s.89.].

Fransız dilindən alınan bu sözlər, tərcümə edildikləri dillərə uyğunlaşdırılarkən, yalnız dilin fonetik və morfoloji xüsusiyyətlərinə uyğunlaşmır, həmçinin mədəniyyətlərarası əlaqə və anlayışlarla da əlaqələndirilir. Bu sözlər və ifadələr, turistlərə mədəniyyətlərarası zənginliyi təqdim edərək, həm də tərcüməçinin mədəniyyətlərarası kompetensiyasını, dildəki tarixi, semantik və sintaktik strukturunu qorumağı tələb edir.

Fransız dilindən alınma sözlər çox müxtəlif sahələrdən gəlmişdir. Bu sahələrdən ən məşhurları kulinariya, moda və otelçiliyi əhatə edir. Turizm diskursunda istifadə edilən bəzi əsas terminləri təhlil edək: [8, s.45.]

Kulinariya terminləri:

• Cuisine (mətbəx): Fransız mətbəxi dünya miqyasında tanınır və "cuisine" sözü, bəzən "Fransız kulinariyası" olaraq tərcümə edilir.

• Gastronomie (kulinariya sənəti): Fransızların mətbəx ənənələri və kulinariya sənətinə olan dərin hörmətləri bu sözü turizm və restoran diskursunda mühüm yer tutmağa vadar edir.

• Mise en place (hazırlıq mərhələsi): Bu termin, xüsusilə aşpazlıq sahəsində əhəmiyyətlidir və əksər hallarda tərcümə edilmədən istifadə edilir.

Sommelier (şərab üzrə mütəxəssis): Bu peşə sahəsi ilə əlaqəli fransız mənşəli termin, çox zaman olduğu kimi tərcüməsiz qalır, çünki bu peşə dünyaca tanınır

Moda terminləri:

Turizm sahəsində fransız modası ilə əlaqəli terminlər də geniş istifadə olunur. "Haute couture", "prêt-à-porter", "chic", "boutique", "parfum", "cravate", "élégance" kimi ifadələr turistlərə təqdim olunan məhsulların keyfiyyətini və orijinallığını simvolizə edir.

• Haute couture (yüksək moda): Moda sahəsində “haute couture” termininin tərcüməsi “yüksək moda” kimi geniş yayılmışdır və yüksək səviyyəli, fərdi hazırlanmış geyimləri ifadə edir.

Otelçilik və qonaqpərvərlik terminləri

Fransız dilindən alınmış bir çox otelçilik terminləri artıq beynəlxalq terminologiyaya çevrilmişdir. Məsələn: “concierge”, “maître d’hôtel”, “chambre”, “suite”, “réception”, “terrasse”, “bain”, “pension complète”, “demi-pension” və s.

Bu terminlər turistin gözləntilərini formalaşdırdığı üçün çox zaman onların orijinal forması saxlanılır və əlavə olaraq izahat verilir. Bu, həm də xidmətin keyfiyyət göstəricisinə çevrilir.

Turistik məkan və arxitektura terminləri:

Fransada arxitektura və şəhər dizaynı yüksək səviyyəli sənət sahəsi sayıldığından, bu sahəyə aid terminlər turizm diskursunda da xüsusi yer tutur:

– “château” – qədim saray. Azərbaycan dilində həm “şato”, həm də “qala-saray” kimi tərcümə olunur.
– “boulevard” – geniş küçə. Bəzi şəhərlərin planlarında “bulvar” kimi saxlanılır.
– “façade” – binanın ön hissəsi. Tez-tez “fasad” kimi transliterasiya edilir.

Bu terminlər urbanistik və memarlıq elementlərini vurğulamaqla turistin vizual gözləntilərini formalaşdırır. Tərcümə zamanı vizual uyğunluq, mədəni assosiasiya və akustik tanışlıq kimi amillər nəzərə alınmalıdır.

Marketinq və turizm reklamı terminləri

Turizm sənayesində reklam və təqdimatın dili bəzən qəsdən fransızlaşdırılmış olur ki, bu da lüks imic yaratmağa xidmət edir. Misallar:

– “ambiance” – atmosfer, ab-hava. Reklamda “unikal ambiance” kimi təqdim olunur.
– “charme” – cazibə, estetik görünüş. Məsələn, “un hôtel de charme”.
– “prestige” – nüfuz, status. Bu söz çox vaxt tərcümə olunmadan təqdim edilir: “prestijli otel”.

Belə terminlərin məqsədi emosional effekt yaratmaq olduğundan, onların tərcüməsində ya konnotasiyanı qorumaq, ya da mədəni dəyəri itirmədən lokalizasiya etmək vacibdir.

Fransız dilindən alınan sözlərin Azərbaycan dilinə tərcüməsində müxtəlif strategiyalar istifadə olunur:[2, s.88.]

1. Birbaşa tərcümə (Pure Loan):

Bu strategiya, orijinal sözü heç bir dəyişiklik etmədən tərcümə etməyi nəzərdə tutur. Məsələn, “menu”, “restaurant”, “boutique” kimi terminlər olduğu kimi istifadə olunur.

2. Fonetik uyğunlaşdırma (Loan Blends):

Burada alınan sözlərin fonetik xüsusiyyətləri yerli dilin fonetik strukturlarına uyğunlaşdırılır. Məsələn, “şef” (chef) və “restoran” (restaurant) sözləri bu kateqoriyaya daxildir.

3. Tərcümə yolu ilə alınma (Loan Translations/Calques):

Fransızca olan ifadələr semantik və struktur cəhətdən tərcümə edilir. Məsələn, “table d’hôte” ifadəsi Azərbaycan dilində “günün menyusu” kimi tərcümə olunur.Fransız dilindən alınan sözlərin tərcüməsində ən

çox rast gəlinən problemlərdən biri semantik və kulturoloji uyğunsuzluqlardır. Bu növ çətinliklər, mətnin düzgün tərcümə edilməməsi və ya mədəni kontekstə uyğun gəlməməsi nəticəsində yaranır.[9, s.105.]

Semantik uyğunsuzluq:

• Chalet (dağ evi) sözü, bəzən yanlış tərcümə edilərək "kottec" kimi verilir. Bu, əslində fərqli bir həyat tərzini və ya yaşayış şəraitini ifadə edir, amma tərcümə nəticəsində qeyri-dəqiq mənalar yaranır.

Kulturoloji Uyğunsuzluqlar:

• Haute cuisine (yüksək kulinariya) kimi terminlər yalnız mədəni kontekstdə başa düşülür. Tərcümə edərkən, yalnız "bahalı yemək" deyilməsi, həmin təcrübənin mədəni zəmindəki dərinliyi və nüansları itirə bilər.

Fransız dilindən alınan sözlər yalnız mətnlərdə deyil, həm də vizual və digər intersemiotik elementlərdə təsirli ola bilər. Məsələn, turizm broşürləri və veb saytlarında istifadə olunan terminlər estetik və dizayn baxımından da vacibdir.

- Buffet: Bu sözü vizual olaraq təqdim edərkən, müştəriyə "özünəxidmət" anlayışı daha da vurğulanır. Bu da, terminlə bağlı estetik təəssürat yaradır.
- À la carte: Bu sözün saxlanması, yalnız dil baxımından deyil, həm də lüks və seçicilik təəssüratını yaratmaq məqsədini daşıyır.

Turizm diskursunda fransız dilindən alınma sözlərin tərcüməsi, qlobal mədəniyyətlərin qarşılıqlı təsirini, dilin dinamik transformasiyasını və tərcümə elminin müasir aspektlərini əks etdirən mühüm bir sahədir. Fransız dilinin mədəniyyətlərarası ünsiyyət və beynəlxalq turizmə verdiyi töhfələr, bu dilin hər zaman prestijli mövqeyə sahib olmasını təmin etmişdir. Fransız dilindən alınan sözlərin turizm diskursunda, xüsusilə kulinariya, moda və qonaqpərvərlik sahələrindəki funksional rolu, dilin əslində yalnız kommunikasiya vasitəsi deyil, həm də bir mədəniyyətin daşıyıcısı olduğunu göstərir.[3, s.132.] Bu alınma sözlərin tərcümə edilməsi, həm dilin struktural xüsusiyyətlərinə, həm də mədəniyyətlərarası kompetensiyaya uyğun olmalıdır. Tərcümə prosesi, yalnız leksik adaptasiya deyil, həm də semantik və kulturoloji uyğunluq məsələlərini nəzərə alaraq həyata keçirilməlidir. Fransız dilindən alınan sözlər, müxtəlif tərcümə strategiyaları ilə Azərbaycan dilinə uyğunlaşdırılır və bu strategiyalar tərcüməçinin dilə və mədəniyyətə dair geniş biliklərə sahib olmasını tələb edir.

Semantik və kulturoloji uyğunsuzluqların qarşısını almaq üçün, fransız dilindən alınan terminlərin mədəniyyət kontekstində düzgün başa düşülməsi vacibdir. Yalnız dilin deyil, həm də mədəniyyətin tərcüməsi kimi fəaliyyət göstərən bu proses, xüsusilə turizm sektorunda, müştərilərə daha zəngin və doğru mədəni təcrübə təqdim etmək məqsədini güdür.Eyni zamanda, fransız dilindən alınan sözlərin vizual və intersemiotik elementlərlə zənginləşdirilməsi, turizm diskursunun daha təsirli və cəlbedici olmasına xidmət edir. Bu terminlərin yalnız dil baxımından deyil, estetik və dizayn aspektlərində də rolu, turizm sənayesinin müxtəlif sahələrində istifadə olunan bu terminlərin əhəmiyyətini daha da artırır.

Sosiolinqvistik aspektlər və qloballaşmanın dilə təsiri də diqqətə alındıqda, turizm diskursundakı alınma sözlərin tərcüməsi daha kompleks və çoxsəviyyəli bir prosesə çevrilir. Qloballaşma ilə birlikdə,

alınma sözlərin və yeni terminlərin dünya miqyasında qəbul edilməsi və yayılması sürətlənmişdir ki, bu da tərcüməçilərin qarşısında yeni çağırışlar qoyur.Ümumilikdə, turizm diskursunda fransız dilindən alınma sözlərin tərcüməsi, yalnız dilin deyil, həm də mədəniyyətlərarası təcrübələrin və fərqli dünyagörüşlərinin bir araya gəlməsini təmin edən vacib bir fenomen olaraq qalır. Bu mövzunun gələcəkdə daha da dərinləşdirilməsi və yeni tərcümə üsullarının inkişaf etdirilməsi vacibdir, çünki turizm sahəsində dilin rolu yalnız informasiya çatdırmaqla məhdudlaşmır, eyni zamanda mədəniyyətin, təcrübələrin və dəyərlərin qarşılıqlı anlaşılmasına və yayılmasına imkan verir.Bu sahə üzrə gələcək tədqiqatlar, yalnız tərcüməçilərin və dil mütəxəssislərinin deyil, həm də turizm sənayesi ilə əlaqəli digər sahə nümayəndələrinin də işlərinə istiqamət verə bilər [6, s.78.]

Ədəbiyyat siyahısı

1. Əlizadə, L. Turizm diskursunda fransız və italyan dilindən alınmaların tərcüməsi. Bakı: ADU nəşriyyatı, 2024
2. Cəlilova, S. Terminologiya və tərcümə problemləri. Bakı: Elm və Təhsil, 2015
3. Crystal, D. The Cambridge Encyclopedia of Language. Cambridge: Cambridge University Press, 2010
4. Haspelmath, M. Lexical borrowing: Concepts and issues. Loanwords in the World's Languages: A Comparative Handbook, 2009, p.35–54.
5. Mansurova, N. Fransız dilində kulinariya terminləri və onların tərcümə xüsusiyyətləri. Bakı: Təhsil, 2014
6. Mehdiyev, A. Fransız və italyan dilindən alınmalar və onların Azərbaycan dilindəki istifadəsi. Bakı: ADU, 2014
7. Newmark, P. A Textbook of Translation. New York: Prentice Hall, 1988
8. Vinay, J.-P., & Darbelnet, J. Comparative Stylistics of French and English: A methodology for translation. Amsterdam, 1995
9. Yusifov, R. Dil və mədəniyyətlərarası kommunikasiyada alınma sözlərin rolu. Bakı: Nurlan, 2019

SƏMA HACIZADƏ

Turizm leksikasinin inkişaf mərhələləri və qloballaşmanin turizmə və turizm leksikasina təsiri

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, tələbə

E-mail: hacizada.sema.2402@atmu.edu.az

Xülasə: Turizm sənayesinin inkişafı ilə paralel olaraq turizm leksikası da zamanla dəyişmiş və zənginləşmişdir. Bu məqalədə turizm leksikasının formalaşma mərhələləri, tarixi inkişafı və qloballaşmanın bu sahəyə və leksikaya təsiri araşdırılır. Bildirilir ki, texnoloji tərəqqi, beynəlxalq əlaqələrin genişlənməsi və

mədəni mübadilə nəticəsində yeni leksik vahidlər yaranmış, ingilis dili dominant ünsiyyət vasitəsinə çevrilmişdir. Qloballaşma nəticəsində bir çox dillərdən alınmalar turizm diskursunda mühüm yer tutmuşdur. Məqalədə həmçinin turizm terminlərinin beynəlxalqlaşma prosesi və Azərbaycan dilində bu sahədə mövcud potensial müzakirə olunur.

Açar sözlər: turizm leksikası, qloballaşma, alınma sözlər, dil əlaqələri, terminologiya

Abstract: Alongside the development of the tourism industry, the vocabulary associated with tourism has also evolved and expanded. This paper investigates the historical stages of tourism vocabulary development and the impact of globalization on this process. It highlights how technological advancement, increased international relations, and cultural exchanges have given rise to new lexical units, with English becoming the dominant language of tourism discourse. Borrowed words from various languages now occupy a significant place in the global tourism vocabulary. The article also discusses the process of internationalization of tourism terminology and the current potential within the Azerbaijani language.

***Key words*:** tourism lexicon, globalization, borrowings, language interaction, terminology

Резюме: Наряду с развитием туристической отрасли изменялась и обогащалась туристическая лексика. В данной статье исследуются этапы формирования и исторического развития туристической лексики, а также влияние глобализации на данную сферу. Отмечается, что благодаря технологическому прогрессу, расширению международных связей и культурному обмену появились новые лексические единицы, а английский язык стал доминирующим средством общения. Заимствованные слова из различных языков заняли важное место в туристическом дискурсе. Также обсуждаются процессы интернационализации туристической терминологии и существующий потенциал в азербайджанском языке.

Ключевые слова: туристическая лексика, глобализация, заимствования, языковые связи, терминология

Müasir dövrdə qloballaşma və texnologiyanın inkişafı bir sıra sahələrlə yanaşı, dil sistemlərinə də dərin təsir göstərmişdir. Bu təsirin bariz nümunələrindən biri turizm sahəsində müşahidə olunur. Turizm – sadəcə iqtisadi fəaliyyət növü deyil, həm də mədəniyyətlərarası ünsiyyətin, sosial inteqrasiyanın və dil mübadiləsinin mövcud olduğu bir platformadır. Səyahətlərin artması, fərqli coğrafiyaların, mədəniyyətlərin və dillərin qarşılaşması nəticəsində turizmə dair dil resursları da zamanla zənginləşmiş və beynəlmiləlləşmişdir. [1, s.44].

İngilis dili bu sahədə dominant rol oynamaqla turizm leksikasının əsas mənbəsinə çevrilmişdir. Eyni zamanda turizmlə bağlı terminlər yalnız ingilis mənşəli olmayıb, müxtəlif dillərdən alınmaların təsiri ilə yaranmışdır. Beləliklə, turizm sahəsində işlənən leksik vahidlərin formalaşması diaxronik və sinxronik

yanaşma ilə izah oluna bilər. Eyni zamanda bu dil vahidlərinin sosial funksionallığı, semantik inkişafı və transmilləşmə prosesləri də diqqətəlayiqdir.

Turizm leksikasının tarixi inkişaf mərhələlərini elmi əsaslarla təqdim etmək, qloballaşmanın bu sahədə doğurduğu leksik və struktur dəyişiklikləri təhlil etmək və Azərbaycan dili kontekstində bu istiqamətdə mövcud vəziyyəti qiymətləndirmək vacibdir.

Turizm anlayışı müxtəlif sahələr tərəfindən fərqli baxış bucaqlarından izah olunur. Ümumi mənada turizm – insanların yaşadığı yeri tərk edərək istirahət, əyləncə, biznes, müalicə və digər məqsədlərlə başqa bir yerə müvəqqəti köçməsi və bu müddət ərzində ortaya çıxan fəaliyyətlər toplusudur. Dünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) verdiyi tərifə əsasən, turizm insanın adi yaşayış yerindən kənara, 24 saatdan artıq, lakin bir ildən çox olmayan müddətdə, əsas fəaliyyəti pullu əmək fəaliyyəti olmayan səfərləridir.

Turizm dili və ya turizm diskursu isə bu sahədəki kommunikativ fəaliyyətləri, dil vasitəsilə gerçəkləşən təqdimatları, reklamları, xidmətləri və mədəni mesajları özündə cəmləyir. Turizm dili həm yazılı, həm şifahi formada təqdim olunur. Mətbuat, reklam bannerləri, kataloqlar, bələdçi kitabçaları, veb saytlar və sosial media paylaşımları bu diskursun ifadə müstəvilərindir.

Turizm dilinin əsas xüsusiyyətləri aşağıdakılardır:

•**Sadə və aydın üslub:** Turizm mesajları fərqli dillərdə danışan və müxtəlif mədəni təcrübəyə malik auditoriya üçün başa düşülən olmalıdır [7, s.73].

•**Emosional və cazibədar leksika:**Reklamlarda işlənən "unudulmaz təcrübə", "ekzotik səyahət", "rəngarəng təbiət" kimi ifadələr emosional rezonans yaradır.

•**Multidilli və interkultural komponent:**Turizm diskursu fərqli dilləri və mədəniyyətləri eyni mətn daxilində birləşdirə bilir. Bu da tərcümə problemlərini və dil təmizliyi məsələlərini gündəmə gətirir [4, s.120].

•**Alınma sözlərin üstünlüyü:** "Check-in", "feedback", "booking", "resort", "spa", "boutique hotel" kimi terminlər artıq beynəlxalq istifadəyə keçmişdir [2, s.27]. Bütün bu xüsusiyyətlər turizm leksikasının yaradıcı və dinamik bir sahə olduğunu sübut edir. Turizm dili yalnız informasiya daşıyıcısı yox, eyni zamanda mədəniyyətlərarası körpü rolunu oynayan dil qatıdır.

Turizm leksikası zamanla müxtəlif sosial və texnoloji mərhələlərlə birgə inkişaf etmişdir.Səyahətlər daha çox dini ziyarət, diplomatik missiyalar və ticarətlə məhdudlaşırdı. Bu mərhələdə istifadə olunan terminlər əsasən latın, yunan və fransız mənşəli idi: *"pilgrimage", "voyage", "caravan", "merchant"*. Terminlər həm də aristokrat səfərləri ilə bağlı idi – məsələn, *"Grand Tour"* ifadəsi ilk dəfə XVIII əsrdə Avropa elitasının səyahətlərini təsvir etmək üçün istifadə olunurdu [6, s.82].

Bu mərhələ turizmin kütləviləşməyə başladığı dövrdür. Sənaye inqilabı ilə birgə dəmir yollarının inşası və buxar mühərrikli gəmilərin istifadəyə verilməsi geniş kütlələrə səyahət imkanı yaratdı. Turizm sahəsinə dair ilk terminoloji sistem bu dövrdə formalaşdı. Yeni leksik vahidlərə misal: *"hotel", "ticket office", "travel agency", "sightseeing"*.

Tomas Kukun 1841-ci ildə ilk tur təşkil etməsi ilə "package tour" anlayışı leksikaya daxil oldu və yeni bir sənayenin əsası qoyuldu.

İkinci Dünya Müharibəsindən sonra turizm həm iqtisadi, həm də ideoloji olaraq təşviq edildi. Avropanın yenidənqurulması ilə əlaqədar olaraq insanlar həm iqtisadi güvənlik qazandı, həm də mədəni təcrübə axtarmağa başladılar. Bu mərhələdə "resort", "charter flight", "holiday package", "all-inclusive", "tour guide", "souvenir" kimi terminlər geniş yayıldı.

Kütləvi turizmin artması ilə bərabər, turizm sənayesinə dair terminlər də çoxaldı və bu terminlər, xüsusilə media və reklam vasitəsilə beynəlxalq aləmdə standartlaşdı [5, s.10].

İnternetin meydana çıxması və qlobal şəbəkənin formalaşması turizm leksikasına tamamilə yeni anlayışlar gətirdi. Bu dövr "digital tourism" anlayışı ilə səciyyələnir. Yeni terminlər: "e-ticket", "self check-in", "travel blog", "Airbnb", "eco-tourism", "digital nomad", "online booking", "trip planner".

Sosial media fenomenləri, misal üçün "travel influencer", turizm leksikasını daha da populyar və dəyişkən hala gətirmişdir [3, s.15]. Bu mərhələdə dil yalnız kommunikasiya aləti deyil, eyni zamanda brendinq vasitəsinə çevrilmişdir.

Qloballaşma – iqtisadi, mədəni, informasiya və texnoloji inteqrasiyanın nəticəsi olaraq meydana gələn qlobal qarşılıqlı asılılıq fenomenidir. Bu proses yalnız bazar iqtisadiyyatını və beynəlxalq siyasəti deyil, həm də dilləri birləşdirən və dəyişdirən sosial-mədəni bir axındır. Turizm sahəsi isə qloballaşmanın həm səbəblərindən, həm də nəticələrindən biridir [1, s.62].

Qloballaşmanın turizm dilinə təsiri aşağıdakı istiqamətlərdə özünü göstərir:

İngilis dili artıq uzun müddətdir ki, beynəlxalq kommunikasiya, biznes və turizm dili statusuna malikdir. İngilis dilinin bu rolu nəticəsində turizm diskursunda işlədilən bir çox termin – *"booking", "check-in", "feedback", "flight", "hostel", "trip", "resort"* və s. – müxtəlif dillərin leksikasına daxil olmuşdur. D.Kristal bu prosesi "linguistic imperialism" – yəni dil imperializmi – kimi xarakterizə edir və qeyd edir ki, ingilis dili bir çox milli dillərin leksikasına nüfuz edərək yeni kommunikativ imkanlar yaradır [1, s.74]

Qloballaşmanın nəticəsi olaraq dillərarası qarşılıqlı təsir artmış, bu da alınma sözlərin intensiv şəkildə müxtəlif dillərə daxil olması ilə nəticələnmişdir. Turizm sahəsində bu alınmalar daha çox qeyri-tərcümə olunan, yəni "pure loan" kimi təqdim edilən sözlərdir. Məsələn:

•*Geisha, maiko* (yapon)

•*Tapas, fiesta* (ispan)

•*Safari* (suahili)

•*Dolma, piti, kelaghayi* (azərbaycan mənşəli, lakin beynəlxalq diskursa daxil ola bilməmiş nümunələr)

E.Haugen [2, s.49]. bu prosesi üç əsas formada izah edir: "borrowings", "loan shifts", və "loan blends" – yəni tam alınmalar, semantik dəyişmələrlə alınmalar və qarışıq alınmalar.

Qloballaşma ilə leksik sistemlərdə beynəlmiləlləşmə prosesi güclənmiş, turizm sahəsində müəyyən terminlər demək olar ki, bütün dillərdə eyni formada işlənməyə başlamışdır. Bu prosesdə beynəlxalq təşkilatların, tərcümə texnologiyalarının və təhsil sistemlərinin rolu danılmazdır [6, s.110].

XXI əsrdə rəqəmsallaşma cəmiyyətin bütün sahələrinə olduğu kimi, turizmə və onun dilinə də dərin təsir göstərmişdir. Rəqəmsal alətlərin (saytlar, mobil tətbiqlər, sosial şəbəkələr) meydana çıxması turizm diskursunu həm məzmun, həm də forma baxımından dəyişdirmişdir.

Rəqəmsallaşma ilə yaranan əsas terminlərə aşağıdakıları misal göstərmək olar:

- *Online booking, e-ticket, smart tourism, travel app, virtual tour, vlog, review system, location tag, digital itinerary*
- Airbnb platforması ilə: *superhost, Airbnb experience, instant book*
- Sosial media ilə: *travel influencer, Instagrammable, wanderlust, bucket list destination*

Bu ifadələrin demək olar ki, əksəriyyəti ingilis mənşəli olub digər dillərə də ya tərcüməsiz, ya da lokal adaptasiya olunmuş formada keçmişdir [3, s.99].

Multikulturalizmin turizm dilinə təsiri nəticəsində bir sıra milli anlayışlar beynəlxalq diskursa daxil olur. Bu anlayışlar bəzən tərcümə edilmir, öz etnik adı ilə təqdim olunur. Lakin bəzi hallarda bu ifadələr məna dəyişməsinə uğrayır və ya tamamilə fərqli kontekstdə işlədilir. Məsələn:

•*Sushi, sake, kimono* – yapon

•*Tango, fiesta, paella* – ispan

•*Kilim, dolma, paxlava* – türk və Azərbaycan mənşəli

BBC Travel Corpus tədqiqatında da göstərilmişdir ki, belə sözlər müxtəlif səviyyələrdə mətnə daxil edilir: bəzən olduğu kimi (*pure loan*), bəzən izahla birlikdə (*loan with gloss*), bəzən isə ingilis sözü ilə birləşdirilərək (*loan blend*) [3, s.105].

Turizm diskursunda kod dəyişməsi – yəni bir mətn və ya nitq çərçivəsində bir dildən digərinə keçid – çox yayılmış bir haldır. Bu, əsasən reklam və təqdimatlarda müşahidə olunur. Məsələn, Azərbaycan dilində yazılmış broşurada bu cür ifadələr rast gəlinə bilər:

- Gəzintiniz boyunca *check-in* və *feedback* üçün QR koddan istifadə edin.
- Ən yaxşı *resort* və *eco tour* təklifləri sizi gözləyir.

Əldə olunan bütün faktlar, nəzəri yanaşmalar və tarixi kontekstlər əsasında demək olar ki, turizm leksikası qloballaşmanın və texnoloji inkişafın təsiri ilə dinamik şəkildə inkişaf edən, mədəni və dil sərhədlərini aşan kompleks bir dil qatıdır. Bu dil sistemi yalnız söz ehtiyatının zənginləşməsi deyil, eyni zamanda cəmiyyətin dilə yanaşma formasının da dəyişməsi ilə müşayiət olunur. Müasir dövrdə turizm yalnız bir iqtisadi fəaliyyət sahəsi deyil, həm də sosial identitetin qurulduğu, mədəniyyətlərarası münasibətlərin formalaşdığı və fərqli dillərin qarşılıqlı təsirə girdiyi kommunikativ məkandır.

Qloballaşma prosesi ilə əlaqədar olaraq dil sistemlərində müşahidə olunan beynəlmiləlləşmə, xüsusilə turizm sahəsində daha qabarıq şəkildə özünü göstərir. İngilis dilinin qlobal lingua franca statusu bu sahədə yeni leksik vahidlərin yaranmasına və digər dillərə keçməsinə səbəb olmuşdur. Bu isə öz növbəsində dilin

təbii inkişafına, həmçinin bəzi hallarda dil suverenliyi və milli kimliklə bağlı narahatlıqlara gətirib çıxarmışdır. Burada dil imperializmi, kod dəyişməsi və alınma sözlərin dil balansına təsiri kimi anlayışlar xüsusi aktuallıq kəsb edir.

Məqalədə qeyd edildiyi kimi, turizm leksikasının inkişafı bir neçə mərhələdə baş vermiş, hər mərhələ cəmiyyətin sosial-iqtisadi və texnoloji xüsusiyyətlərinə uyğun olaraq formalaşmışdır. Bu mərhələlərin hər biri yeni terminlərin, anlayışların və ifadə formalarının yaranmasına səbəb olmuşdur. Tarixi baxımdan dini ziyarətlərdən başlayan və rəqəmsal nomadizmə qədər gələn bu inkişaf xətti turizm leksikasının daim dəyişən və çevik strukturunu sübut edir.

Azərbaycan dili kontekstində vəziyyətə baxdıqda, turizm leksikasının böyük hissəsinin ya tərcüməsiz (pure loan), ya da lokal adaptasiya formasında istifadə edildiyi müşahidə olunur. Bu isə bir tərəfdən qlobal dil tendensiyalarına inteqrasiyanı təmin etsə də, digər tərəfdən milli dilin orijinallığını və ifadə imkanlarını müəyyən qədər zəiflədir. Buna baxmayaraq, milli-mədəni terminlərin – "dolma", "piti", "kəlağayı" və s. – beynəlxalq diskursa daxil ola bilməməsi daha çox dil siyasətləri, tərcümə imkanları və mədəni təqdimatla bağlı olan strateji məsələlərdir. Yəni bu sahədə həm dövlət, həm də qeyri-hökumət təşkilatları, media və tərcüməçilər tərəfindən daha planlı fəaliyyətlərin görülməsi vacibdir.

Texnologiyanın təsiri ilə formalaşan rəqəmsal turizm anlayışı isə yeni kommunikasiya formaları yaratmış, turizm leksikasının semantik və funksional çərçivələrini genişləndirmişdir. "Online booking", "travel app", "Airbnb experience", "digital itinerary" kimi ifadələr artıq yalnız informativ məqsəd daşımır, eyni zamanda brend kimliyi yaradır, istehlakçı davranışını formalaşdırır və sosial media üzərindən geniş yayımlanır. Bu da turizm dilini yalnız kommunikativ vasitə deyil, eyni zamanda bazar və reklam dili halına gətirir.

Beləliklə, nəticə olaraq demək olar ki, turizm leksikası müasir dövrdə müxtəlif dillərin qarşılıqlı təsirinə məruz qalan, texnologiya və qloballaşma ilə şəkillənən, sosial, mədəni və iqtisadi faktorlarla zənginləşən hibrid bir dil müstəvisidir. Bu leksikanın analizi yalnız linqvistik deyil, eyni zamanda sosiolinqvistik, semiotik və kulturoloji aspektlərdən də öyrənilməli və Azərbaycan dili kontekstində bu proseslərin balanslı idarə olunmasına yönəlik strategiyalar hazırlanmalıdır. Azərbaycan dili həm müasir qlobal tendensiyalara cavab verən çevik dil aləti, həm də milli-mədəni dəyərləri qoruyub saxlayan bir vasitə kimi inkişaf etdirilməlidir.

Ədəbiyyat siyahısı

1.Crystal, D. English as a global language. Cambridge University Press, 1997

2.Haugen, E. The analysis of linguistic borrowing. Language, 1950, 26(2), 210–231.

3.Gandin, S. Investigating Loan Words and Expressions in Tourism Discourse: A Corpus-Driven Analysis. European Scientific Journal, 2014, 10(2), p.1–17.

4.Matthews, P.H. The concise oxford dictionary of linguistics. Oxford University Press, 2005

5.Graddol, D. Why global english may mean the end of "English as a foreign language". Language problems and language planning, 2008, 32(2), 203–207.

6.Weinreich, U. Languages in contact. Amsterdam, 2011

7.Kennedy, G. Structure and meaning in english. Pearson Longman, 2003

8.Carstairs-McCarthy, A. An introduction to English morphology. Edinburgh University Press, 2002

9.Yule, G. The study of language. Cambridge University Press, 1996

Azərbaycanda qonaqpərvərlik və qida sənayesi: bugünkü və gələcək inkişafı

AYSU BƏKİROVA

Azərbaycanin turizm sektorunda nəqliyyat xidmətlərinin rolu

Sumqayıt Dövlət Universiteti, tələbə

E-mail: aysubkirli@gmail.com

Xülasə: Bu məqalə Azərbaycanın sürətlə inkişaf edən turizm sektorunda nəqliyyatın rolunu təhlil edir. Müasir və əlverişli nəqliyyat infrastrukturu turistlərin ölkəyə axınına müsbət təsir göstərir və turizm təcrübəsini zənginləşdirir. Azərbaycanın müxtəlif nəqliyyat növləri – dəmir yolu, avtomobil, hava və su nəqliyyatı – turizmin inkişafına böyük töhfə verir.Azərbaycan Dəmir Yolları, xüsusən Bakı-Tbilisi-Qars marşrutu ilə beynəlxalq əlaqələrə xidmət edir, eyni zamanda daxili marşrutlar turistlərə rahat hərəkət imkanı yaradır. Dəmir yolu nəqliyyatı inkişaf etməkdədir və təkmilləşən yüksək sürətli qatarlar sərnişin daşımalarını asanlaşdırır. Gəmiçilik də beynəlxalq turizm üçün əhəmiyyətlidir, çünki kruizlər və daxili su yolları turistlərin diqqətini cəlb edir.Avtomobil turizmi də inkişaf edir, xüsusən "İpək yolu" marşrutu ilə əlaqəli sərnişinlərin tələbatı artır. Avtoturizm yolda yüksək xidmətlər və avadanlıqlar tələb edir. Hava nəqliyyatı da turizm üçün mühüm rol oynayır, xüsusilə qruplar üçün təşkil olunan uçuşlar turizm marşrutlarını əhatə edir.Boru kəməri nəqliyyatı, xüsusən neft və qaz sahələrində, turizmin inkişafına dolayı təsir göstərir. Azərbaycanın təbii və mədəni zənginlikləri, əlverişli coğrafi mövqeyi və zəngin tarixi irsi turizm üçün geniş imkanlar yaradır. Ümumilikdə, Azərbaycanın turizm sahəsindəki inkişafı dövlət proqramları və beynəlxalq əməkdaşlıqlarla dəstəklənir, nəqliyyat xidmətləri isə bu inkişafın əsas faktorlardan biridir.Azərbaycanın nəqliyyat infrastrukturu yalnız turizmin inkişafını sürətləndirmir, həm də ölkənin beynəlxalq rəqabət qabiliyyətini artırır. Yüksək keyfiyyətli nəqliyyat xidmətləri turistlərə rahat və sərfəli səyahət imkanı verərək, ölkənin turizm bazarını genişləndirir.

Açar sözlər: turizm sektoru, nəqliyyat, dəmir yolu, kruizlər, avtoturizm

Abtract: This article analyzes the role of transportation in Azerbaijan's rapidly developing tourism sector. Modern and efficient transportation infrastructure positively impacts the influx of tourists into the country and enriches the tourism experience. Various modes of transportation in Azerbaijan – railway, road, air, and sea transport – contribute significantly to the development of tourism.Azerbaijan Railways, particularly the Baku-Tbilisi-Kars route, serve international connections while domestic routes provide tourists with convenient travel options. Railway transport is developing, and the improvement of high-speed trains facilitates passenger transportation. Shipping is also important for international tourism, as cruises and domestic waterways attract tourists' attention.Car tourism is also growing, especially with the increasing demand from passengers along the "Silk Road" route. Road tourism requires high-quality services and equipment. Air transportation also plays a vital role in tourism, particularly with flights organized for groups, covering tourism routes.Pipeline transport, particularly in the oil and gas sectors, indirectly impacts the development of tourism. Azerbaijan's natural and cultural wealth, favorable geographical location, and

rich historical heritage create ample opportunities for tourism.Overall, Azerbaijan's tourism development is supported by state programs and international cooperation, with transportation services being one of the key factors in this growth.Azerbaijan's transportation infrastructure not only accelerates tourism development but also enhances the country's international competitiveness. High-quality transportation services provide tourists with convenient and affordable travel options, expanding the country's tourism market.

Açar sözlər: tourism sector, transportation, railway, cruises, car tourism

Резюме: Эта статья анализирует роль транспорта в быстро развивающемся туристическом секторе Азербайджана. Современная и удобная транспортная инфраструктура оказывает положительное влияние на приток туристов в страну и обогащает туристический опыт. Разнообразные виды транспорта Азербайджана – железнодорожный, автомобильный, воздушный и водный транспорт – вносят большой вклад в развитие туризма.Азербайджанские железные дороги, особенно маршрут Баку-Тбилиси-Карс, обслуживают международные связи, а также внутренние маршруты предоставляют туристам удобные возможности для передвижения. Железнодорожный транспорт развивается, и совершенствующиеся высокоскоростные поезда облегчают пассажирские перевозки. Судоходство также имеет важное значение для международного туризма, так как круизы и внутренние водные пути привлекают внимание туристов.Автомобильный туризм также развивается, особенно с ростом спроса пассажиров, связанного с маршрутом «Шелкового пути». Автотуризм требует высокого уровня обслуживания и оборудования. Воздушный транспорт также играет важную роль в туризме, особенно при организации рейсов для групп, которые охватывают туристические маршруты.Трубопроводный транспорт, особенно в нефтяной и газовой отраслях, косвенно влияет на развитие туризма. Природные и культурные богатства Азербайджана, его удобное географическое расположение и богатое историческое наследие создают большие возможности для туризма. В целом, развитие туризма в Азербайджане поддерживается государственными программами и международным сотрудничеством, а транспортные услуги являются одним из основных факторов этого роста.Транспортная инфраструктура Азербайджана не только ускоряет развитие туризма, но и повышает международную конкурентоспособность страны. Высококачественные транспортные услуги предоставляют туристам удобные и доступные возможности для путешествий, расширяя туристический рынок страны.

Ключевые слова: туристический сектор, транспорт, железнодорожный транспорт, круизы, автомобильный туризм

Azərbaycanın sürətlə inkişaf edən turizm sektorunda nəqliyyat xidmətləri mühüm rol oynayır. Müasir və əlçatan nəqliyyat infrastrukturunun qurulması turist axınını canlandırır. Regionlararası və beynəlxalq bağlantılar ölkəyə gələn turistlərin rahatlığını təmin edir. Nəqliyyatın keyfiyyəti turizm təcrübəsinin əsas göstəricilərindən biri sayılır.Nəqliyyatın turizm sektoruna təsiri böyük əhəmiyyət kəsb

edir. Müasir və inkişaf etmiş nəqliyyat infrastrukturu, turistlərin rahatlıqla müxtəlif məkanlara səyahət etməsinə imkan verir. Həmçinin, ölkəyə gələn turistlərin sayını artırmaqla iqtisadiyyata müsbət təsir göstərir. Yüksək keyfiyyətli nəqliyyat xidmətləri, turizm təcrübəsini zənginləşdirir və daha cazibədar edir.

Dünyada dəmir yolu nəqliyyatına maraq hər gün artır. Ölkəmiz davamlı olaraq inkişaf edir. Son illər turizm insanların seçiminin bölünməz hissəsinə çevrilib. Hər il milyonlarla insan fərqli ölkələrə səyahət edir. Turistlərin artan tələbatının ödənilməsində nəqliyyat sahəsinin böyük payı var. Bu nəqliyyat növlərindən biri olan dəmir yolu nəqliyyatı da bu sektorda fərqlənir [1].

Azərbaycanda müasir nəqliyyatın növlərinin demək olar ki, bütün növləri mövcuddur.Respublikamızın nəqliyyat şəbəkəsinin tərkibinə dəmiryolu nəqliyyatı,su nəqliyyatı,avtomobil nəqliyyatı,hava yolları nəqliyyatı,boru kəmərləri nəqliyyatı və şəhər nəqliyyatı daxildir.Nəqliyyat yük və sərnişin daşımalarında böyük rol oynayır [2].

Azərbaycan Dəmir Yolları ölkədaxili və beynəlxalq səyahətlər üçün əlverişli nəqliyyat vasitəsidir.Bakı-Tbilisi-Qars dəmiryolu – Azərbaycanı Gürcüstan və Türkiyə ilə birləşdirir, turizmin inkişafına töhfə verir.Bakı-Ağstafa, Bakı-Gəncə, Bakı-Lənkəran və Bakı-Astara kimi daxili marşrutlar turistlər üçün sərfəlidir.Yeni yüksək sürətli qatarlar ilə Bakı-Gəncə marşrutu daha rahat və sürətlidir.1878–79-cu il Bakı – Balaxanı istiqamətində ilk dəmiryolu xətti çəkilib. 1883-cü il Bakı – Batumi, XX əsrin əvvəlləri Bakı – Dərbənd, əsrin 40-cı il Ələt – Culfa dəmiryolu xətti istifadəyə verilib. Bakının ətrafında dairəvi dəmiryolu xətti fəaliyyət göstərir. 1986-cı il Yevlax – Balakən dəmiryolu xətti çəkilib.

Dəmiryolu nəqliyyatı elm və texnikanın ən yeni uğurlarına çox vacib olan bir sahədir. Bu gün dünya nəqliyyat sistemində daşıma prosesi, yüksək texnologiya, informatika və rabitənin ən yeni səviyyəsinə nüfuz edir, bu deyilənlərdən yararlanan dövlətlərdə dəmiryolu nəqliyyatının inkişaf istiqaməti tamamilə dəyişir [3.səh.48].

Gəmiçilik şirkətlərinin rəhbərləri hesab edirlər ki,beynəlxalq iri turoperatorlar və turist sinifli nəqliyyat vasitələrinin, ilk növbədə istehlakçılarına çıxış-lizinq əməliyyatlarını və investisiyalarını ruhlandıra bilər [3.səh.68]. Turistlər üçün kruizin diqqətçəkən xarakteristikaları marşrutda aralıq limanlar arasında keçidlərin davam etməsi və marşrutun uzunluğu, limanlarda gəmilərin durma müddəti hesab olunurlar [3.səh.69]. Mövsümi işləyən çay və göl nəqliyyatı ilə daxili su yollarında kruizlər çaylarda, göllərdə, iri su anbarlarında, kanallarında və şlüzlərində keçidlər də daxil olmaqla həyata keçirilir.Turistlərin çoxu daxili su nəqliyyatında tutumsuz gəmilərdən istifadə edilər.

Avtomobil dedikdə, fərdi istifadədə olan və ya ikirayə götürülmüş avtomobillərdə gəzintilər başa düşülür. Avtomobil turizmi zamanı səyyah hər hansı bir növ ictimai nəqliyyatın təklif etdiyi nəqliyyat xidmətlərindən istifadə etmir. Lakin bu o demək deyil ki, avtoturistin bütün xidmətlərə tələbatı özünü göstərmir [3.səh.56].

Avtoturistin yaxşı avadanlıqlaşdırılmış yollara, avtotəmir və yanacaqdoldurma stansiyalarının təklif etdiyi xidmətlərə ehtiyacı vardır.Avtoturizm əhatəli inkişafını xüsusən də son dövrlərdə almağa başlamışdır. Bu avtomobilqayırmanın son nailiyyətləri ilə bərabər “İpək yolu” marşrutunun

canlandırılmasıdır.Azərbaycan Respublikasında inkişafını gözləyən turizm sənayesinin ən vacib ehtiyatı-müxtəlif təbii landşdft, çimərliklər, çimmək üçün ardıcıl yüksək səmərəli günlərə malik Xəzər dənizinin narın qumlu sahilləridir.Azərbaycanda mövcud mineral sular və müalicəvi palçıqlar turizmin təkcə istirahət üçün deyil, həm də müalicəvi əhəmiyyətli təşkili üçün geniş yollar açır.

Azərbaycanın "İpək yolu" turizm marşrutuna daxil olması yaxın illərdə turistlərin Respublikaya axınını xeyli çoxaltmağa imkan verəcək, gələcəkdə beynəlxalq turist axınının sahələrini ölkəmizə cəlb etməklə turizmin stabil inkişafını təmin edəcəkdir. [4]

Uçuş marşrutları böyük, orta, orta və kiçik, kiçik uzunluqlu olurlar. Azərbaycan Respublikasının hava nəqliyyatı yerli, uzaq məsafələrə daşıma, beynəlxalq, müntəzəm və qeyri-müntəzəm sərnişin daşıma xətlərində istismar edilir. Ölkə ərazisində 7 aeroport (Bakıda Binə, Gəncədə, Şəkidə, Zaqatalada, Yevlaxda. Xocalıda və Naxçıvan MR-da) və aerodromlar fəaliyyət göstərir. Helikopterlərin Zabrat qəsəbəsində uçuş meydançaları da hava nəqliyyatı parkını tamamlayır.[3.səh.118]

Azərbaycanda **boru kəməri nəqliyyatı** əsasən neft, qaz və suyun daşınması üçün işlədilsə də, turizm sahəsinə də müəyyən təsirlər göstərir. Bu təsirlər birbaşa olmasa da, ölkənin turizm imkanlarının inkişafına bu şəkildə kömək edir.Boru kəmərləri vasitəsilə otellərə, istirahət mərkəzlərinə və sanatoriyalara **qaz və su** təchizatı təmin edilir.Naftalan nefti və digər mineral sular borular vasitəsilə sanatoriyalara və spa mərkəzlərinə çatdırılır. **Bakı–Tbilisi–Ceyhan neft kəməri** və **Cənub Qaz Dəhlizi** kimi iri enerji layihələri mühəndislik sahəsinə maraq göstərənlər üçün maraqlı turistik yerlərə çevrilib.

Son illərdə turizm sahəsinin inkişafı istiqamətində bir sıra məqsədli tədbirlərin həyata keçirilməsi bu sahənin davamlı inkişafına səbəb olmuşdur. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2002-ci il 27 avqust tarixli 1029 nömrəli Sərəncamı ilə "Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı"nın həyata keçirilməsi nəticəsində turizmin inkişafı üçün münbit şərait yaradılmış və ölkəmizin beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyasının əsası qoyulmuşdur.[5]

Azərbaycanda turizm sektorunda mövcud olan böyük 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.[6]

Sərnişinlərin etibarının və rahat olmağının təmin olunması üçün Bakıdan Naftalanadək avtomobil, qatar ilə avtobus əlaqəsi gücləndiriləcəkdir. Nəticədə, Bakı ilə Naftalan arasında sürətli, yüksək səviyyəli avtobus ilə qatar xidmətlərinə başlamaq məqsədilə aidiyyəti dövlət şirkətləri arasında əməkdaşlıq münasibətləri qurulacaqdır.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi, 2016

2. Əzizov K. Azərbaycan Respublikasında Turizmin inkişafı ilə əlaqədar olaraq Dəmiryolu nəqliyyatının inkişafı və perspektivləri. Qədim diyar Beynəlxalq onlayn humanitar və ictimai elmlər jurnalı, 2021, 3(1), s.64-68
3. Heydərov Ş. Turizmdə nəqliyyat xidmətlərinnin təşkili, Mingəçevir, 2011
4. Loğmanoğlu S. Azərbaycanda turizmin inkişaf istiqamətləri geniş və çoxsahəlidir. Yeni Azərbaycan, 2011, 24 fevral, s.3.
5. Musayev R. Hava nəqliyyatının Azərbaycan turizminin inkişafında rolu və qiymətləndirilməsi, magistr dissertasiyası. Bakı 2018.

CAMAL MƏMMƏDOV

Azərbaycanda qonaqpərvərlik və qida sənayesinin müasir vəziyyəti və turizm inkişafi konteksində gələcək perspektivləri

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr
E-mail: mammadov.camal.2301@atmu.edu.az

Xülasə: Bu məqalədə Azərbaycan mətbəxinin zəngin kulinariya ənənələrinin qastronomik turizm kontekstində necə təqdim oluna biləcəyi təhlil olunur. Mətndə qastronomik turizmin mahiyyəti, Azərbaycanın bu sahədəki mövcud imkanları və milli mətbəxin beynəlxalq tanıdılması yolları araşdırılır. Həmçinin qarşıda duran problemlər və onların həlli yolları göstərilir. Məqalə nəticə olaraq qeyd edir ki, Azərbaycan mətbəxi dünya miqyasında tanınmaq üçün böyük potensiala malikdir və düzgün strategiyalarla bu sahədə uğurlar əldə etmək mümkündür.

***Açar sözlər**: qida , turizm, qastronomiya, prespektiv*

Abstract: This article analyzes how the rich culinary traditions of Azerbaijani cuisine can be promoted within the framework of gastronomic tourism. It explores the essence of gastronomic tourism, Azerbaijan's current opportunities in the field, and strategies for international recognition of national cuisine. The paper also highlights the existing challenges and proposes solutions. In conclusion, it states that Azerbaijani cuisine holds great potential for global recognition, and with the right strategies, significant progress can be achieved in this area.

***Keywords**:* food, tourism, gastronomy, perspective

Резюме: В данной статье рассматривается, каким образом богатые кулинарные традиции азербайджанской кухни могут быть представлены в контексте гастрономического туризма. Анализируются суть гастрономического туризма, существующие возможности Азербайджана в этой сфере и пути продвижения национальной кухни на международной арене. Также освещаются существующие проблемы и предлагаются пути их решения. В заключение отмечается, что

азербайджанская кухня обладает высоким потенциалом для признания на мировом уровне, и при правильной стратегии возможен значительный успех в этой области.

Ключевые слова: еда, туризм, гастрономия, перспектива

Giriş. Qloballaşma dövründə ölkələrin mədəniyyətlərini və iqtisadi imkanlarını dünyaya tanıtmaq üçün ən effektiv vasitələrdən biri turizmdir. Bu turizm növləri içərisində isə qastronomik turizm son illərdə özünəməxsus dinamika ilə inkişaf edərək xüsusi əhəmiyyət kəsb etmişdir. Qastronomik turizm yalnız yemək içmək fəaliyyətindən ibarət olmayıb, eyni zamanda xalqın mədəniyyətini, həyat tərzini, tarixi və etnoqrafik xüsusiyyətlərini də əhatə edən dərin sosial fenomenə çevrilmişdir.

Azərbaycan zəngin təbii sərvətləri, coğrafi mövqeyi və çoxəsrlik mədəni irsi ilə yanaşı, həm də müxtəlif və dadlı mətbəxi ilə seçilir. Bu mətbəx təkcə daxili turizm üçün deyil, həm də ölkənin beynəlxalq səviyyədə tanıdılması baxımından böyük potensiala malikdir. Bu məqalədə Azərbaycanın qastronomik turizm imkanları, milli mətbəxin dünya arenasına çıxarılması yolları, mövcud çətinliklər və gələcək inkişaf strategiyaları geniş şəkildə təhlil ediləcəkdir [7, s.87].

Azərbaycan mətbəxi minilliklər boyu formalaşmış zəngin mədəniyyətin ayrılmaz hissəsidir. Bu mətbəx regionların etnik və iqlim fərqlərinə uyğun olaraq müxtəliflik nümayiş etdirir. Hər bölgənin özünəməxsus yemək növləri vardır: Şəkinin piti yeməyi, Lənkəranın ləvəngi, Quba və Qusarın çığırtması, Naxçıvanın dovğası və s. Bu regionlara xas yeməklər ölkənin daxilində və xaricində turistlər üçün maraq doğuran faktor kimi çıxış edir [1, s.24].

Mətbəximizin əsas özəlliklərindən biri təbii məhsullardan istifadə, yeməklərin zəngin ədviyyatlarla hazırlanması və ənənəvi bişirmə üsullarının qorunub saxlanmasıdır. Azərbaycan plovu təkcə yemək deyil, həm də mərasim, ailə dəyərləri və qonaqpərvərlik simvoludur. Bu kontekstdə mətbəx həm kulinariya, həm də sosial-mədəni fenomen kimi çıxış edir. Qastronomik turizm – turistlərin getdikləri ölkə və ya regionun yerli mətbəxi ilə tanış olmaq, yeməkləri dadmaq və kulinariya fəaliyyətlərində iştirak etmək məqsədilə etdikləri səfərlərdir. Bu turizm növü yalnız yeməklə məhdudlaşmır; aşpazlıq dərsləri, yerli bazarlara səyahət, kənd təsərrüfatı sahələrinə ekskursiyalar və qida festivalları da bu kateqoriyaya daxildir.

Dünya miqyasında İtaliya, Fransa, Yaponiya, Türkiyə kimi ölkələr artıq uzun müddətdir ki, qastronomik turizmdən gəlir əldə edir. Bu ölkələr mətbəxlərini brendləşdirərək onu milli identikliyə çevirməyi bacarmışlar. Azərbaycan üçün də bu cür model tətbiq edilə bilər [3, s.54].

Son illərdə ölkədə turizmin inkişafı istiqamətində ciddi addımlar atılmışdır. Dövlət Turizm Agentliyi və Azərbaycan Turizm Bürosu tərəfindən aparılan layihələr çərçivəsində qastronomik turizm də diqqət mərkəzinə alınmışdır. Bakı şəhərində və regionlarda müxtəlif qida festivalları (məsələn, "Milli Mətbəx Festivalı", "Şəki Şirniyyat Günləri") keçirilir. Bu tədbirlər yerli mətbəxin tanıdılması ilə yanaşı, turizmin iqtisadi töhfəsini də artırır. Bundan əlavə, bəzi restoran və mehmanxanalar artıq yerli qida menyularını xarici turistlər üçün uyğunlaşdıraraq təqdim edirlər. Qonaqlar üçün qutab, dolma, dovğa kimi yeməklərin

hazırlanması üzrə master-klasslar da təşkil olunur. Bu cür fəaliyyətlər qastronomik turizmin əsas dayaqlarındandır.

Azərbaycan mətbəxinin beynəlxalq aləmdə tanıdılması üçün geniş imkanlar mövcuddur. Beynəlxalq sərgilər: Azərbaycanın müxtəlif ölkələrdə keçirilən qida və turizm sərgilərində fəal iştirakı müsbət nəticələr verir. Diaspora fəaliyyəti: Xarici ölkələrdə fəaliyyət göstərən Azərbaycan restoranları və icmaları vasitəsilə milli mətbəx təbliğ edilə bilər. Qastronomik televiziya və sosial media: Youtube, Instagram, TikTok kimi platformalarda kulinariya videoları paylaşmaqla, gənc nəsil arasında maraq oyatmaq mümkündür. Kulinariya məktəbləri və festivallar: Azərbaycanda və ya xaricdə milli mətbəximizin tədrisi bu sahənin peşəkarlaşdırılmasına kömək edə bilər [6, s.67].

Qastronomik turizmin inkişafı üçün potensial yüksək olsa da, bir sıra problemlər də mövcuddur. Marketinq çatışmazlığı: Milli mətbəx dünya miqyasında hələ tam tanıdılmayıb. Peşəkar kadrların azlığı: Qida turizmi sahəsində ixtisaslaşmış bələdçilər, aşpazlar və təşkilatçılar çatışmır. İnfrastruktur məsələləri: Bəzi regionlarda restoran və qida obyektlərinin standartlara uyğunluğu zəifdir.

Dil baryeri: Xarici turistlər üçün menyuların tərcüməsi və xidmətin çoxdilli olması hələ tam təmin olunmayıb. Azərbaycanın qastronomik turizm potensialından maksimum faydalanmaq üçün aşağıdakı tədbirlər tövsiyə olunur. Qastronomik brendinq siyasəti hazırlanmalı, əsas yeməklər beynəlxalq səviyyədə markalaşdırılmalıdır. Regionlarda qastronomik turizm marşrutları hazırlanaraq turistlərə fərqli mətbəx növləri təqdim edilməlidir [4, s.135].

Dövlət və özəl sektor arasında əməkdaşlıq gücləndirilməli, turizm investisiyaları artırılmalıdır. Peşəkar kadr hazırlığı üçün kulinariya və turizm məktəblərində müasir tədris proqramları tətbiq olunmalıdır. Rəqəmsal platformalarda (sosial media, veb saytlar, mobil tətbiqlər) Azərbaycan mətbəxinə dair çoxdilli məzmun hazırlanmalıdır. Azərbaycanın zəngin mətbəx irsi onun turizm potensialının mühüm tərkib hissəsidir. Qastronomik turizm sahəsi həm mədəni irsin qorunmasına, həm də iqtisadi artıma töhfə verir. Bu sahənin inkişaf etdirilməsi üçün milli mətbəxin sistemli şəkildə təqdimatı, brendləşdirilməsi və qlobal platformalarda təbliği vacibdir. Doğru strategiyalar tətbiq olunduğu təqdirdə, Azərbaycan mətbəxi dünya səviyyəsində tanınmış qastronomik mədəniyyətlər arasında öz yerini tuta bilər.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Fətəliyev H.C.. Məmmədova F.T., Fətəliyeva Ş.T. Şərab turizmi. Bakı 2021, 277s.
2. Məmmədov C.A., Bilalov V.Ə. Azərbaycanda gəlmə turizm və onun inkişaf yolları. Bakı: Mütərcim, 2004. 212 s.
3. Məmmədov C.A., Rəhimov S.H. Turizm və onunla əlaqəli sahələrdə işlədilən termin və anlayışların izahlı lüğəti. Bakı: Qanun, 2000. 272 s,
4. Məmmədov C.A., Soltanova 11.V., Rəhimov S,H. Beynəlxalq turizmin coğrafiyası Bakı, 2002. 548 s
5. Məmmədov E.Q. Turizm bazan respublikanın sosial-iqtisadi inkişaf amili kimi. Bakı: AMEA-nın Xəbərləri, humanitar və ictimai elmlər seriyası, iqtisadiyyat №-l, 2007, səh.l 11-117.

6. Məmmədov E.Q. Turizmin inkişafının iqtisadı potensialının təhlili, Bakı: İqtisadiyyat və Audit №-l, 2007, səh. 54-58.
7. Məmmədov E.Q. Turizmin inkişafının motivasiyası, Bakı: Azərbaycan Aqrar Elmi №-4-5, 2007. səh. 148-152.
8. Məmmədov Ə.R. Azərbaycan Mətbəxi və Turizm İnkişafı, Bakı: Mütərcim, 2019. 298 s.
9. Rəhimov S.H. Turizm-ekskursiya işinin təşkili. Bakı: Mütərcim, 2004. 312 s.

ELŞAD ŞAHƏLİYEV

Azərbaycanda hazir qida məhsullarinin istehsali və bazar təhlili

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr
E-mail: shaheliyev.elshad.2301@atmu.edu.az

Xülasə: Azərbaycanda hazır qida məhsulları sektoru son illərdə sürətli inkişaf mərhələsinə qədəm qoymuşdur. Şəhər həyatının sürətlənməsi, iş rejimlərinin intensivləşməsi və insanların rahatlıq axtarışı bu sahəyə olan tələbatı artırmışdır. Hazır qida məhsullarına konservləşdirilmiş yeməklər, dondurulmuş məhsullar, yarımfabrikatlar, paketlənmiş qəlyanaltılar və digər istifadəyə hazır qidalar daxildir. Bazarda aparılan təhlillər göstərir ki, istehlakçılar daha çox sağlam, təbii tərkibli və tez hazırlanan məhsullara üstünlük verirlər. Gənclər və ofis işçiləri isə fast food və hazır qəlyanaltılara yönəlirlər. Marketlər şəbəkəsinin genişlənməsi, onlayn satış platformalarının inkişafı və logistika imkanlarının yaxşılaşması da bu sahəyə müsbət təsir göstərmişdir.Gələcək perspektivdə yerli brendlərin gücləndirilməsi, ixrac potensialının artırılması və ekoloji cəhətdən dayanıq lı istehsal metodlarının tətbiqi önəmli olacaqdır.

Açar sözlər: *Azərbaycan, hazır qida məhsulları, istehsal, bazar təhlili, gələcək perispektiv.*

Abstract: The ready-to-eat food sector in Azerbaijan has entered a phase of rapid development in recent years. The acceleration of urban life, the intensification of work schedules, and people's search for convenience have increased the demand for this sector. Ready-to-eat food products include canned foods, frozen products, semi-finished products, packaged snacks, and other ready-to-use foods. Market analyses show that consumers prefer products with healthy, natural ingredients, and quick preparation. Young people and office workers, on the other hand, are turning to fast food and ready-to-eat snacks. The expansion of the supermarket network, the development of online sales platforms, and the improvement of logistics capabilities have also had a positive impact on this sector. In the future, strengthening local brands, increasing export potential, and implementing environmentally sustainable production methods will be important.

Keywords: Azerbaijan, ready-to-eat food products, production, market analysis, future perspective.

Резюме: В последние годы сектор готовых к употреблению продуктов питания в Азербайджане вступил в фазу бурного развития. Ускорение городской жизни, ужесточение рабочих

графиков и стремление людей к комфорту увеличили спрос на эту сферу. К готовым к употреблению продуктам относятся консервы, замороженные продукты, полуфабрикаты, упакованные закуски и другие готовые к употреблению продукты. Анализ рынка показывает, что потребители предпочитают полезные для здоровья продукты, в состав которых входят натуральные ингредиенты и которые можно быстро приготовить. Молодежь и офисные работники переходят на фастфуд и готовые закуски. Расширение рыночной сети, развитие платформ онлайн-продаж и улучшение логистических возможностей также оказали положительное влияние на этот сектор. В будущем важное значение будут иметь укрепление местных брендов, увеличение экспортного потенциала и внедрение экологически устойчивых методов производства.

Ключевые слова: Азербайджан, готовые продукты питания, производство, анализ рынка, будущие перспективы.

Giriş. Müasir dövrdə insanların həyat tərzinin sürətlənməsi və gündəlik rejimin intensivləşməsi nəticəsində qida istehlakında dəyişikliklər müşahidə olunur. Xüsusilə şəhər mühitində yaşayan əhali arasında hazır və yarımfabrikat qida məhsullarına olan tələbat artmaqdadır. Bu tendensiya həm yerli, həm də qlobal səviyyədə qida sənayesinin inkişafına və istehsal proseslərinin modernləşdirilməsinə təkan verir. Azərbaycanda da bu istiqamətdə mühüm addımlar atılmış, bir sıra yerli şirkətlər hazır qida məhsullarının istehsalı ilə məşğul olmağa başlamış və bazarda rəqabət mühiti formalaşmışdır. Hazır qida məhsullarının istehsalı həm daxili bazarın təminatı baxımından, həm də ixrac potensialı nöqteyi-nəzərdən böyük əhəmiyyət daşıyır.

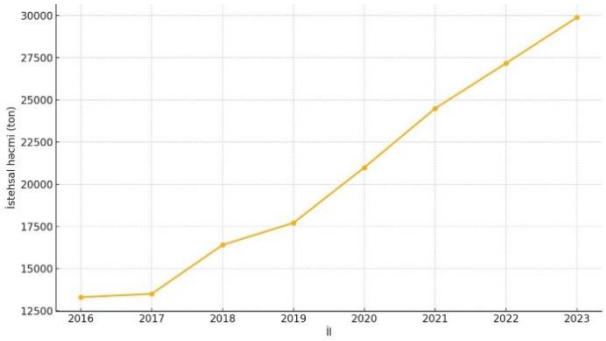
Əsas hissə

Azərbaycanda hazır qida məhsulları bazarının strukturu və istehlak tendensiyaları son illərdə əhəmiyyətli dəyişikliklərə məruz qalmışdır. Bu dəyişikliklər həm istehsal, həm də istehlak səviyyəsində özünü göstərir. Azərbaycanda hazır qida məhsullarının istehsalı müxtəlif alt sektorlara bölünür. Aşağıda bu sektorların hər biri haqqında mövcud məlumatlara əsaslanan geniş məlumat təqdim olunur:

- *Ət və kolbasa məmulatları;* [1].

2016–2023-cü illər ərzində Azərbaycanda kolbasa məmulatlarının istehsalında davamlı artım müşahidə olunmuşdur. 2016-cı ildə kolbasa məmulatlarının ümumi istehsalı 13,300 ton təşkil etmişdir. 2017-ci ildə bu rəqəm cüzi artaraq 13,504 tona çatmışdır. 2018-ci ildə 16,410 tonla əhəmiyyətli artım qeydə alınmışdır. 2019-cu ildə istehsal 17,728 tona çatmışdır. 2020-ci ildə pandemiya dövrünə baxmayaraq istehsal 21,000 ton olmuşdur. 2021-ci ildə artım davam etmiş və istehsal 24,500 tona yüksəlmişdir. 2022-ci ildə bu rəqəm 27,176 tona çataraq sabit artımı qorumuşdur. 2023-cü ildə isə kolbasa məmulatlarının istehsalı 29,890.3 tonla rekord səviyyəyə çatmışdır. Bu artım tendensiyası ölkədə ərzaq sənayesində, xüsusilə ət emalı sahəsindəki texnoloji inkişafı və istehlakçı tələbatındakı yüksəlişi əks etdirir. Qrafikdən də göründüyü kimi, 2016-cı ildən 2023-cü ilə qədər istehsalda ardıcıl artım mövcuddur.

Şəkil 1. Azərbaycanda kolbasa məmulatlarının illik istehsalı (2016-2023)



Mənbə: (https://www.stat.gov.az/menu/6/statistical_yearbooks/source/food_balances_2024.pdf)

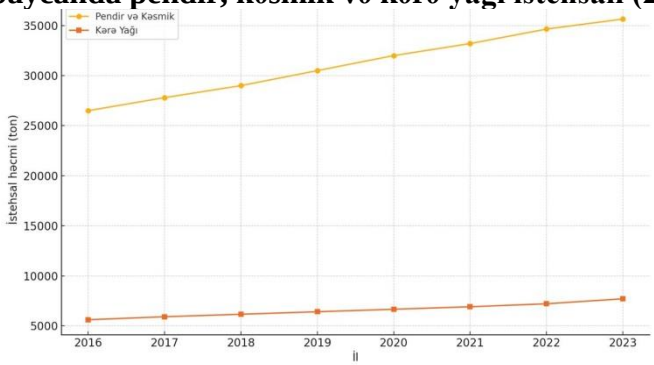
- *Süd Məhsulları:*[2].

İstehsal həcmi: 2016-cı ildə yağlılıq dərəcəsi 1-3% olan süd istehsalı 880,500 ton olmuşdur. Bu göstərici 2017-ci ildə 913,900 ton, 2018-ci ildə 911,300 ton və 2019-cu ildə 945,400 ton təşkil etmişdir. 2016–2023-cü illər ərzində Azərbaycanda süd məhsullarının istehsalında sabit artım müşahidə olunmuşdur. 2016-cı ildə ümumi süd məhsulları istehsalı 1,900,000 ton təşkil etmişdir. 2017-ci ildə bu göstərici 1,950,000 tona yüksəlmiş, 2018-ci ildə 2,000,000 tona çatmışdır. 2019-cu ildə isə artım davam edərək 2,050,000 tona, 2020-ci ildə 2,100,000 tona, 2021-ci ildə 2,150,000 tona və 2022-ci ildə 2,200,000 tona qədər yüksəlmişdir. 2023-cü ildə isə bu göstərici 2,284,000 tona çataraq rekord səviyyəyə qalxmışdır. Bu statistik artım ölkədə süd emalı sənayesinin genişlənməsi, fermalarda məhsuldarlığın artması və daxili bazarda tələbatın yüksəlməsi ilə izah oluna bilər.

- *Pendir, yağ və kəsmik:* [3, s 45-53].

2016–2023-cü illər ərzində Azərbaycanda pendir, kəsmik və kərə yağı istehsalında sabit artım müşahidə olunmuşdur. 2016-cı ildə pendir və kəsmik istehsalı 26,500 ton təşkil etmişdir. 2017-ci ildə bu göstərici 27,800 tona yüksəlmiş, 2018-ci ildə 29,000 tona, 2019-cu ildə isə 30,500 tona çatmışdır. 2020-ci ildə artım davam etmiş və istehsal 32,000 tona qədər yüksəlmişdir. 2021-ci ildə pendir və kəsmik istehsalı 33,200 ton, 2022-ci ildə 34,650 ton, 2023-cü ildə isə 35,649 ton təşkil etmişdir. Eyni dövrdə kərə yağı istehsalı da artmışdır. 2016-cı ildə 5,600 ton olan kərə yağı istehsalı 2017-ci ildə 5,900 ton, 2018-ci ildə 6,150 ton, 2019-cu ildə 6,400 ton olmuşdur. 2020-ci ildə bu göstərici 6,650 tona, 2021-ci ildə 6,900 tona, 2022-ci ildə 7,200 tona və 2023-cü ildə isə 7,700 tona çatmışdır. Bu artım dinamikası ölkədə süd emalı sənayesinin inkişafını, texnoloji imkanların genişlənməsini və istehlak tələbatının artmasını əks etdirir.

Şəkil 2. Azərbaycanda pendir, kəsmik və kərə yağı istehsalı (2016-2023)



Mənbə: (https://www.stat.gov.az/menu/6/statistical_yearbooks/source/food_balances_2024.pdf)

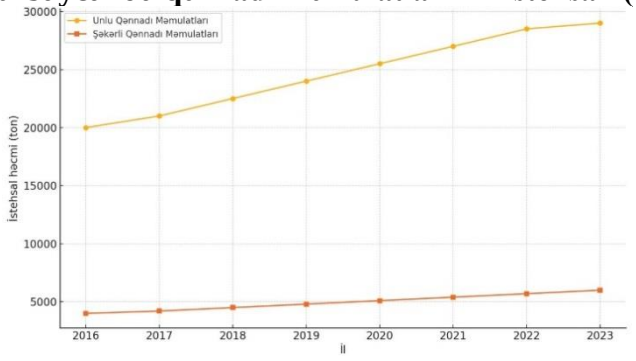
- *Konservləşdirilmiş Tərəvəz və Meyvələr :*

2016–2023-cü illər ərzində Azərbaycanda konservləşdirilmiş meyvə və tərəvəz məhsullarının istehsalı ardıcıl olaraq artmışdır. 2016-cı ildə bu məhsulların istehsal həcmi 88,000 ton təşkil etmişdir. 2017-ci ildə bu göstərici 91,000 tona, 2018-ci ildə isə 95,000 tona yüksəlmişdir. 2019-cu ildə konservləşdirilmiş məhsulların istehsalı 98,000 ton olmuşdur. 2020-ci ildə artım davam edərək 102,000 tona çatmış, 2021-ci ildə isə bu göstərici 110,000 ton səviyyəsində qeydə alınmışdır. 2022-ci ildə istehsal həcmi 117,900 tona çatmış, 2023-cü ildə isə 121,096.2 tonla rekord səviyyəyə qalxmışdır. Bu artım ölkədə kənd təsərrüfatı məhsullarının emal gücünün artması, bazarda tələbin yüksəlməsi və ixrac imkanlarının genişlənməsi ilə izah olunur [4, s 60-70].

- *Qənnadı Məmulatları:*

2016–2023-cü illər ərzində Azərbaycanda qənnadı məmulatlarının – yəni unlu və şəkərli məhsulların – istehsalında sabit artım müşahidə olunmuşdur. 2016-cı ildə unlu qənnadı məmulatlarının istehsalı 20,000 ton təşkil etmişdir. 2017-ci ildə bu göstərici 21,000 tona, 2018-ci ildə 22,500 tona, 2019-cu ildə isə 24,000 tona yüksəlmişdir. 2020-ci ildə istehsal həcmi 25,500 tona, 2021-ci ildə 27,000 tona, 2022-ci ildə 28,500 tona çatmış və 2023-cü ildə 29,000 tonla nəticələnmişdir. Şəkərli qənnadı məmulatlarında da bənzər artım qeydə alınmışdır: 2016-cı ildə 4,000 ton olan istehsal 2017-ci ildə 4,200 tona, 2018-ci ildə 4,500 tona, 2019-cu ildə 4,800 tona yüksəlmiş, 2020-ci ildə 5,100 ton, 2021-ci ildə 5,400 ton, 2022-ci ildə 5,700 ton və 2023-cü ildə isə 6,000 ton olmuşdur. Bu artım tendensiyası ölkədə qənnadı sənayesinin inkişaf etdiyini, daxili bazarda bu məhsullara olan tələbin artdığını və istehsal güclərinin genişləndiyini göstərir [5].

Şəkil 3. Azərbaycanda qənnadı məmulatlarının istehsalı (2016-2023)



Mənbə: https://www.stat.gov.az/menu/6/statistical_yearbooks/source/food_balances_2024.pdf

Bu məlumatlar göstərir ki, Azərbaycanda hazır qida məhsullarının istehsalı son illərdə müxtəlif dinamikalarla inkişaf etmişdir. Bəzi sektorlar artım göstərmiş, digərləri isə azalma tendensiyası ilə üzləşmişdir. Bu cür məlumatlar, ölkənin qida sənayesinin inkişafını və istehlak tələbatını anlamaq üçün əhəmiyyətlidir.

Nəticə. Aparılan araşdırmalar göstərir ki, Azərbaycanda hazır qida məhsullarına olan tələbat ildən-ilə artmaqdadır və bu sahə qida sənayesinin perspektivli istiqamətlərindən biri kimi formalaşır. Şəhər həyatının sürətlənməsi, sosial həyat tərzinin dəyişməsi və rahatlıq axtarışı insanların daha çox tez hazırlanan və istifadəyə hazır qidalara üstünlük verməsinə səbəb olmuşdur.

Ədəbiyyat

1. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi. (*Azərbaycan Respublikasında qida məhsullarının istehsalı üzrə statistik göstəricilər*. Bakı: ARDSK. 2023. https://stat.gov.az

2. İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzi. *Azərbaycanda ərzaq təhlükəsizliyi və ərzaq sənayesinin inkişaf perspektivləri*. Bakı: İİTKM. 2022. https://economic-reforms.az

3. Əliyev, T. Azərbaycanda qida sənayesinin inkişafı və müasir tendensiyalar. Azərbaycan İqtisadiyyat Jurnalı, №3, 2020. s. 45–53.

4. Məmmədova, L. Hazır qida məhsulları bazarının inkişaf perspektivləri. "İqtisadi və Sosial Tədqiqatlar" jurnalı, №4, 2021. s. 60–70

5. https://www.stat.gov.az/menu/6/statistical_yearbooks/source/food_balances_2024.pdf

ƏSLİ ZEYNALOVA

Quba rayonunun etnomədəni müxtəlifliyinin turizmin inkişafına təsiri

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: zeynalova.esli.2401@atmu.edu.az

Xülasə: Quba rayonu Azərbaycanın şimalında yerləşən və zəngin etnomədəni müxtəlifliyi ilə seçilən bir bölgədir. Rayonun ərazisində azərbaycanlılar, ləzgilər, tatlar, yəhudilər və digər etnik qruplar birgə yaşayır. Bu müxtəliflik isə mədəni irsin rəngarəngliyinə və bölgənin turizm potensialına böyük töhfə verir. Quba rayonunun etnomədəni müxtəlifliyi turizm sektorunun inkişafında mühüm rol oynayır. Etnik qrupların adət-ənənələri, milli mətbəxləri, folklor nümunələri və sənətkarlıq məhsulları turistlər üçün cəlbedici amillərdir. Quba xalçaları, dağ yəhudilərinin unikal mədəniyyəti və ləzgi folkloru bölgəyə gələn turistlərin marağını artırır. Xınalıq kimi qədim yaşayış məskənləri də etnoturizmin inkişafına töhfə verir. Bölgənin mənzərəli dağları, meşələri və unikal iqlimi ekoturizm üçün əlverişli şərait yaradır. Eyni zamanda, Qubada yerləşən qədim məbədlər, məscidlər və tarixi abidələr də mədəni turizmin inkişafına töhfə verir. Yerli icmaların turizmə cəlb olunması və qonaqpərvərlik ənənələri turistlərin məmnuniyyətini artırır. Bu amillər Qubanın turizm potensialını daha da gücləndirir.

Quba etnik müxtəlifliyi və zəngin mətbəxi ilə fərqlənir. Yerli mətbəxdə Quba paxlavası, alma mürəbbəsi, tsıq, çudu kimi yeməklər məşhurdur.Quba almaları və Quba paxlavası isə bölgənin brendinə çevrilib. Qastronomiya turizminin inkişafı ilə yanaşı, homestay proqramları da turistləri cəlb edir. Bu mədəni zənginlik turistlərə unikal təcrübələr təqdim edir və regionun iqtisadiyyatının güclənməsinə şərait yaradır. Etnoturizm marşrutları və mədəni festivallar turist axınının artmasına səbəb olur. Quba rayonunun turizm imkanlarının genişləndirilməsi üçün mədəni irsin qorunması və təbliği mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Beləliklə, Quba rayonunun etnomədəni müxtəlifliyi turizmin inkişafında əvəzsiz rol oynayır və regionun mədəni irsinin yaşadılmasına xidmət edir.

Açar sözlər: Quba rayonu, etnomədəni müxtəliflik, turizm sektoru, dağ yəhudiləri, ləzgi folkloru,

Abstract: Guba district is located in the north of Azerbaijan and is distinguished by its rich ethnocultural diversity. Azerbaijanis, Lezgins, Tats, Jews and other ethnic groups live together in the

district. This diversity greatly contributes to the diversity of cultural heritage and the tourism potential of the region. The ethnocultural diversity of Guba district plays an important role in the development of the tourism sector. The customs and traditions of ethnic groups, national cuisine, folklore examples and handicrafts are attractive factors for tourists. Guba carpets, the unique culture of the Mountain Jews and Lezgin folklore increase the interest of tourists visiting the region. Ancient settlements such as Khinalig also contribute to the development of ethnotourism. The picturesque mountains, forests and unique climate of the region create favorable conditions for ecotourism. At the same time, ancient temples, mosques and historical monuments located in Guba also contribute to the development of cultural tourism. The involvement of local communities in tourism and traditions of hospitality increase the satisfaction of tourists. These factors further strengthen the tourism potential of Guba.

Guba is distinguished by its ethnic diversity and rich cuisine. In the local cuisine, dishes such as Guba baklava, apple jam, tsig, chudu are popular. Guba apples and Guba baklava have become the brand of the region. Along with the development of gastronomic tourism, homestay programs also attract tourists. This cultural richness offers tourists unique experiences and creates conditions for strengthening the economy of the region. Ethnotourism routes and cultural festivals lead to an increase in tourist flows. The preservation and promotion of cultural heritage is of great importance for expanding the tourism opportunities of the Guba region. Thus, the ethnocultural diversity of the Guba region plays an indispensable role in the development of tourism and serves to preserve the cultural heritage of the region.

Keywords: Guba region, ethnocultural diversity, tourism sector, mountain jews, lezgi folklore

Резюме: Губинский район расположен на севере Азербайджана и отличается богатым этнокультурным разнообразием. В регионе совместно проживают азербайджанцы, лезгины, таты, евреи и представители других национальностей. Это разнообразие вносит значительный вклад в туристический потенциал региона. Этнокультурное разнообразие Губинского района играет важную роль в развитии туристической сферы. Обычаи и традиции этнических групп, их национальная кухня, образцы фольклора и ремесла являются привлекательными факторами для туристов. Губинские ковры, самобытная культура горских евреев, лезгинский фольклор повышают интерес туристов, посещающих регион. Древние поселения, такие как Хыналыг, также способствуют развитию этнотуризма. Живописные горы, леса и уникальный климат региона создают благоприятные условия для экотуризма. В то же время расположенные в Губе древние храмы, мечети и исторические памятники также способствуют развитию культурного туризма. Вовлечение местных сообществ в туризм и традиции гостеприимства повышают удовлетворенность туристов. Эти факторы еще больше усиливают туристический потенциал Губы.

Губа отличается своим этническим разнообразием и богатой кухней. В местной кухне популярны такие блюда, как губанская пахлава, яблочное варенье, циг и чуду. Губинские яблоки и губинская пахлава стали брендом региона. Наряду с развитием гастрономического туризма, туристов

также привлекают программы проживания в семье. Это культурное богатство дарит туристам уникальные впечатления и способствует укреплению экономики региона. Этнотуристические маршруты и культурные фестивали способствуют росту числа туристов. Сохранение и популяризация культурного наследия имеет большое значение для расширения туристических возможностей Губинского региона. Таким образом, этнокультурное разнообразие Губинского района играет незаменимую роль в развитии туризма и служит сохранению культурного наследия региона.

Ключевые слова: Губинский район, этнокультурное разнообразие, туристический сектор, ковры, лезгинский фольклор

Quba rayonu Azərbaycanın şimal-şərq hissəsində yerləşən, ərazisinə görə Azərbaycanın ən böyük regionlarından biridir. Rayon Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonunun tərkibində yerləşən turistik bir bölgədir. Şimalda Qusar, cənubda Şamaxı və Xızı, Şərqdə Xaçmaz, Qərbdə Qəbələ, -şərq və cənubdan Şabran, cənub-qərbdə İsmayıllı rayonları ilə həmsərhəddir. Quba rayonun ərazisi 2,61min kv.km-dir. [1, s.533]

Quba rayonunun çoxmillətli olması bir sıra tarixi, coğrafi və sosial səbəblərdən irəli gəlir. Bu səbəblər Qubanın etnik müxtəlifliyini formalaşdırmış, Qubanı çoxetnoslu rayona çevirmişdir. Rayon Böyük Qafqaz dağlarının cənubunda yerləşir ki, daha çox dağlıq ərazidə yaşayan əhali öz mədəniyyətini, adət və ənənələrini qoruyub saxlamışdı. Tarixi ipək yolu üzərində yerləşməsi müxtəlif xalqların, mədəniyyətlərin qaynayıb qarışmasına səbəb olmuşdu. Ərazinin coğrafi muhiti də olduqca əlverişlidir. Kənd təsərrufatı, heyvandarlıq, bağçılığın inkişafı xalqların məskunlaşmasına şərait yaradıb.

Quba rayonu ta qədimdən qonaqpərvərliyi ilə secilən bir rayon kimi tanınmışdı. Müxtəlif etnosların yaşadığı ölkə kimi tanınan Azərbaycanının qədim mədəniyyət mərkəzi sayılan Qubada sayı 20-dən də çox olan etnoslar yaşayır. Hər birinin özünəxas mədəniyyəti, mətbəxi, adət-ənənələri vardır. Quba mətbəxi həm yerli,həm də beynəlxalq turistlər üçün maraq doğurur.

2009-cu il siyahıya alınmaya əsasən əhalinin 79.32 faizini azərbaycanlılar, 9.1 faizini tatlar, 5.87 faizini ləzgilər, 1.43 faizini xınalıqlılar, 1.77 faizini yəhudilər, 1.42 faizini türklər, 0.51 faizini qrızlar qalan hissəsini digər xalqlar təşkil edir.[6,s 404]Bu ərazidə yaşayan əhanin çoxu kəndlərdə məskunlaşıb.

Azərbaycanlılar. Qubanın əsas əhalisini yerli xalq olan azərbaycanlılar təşkil edir. Azərbaycanlı əhali üçün qonaqpərvərlik xüsusi önəm daşıyır. Mətbəx isə xeyli zəngindir. Quba paxlavası, Qubanın məşhur almasından hazırlanan alma mürəbbəsi rayonun sanki brendinə çevrilmişdi.

Dağ yəhudiləri. Dağ yəhudiləri Qubaya XVIII əsrdə, təxminən 1731-ci ildə, Hüseynqulu xanın icazəsilə köçüblər və qəsəbə salıblar.Qırmızı qəsəbədə əhalinin 99 faizi dağ yəhudiləridir ki, hələ 280 il əvvəl bu ərazini özlərinin yurdu seçmişlər. Quba xanları bir vaxtlar öz ərazilərində yəhudilərin məskunlaşmasına icazə verərək, həmin xalqın təhlükəsizliyinə zəmanət vermişdilər. Yəhudilər köçürülərkən sayları 1200-1500 arası olsada hal hazırda 4-5 min yəhudi Qırmızı Qəsəbədə məskunlaşıb [3, s.137] Azərbaycan xalqı nəinki onlara tolerant münasibət bəsləmiş, həmçinin hər cür yardımı əsirgəməmişdir. Azərbaycanlı əhalinin köməyi ilə Qırmızı qəsəbədə sinaqoqlar inşa olunmuşdu. 1926-cı ildən bəri ərazi

Qırmızı qəsəbə adı almışdır. İsrail dövləti ilə qurulan əlaqələr qəsəbəyə də müsbət təsirini gostərmişdi. Dağ yəhudiləri əsasən (Cuhuri, tat dilinə yaxın), Azərbaycan, Rus dilindən istifadə edirlər.Xüsusi ilə qida sahəsində fərqli adətləri vardır. Kaşrut qaydalarına (koşer qidalanma), yəni halal qidalanmağa önəm verirlər. Belə ki, həmin halal olan və olmayan nemətlər yəhudi xalqına görə Tövratda verilmişdi. Pesax bayramı isə dağ yəhudilərinin azadlıq və bahar bayramıdır.Bayram 8 gün davam edir.Bu bayram süfrəyə 7 növ göyərti və yeddi növ xüsusi təam qoyular.[4,s 138]

Tatlar. Azərabaycan ərazisində yaşayan irandilli etnosdur. Azərbaycanın müxtəlif bölgələrində yaşayan tatlar dialektlərinə görə fərqlənirlər [4,s 23] Qədim bir mədəniyyəti olan bu xalq ərazinin inkişafına böyük töhfə vermişdir.

Bu xalq xəmir yeməkləri daha çox sevir, əsasən xəngəl, xəşil, əriştə, umac bişirirlər. Tatlar əti yayda qurudaraq qışa saxlayırlar ki, buna qaxac adı verilir. [4,s 24]Onların yeməkləri əsasən sacda bişən lavaş, təndirdə, üzərinə yumurta sarısı yaxılmış təndir çörəyi, plov və s.-dir. Tatlar xususən incə çörək və lavaşı ilə məşhurdur. Qubada ən çox işlədilən "şüşə kimi şəffaf sac çörəyi"məhz tatların bişirdiyi çörəylərə aiddir. Tatların ən bəyəndikləri yemək isə tat çıxırtmasıdır. Bu yeməyə bəzən çiçi çıxırtması da deyirlər.

Ləzgilər. Quba şəhərində və Qubanın bir sıra kəndlərində: Xucbala və Digah kəndlərində məskunlaşıblar. Bundan başqa Qımıl, Üzgün, Küsnət kəndərində də ləzgilər məskunlaşıb. 1936-1993 illər arası ləzgi dilinin tədris olunmasının qadağa qoyulması xalqı məhv olma təhlükəsi ilə üz üzə qoydu [4,s 28] 1993–cü ildə,yəni Azərbaycan müstəqillik əldə etdikdən sonra Azərbaycanda etnik qrupların inkişafı ilə bağlı fərman qəbul olundu,bundan sonra isə onların dillərində tədris haqqında qərar verildi. Beləliklə,ləzgi dilində dərsliklər çapdan çıxdı, məktəblərdə ləzgi dili də keçirilməyə başladı. Ləzgilərin müxtəlif milli yeməkləri var. Onlardan ən məhşuru tsıqandı. 3 saata hazır olan bu yemək çöl yeməyidir, məna etibarı ilə odun üstü deməkdir.

Şahdağ ətrafında yerləşən müxtəlif etnik qruplar etnoqrafik ədəbiyatda "şahdağ xalqları" adı altında birləşdirilir. Bu qrupa xınalıqlılar, buduqlular, qrızlar, əliklilər,ceklilər, haputlar bu qrupa daxil edilir.

Xınalıqlılar. Xınalıq kəndinin yerli sakinləri Qafqaz ərazisində minilliklər əvvəl məskunlaşmış, bu vaxta qədər öz adət-ənənələrini, dilini, mədəniyyətini qoruyub saxlaya bilmişdi. Xınalıq dili öz unikallığı ilə seçilir və dünyada heç bir dillə oxşarlığı yoxdur.. Bu dilin adı "kətiş" dilidir. Xınalıqlıların ən məşhur yeməklərindən biri keçi buğlamasıdır. İslamın sünni təriqətinə etiqad edirlər. Bu dini qəbul etməzdən öncə isə büdpərəst olmuşlar.Bu xalqın ziyarətgahlarından biri Möhvüc baba piridir.İnanclarina görə özündən getməsi olan uşaq burada bir-neçə yatirilmaqla sağalır.[5,s 162].Bu xalq 7 ayı qışlaqda keçirir, köçəri heyvandarlıqla məşğul olurlar. Xınalıqdan Qubaya yol çəkilməsi nəticəsində bir vaxtlar təcrid olunmuş Xınalıq turistlər üçün əlçatan olmuşdur. Bu Qubanın da turizm potensialini artırmışdı.

Buduqlular. Bu ərazidə yaşayan yerli xalqlardan biri də buduqlardır. Yaşadıqları ərazi Buduq, Dalıqaya, Yalavanc, Hacıhüseynli olmuşdur [1,s 65]. Bu ərazidə yaşayan bəzi etnoslardan fərqli olaraq onlar yalnız bir dialektdə danışırdılar.

Haputlar. Haputlar Baş Qafqaz silsiləsinin yamaclarındadır [4,s 37]. Dilləri Simali-Qafqaz dil ailəsinin Nax-Dağıstan qrupunun Ləzgi yarımqrupuna daxildir. Öz dillərində şeirləri, folklar nümunələri var. Bu xalq VII-IX-əsrlərə qədər özlərini "hər" adlandırmışlar. [1,s 66] Əslində onlar indi də bu ifadədən istifadə edirlər.

Qrızlar. Qubanın bir sıra ərazilərində, xüsusən Qrız, Dəhnə Qrız kəndlərində məskunlaşıblar. Onların özünəməxsus adət-ənənələri, həyat tərzi var. Guman edilir ki, qrızlılar Qafqazın qədim tayfalarından olmuşlar. Qrızlarların danışdığı dil Simali-Qafqaz dil ailəsinin Nax-Dağıstan qrupunun Ləzgi yarımqrupuna daxildir. Bu dildə yalnız qrızlılar danışır, buna görə şifahi şəkildə nəsildən nəsilə ötürülərək yadda qalır. İslam dininin sünni məzhəbinə etiqad edirlər. Bu gün qrızlar öz mədəniyyətlərini qoruyub saxlamağa çalışır. Turizmin inkişafı isə əraziyə olan marağı daha da artırır.

Ceklər. Cek kəndi 1959-cu ildə Qubanın tərkibinə keçmişdir [4,s 38]. Köçəri həyat tərzi sürən ceklər qoyunçuluq, heyvandarlıq, toxuculuqla məşğul olmuşlar. Qadınlar əsasən yundan xalça, kilim toxuyurdular. Bu xalçalar Azərbaycanın müxtəlif bölgələrində tanınır. Ceklərin özünəməxsus ləhcələri və mətbəxi var.

Əlik. Qubanın Əlik adlanan kəndində əliklilər yaşayır. Ərazi etibari ilə Qudyalçayın sol sahilində yerləşir. Onlar Əlik dili və Azərbaycan dilindən istifadə edirlər. 2009-cu il siyahiya alınma nəticəsində Qubanın Əlik kəndində 372 nəfər əhali qeydə alınıb [2,s 629].

Etnik müxtəliflik bölgənin memarlıq irsinə də öz təsirini göstərmişdi.Yəhudilərə məxsus Sinaqoqlar; Giləki, Altıgünbəz, Xınalıq məscidi, Buduq məscidi, Alpan kəndində yerləşən türbəni nümunə göstərmək olar.

Etnik muxtəliflik Qubanın turizm potensialini artırır, qida sənayesinin inkisafina yol açir. Belə ki etnik müxtəliflik etnoturizmin inkişafına təkan verir. Turistlər təkcə təbiəti görməyə gəlmirlər, onlar eyni zamanda fərqli adət və ənənələri, geyim tərzini, həyat tərzini, yerli mətbəxi görməyə gəlirlər. Etnik qrupların mədəni irsi əsasında etnoturlar təşkil olunur. Turistlərə həyat tərzi, adətlər və ənənələr tanıtdırılır. Misal kimi, Qırmızı qəsəbədə etnoturlarına koşer yeməkləri, sinaqoqlarla tanışlıq, Quba alma bağları ilə tanışlıq, Xınalıqda dağ həyat tərzi, xalçaçılıq, ləzgilərin milli rəqsləri, mətbəxi ilə tanışlıq aid edə bilərik.

Quba zəngin qida mədəniyyətinə malik olduğundan burada qastranomiya turizmi üçün geniş imkanlar yaranır. Hər bir etnik qrupun özünəməxsus yeməkləri var. Quba deyəndə ilk ağla gələn Quba almalarıdır ki, bu yerdə keçirilən alma festivalı turistləri daha çox cəlb edir. Dağ yəhudilərinin xususi reseplərlə hazırladığı yeməklər, kosher yeməkləri otellərin, müxtəlif restoranların menyularına təqdim oluna bilər. O cümlədən ləzgilərin milli yeməkləri - tsıh, çudu qonaqlara yeni dad ilə tanış edir. Belə ki, bu fərqli etnosların yeməkləri ölkədaxili və xarici bazarlarda satışa çıxarıla bilər. Məsələn hal-hazırda Quba alması, balı, fındığı tanınan və bazarlarda üstünlük verilən nemətlərdir.

Qubanın bəzi yerləri var ki, orda qalmağa otellər olmur. Bu isə xarici dildə deyildiyi kimi "homestay", yəni yerli əhalinin evində qalmaq proqramını inkişaf etdirə bilər. Sadə, yerli xalq öz mədəniyyəti, folkloru, mətbəxi ilə turistləri tanış edərək, həm turizmə dəstək göstərə, həm də sahibkarlıq

imkanı əldə edə bilərlər. Misal kimi, kiçik bir ərazi olduğu üçün açıq hava kafeləri təşkil edə bilərlər ki, bu həm münasib olar, həm də kənd mühitini yaşamaq istəyən türistləri daha çox cəlb edə bilər.

Ümumiyyətlə Quba etnomuxtəlifliyi, təbiətinin gözəlliyi, təbii nemətlərin bolluğu ilə seçilən yer olduğundan iqtisadiyyat, qida və turizm sektorunda daim irəliləməkdədir. Keçirilən sərgilərdə Qubanın brendinə çevrilən Quba alması, paxlavası, fındığı, balı yerli və xarici turistlərə təqdim edilir. Bu yerli və xarici turistləri Qubaya axınına səbəb olur. Bir yandan da xalq öz gəlirini əldə edir. Qubaya gələnlər orada hazırlanan Quba paxlavasının dadına baxmadan, məşhur Quba almasından almadan getməzlər. Düzgün qiymətləndirildiyi tədqirdə regiona daha çox turist cəlb olunacaq, gəlir artacaq, iqtisadiyat inkişaf edəcək, bu amil Azərbaycanın beynəlxalq imicini daha da gücləndirəcək.

İstifadə olunmuş ədəbiyyatın siyahısı:

1. Fazil Ş. Quba tarixi.Bakı,2016

2.Azərbaycan Respublikasının Dövlət statistika komitəsi.Bakı 2010

3. İsmayılova X., Fuad E., Eyvazov Ə., Məmmədova L. Quba və Qubalılar.Bakı2012

4. Ramazanlı R. Quba multikultural diyar.Bakı.2017

5. Paşayeva M. Azərbaycanlıların adət və inancları Bakı.2019

6.Azərbaycanın regionları. Azərbaycan Respublikasının Dövlət statistika komitəsi. Statistik məcmuə, Bakı, 2019

ƏZİZ MİRZƏYEV

Qonaqpərvərlik sənayesində investisiyanin cəlb edilməsi

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: mirzayev.aziz.2301@atmu.edu.az

Xülasə: Qonaqpərvərlik sektoru geniş bir sahədir. Bu sahə, həm iqtisadi, həm də sosial perspektivlərdən əsaslı dəyişiklikləri nəzərə alır. Qonaqpərvərlik sənayesində texnologiyanın istifadəsi, yeni investisiyaların cəlb edilməsi üçün vacib bir amildir. İnvestisiyaya cəlb edilən intellektual sistemlərdən istifadə edilərək, müştəri təcrübəsini fərdiləşdirmək və enerjidən səmərəli istifadəni təmin edən otel xidmətləri çox mühümdür. Burada, ətraf mühitin qorunmasına yönəlik layihələrə, bərpa olunan enerji resurslarından istifadə edən otellərə diqqət artır.

İqtisadiyyatın sosial aspektlərinə, yerli icmaların inkişafına yönəlmiş investisiya modelləri işin əsasını təşkil edir həmɜinin dövlətin qonaqpərvərlik sahəsindəki investisiyaları cəlb etmək üçün vergi güzəştləri, subsidiyalar və digər maliyyə dəstəkləri təmin etməlidir. Qonaqpərvərlik sektoru üçün nəzəri olaraq xüsusi metodların tətbiq olunmalıdır. Beynəlxalq sərmayəçilərin cəlb edilməsi üçün beynəlxalq sərgilər və tədbirlərdə iştirak etmək, xarici investorlarla əlaqələr yaratmaq lazımdır. Qlobal hotellər şəbəkələrinə daxil olmaq və yeni bazarlar açmaq lazımdır. Xüsusilə Asiya, Afrika və Latın Amerikasının inkişaf etməkdə olan bazarlarında investisiya imkanları müəyyənləşdirilmək vacibdir. İnvestisiyaya cəlb edərkən investorların

riskləri ilə bağlı narahatlıqlarını azaltmaq və onların güvənini artırmaq üçün hansı risk idarəetmə strategiyalarının tətbiq oluna biləcəyini öyrənmək də faydalı bir tədqiqat sahəsi ola bilər.

***Açar sözlər**: iqtisadiyyat, investisiya, qonaqpərvərlik sənayəsi, xidmət, risk*

Abstract: The hospitality sector is a vast field. This field is undergoing fundamental changes from both economic and social perspectives. The use of technology in the hospitality industry is an important factor in attracting new investments. Hotel services that personalize the customer experience and ensure efficient use of energy using intelligent systems that are involved in investment are very important. Here, attention is increasing on projects aimed at protecting the environment and hotels that use renewable energy resources.

Investment models focused on the social aspects of the economy, the development of local communities are the basis of the work, and the state should also provide tax breaks, subsidies and other financial support to attract investments in the hospitality sector. Theoretically, special methods should be applied for the hospitality sector. To attract international investors, it is necessary to participate in international exhibitions and events, establish contacts with foreign investors. It is necessary to enter global hotel chains and open new markets. It is important to identify investment opportunities, especially in emerging markets in Asia, Africa and Latin America. It may also be a useful area of research to learn what risk management strategies can be implemented to reduce investors' concerns about risk and increase their confidence when attracting investment.

Keywords: economy, investment, hospitality industry, service, risk

Giriş. Əsrlər boyu otellərin fəaliyyəti dəyişsə də, mahiyyəti dəyişməyib. Beləliklə, insanların məskunlaşacağı və gecələyəcəyi yerin mahiyyətini saxlayır. Ölkəmizdəki otel sənayesi xaricdəki inkişaf etmiş ölkələrə nəzərən geridə qalsa belə, Azərbaycan bütün xüsusiyyətləri ilə çoxlu turizm potensialına sahibdir. Respublikamızda turizmin inkişafı üzrə hazırda ciddi nəticələr var. Xeyli sayda turizm agentliyi, ofis və şirkət, otel gündən-günə böyüyür. Təkrar qurulmuş və yenidən qurulan otellərin və oxşar obyektlərin sayı artır. Artıq turizm sektoru ölkəmizin büdcəsinə və bu sahə ilə məşğul olan şirkət sahiblərinə, həmçinin də adi insanlarımıza gəlir qazandırmağa başlamışdır. Ölkəmizdə orta və kiçik otellər inkişaf etməmiş olsa da, daha onların sayında artım müşahidə olunur. Məncə, bu, öncəki illərdə bu cür kiçik otellərə tələbin az olması ilə əlaqədardır. Son illər Azərbaycana turist axınının çoxalması onların inkişafı üçün təkan verdi. Otel məhsulları turistlərin gözləntilərinə cavab verməlidir və keyfiyyətlərinə və həmin məhsulların tərkibində təklif edilən yeniliklərə görə müəyyən bir dəyəri olmalıdı.

Otelçilik sənayesinin aktual problemlərinin həllində əhalinin və ictimaiyyətin iştirakının təşkili

Otelçilik biznesinin inteqrasiya etməsi otel biznesinin marağını başqa sahələrin (misal üçün, iaşə, istirahət, əyləncələr, sərgi fəaliyyəti və s.). Dərin, həmçinin sistematik iqtisadi diaqnostika, marketinq kommunikasiyalarının inkişafı üçün imkan yaradn yeni media və informasiya texnologiya vasitələrinin geniş

tətbiq edilməlidir. Otelçilik müəssisəsinin iş strategiyasında müasir texnologiyaların tətbiq edilməsi, xüsusən mehmanxana məhsulları və xidmətlərini inkişaf etdirmək üçün İnternetdən geniş istifadə.

Qonaqpərvərlik sənayesində investisiyanın cəlb edilməsi yolları investisiya cəlb etmək üçün təklif edilən yeniliklər və tədqiqat nəticələrini araşdırarkən aşağıdakı nəticəyə gəlirik. Qonaqpərvərlik sektoru üzrə yeni təkliflərin və tədqiqat nəticələrinin əhatə etdiyi geniş bir sahədir. Bu sahə, həm iqtisadi, həm də sosial perspektivlərdən əsaslı dəyişiklikləri nəzərə alır. İnvestisiya cəlb etmək üçün təklif olunan yeniliklər aşağıdakı kimidir. Qonaqpərvərlik sənayesində texnologiyanın istifadəsi, yeni investisiyaların cəlb edilməsi üçün vacib bir amildir. Rəqəmsal platformaların yaradılması. Onlayn rezervasiya sistemləri, mobil tətbiqlər və rəqəmsal marketinq vasitələri vasitəsilə daha geniş bazara çıxış təmin etmək. İnvestisiya cəlb edən ağıllı otel və sistemlər. İntellektual sistemlərdən istifadə edilərək, müştəri təcrübəsini fərdiləşdirən və enerjidən səmərəli istifadəni təmin edən otel xidmətləri. Sosial məsuliyyətli və ekoloji davamlı bizneslərə artan maraq, qonaqpərvərlik sənayesi üçün yeni investisiya imkanları yaratmaqdadır. Ekoloji cəhətdən təmiz və davamlı layihələrə investisiya cəlb etmək. Burada, ətraf mühitin qorunmasına yönəlik layihələrə, bərpa olunan enerji resurslarından istifadə edən otellərə diqqət artır. Yerli icmalarla əməkdaşlıq. İqtisadiyyatın sosial aspektlərinə, yerli icmaların inkişafına yönəlmiş investisiya modelləri. Qonaqların tələblərinə uyğun xüsusi xidmətlər və təcrübələr təklif edərək onların məmnuniyyətini artırmaq və beləliklə daha çox investisiya cəlb etmək. Məsələn, tematik turizm paketləri, xüsusi qonaqlama xidmətləri və şəxsi məşğuliyyətlər. Lüks qonaqpərvərlik. Yüksək səviyyəli xidmət və müstəsna təcrübə təklif edən məkanların yaradılması. Dövlətin qonaqpərvərlik sahəsindəki investisiyaları cəlb etmək üçün vergi güzəştləri, subsidiyalar və digər maliyyə dəstəkləri təmin etməsi. Şəffaflıq və hüquqi tənzimləmələr. Qonaqpərvərlik sənayesində şəffaflıq və sağlam hüquqi mühitin təmin olunması, investorların risklərini minimuma endirən tədbirlərin görülməsi. Qlobal bazarların açılmasə, beynəlxalq sərmayəçilərin cəlb edilməsi üçün beynəlxalq sərgilər və tədbirlərdə iştirak etmək, xarici investorlarla əlaqələr qurmaq. Qlobal hotellər şəbəkələrinə daxil olmaq və yeni bazarlar açmaq. Araşdırmalar göstərir ki, texnologiya və davamlı layihələrə investisiya qoyan qonaqpərvərlik müəssisələri daha çox gəlir əldə edir və müştəri məmnuniyyətini artırır. Xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə, turizm və qonaqpərvərlik sektoru üçün böyük potensial mövcuddur. Bu ölkələrə investisiya yatırmaq, qlobal bazarda genişlənmə imkanı təqdim edir.

Qonaqpərvərlik sahəsində sosial məsuliyyət və ətraf mühitin qorunması əsaslı məsələlərdir. Bu amillər investisiya qərarlarında mühüm rol oynayır. Bu sahədə gələcək tədqiqatlar, texnologiyanın inkişafı və sosial-ekoloji meyllər nəzərə alınaraq, daha çox innovativ yanaşmaların tətbiqi ilə əlaqələndirilə bilər. Qonaqpərvərlik sənayesində investisiyanın cəlb edilməsi yollarına uyğun tədqiqatın praktik və nəzəri əhəmiyyətini qeyd edək. Qonaqpərvərlik sənayesində investisiyanın cəlb edilməsi haqqında nəzəri mülahizələrin zənginləşdirilməsi, bu sahənin iqtisadiyyatın digər sahələri ilə inteqrasiyasını daha dərindən anlamağa imkan verir. Tədqiqatın nəticələri, qonaqpərvərlik sənayesinin iqtisadi və sosial aspektlərini nəzəri cəhətdən yeni bir şəkildə təqdim edə bilər. İnvestisiya cəlb etmə strategiyaları ilə bağlı nəzəri modellərin yaradılması, bu sahədə qərarvermə proseslərini daha yaxşı başa düşməyə və effektiv yanaşmaların inkişafına

şərait yaradır. Qonaqpərvərlik sektoru üçün nəzəri olaraq xüsusi metodların tətbiq olunması bu sahəyə aid literaturanı zənginləşdirir. Araşdırma, qonaqpərvərlik sənayesinin inkişafına dair nəzəri çərçivələrin qurulmasına kömək edir. Bu tədqiqat həm nəzəri, həm də praktik olaraq qonaqpərvərlik sənayesində investisiyaların cəlb edilməsini daha yaxşı anlamağa və effektiv həllər təklif etməyə kömək edir. Praktik olaraq investisiya cəlb etmək üçün strategiyaların tətbiqi araşdırılır. Praktik olaraq, bu tədqiqatın nəticələri, qonaqpərvərlik sektorunda fəaliyyət göstərən müəssisələr üçün investisiyanın cəlb edilməsi üçün effektiv strategiyaların müəyyən edilməsində yardımçı ola bilər. Müəssisələr, bu yanaşmalara əsaslanaraq öz fəaliyyətlərini optimallaşdıra bilər. Bu sahəyə investisiyalar cəlb etməklə, yerli iqtisadiyyata töhfə verilməsi və yeni iş yerlərinin yaradılması məqsədilə praktik nəticələr əldə edilə bilər. Bu həm də qonaqpərvərlik sektorunda rəqabət qabiliyyətinin artırılması və daha böyük inkişaf potensialının ortaya çıxmasına kömək edir. Dövlət və yerli hökumətlər üçün qonaqpərvərlik sənayesinə yönəlik investisiya təşviq siyasətlərinin hazırlanmasına dair praktiki tövsiyələr təklif edilə bilər. Bu, ölkənin və bölgənin iqtisadi inkişafına əhəmiyyətli təsir göstərə bilər. Tədqiqat, qonaqpərvərlik sənayesinə investisiya cəlb edilməsi üçün mümkün olan mənbələrin və yolların müəyyənləşdirilməsində kömək edə bilər. Bu, sektorun inkişafı üçün daha müxtəlif maliyyə imkanlarının açılmasına imkan yaradacaq. İnvestisiya cəlb etmək üçün yeni maliyyə modelləri verilməliidir. Qonaqpərvərlik sənayesində investisiya cəlb etmək üçün ənənəvi maliyyə üsullarından başqa yeni, innovativ maliyyə modellərinin araşdırılması vacibdir. Dövlətin və özəl sektorun əməkdaşlığını daha da inkişaf etdirmək və onların birgə investisiya təşəbbüslərinin qonaqpərvərlik sənayesinə təsirini daha ətraflı şəkildə araşdırmaq faydalı olardı. Özəl sektorun dövlət təşviqlərindən necə faydalandığını və bu əməkdaşlığın sənaye inkişafına necə təsir etdiyini müəyyən etmək vacibdir.

Rəqəmsal texnologiyaların qonaqpərvərlik sənayesində artan rolunu nəzərə alaraq, sosial media və digər rəqəmsal platformalar üzərindən investisiya cəlb edilməsi məsələsini araşdırmaq faydalı ola bilər. Bu, xüsusilə kiçik və orta bizneslər üçün potensial investorlara çatma yollarının inkişafını ehtiva edə bilər. Davamlı və ekoloji cəhətdən təmiz turizm obyektlərinin inkişafına yönəlmiş investisiyaların artması da qonaqpərvərlik sənayesində vacib bir istiqamət ola bilər. Bu mövzuda daha çox tədqiqatlar aparılmalı və investorların ekoloji şərtlərə uyğun layihələrə marağının artırılması yolları araşdırılmalıdır. Qlobal bazarlarda meydana gələn yeni tendensiyaları və inkişaf edən ölkələrdəki investisiya potensialını nəzərə alaraq, qonaqpərvərlik sənayesində investisiya axınının yeni bazarlara yönləndirilməsinin tədqiqi əhəmiyyətlidir. Xüsusilə Asiya, Afrika və Latın Amerikasının inkişaf etməkdə olan bazarlarında investisiya imkanlarının müəyyənləşdirilməsi vacibdir. Qonaqpərvərlik sənayesində investisiya cəlb edərkən investorların riskləri ilə bağlı narahatlıqlarını azaltmaq və onların güvənini artırmaq üçün hansı risk idarəetmə strategiyalarının tətbiq oluna biləcəyini öyrənmək də faydalı bir tədqiqat sahəsi ola bilər. Azərbaycanda və xaricdə hər zaman yeni turizm və otel məhsullarının tanıtımı sistemi təkmilləşdirilməlidir.

Nəticə: Qonaqpərvərlik sənayesinin iqtisadi və sosial aspektlərini nəzəri cəhətdən yeni bir şəkildə təqdim edə bilər. İnvestisiya cəlb etmə strategiyaları ilə bağlı nəzəri modellərin yaradılması, bu sahədə qərarvermə proseslərini daha yaxşı başa düşməyə və effektiv yanaşmaların inkişafına şərait yaradır.

Qonaqpərvərlik sektoru üçün nəzəri olaraq xüsusi metodların tətbiq olunması bu sahəyə aid literaturanı zənginləşdirir. Araşdırma, qonaqpərvərlik sənayesinin inkişafına dair nəzəri çərçivələrin qurulmasına kömək edir. Bu tədqiqat həm nəzəri, həm də praktik olaraq qonaqpərvərlik sənayesində investisiyaların cəlb edilməsini daha yaxşı anlamağa və effektiv həllər təklif etməyə kömək edir.

ƏDƏBİYYAT

1. Ağakərimov M.M., Hotel menecmenti, Bakı, Apastrof, 2016, 542 səh.
2. Bilalov B.A., Turizmin tarixi, Bakı, Elm, 2010, 254 səh.
3. Tourism statistics of Turkey. The Ministry of Culture and Tourism. Ankara: "Turhan", 2009, 448 p.
4. Bertan, S.D., Otel İşletmelerinde yönetim aracı olarak kurumsal karne, Journal of Yasar University, 2009, 16/4, 538 sayfa.
5. Александрова А.Ю, Меджународный туризм, Москва, 2008, 250 стр.
6. Салманов А.А.,Туризм в тюркоязычных странах СНГ. Баку, 2005
7. Самойленко А. А., География туризма, Москва, 2006, 320 стр.
8. http://ier.az/uploads/IIETI-UNDP_Turizm-az.pdf
9. http://static.bsu.az/w13/OTEL%20kitabi.pdf

GÜNEY BAYRAMOVA

Azərbaycanda turizmin regional xüsusiyyətləri və bunun mehmanxana şəbəkələrinə təsiri

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,magistrant

E-mail: bayramovaguney3@gmaıl.com

Xülasə: Məqalə Respublikanın coğrafi mövqeyi fauna , flora zənginliyi və .s şərtləri bir arada toplayaraq iqtisadi-coğrafi rayonlara ayrılaraq onların inkişaf perspektivlərinə həsr olunmuşdur. Yerləşdiyi nöqteyi nəzərdən həm coğrafi mövqeyi , iqlimə uyğun 4 fəsilli hava şəraiti fauna flora zənginliyi ölkənin tranzit rolunu oynaması regionun inkişafına gətirib çıxarır . Bunlar isə turizim bazasının mövcudluğu və poteinsial inkişafı ilə nəticələnir. Müasir şəraitdə isə tələbatın artması bu sahənin intensiv (dərininə) inkişafını tələb etməklə yanaşı dünya bazarına çıxarmasına şərait yaradır. Azərbaycanın bütün ərazisində turizimin sahələrini inkişaf etdirmək , bir sahə olaraq mövcudluğunu təmin etmək , istirahət mərkəzlərini dünya standartlarına cavab verə biləcək formaya salaraq xidmət səviyyələrini eyni saxlamaq lazımdır.Məqalədə qeyd olunan Quba-Xaçmaz, Abşeron, Gəncə- Qazax, Naxçıvan, Kəlbəcər-Laçın, Zaqatala, Lənkəran iqtisadi coğrafi rayonları, turizim bazasının əsasını təşkil edir.

***Açar sözlər*:** turizm, inkişaf perspektivləri, iqtisadi- coğrafi rayonlar, otel

Abstract: The article is devoted to the development prospects of the republic by combining the geographical position of the republic, its fauna, flora, etc. richness and dividing it into economic-geographical regions. The location, geographical position, 4-season weather conditions suitable for the climate, the richness of fauna and flora, and the role of the country as a transit country lead to the development of the region. These, in turn, resul t in the existence and potential development of the tourism base. In modern conditions, the increase in demand requires intensive (deep) development of this sector, as well as the creation of conditions for its entry into the world market. It is necessary to develop tourism sectors throughout Azerbaijan, ensure its existence as a sector, and maintain the same service levels by transforming recreation centers into a form that meets world standards. The economic-geographical regions mentioned in the article form the basis of the tourism base.

Keywords: Tourism, development prospects, economic-geographic regions, hotel

Реэюме: Статья посвящена перспективам развития республики, делению ее на экономико-географические районы, сочетающие в себе географическое положение республики, богатство ее фауны и флоры и т.д. Учитывая ее местоположение, ее географическое положение, благоприятные для климата четырехсезонные погодные условия, а также богатство фауны и флоры страны, играющей транзитную роль, обуславливают развитие региона. Результатом этого является существование и потенциальное развитие туристической базы. В современных условиях рост спроса не только требует интенсивного (глубокого) освоения данной отрасли, но и создает условия для ее вывода на мировой рынок. Необходимо развивать сектор туризма по всему Азербайджану, обеспечить его существование как сектора и поддерживать тот же уровень обслуживания, преобразуя базы отдыха в форму, соответствующую мировым стандартам. Основу туристической базы составляют упомянутые в статье экономико-географические регионы: Губа-Хачмазский, Абшеронский, Гянджа-Казахский, Нахчыванский, Кельбаджар-Лачинский, Загатальский и Лянкяранский.

Ключевые слова: Туризм, перспективы развития, экономико-географические районы, гостиница

Daxili turizm ölkə daxilində bir bölgədən digər bölgəyə səyahət zamanı olunan turizm növüdür. Son illərdə respublikamızda xüsusilə inkişaf etmiş zəngin təbiətin geniş imkanlarından istifadə edilərək tamşəraitli otellərin, koteclərin, ev-villaların tikilərək istifadəyə verilməsi inkişafın təməl bazasını təşkil edir. Təbii-coğrafi şəraiti göz oxşayan Quba-Xaçmaz, Şəki-Zaqatala, Qazax-Tovuz, Qarabağ, Naxçıvan , Lənkəran-Astara iqtisadi rayonlarımız xüsusilə diqqət mərkəzindədir. İqtisadi rayonlara görə turizmin inkişafı aşağıdakı formada qeyd edilmişdir.

Abşeron iqtisadi-coğrafi rayonunda turizmin inkişaf sahələri - İlkin olaraq Abşeron Formula 1Qran Pri yarışlarının Bakıda keçirilməsi turizm xüsusilə yüksək səviyyədə təsir göstərmişdir. 2016-cı ildə

onillik FOM şirkəti ilə Baku City Circiut arasında müqavilə imzalanaraq həmçinin aktiv turizm gəlirinin olmasını təmin etmişdir. 2011-ci ildə Almaniyanın Düsseldorf əyalətində keçirilən Eurovision mahnı müsabiqəsində Azərbaycan birinci yer əldə edərək növbəti ilki müsabiqənin Azərbaycanda keçirilməsinə nail oldu. Bununla əlaqədar sürətli şəkildə abadlaşma işləri aparılaraq Crystal Hall tikilisi inşa olundu. Bakı şəhərinin ən görkəmli yeri olan Dənizkənarı Milli Parkı abadlaşdırıldı. Şirvanşahlar sarayı, İçərişəhər, Qoşaqala kimi zəngin arxitekturalı memarlıq inciləri yenidən bərpa olunaraq turistlərin diqqətini yüksək dərəcədə cəlb edəcək formaya salındı.Üstün xidmətləri ilə fərqlənən əsasən turistlərin yerləşdirildiyi Four Season Hotel , Hilton,İn Tourist, Riviera, Ritz Carlton xüsusilə seçilir. Bunlarla yanaşı yarımada ərazisində yerləşən abidələrin bir çoxu UNESCO-nun mədəni iris siyahısına salınmışdır. Atəşgah, Qoşaqala kəndində qonaqların mövcudluğu turistlərin sevimli məkanına çevrilməsinə zəmin yaradır.

Quba-Xaçmaz iqtisadi-coğrafi rayonunda turizmin inkişaf sahələri-Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu daxilində həm dəniz həm də yaşıl fauna-floranın vəhdət təşkil etdiyi zona turizm inkişafı üçün olduqca əlverişlidir. Nabran-Yalama-Xudat yolu boyunda ilboyu meyvə və tərəvəzə rast gəlmək olur. Həmçinin təbii hazırlanmış ərzaqlar, qidalar, meyvə şirələri ilə olduqca məşhurdur. Adam Oleari 1636-1638-ci illərdə Azərbaycana səfərindən bəhs edərkən burada içdiyi meyvə şirələrindən bəhs edirdi. İqtisadi rayondan bəhs edərkən turizm zonası olan Nabranın xüsusi yeri var. Nabran dedikdə isə dəniz və təbiətin mövcud olduğu gözəl istirahət mərkəzləri ağıla gəlir. Greenville, Atlant xidmət səviyyəsinə görə sevilən və seçilən kurort zonalarıdır. Dənizsahilində yerləşməsi və yaşıllıqla vəhdət təşkil etməsi mövsümi olaraq daxili turizm axınına səbəb olur.

Şəki-Zaqatala iqtisadi-coğrafi rayonunda turizmin inkişaf sahələri-Şəki-Zaqatala bütünlüklə rayonlarının hamısı Balakən, Qax , Qəbələ, Oğuz, Zaqatala, Şəki zəngin təbiəti meşə zolağı ilə dağlıq zonanın birlikdə vəhdət təşkil etməsi, yaz-yay aylarında sərin havası ilə insanların diqqətini cəlb edir. Həmçinin Gürcüstan və Dağıstanla sərhəd olması tranzit region olaraq respublikamız üçün olduqca əhəmiyyətlidir. Zəngin təbiəti, çoxillik qoz, fındıq ağacları , şabalıd bağları olduğuna görə bir qismi dövlət tərəfindən mühafizə edilir. Bu rayonlara turist axının yüksək olması və potensialının müvcud olduğu üçün daha da inkişaf etdirilməsi üçün son illərdə kəskin dərəcədə yüksəliş edərək, istirahət mərkəzlərinin turizm komplekslərinin dünya standartlarına uyğun formaya salınmağa davam etdirilməkdədir.

Qəbələdə Yeddi Gözəl şəlaləsi , Qəbələnd gələn yerli əhalinin həm gəzmək üçün həmçinin əylənmək üçün səfər etdikləri məkandır. Hansı ki, Qəbələnd daxilində onlarla macəralı oyunlar həm gənclər həm uşaqlar üçü əyləncəli oyunlar , dincəlmək üçün restoran-kafelər mövcuddur. Həm Qəbələdə-Bum, Qaxda Oğlanbulaq, Qızılbulaq, Mosku, Hamambulaq, Oğuzda-Ağbulaq, Xalxal, Buqusşor kimi mineral bulaqların olması zəngin rekreasiya imkanlarına sahib olduğunu göstərir. Bunlarda öz növbəsində burada istirahət mərkəzlərinin salınmasına , xoşmənzərə görsəlinin turistlərə aşılanmasına səbəb yaradır. Qaxdayerləşən İllisu Dövlət Qoruğu da olduqca maraq cəlb edir. Zaqatalada Pəri və Şeytan qalaları da turistlərin daxili cəhətdən səyahətinə səbəb yaradır.

Şəkidə Xan sarayı, Gələrsən-Görərsən qalası, Alban məbədi olduqca turist cəlb edir. İstirahət mərkəzlərindən bəhs edərkən isə Şəkidə Marxal, Qəbələdə Qafqaz Riverside Resort, Qafqaz Karvansaray Hotel , Qafqaz Sport Hotel və.s məşhur hotellərdən bəhs etmək olar. Bu kimi hotellər isə əsl istirahət mərkəzi olmaqla hər mövsüm istifadə ediləbiləcək qapalı hovuzu, türk hamamları , idman və əyləncə zalları, restoranları , oyun zalları ki, burada bovling, şahmat , billiard bir çox sayda oyun növləri, həyətində tenis, voleybol, futbol meydançası, film zalı mövcudluğu bu xidmətlərin səhər 8-dən axşam 11-ə kimi fəaliyyəti insanların müsbət mənada istirahətinə şərait yaradır.

Dağlıq Şirvan iqtisadi-coğrafi rayonunda turizmin inkişaf sahələri

Dağlıq Şirvan iqtisadi-coğrafi rayonu turizmin inkişaf etdiyi rayon əsasən İsmayıllıdır. Ismayıllıda əsas maraq obyekti qədim dövrlərin izlərinin qalması və təbiətidir. İsmayıllının Lahıc kəndi isə tam bir turist zonasıdır. Hələ XIX əsrdə 200-ədək mis emalatxanalar mövcud olmuş və odlu soyuq silahların hazırlanmasında mühim rol oynayır. Lahıcı gəzərkən isə məhəllə məscidləri , Girdman qalası tarixi əhəmiyyət kəsb edərək turist axınına səbəb olur. İsmayıllı dedikdə isə ilk ağıla gələn istirahət mərkəzi Basqal Resort Spa-dır. Bununla yanaşı ismayıllı Castle Resort ,İsmayıllı Resort sevilən otellərdəndir. Basqal otel tərkibində qapalı hovuzu, spa, sauna, buxar otağı, türk hamamı, fitness zalı , futbol, tenis voleybol meydançası, film, oyun zalları asudə vaxtların keçirilməsi üçün seçilən məkandır.

Gəncə-Daşkasən iqtisadi coğrafi rayonu - Daşkasən turizmin inkişaf etdiyi rayondur. Səthi şimala doğru alçalan dağlarla əhatə olunmuş, yayda bolsulu olan çaylarla zəngindir. Dağlıq ərazi olduğu üçün çayları qışda donub, yazda əridikləri üçün bolsulu olur. Təbiətin canlanması ilə vəhdət təşkil edərək xoşagələn görüntü formalaşır. Turizm əhəmiyyətli Zivlən və Astaf kəndlərində Göygöl vardır. Meşələrində zəngin fıstıq, vələs,palıd, cökə, söyüd,qarağac, görməşov kimi ağaclar bitir. Rayonun müalicə əhəmiyyətli Yumurtalı Bulaq, Turşsu,Narzan, Qiblən, Qayğı, Böyrək,İdris,Seyid kimi bulaqları insanların səyahətinə səbəb olur. Narzan istirahət mərkəzi məxsusilə fərqlənir. Xoşbulaq yaylağı əsasən istirahət üçün seçilən yerdir. Burada otellərdən çox kiçik koteclərə üstünlük verilmişdir.

Lənkəran iqtisadi-coğrafi rayonunda turizmin inkişaf sahələri-Lənkəran iqtisadi coğrafi rayonu iqlimi region olaraq digər ərazilərimizdən fərqli olan, yağıntıları əsasən qış-payızda düşür. Bu ərazi dağlarrının yaşıllığı ilə,təbiətindəki fərqli endemik-relikt bitkilərlə, həmçinin dənizlə qarşılıqlı əlaqədə region olaraq turist axınına və istirahət zonasına çevrilməyə səbəb olmuşdur. Hələ qədim dövrlərdən bu regionun yeraltı müalicəvi suları dillərə dastandır. Hansı ki, Masallı rayonu, İstisu Fatimeyi Zəhra şəfa sanatoriyası Masallıdan 13km aralı olmaqla dəniz səviyyəsindən 1650m yüksəklikdə Dəmbəlov dağında Viləşçay sahilində yerləşir. İstisu tərkib olaraq hidrogen-sulfid, natrium-xlor, kalsium, maqnezium-hidrokarbonat və hər litrində 30ml qr yod var ki, buu da müalicəvi cəhətdən bir çox xəstəliklərin şəfalanmasında birbaşa təsir göstərir. Lənkəran dedikdə ilk ağıla gələn Springs Wellness resortdur. Digər otellərdən yüksək standartlarına görə, göstərilən xidmət səviyyəsinə və səmərəli vaxt keçirmək üçün hər cür yaşayış imkasnlarının olmasına görə fərqlənir. Daxili turist, həmçinin xarici turist axımına görə olduqca faiz nisbətinə görə önsırada olan otellərdəndir. Oteldaxilində müalicəvi hovuz, isti baseyn, türk hamamı,

oyun zalları, əyləncə, idman zalları, meydançalar və.s fəaliyyət göstərir. Hirkan milli parkında Hirkan Park Hotel, Riva Hill resort tanınmış otellər olmaqla, son illər daha çox seçim edilən A Frame evlər və koteclərdə turistlərin sevimli məkanıdır. Əlbəttə ki, müsbət xüsusiyyətləri ilə yanaşı turizmin inkişafına mənfi təsir göstərən amillər də çoxdur.

Kəlbəcər-Laçın iqtisadi-coğrafi rayonunda turizmin inkişafı-27sentyabr 2020-ci ildə başlamış-10 noyabr 2020-ci ilə qədər çəkən müharibə nəticəsində Azərbaycan Silahlı Qüvvələri Ermənistan Silahlı Qüvvələri ilə gərgin döyüşdən sonra, Azərbaycan üstünlük əldə edərək atəşkəslə nəticələnərək ərazilərimiz işğaldan azad olundu.

Bütün bu dağıntılara, maddi və mənəvi ziyana rəğmən dövlətimiz bir tərəfdən də barbarlığa məruz qalan dini, tarixi, mədəni abidələrimizin bərpası ilə məşğuldur. Qarabağın mədəniyyət beşiyi hesab edilən Şuşada başlayan mədəni quruculuq işləri digər bölgələrimizdə də davam etdiriləcək. Qısa bir müddət ərzində Vaqifin məqbərəsi, Vaqifin büstü yenidən açıldı, Üzeyir Hacıbəylinin abidəsi yenidən qoyuldu, Üzeyir Hacibəylinin dağıdılmış evinin bərpasına başlanıldı, Bülbülün ev muzeyinin açılışı baş tutdu, Natavan bulağı bərpa edildi. Prezident İlham Əliyevin göstərişi ilə ermənilər tərəfindən gülləbaran edilmiş dahi şəxsiyyətlərimizin-Natavanin, Üzeyir Hacıbəylinin, Bülbülün büstləri yaradıldı və mərkəzi meydanda qoyuldu. Məsciddə təmir-bərpa işləri başlandı, Vaqif Poeziya günləri və "Xarbülbül" festival da bərpa olundu. Bütün bu mədəni fəaliyyətin bərpasında Heydər Əliyev Fondunun rolu danılmazdır.Qısa bir müddət ərzində Şuşada "Qarabağ" və "Xarıbülbül" otelləri istifadəyə verildi. Qarabağda 3 hava limanının tikilməsi də təsadüfi deyildir. Füzuli Hava Limanı artıq fəaliyyətə başlamışdır, Zəngilan və Laçın Hava Limanlarının da yaxın vaxtlarda fəaliyyətə başlaması istisna olunmur. Bu isə Qarabağın incisi hesab olunan və Azərbaycanın mədəniyyət paytaxtı Şuşa şəhərinə gəlmək istəyən, Kəlbəcərin füsunkar təbiəti, ekoturizm imkanlari, istisu kurortuna üz tutan istər yerli, istərsə də xarici turistlərin bu hava limanlarından istifadə etməklə səyahətlərini daha rahat va asan gerçəkləşdirmələrinə imkan yaradacaqdır.

Qarabağın turizm potensiali olduqca zəngindir, burada turizmin çox növləri - ekoturizm, dağ turizmi, qış turizmi, ov turizmi, sağlamlıq turizminin inkişafı üçün bütün imkanlar vardır. Dövlət Turizm Agentliyi tərəfindən işğaldan azad edilmiş ərazilərin turizm inkişaf strategiyasi və konsepsiyasi hazırlanmışdır. Kəlbəcərdə ənənəvi turizmdən əlavə, qış və sağlamlıq turizminin inkişafı mümkündür. Mədəniyyət beşiyi hesab olunan Şuşada əsasən festivalların keçirilməsi, Ağdamda "dark" – yəni işğalın nəticələrinin çılpaq şəkildə göstərilməsi və işgüzar turizm nəzərdə tutulub. Xocavənd rayonu da xüsusi turizm potensialına malikdir. Tuğ və Hadrutun şəhər marşrutuna salınması daha uygundur. Məşhur Azıx mağarası, Tağlar mağarası da bu ərazidə yerləşir. Suqovuşanla bağlı da müəyyən planlar mövcuddurAzərbaycanın bu qədim tarixə malik olan bölgəsi özünün flora va faunası, mətbəxi, tarixi mədəni-dini abidələri, qədim qalaları, körpüləri, meşələri, bulaqları və s. Görməli məkanları ilə turistləri cəlb edəcək.

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.

Kifayət qədər geniş rekreasiya imkanlarına malik olan Laçındakı İlisu müalicəvi əhəmiyyətli mineral bulağı, zəngin flora və faunaya sahib, sahəsi 21 min hektardan çox olan Laçın yasaqlığı bu ərazilərin turizm imkanlarını genişləndirəcək. Hələ işğaldan əvvəl Kəlbəcərin İstisu qəsəbəsində Ümumittifaq əhəmiyyətli 2 böyük sanatoriya fəaliyyat göstərirdi. Hər il orada 50 min nəfər müalicə olunur və istirahət edilirdi. Buradakı "istisu" mineral suları ilə insanın həm xarici, həm də daxili xəstəliklərini müalicə etmək mümkün idi. Hətta orada kurort və mineral sudoldurma zavodu da tikilmişdi. Mütəxəssislərin fikrincə, Kələbəcərin relyefi dünyanın ən heyrətamiz kanatlarının inşasına, ən maraqlı turizm xidmətlərinin qurulmasına imkan verir.Burada gələcəkdə Qafqazın ən böyük turizm mərkəzini yaratmaq mümkündür.

Eyni zamanda "Qafqaz Albaniyasi turizm marşrutu" da Qarabağın tarixini saxtalaşdıran erməni yalanlarının ifşası baxımından mühüm rol

oynayacaq. Marşrut Qafqaz Albaniyasını araşdıran alimlərin məsləhət və tövsiyələri əsasında hazırlanır. Alban mədəniyyəti marşrutu Azərbaycanın 3 əsas dəhlizini - Bakı-Şəki-Zaqatala, Gəncə-Qazax və Qarabağı əhatə edir. Alban mədəniyyətinin izləri Qarabağda və Şərqi Zəngazurda daha çoxdur. Burada Qafqaz Albaniyası ilə bağlı zəngin irs var. Bura məbədlər, kilsələr, hamsının adət-ənənələr və s. daxildir. Qeyd edək ki, qədim Alban mədəniyyətinin izi ilə yaranacaq turizm marşrutu ölkəmizin, hamsının Qarabağın zəngin və tarixi turizm potensialının tanıdılması istiqamətində xüsusi əhəmiyyət kəsb edəcək Qarabağın mövcud turizm potensialının tanıdılması üçün zəruri turizm infrastrukturunun yaradılması istiqamətində gərgin işlər davam edir. 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 barbarlar 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 insani qəbul edəcəyi gözlənilir.

Nəticə: Azərbaycanda turizmin inkişafı üçün geniş təbii, coğrafi və mədəni resurslar mövcuddur. Respublikanın iqtisadi-coğrafi rayonlara bölünməsi və hər bir rayonun özünəməxsus təbii və tarixi xüsusiyyətlərinin mövcudluğu ölkə daxilində regional turizmin formalaşmasına zəmin yaratmışdır. Aparılmış tədqiqatlar göstərir ki, Quba-Xaçmazdan tutmuş Kəlbəcər-Laçınadək olan bütün iqtisadi rayonlarda turizm infrastrukturu inkişaf etməkdədir və bu sahəyə yatırılan investisiyalar, aparılan yenidənqurma və bərpa işləri ölkənin beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyasını sürətləndirir.Daxili turizmin inkişafı ilə yanaşı, xarici turistlərin cəlb olunması və dünya standartlarına cavab verən otel və

istirahət komplekslərinin yaradılması Azərbaycanın turizm potensialını daha da artırır. Qarabağın azad olunması ilə yeni turizm istiqamətləri yaranmış və bölgədə mövcud olan ekoturizm, sağlamlıq turizmi, qış və dağ turizminin inkişafı üçün real zəmin formalaşmışdır.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Azərbaycanda turizmin inkişafı üçün əlavə tədbirlər haqqında Sərəncam**,** 01 sentyabr 2016-cı il.
2. Azərbaycanda turizm sənayesinin inkişafı ilə əlaqədar Strateji Yol Xəritəsi**,** 6 dekabr 2016-cı il.
3. Bahadur B. Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi. Bakı, 2006, 140 s.
4. Bilalov B. "Turizmin menecmenti". Bakı: "Mütərcim", 2005, 372 s.
5. Bilalov B. Azərbaycanda müalicə-sağlamlıq turizmi: problemlər və perspektivlər. *Turizm və Qonaqpərvərlik Tədqiqatları* jurnalı, №3, Bakı, 2013, s. 24–33.
6. Bilalov B., Gülalıyev Ç. Turizmin əsasları. Bakı: "QHT Nəşriyyatı", 2015, 496 s.
7. Cabbarov Ə. Turizmin iqtisadi əsasları. Bakı, 2015, 267 s.
8. Əlirzayev Ə.Q. Turizmin iqtisadiyyatı və idarə olunması. Bakı: "İqtisad Universiteti" Nəşriyyatı, 2011, 494 s.
9. Hüseynov İ., Əfəndiyeva N. Turizmin əsasları. Bakı, 2009, 442 s.
10. Məmmədov C.A., Soltanova H.V., Rəhimov S.H. Beynəlxalq turizmin coğrafiyası. Bakı, 2002, 548 s.
11. Mustafayev E., Kərimov E. Azərbaycanda mədəni irs və mədəni turizm: resurslar, məhsullar, təcrübələr. Bakı, 2006, 140 s.
12. Nadirov F., Qəhrəmanov M. Ekoturizm. Bakı, 2008**.**
13. Qasimov M. Beynəlxalq turizm bazarı: nəzəriyyə və praktika. Bakı: "Nurlan", 2001, 204 s.

Rus dilli mənbələr:

17. Боголюбова С. Эколого - экономическая оценка рекреационных ресурсов. Москва: Издательский центр, 2009, 256 с.

18. Гуляев В.Г., Селиванов И.А. "Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие". Москва: Советкий спорт, 2008. - 280 с.

19. Квартальнов В.А. «Теория и практика туризма», Учебник М.: Финансы и статистика, 2003 г. 672 с.

20. Королева И. С. Кадастровая оценка рекреационных земель с учетом их ценности: на примере Белгородской области: Дис. ... кан. географических наук. Белгород 2009, 173 с.

HÜSEYN ABBASOV

Azərbaycanda meyvə-tərəvəz sektorunda problemlər və onlarin aradan qaldirilmasi yollari: elmi-praktiki yanaşma

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: abbasov.husyn@gmail.com

Xülasə: Azərbaycanda meyvə-tərəvəz istehsalı kənd təsərrüfatı sahəsində əsas istiqamətlərdən biri olmaqla, əhalinin ərzaqla təminatında mühüm rol oynayır.Bu səbəbdən meyvə - tərəvəz istehsalının artırılması və keyfiyyətli məhsul ilə insanların təmin edilməsi qarşıda duram əsas vəizflərdən biridir. Lakin bu sahədə bir sıra problemlər mövcuddur: suvarma sistemlərinin köhnəlməsi, iqlim dəyişiklikləri, xəstəlik və zərərvericilərin artması, texnoloji çatışmazlıqlar, logistik infrastrukturun zəifliyi və idarəetmədəki səmərəsizliklər istehsalın həcmini və keyfiyyətini azaldır. Bu sadalanan problemlərin aradan qaldırılması üçün müəyyən addımlar atılır.

Qida təhlükəsizliyi baxımından bu problemlər əhalinin sağlam qidalanmasına mənfi təsir göstərir. Məqalədə bu problemlərin təhlili aparılmış, onların aradan qaldırılması üçün konkret təkliflər irəli sürülmüşdür. Davamlı kənd təsərrüfatı, elmi əsaslı istehsal texnologiyalarının tətbiqi, müasir aqrotexniki tədbirlər və dövlət dəstəyi tədbirləri məqalədə əsas həll yolları kimi təqdim olunur.

***Açar sözlə*r:** Meyvə-tərəvəz istehsalı, kənd təsərrüfatı, qida təhlükəsizliyi, problemlər, davamlı inkişaf

Abstract: Fruit and vegetable production in Azerbaijan is one of the main directions in the agricultural sector, playing an important role in providing the population with food. For this reason, increasing fruit and vegetable production and providing people with quality products is one of the main tasks ahead. However, there are a number of problems in this area: aging irrigation systems, climate change, the increase in diseases and pests, technological shortcomings, weak logistics infrastructure and inefficiencies in management reduce the volume and quality of production. Certain steps are being taken to eliminate these listed problems.

In terms of food security, these problems have a negative impact on the healthy nutrition of the population. The article analyzes these problems and puts forward specific proposals for their elimination. Sustainable agriculture, the application of science-based production technologies, modern agrotechnical measures and state support measures are presented as the main solutions in the article.

***Keywords*:** Fruit and vegetable production, agriculture, food security, problems, sustainable development.

Резюме: Производство фруктов и овощей является одним из основных направлений в аграрном секторе Азербайджана и играет важную роль в обеспечении населения продуктами питания. Поэтому увеличение производства фруктов и овощей и обеспечение населения качественной продукцией является одной из главных задач на будущее. Однако в этой сфере существует ряд проблем: устаревание ирригационных систем, изменение климата, рост болезней и вредителей, технологические недостатки, слабая логистическая инфраструктура и неэффективность управления

снижают объемы и качество производства. Предпринимаются определенные шаги для устранения перечисленных проблем.

С точки зрения продовольственной безопасности эти проблемы негативно сказываются на здоровом питании населения. В статье анализируются эти проблемы и выдвигаются конкретные предложения по их устранению. В качестве основных решений в статье представлены устойчивое развитие сельского хозяйства, применение наукоемких технологий производства, современных агротехнических мероприятий и мер государственной поддержки.

***Ключевые слова*:** Производство фруктов и овощей, сельское хозяйство, продовольственная безопасность, проблемы, устойчивое развитие.

Giriş. Dünya əhalisinin ekoloji baxımdan təhlükəsiz və keyfiyyətli kənd təsərrüfatı məhsulları ilə təmin edilməsi günümüzün vacib problemlərindəndir.Azərbaycanda kənd təsərrüfatı iqtisadiyyatın strateji sahələrindən biri olaraq ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsində mühüm rol oynayır. Belə ki , son 10-15 il ərzində dünyanın inkişaf etmiş ölkələrində insanların sağlam və uzunömürlü yaşamasında meyvə-tərəvəz məhsullarının əvəzsiz rolu haqqında maraqlı elmi məlumatlar, cəmiyyətdə bu məhsulların daha çox və geniş çeşid də istehsalına təkan vermişdir.Bu sahədə xüsusilə meyvə-tərəvəz istehsalı həm daxili bazarın tələbatını ödəmək, həm də ixrac potensialını artırmaq baxımından önəm daşıyır [1,s.240-248].

Son illərdə aqrar islahatların aparılması, subsidiya və dəstək mexanizmlərinin tətbiqi, torpaq resurslarından səmərəli istifadə istiqamətində görülən tədbirlər müsbət nəticələr versə də, meyvə-tərəvəz sektorunda hələ də bir sıra sistemli problemlər qalmaqdadır. Bu problemlər özünü məhsuldarlığın qeyri-sabitliyində, texniki və texnoloji çatışmazlıqlarda, xəstəlik və zərərvericilərlə mübarizədəki çətinliklərdə, eyni zamanda məhsulun saxlanması və bazara çıxarılması mərhələlərində daha qabarıq şəkildə göstərir. Bütün bu amillər qida təhlükəsizliyi baxımından da ciddi risklər yaradır. Bu məqalədə Azərbaycanda meyvə-tərəvəz istehsalında mövcud problemlər və onların ərzaq və qida təhlükəsizliyi aspektindən təhlili aparılır, eyni zamanda onların aradan qaldırılması üçün elmi əsaslı həll yolları təklif olunur [2,s.32].

Tədqiqatın məqsədi. Tədqiqatın məqsədi Azərbaycanda meyvə - tərəvəz sahələrində məhsul istehsalının vəziyyətini, mövcud problemlərini və həlli yollarını araşdırmaqdır.

Azərbaycanda meyvə-tərəvəz istehsalının mövcud vəziyyəti. Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatının əsas sahələrindən biri olan meyvə-tərəvəz istehsalı həm daxili tələbatın ödənilməsi, həm də ixracın təmin olunması baxımından xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Müxtəlif torpaq-iqlim şəraiti ölkənin əksər bölgələrində bu məhsulların becərilməsinə şərait yaradır. Xüsusilə Aran, Quba-Xaçmaz, Lənkəran-Astara və Naxçıvan bölgələri meyvə-tərəvəzçilik sahəsində ixtisaslaşmış ərazilər kimi çıxış edir. Dövlət proqramları çərçivəsində görülən tədbirlər nəticəsində bu sahədə müəyyən artımlar qeydə alınmışdır. Lakin son illərdə iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrindəki dəyişikliklər, su təminatındakı problemlər və texnoloji yeniliklərdən geri qalma sektorda istənilən nəticənin əldə olunmasına əngəl törədir. Ümumilikdə, Azərbaycanda meyvə-tərəvəz istehsalı geniş potensiala malik olsa da, bu potensialın tam reallaşdırılması üçün sistemli yanaşmalar və elmi əsaslı qərarlar vacibdir [3,s.216-217].

İstehsal prosesində rast gəlinən əsas problemlər. Azərbaycanda meyvə-tərəvəz istehsalı sahəsində əldə olunan müsbət nəticələrə baxmayaraq, bu sahədə davamlı və sistemli inkişafı məhdudlaşdıran bir sıra ciddi problemlər mövcuddur. İlk növbədə, xırda və pərakəndə təsərrüfatların üstünlük təşkil etməsi istehsalın səmərəliliyini azaldır. Bu təsərrüfatlarda müasir aqrotexniki metodlardan və texnologiyalardan istifadə səviyyəsi çox aşağıdır. Suvarma sistemlərinin köhnəlməsi və bəzi bölgələrdə su qıtlığı məhsuldarlığa mənfi təsir göstərir.Eyni zamanda, keyfiyyətli toxum və ting materiallarının çatışmazlığı, aqrokimyəvi xidmətlərin zəifliyi, kənd təsərrüfatı texnikasının köhnəlməsi və ya ümumiyyətlə olmaması da məhsulun keyfiyyətinə və həcminə təsir edir. Mövsümi işçi qüvvəsinin qeyri-peşəkarlığı və kənd yerlərində kadr çatışmazlığı da əsas maneələrdəndir.

Bundan əlavə, məhsulun yığımından sonrakı mərhələdə — saxlanması, qablaşdırılması, daşınması və bazara çıxarılması sahəsində də ciddi çətinliklər mövcuddur. Saxlama infrastrukturunun zəifliyi səbəbindən məhsul itkisi yüksək səviyyədədir. Növbəti fəsildə bu problemlərin statistik təhlili və regional fərqliliklər üzərində dayanılacaq [4,s.101-104].

Problemlərin statistik təhlili və regional müqayisəsi. Azərbaycanda meyvə-tərəvəz istehsalı sahəsində mövcud problemlər bölgələr üzrə fərqli səviyyədə özünü göstərir. İqlim şəraiti, torpaq münbitliyi, su təminatı və infrastruktur vəziyyəti regionlar arasında istehsal göstəricilərinə təsir edən əsas amillərdir. Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına əsasən, 2019–2023-cü illər ərzində meyvə-tərəvəz istehsalında dalğalanmalar müşahidə olunmuşdur. Bu dalğalanmalar həm məhsuldarlıqda, həm də ixrac həcmində öz əksini tapmışdır.Xüsusilə Aran və Quba-Xaçmaz bölgələrində meyvəçilik, Lənkəran və Şəki-Zaqatala zonalarında isə tərəvəzçilik sahəsində müəyyən artımlar əldə olunsa da, bəzi regionlarda suvarma çətinlikləri və texniki təminatın zəifliyi səbəbindən məhsuldarlıq aşağı səviyyədə qalmışdır.

Cədvəl 1-də 2019–2023-cü illər üzrə Azərbaycanın əsas bölgələrində meyvə və tərəvəz istehsal göstəriciləri (min tonla) təqdim olunur. Cədvəldən göründüyü kimi, ümumi istehsalda artım tendensiyası müşahidə olunsa da, bölgələr arasında balanssızlıq qalmaqdadır. Digər tərəfdən, istehsal artımı bəzən məhsulun keyfiyyətində və ixrac göstəricilərində paralel inkişafla müşayiət olunmur. Bu isə kompleks yanaşma və planlaşdırma ehtiyacını ortaya qoyur [5,s.4-5].

Cədvəl 1. 2019–2023-cü illər üzrə Azərbaycanın əsas bölgələrində meyvə və tərəvəz istehsal göstəriciləri (min tonla).

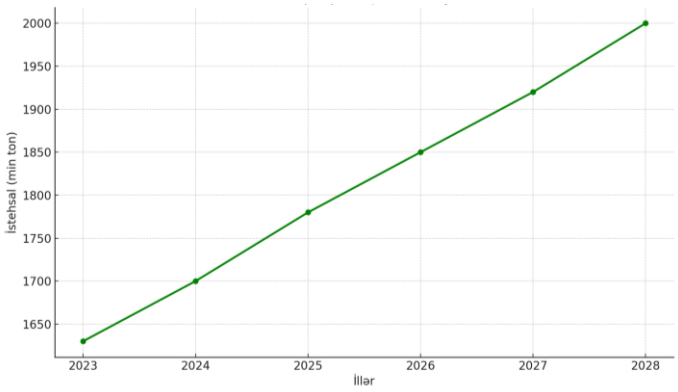
İL	Aran	Quba-Xaçmaz	Lənkəran	Şəki-Zaqatala	Digər bölgələr	Ümumi istehsal
2019	380	290	270	250	310	1500
2020	370	295	260	255	300	1480
2021	390	300	275	260	320	1540
2022	400	310	280	270	330	1590
2023	410	320	285	275	340	1630

Mənbə-Azərbaycan Respublikasının Dövlət statistika Komitəsi, “Kənd təsərrüfatı məhsulları üzrə statistik göstəricilər”, 2023. www.stat.gov.az

Meyvə-tərəvəz istehsalının inkişafı üzrə perspektivlər və təkliflər. Azərbaycanda meyvə-tərəvəz istehsalının davamlı və effektiv şəkildə inkişaf etdirilməsi üçün elmi əsaslara söykənən kompleks tədbirlərin həyata keçirilməsi zəruridir. Hazırda bu sahədə mövcud olan infrastruktur və resurslar müəyyən imkanlar yaratsa da, onların səmərəli idarə olunmaması potensialın tam reallaşdırılmasına mane olur.

İlk növbədə, müasir suvarma texnologiyalarının (damcı, yağmurlama və s.) geniş tətbiqi məhsuldarlığın artırılmasında mühüm rol oynaya bilər. Digər tərəfdən, innovativ aqrotexniki üsulların və yüksək məhsuldar toxum sortlarının istifadəsi də təşviq edilməlidir. Əkin sahələrinin xəritələşdirilməsi və regionların ixtisaslaşması prinsipinə uyğun zonalaşdırma, məhsuldarlığın artırılması və resursların optimallaşdırılması baxımından effektiv alət ola bilər.Meyvə-tərəvəz məhsullarının itkisiz yığılması, qablaşdırılması, soyuducu anbarlarda saxlanılması və müasir logistika zəncirlərinə inteqrasiyası da məhsulun əlavə dəyərini artıracaq. Əlavə olaraq, ixracyönümlü istehsalın təşviqi və beynəlxalq keyfiyyət standartlarına uyğunluq, həm də ərzaq təhlükəsizliyinin təminatı baxımından strateji əhəmiyyət daşıyır [6].

Aşağıda, təxmini inkişaf tendensiyalarını göstərən qrafik verilmişdir:



Qrafik 1: 2023–2028-ci illər üçün proqnozlaşdırılan meyvə-tərəvəz istehsalı (min tonla) (Qrafikdə illik artım təxminən 4-5% götürülmüşdür.)

Mənbə - www.stat.gov.az

Nəticə.Tədqiqat nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, Azərbaycanda meyvə-tərəvəz istehsalı ölkə iqtisadiyyatı və ərzaq təhlükəsizliyi baxımından strateji əhəmiyyət daşıyır. Bu sahənin davamlı inkişafı təkcə daxili tələbatın ödənilməsinə deyil, həm də ixrac potensialının artırılmasına və aqrar sektorun rəqabət qabiliyyətinin gücləndirilməsinə xidmət edir. Lakin mövcud istehsal sistemi bir sıra sistemli və texnoloji problemlərlə üz-üzədir. Xüsusilə suvarma sistemlərinin köhnəlməsi, məhsul saxlama və emal infrastrukturunun yetərsizliyi, iqlim dəyişikliklərinin məhsuldarlığa mənfi təsiri və müasir aqrotexniki biliklərin fermerlər arasında məhdud yayılması sahədəki əsas çətinliklərdəndir.İstehsal prosesinin təhlili göstərdi ki, kənd təsərrüfatında innovativ texnologiyaların tətbiqi, aqrotexniki tədbirlərin elmi əsaslarla aparılması və ekoloji baxımdan davamlı üsulların təşviqi məhsuldarlığın artırılması üçün vacibdir. Eyni zamanda logistika və satış zəncirinin təkmilləşdirilməsi, həmçinin ixrac bazarlarına çıxışın asanlaşdırılması yerli istehsalçılar üçün əlavə dəyər yaratmaq imkanlarını artırır. Tədqiqat nəticələri göstərir ki, regionlar üzrə meyvə-tərəvəz istehsalının ixtisaslaşması və aqroklimatik üstünlüklərdən düzgün istifadə bu sahədə

daha səmərəli nəticələrin əldə olunmasına şərait yarada bilər [7].

Nəticə olaraq qeyd edilməlidir ki, meyvə-tərəvəz istehsalı sahəsində kompleks və davamlı inkişaf üçün dövlətin tənzimləyici rolu ilə yanaşı, özəl sektorun təşəbbüsləri və elmi-tədqiqat institutlarının bilavasitə iştirakı zəruridir. Sənaye əsaslı kənd təsərrüfatı modelinə keçid, beynəlxalq standartlara uyğun qida təhlükəsizliyi sistemlərinin qurulması və məhsulların izlenebilirliyinin təmin olunması gələcək inkişafın əsas istiqamətləri kimi çıxış edir. Bu yanaşma həm də "yaşıl kənd təsərrüfatı" prinsiplərinə uyğun olaraq ətraf mühitin mühafizəsinə və resurslardan dayanıqlı istifadəyə töhfə verəcəkdir.

Elmi-praktiki nəticələr:

1. Regionlaşma və ixtisaslaşma zərurəti – Azərbaycanın müxtəlif bölgələri fərqli aqroekoloji şəraitə malik olduğundan, meyvə-tərəvəz istehsalında regionlaşdırma və ixtisaslaşma əsas götürülməlidir. Bu, həm məhsuldarlığın artırılmasına, həm də resurslardan daha səmərəli istifadəyə imkan verəcəkdir.

2. İqlim dəyişikliklərinə uyğunlaşma tədbirləri – Müasir dövrdə iqlim dəyişikliklərinin kənd təsərrüfatına təsiri artmaqdadır. Elmi yanaşma tələb edir ki, davamlı suvarma sistemləri qurulsun, quraqlığa davamlı bitki sortlarının tətbiqi genişləndirilsin və fermerlərə adaptasiya üzrə təlimlər keçirilsin.

3. Əlavə dəyər zəncirinin qurulması – Meyvə-tərəvəz məhsullarının yalnız istehsalı deyil, emalı, qablaşdırılması və saxlanması da vacibdir. Bu istiqamətdə müasir texnologiyaların tətbiqi və yerli emal müəssisələrinin gücləndirilməsi rəqabətliliyi artıracaq.

4. Qida təhlükəsizliyi sistemlərinin gücləndirilməsi – İstehsal prosesindən satışa qədər olan mərhələlərdə qida təhlükəsizliyi standartlarının tətbiqi vacibdir. Bu məqsədlə izlenebilirlik sistemlərinin yaradılması, keyfiyyətə nəzarət laboratoriyalarının genişləndirilməsi və sertifikatlaşdırma mexanizmlərinin sadələşdirilməsi təklif olunur.

5. Statistik və analitik monitorinq sistemlərinin inkişafı – İstehsal, idxal, ixrac və istehlak məlumatlarının toplanması və təhlili üçün vahid rəqəmsal platformaların yaradılması elmi əsaslı qərarların qəbuluna imkan verəcəkdir.

6. Fermerlərin bilik və bacarıqlarının artırılması – Praktik təlimlər, seminarlar və sahə nümayişləri vasitəsilə fermerlərin bilik səviyyəsinin yüksəldilməsi, onların innovativ yanaşmalara adaptasiyasını sürətləndirəcək.

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi. Azərbaycan kənd təsərrüfatı, Bakı, 2024, 701 s.

2. Əliyev Ç.S., "Tərəvəzçinin sorğu kitabı" Bakı, "Azərnəşr", 2018, 5-90 s.

3. Əhmədov. Ə., Əliyev N.T., Meyvə və tərəvəzin əmtəəşünaslığı (dərslik), ADİU nəşriyyatı, Bakı, 2009, 438 s.

4.Quliyev E., Qida təhlükəsizliyinin gücləndirilməsi problemləri strateji istiqamətləri, Kooperasiya nəşriyyatı, Bakı 2020, 464 s.

5. Алиев Ч.С., Зейналов Ю.М. Некторые физико-механические свойства плодов. Разных сортов томата выращиваемых в условиях Азербайджана. Российской федерации “Курганская государственная сельскохозяйственная академия имени Т.С.Мальцева” Аграрная наука в условияя модорнизации и Цифрового Развития АПК. Курган, 2022, 3-9 с.

6. https://www.stat.gov.az

7. https://www.agro.gov.az

NƏRGİZ CAVADOVA

Azərbaycanin qonaqpərvərliyi və qastronomiyasi : müasir meyllər və inkişaf üfüqləri

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,magistr

E-mail: cavadova.nargiz@gmail.com

Xülasə: Məqalədə Azərbaycan iqtisadiyyatının iki əsas sahəsinin-qonaqpərvərlik və qida sənayesinin vəziyyəti və perspektivləri təhlil edilir. Qonaqpərvərlik, dərin tarixi kökləri ilə ölkənin mədəniyyətində və iqtisadiyyatında mühüm rol oynayır, infrastrukturun yaxşılaşdırılması və xidmətlərin keyfiyyəti sayəsində turistləri cəlb edir. Uğurlu inkişafa misal olaraq kurortların və mədəni tədbirlərin fəal inkişaf etdiyi Bakı, Qəbələ və Şəkidir ki, bu da turistlərin sayının artmasına və iqtisadiyyatın möhkəmlənməsinə kömək edir. Qida sənayesi, kənd təsərrüfatı məhsullarının emalını inkişaf etdirmək, malların keyfiyyətini yaxşılaşdırmaq və ixracatı genişləndirməklə qida təhlükəsizliyinə və iş yerlərinin açılmasına kömək etməklə də müsbət nəticələr göstərir. Məqalədə Azərbaycanın bu sektorlarda beynəlxalq arenada mühüm oyunçu olmaq potensialına malik olduğunu iddia edərək, gələcək investisiyaların, innovativ texnologiyaların və davamlı inkişafın əhəmiyyəti vurğulanır.

Açar sözləri: qonaqpərvərlik, qida sənayesi, Azərbaycan, turizm, kənd təsərrüfatı.

Резюме: Статья анализирует состояние и перспективы двух ключевых отраслей экономики Азербайджана: гостеприимства и пищевой промышленности. Гостеприимство, с его глубокими историческими корнями, играет важную роль в культуре и экономике страны, привлекая туристов благодаря улучшению инфраструктуры и качеству услуг. Примеры успешного развития — Баку, Габала и Шеки, где активно развиваются курорты и культурные мероприятия, что способствует росту числа туристов и укреплению экономики. Пищевая промышленность также показывает положительные результаты, развивая переработку сельхозпродукции, улучшая качество товаров и расширяя экспорт, что способствует продовольственной безопасности и созданию рабочих мест. Статья подчеркивает важность дальнейших инвестиций, инновационных технологий и устойчивого развития, утверждая, что Азербайджан имеет потенциал стать важным игроком на международной арене в этих секторах.

Ключевые слова: гостеприимство, пищевая промышленность, Азербайджан, туризм, сельское хозяйство.

Abstract: The article analyzes the state and prospects of two key sectors of the Azerbaijani economy: hospitality and the food industry. Hospitality, with its deep historical roots, plays an important role in the country's culture and economy, attracting tourists through improved infrastructure and quality of services. Examples of successful development are Baku, Gabala and Shaki, where resorts and cultural events are actively developing, which contributes to the growth of the number of tourists and the strengthening of the economy. The food industry is also showing positive results by developing the processing of agricultural products, improving the quality of goods and expanding exports, which contributes to food security and job creation. The article highlights the importance of further investments, innovative technologies, and sustainable development, arguing that Azerbaijan has the potential to become an important international player in these sectors.

***Keywords*:** hospitality, food industry, Azerbaijan, tourism, agriculture.

Гостеприимство и пищевая промышленность в Азербайджане: настоящее и будущее развитие

Азербайджан, обладая уникальной географической позицией и богатыми природными ресурсами, представляет собой важный центр для развития как индустрии гостеприимства, так и пищевой промышленности. С момента обретения независимости в 1991 году страна активно развивает эти отрасли, которые играют ключевую роль в экономике, культурной жизни и социальном благосостоянии граждан. Гостеприимство, в частности, стало важным элементом национальной идентичности и привлекает туристов со всего мира. В то же время, пищевая промышленность Азербайджана, опираясь на традиции и современные технологии, постепенно превращается в важный сектор экономики, способствующий созданию рабочих мест и улучшению продовольственной безопасности.

С развитием экономики, модернизацией инфраструктуры и улучшением качества услуг, сектор гостеприимства и пищевая промышленность Азербайджана имеют большие перспективы для дальнейшего роста. В последние годы страны Южного Кавказа уделяют внимание диверсификации этих отраслей, совершенствованию продукции, а также развитию экологически чистого производства. Особенно важным моментом является гармоничное сочетание традиционного азербайджанского гостеприимства и современных тенденций в туристической индустрии, что способствует улучшению имиджа страны на международной арене [2, с. 76].

Гостеприимство в Азербайджане имеет глубокие исторические корни и является неотъемлемой частью культурной традиции. С момента образования независимого Азербайджана туристическая отрасль демонстрирует устойчивый рост, что связано с развитием инфраструктуры, строительством новых отелей, улучшением транспортных и сервисных услуг. В 2023 году Азербайджан посетили около 2,085,790 туристов, что на 30,2% больше по сравнению с 2022 годом, когда страну посетили примерно 1,602,279 туристов. Туризм активно развивается в таких городах, как Баку, Габала, Шеки, а также в прибрежных районах, таких как Лянкяран, где функционируют курорты предлагающие услуги мирового уровня [4, с. 39].

Кроме того, страна активно участвует в международных выставках и форумах, что способствует повышению интереса к Азербайджану как туристическому направлению [3, с. 118]. Экономика страны получает значительный доход от туристической отрасли, а популяризация азербайджанской кухни, национальных традиций и культурных мероприятий (например, Международного фестиваля искусств в Баку) значительно укрепляет связи с зарубежными странами.

Пищевая промышленность Азербайджана развивается с учетом богатого сельскохозяйственного потенциала страны, который позволяет производить разнообразную продукцию, от свежих фруктов и овощей до мясных и молочных продуктов. За последние десятилетия наблюдается рост производства местных продуктов, таких как орехи, виноград, абрикосы, а также разнообразные специи и зелень [5, с. 62]. В 2023 году производство сельскохозяйственной продукции увеличилось на 7%, что свидетельствует о высоком уровне устойчивости сектора и его способности обеспечивать внутренний рынок В Азербайджане проводятся различные фестивали, посвященные традиционной кухне и сельскохозяйственной продукции. Среди них — Фестиваль вина в Гёйчае, который проходит в октябре и включает дегустации и культурные мероприятия, Фестиваль абрикосов в Шеки, проходящий в июле и посвященный сбору и переработке абрикосов, Фестиваль хурмы в Балакене, который проходит в октябре и включает ярмарки и культурные программы, Фестиваль граната в Гёйчае, отмечающий сбор гранатов и проводимый в октябре-ноябре, а также Шеки Фестиваль орехов, который проходит в октябре и включает ярмарки и культурные мероприятия. Эти события способствуют популяризации местной продукции и привлекают туристов, заинтересованных в азербайджанской кухне и сельском хозяйстве.

Азербайджан активно инвестирует в переработку сельскохозяйственной продукции, что способствует развитию пищевой промышленности и улучшению качества экспортной продукции. Примером успешного развития этой отрасли является завод по производству вина и виноградных соков в Габале, который производит продукцию, экспортируемую в Европу и другие страны [1, с. 98]. Кроме того, растет популярность органических и экологически чистых продуктов, что отвечает мировым трендам и способствует расширению рынков сбыта.

Я предлагаю следующие меры для решения главных вызовов, с которыми сталкиваются индустрии гостеприимства и пищевой промышленности в Азербайджане:

- Повышение квалификации персонала. Сосредоточиться на обучении и повышении квалификации работников, чтобы обеспечить высокий уровень обслуживания и соответствие современным требованиям рынка.
- Внедрение инновационных технологий. Активно внедрять инновационные технологии, которые могут улучшить производственные процессы, повысить эффективность и качество услуг.

- Обеспечение устойчивого развития в условиях глобальных экономических изменений. Разработать стратегии, направленные на устойчивое развитие, что позволит эффективно справляться с изменениями в мировой экономике и сохранить конкурентоспособность отраслей.
- Привлечение иностранных инвестиций. Привлекать иностранные инвестиции для модернизации инфраструктуры и улучшения качества предлагаемых услуг, способствуя экономическому росту.
- Внимание к вопросам экологии и устойчивому использованию ресурсов. Сосредоточить внимание на экологически устойчивых методах работы, минимизации отходов и рациональном использовании природных ресурсов в обеих отраслях.

Эти меры помогут повысить эффективность и устойчивость обеих отраслей в долгосрочной перспективе.

Азербайджан продолжает активно развивать свою туристическую отрасль и пищевую промышленность, делая акцент на сочетание традиций и инноваций. Гостеприимство, как важный элемент национальной культуры, продолжает привлекать туристов со всего мира, а пищевая промышленность становится все более конкурентоспособной на международных рынках. С учетом роста интереса к экологически чистым и органическим продуктам, а также современных технологий в сфере гостеприимства, Азербайджан имеет все шансы стать одним из лидеров в этих областях в будущем.

Список использованной литературы

1. Ахмедов, Р. Р. "Туризм в Азербайджане: состояние и перспективы развития." Экономика и общество, 2022, т. 25, № 3, с. 92-105.
2. Алиев, М. А. "Развитие пищевой промышленности Азербайджана в условиях глобализации." Вестник Азербайджанской академии наук, 2021, т. 42, № 2, с. 70-80.
3. Мехтиев, С. Х. "Гостеприимство как фактор устойчивого развития экономики Азербайджана." Социально-экономические исследования, 2020, т. 18, № 6, с. 112-125.
4. Исмайлова, Л. А. "Роль агропромышленного комплекса в обеспечении продовольственной безопасности Азербайджана." Агроэкономика, 2023, т. 16, № 1, с. 35-48.
5. Шамхалов, И. Р. "Состояние и перспективы развития гостиничной индустрии в Азербайджане." Туризм и бизнес, 2021, т. 19, № 4, с. 56-67.

NURİ UMLEYLA

Qastronomiya festivalinin regionlarda hadisə turizminin inkişafina təsiri

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistrant

E-mail: nuri.umleyla.2301@atmu.edu.az

Xülasə: Məqalədə qastronomiya turizminin tarixi, Azərbaycanda təşkili və bu sahədə keçirilən festivalların ölkənin müxtəlif regionlarında hadisə turizminin və qonaqpərvərlik sənayesinin inkişafina

təsirləri araşdırılır. Qastronomiya festivalları qida mədəniyyətini tanıtmaqla yanaşı, iqtisadi və sosial inkişafı dəstəkləyir. Azərbaycanın müxtəlif regionlarında zəngin mətbəx irsinin mövcudluğu bu istiqamətdə tədbirlərin təşkili üçün münbit şərait yaratsa da, festivalların davamlılığının təmin olunmaması, tanıtım məsələləri kimi problemlərə də təsadüf edilir.

Açar sözlər: qastronomiya, festival, hadisə turizmi, mətbəx, şərab

Abstract: The article examines the history of gastronomic tourism, its organization in Azerbaijan, and the impact of festivals held in this field on the development of event tourism and the hospitality industry in various regions of the country. Gastronomic festivals not only promote food culture but also support economic and social development. Although the rich culinary heritage present in different regions of Azerbaijan provides favorable conditions for organizing such events, challenges such as the lack of festival continuity and insufficient promotion are also observed.

Keywords: Gastronomy, festival, event tourism, kitchen, wine

Резюме: В статье исследуются история гастрономического туризма, его организация в Азербайджане и влияние проводимых в этой сфере фестивалей на развитие событийного туризма и индустрии гостеприимства в различных регионах страны. Гастрономические фестивали не только способствуют популяризации культуры питания, но и поддерживают экономическое и социальное развитие. Несмотря на то, что наличие богатого кулинарного наследия в различных регионах Азербайджана создаёт благоприятные условия для организации таких мероприятий, также наблюдаются проблемы, такие как отсутствие устойчивости фестивалей и недостаточная их реклама.

Ключевые слова: гастрономия, фестиваль, событийный туризм, кухня, вино

Giriş

Qastronomiya anlayışı yunan dilində “gaster”(mədə) və “nomas”(qanun) sözlərinin birləşməsindən yaranmışdır [1,s.115]. O, qida və içkilərin sanitariya qaydalarına uyğun hazırlanması, dad və estetik baxımından cəlbedici təqdim edilməsi ilə səciyyələnir. Qidalanmaya dair yazılı mənbələrə bizim eradan əvvəl rast gəlinir. Kulinariya sənətinin ilkin əsaslarının Mesopotamiyada formalaşdığı, sonradan Çin və Anadolu mətbəxlərinin inkişaf etdiyi qeyd edilir [5,s.1-3]. Eyni zamanda, “qastronomiya” anlayışı ilk dəfə eramızdan əvvəl IV əsrdə Yunanıstanda “Gastronomia” kitabında Aralıq dənizi regionuna aid şərab və qida bələdçisi kimi təqdim edilmişdir [3,s.3].

Qastronomiyanın inkişafında 1765-ci ildə Parisdə ilk restoranın açılması mühüm hadisə sayılır. XIX əsrdə isə zadəgan təbəqəsinə xidmət göstərən aşpazlıq sənəti peşəkar istiqamətə çevrildi [5, s.2].

Lakin qastronomiya anlayışı təkcə içki və qidaların hazırlanması prosesini əhatə etmir, eyni zamanda konkret bir ölkənin və ya müəyyən regionun iqtisadi, sosial və mədəni strukturlarını da araşdıran elm sahəsidir [3,s.3].

Qastronomiya turizminə ilk dəfə 1998-ci ildə Long tərəfindən tərif verilmişdir. Longun fikrincə, qastronomiya turizmi xoş təcrübələr yaşamaq, həmçinin qastronomiya və ona həsr olunmuş tədbirlərlə tarixi və mədəniyyəti araşdırmaq deməkdir [4,s.19].

Azərbaycanda qastronomiya turizminin təşkili

Azərbaycanda da kulinariya sənətinə xüsusi əhəmiyyət verilir. Azərbaycan mətbəxi ümumilikdə Qafqazın ən zəngin çeşidə malik və diqqət çəkən mətbəxlərindəndir. Ölkənin milli mətbəxinin təqribən 2000-dən artıq yemək çeşidi məşhurdur [4,s.57]. İngilis səyyahı Antoni Cenkinsonun məlumatına əsasən, Şamaxı bölgəsində Abdullah Xanla görüşü zamanı süfrəyə 250-yə yaxın müxtəlif yemək növü təqdim edilmişdir. Bu təamlar arasında, təxminən 200 çeşiddə düyü yeməyi, 20-yə yaxın dolma və kabab növlərini qeyd etmək olar.

Azərbaycanda yerli mətbəxin gastronomiya turizmi çərçivəsində inkişafı üçün dövlət tərəfindən bir sıra addımlar atılmışdır. Məsələn: 1991-ci ildə Milli Qastronomiya Mərkəzi yaradılmışdır [4,s.54-55]. Hazırda bu mərkəz Dövlət Turizm Agentliyinin nəzdində Milli Kulinariya Mərkəzi olaraq fəaliyyət göstərir. Bundan başqa, Azərbaycanda Kulinariya Mütəxəssisləri Assosiasiyası da fəaliyyət göstərir. Qeyd edilən qurumların əməkdaşlığı nəticəsində qastronomiya turizminin inkişafı istiqamətində mühüm irəliləyişlər əldə olunmuşdur. Məsələn: 2022-ci ilin oktyabrında Milli Kulinariya Konqresinin keçirilməsi, bu çərçivədə aparılan müzakirələr [6], 2024-cü ilin may ayında "Qızıl şah" adlandırılan kulinariya çempionatı [7] və s.. kimi tədbirlər buna misal göstərilə bilər. Buna baxmayaraq, kulinariya sahəsində Milli Kulinariya Mərkəzi kimi önəmli bir qurumun müstəqil vebsaytının hələ də yaradılmaması, bu sahədə mövcud perspektivlərdən kifayət qədər istifadə olunmadığını deməyə əsas verir.

Azərbaycanda qastronomiya turizminin inkişaf etmiş sahələrindən biri də şərabçılıqdır. Ölkənin şərabçılıq ənənələrinin tanıdılması məqsədilə Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi tərəfindən hazırlanan və qismən Gəncə-Qazax turizm zonasını əhatə edən "Şərab Yolu" marşrutu bu sahədə mühüm rol oynayır. Marşrut əsasən Gəncə, Göygöl, Tovuz və Şəmkir bölgələrini əhatə etsə də, onun beynəlxalq miqyasda tanıdılması digər ölkələrlə müqayisədə məhdud səviyyədədir.

Ümumiyyətlə, bu cür turizm marşrutları kənd təsərrüfatı sahələrini əhatə etməklə yanaşı, yerli əhali ilə ünsiyyəti təşviq edən xüsusi istiqamətlər kimi formalaşır. Belə turlar xarici turistlərə yerli şərab istehsalı prosesi ilə tanış olmaq, xüsusi şərab zavodlarına səfər etmək imkanı yaradır. Bu baxımdan, Göygöl, Gəncə və Şəmkir kimi bölgələrdə fəaliyyət göstərən şərabçılıq müəssisələri xüsusi maraq doğurur. Turistlər üçün üzüm bağlarına və istehsal müəssisələrinə təşkil olunan turlar çərçivəsində məhsul yığımında iştirak etmək və şərabın saxlanma texnologiyasını müşahidə etmək imkanları yaradılır [4, s.54-55].

Qastronomiya festivallarinin hadisə turizminin və qonaqpərvərlik sənayesinin inkişafina təsiri

Azərbaycanın zəngin mətbəxi və hər bir regiona məxsus unikal qida çeşidləri ölkənin turizm potensialının mühüm elementlərindən birini təşkil edir. Ölkənin müxtəlif bölgələri özünəməxsus kulinariya ənənələri ilə tanınır. Məsələn, Lənkəranın çayı və ləvəngisi, Qubanın alması və tıxması, Şəkinin paxlavası, Qarabağın kətəsi, Naxçıvanın 140 çeşiddə mineral və süfrə suları həm yerli əhali, həm də turistlər üçün

maraq doğuran qastronomik nümunələr sırasındadır [4, s.59]. Bu unikal qida məhsulları yalnız ölkə daxilində deyil, beynəlxalq səviyyədə də Azərbaycan mətbəxinin tanıdılmasına və regionların turizm potensialının artmasına xidmət edir. Xüsusilə qastronomiya festivalları bu sahədə mühüm rol oynayır və hadisə turizmi ilə sıx inteqrasiyada fəaliyyət göstərir.

Qastronomiya turizmi həmçinin qonaqpərvərlik sənayesinin inkişafına da təkan verir. Belə ki, festivalların təşkil olunduğu regionlarda yerləşmə, iaşə və xidmət sektoruna tələbat artaraq, otel və restoranların xidmət keyfiyyətinin yüksəlməsinə şərait yaradır. Nəticədə, bu sahədə çalışan yerli bizneslər genişlənir, yeni iş yerləri yaranır və regionların iqtisadi inkişafı sürətlənir.

Hadisə turizminin əsas istiqamətlərindən biri olan qastronomiya festivallarının regional səviyyədə qiymətləndirilməsi göstərir ki, bu tədbirlər müvafiq destinasiyaya mühüm üstünlüklər qazandırır. Müxtəlif regionlarda təşkil olunan bu festivallar, həm yerli mətbəxin təbliğinə, həm də turizm sektorunun inkişafına əhəmiyyətli töhfə verir. Belə tədbirlər, təkcə Azərbaycan mətbəxinin xarici və yerli turistlərə tanıdılmasını deyil, eyni zamanda regionlarda iqtisadi aktivliyin artmasını təmin edir. Qastronomiya festivalları regionların brend kimi tanınmasına, yerli məhsulların ixrac imkanlarının genişlənməsinə və qida sənayesinin inkişafına da müsbət təsir göstərir [2,s.9].

Azərbaycanın müxtəlif regionlarında təşkil edilən qastronomiya festivalları hadisə turizminin və qonaqpərvərlik sənayesinin inkişafına töhfə verən əsas tədbirlərdən biri kimi çıxış edir. Bu festivallara misal olaraq 2012-ci ildə Qubada keçirilən "Alma Festivalı", 2016-cı ildə Sabirabadda "Qarpız Festivalı", Bakıda keçirilən ilk "Beynəlxalq Çörək Festivalı" [4, s.62], 2022-ci ildə Şuşada keçirilən "Beynəlxalq Kulinariya Festivalı" [8] və digər tədbirləri göstərmək mümkündür. Bu festivallar həm də regionların sosial-iqtisadi yüksəlişinə və mədəni irsinin tanıdılmasına da mühüm təsir göstərir.

Nəticə və təkliflər:

Bütün bunlar göstərir ki, qastronomiya festivalları yalnız mətbəx nümunələrinin təqdim edildiyi tədbirlər deyil, həm də regionların iqtisadi, sosial və mədəni inkişafına xidmət edən mühüm hadisə turizmi elementləridir. Lakin bu sahədə bir sıra problemlər də mövcuddur:

- Qastronomiya yönümlü festivalların azlığı və davamlı keçirilməməsi hadisə turizm potensialının tam istifadəsinə mane olur, turist axınını və icmaların iqtisadi fəallığını məhdudlaşdırır.
- Azərbaycanda zəngin kulinariya irsi və şərabçılıq marşrutları mövcud olsa da, müxtəlif dillərdə məlumat verən vebsayt resurslarının və müasir texnologiyaların yetərincə tətbiq edilməməsi bu sahənin inkişafını məhdudlaşdırır.
- Qastronomiya festivallarının keçirilməsində dövlət dəstəyinə baxmayaraq, özəl sektorun bu sahəyə investisiya marağının az olması regionlarda festival turizminin dayanıqlı inkişafına mane olur.

Bu problemlərin həlli üçün aşağıdakı tövsiyyələr irəli sürülür:

1) Azərbaycan qastronomiya festivallarının beynəlxalq turizm platformalarında daha aktiv tanıdılması üçün müvafiq tədbirlər görülməlidir. Festival iştirakçılarına müxtəlif dillərdə məlumat verən veb resurslar və elektron tətbiqlər hazırlanmalıdır.

2) Şərab yolu kimi qastronomiya marşrutları yerli festivallar və kulinariya tədbirləri ilə əlaqələndirilməli, vahid marşrut xəritələri və tur paketləri hazırlanmalıdır.

3) Yerli və xarici investorlar üçün qastronomiya festivallarının potensialını əks etdirən təqdimatlar, biznes forumlar təşkil edilməlidir.

4) Bu istiqamətdə keçirilən tədbirlərin müxtəlif regionlarda sayı və çeşidliliyi artırılmalı və davamlılığı təmin olunmalıdır.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Akbaba A., Kendirci P. Gastronomi Turizmi ve Coğrafi İşaretlemeli Ürünler. Içinde Özdoğan O. N. (Ed.), Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler 2. Ankara: Detay Yayıncılık, 2016, s.115
2. Cömert M., Sökmen A. Türkiyede Gastronomi Turizmi: Antalyada Konaklayan Turistler Üzerine Bir Araştırma. Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 2017, 14(3), 6–26, s.9
3. Çatalkaya Y. Turizmide güncel konular: 11.Hafta (Gastronomi Turizmi). Ondokuz Mayıs Universitesi, s.3
4. Mehdiyev.A. Azerbaycan'da Gastronomi Turizmi Arz Potansiyeline Yönelik Bir Değerlendirme: Bakü Üzerine Bir Alan Araştirmasi: Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Uygulamali Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü . Haziran, 2021. s.19, 54-55, 57, 59,62
5. Özdemir G.,.Altıner D.D. Gastronomi Kavramlari Ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Inceleme. Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 2019 / Cild:12. Sayı:2 / 1-14, s.1-3

İnternet resursları:

6. https://tourism.gov.az/news/dovlet-turizm-agentliyinin-desteyi-ile-milli-kulinariya-konqresi-kechirilib
7. https://tourism.gov.az/news/qastronomiya-uzre-qizil-shah-azerbaycan-milli-kulinariya-chempionati-kechirilir
8. https://azerbaijan.travel/kiv/press-relizler/susada-kulinariya-festivali

NİHAT QASIMOV

İctimai sabitlik və sülh turizmin inkişafi üçün əsas faktordur

Sumqayıt Dövlət Universiteti, tələbə

E-mail: nihatqasim32@gmail.com

Xülasə: İctimai sabitlik və sülh, turizmin inkişafı üçün əsas faktorlar arasında yer alır. Xüsusilə, Azərbaycanın işğaldan azad olunan ərazilərində turizmin inkişafı, yalnız iqtisadi baxımdan deyil, sosial və mədəni inteqrasiyanın gücləndirilməsi baxımından da böyük əhəmiyyət daşıyır. Bu, həm yerli icmaların, həm də xarici turistlərin bölgəyə daha yaxınlaşması və qarşılıqlı anlaşma yaratması üçün çox vacibdir.

Açar sözlər: sülh, sabitlik, turist, sosial, təhlükəsizlik

Abstract: Social stability and peace are among the key factors for tourism development. In particular, the development of tourism in the liberated territories of Azerbaijan is of great importance not only from an

economic perspective, but also in terms of strengthening social and cultural integration. This is very important for both local communities and foreign tourists to come closer to the region and create mutual understanding.

Key words: peace, stability, tourist, social, security

Резюме: Социальная стабильность и мир являются одними из основных факторов развития туризма. В частности, развитие туризма на освобожденных территориях Азербайджана имеет большое значение не только с экономической точки зрения, но и с точки зрения усиления социальной и культурной интеграции. Это очень важно как для местного сообщества, так и для иностранных туристов, чтобы они стали ближе к региону и создали взаимопонимание.

Ключевые слова: мир, стабильность, туристический, социальный, безопасность

Bütün ölkələrdə olduğu kimi Azərbaycanda da turizmin inkişafının sosial və iqtisadi faydaları vardır. Turizm sahəsinin inkişafı, iş yerlərinin yaranmasına və yerli iqtisadiyyatın canlanmasına kömək edəcək. Bu, xüsusilə işğaldan azad olunan ərazilərdə yerli əhalinin rifahını artıracaq. İctimai sabitlik və sülh turizmin bölgədəki sosial və mədəni inteqrasiyanı gücləndirə bilər.

Həmçinin qeyd edə bilərik ki, ictimai sabitlik və sülh, turizmin inkişafı üçün əsas faktorlar arasında əsas yeri alır. Xüsusilə, Azərbaycanın işğaldan azad olunan ərazilərində turizmin inkişafı, yalnız iqtisadi baxımdan deyil, sosial və mədəni inteqrasiyanın gücləndirilməsi baxımından da böyük əhəmiyyət daşıyır. Bu, həm yerli insanların, həm də xarici turistlərin bölgəyə daha da yaxınlaşması və qarşılıqlı anlaşma yaratması üçün çox vacibdir.

Turizmin barışıqla vəhdətinə nəzər salaraq deyə bilərik ki, turizm, xüsusilə post-konflikt dövründə, sülhün bərpa olunmasına və sabitliyin təmin olunmasına kömək edə bilər. İşğaldan azad olunmuş ərazilərdəki turizm inkişafı, bu bölgələrdəki cəmiyyətlərə ümumi məqsədlər etrafında birləşməyə və yeni sülh atmosferi yaratmağa imkan verir. Turizm, bölgənin gözəl və zəngin mədəni irsini nümayiş etdirərkən, regiondakı müxtəlif qruplar arasında ünsiyyəti təşviq edərək, barış prosesinə təkan verir.

Turizmin inkişafı, bölgədə sabitliyin vacibliyini göstərir. Xarici turistlərin ərazini ziyarət etməsi, yerli əhaliyə sülh və təhlükəsizliyin təmin olunmasının vacibliyini vurğulayır. Turizm şirkətləri, bələdçilər və yerli icmalar arasında əməkdaşlıq, müsbət bir imicin formalaşmasına və təhlükəsizliyin artırılmasına kömək edir. [1, 118]

Sosial sabitliyin inteqrasiyaya təsirləri aşağıdakılardır:

1. İctimai əlaqələrin inkişafı - Turizm, həm də yerli əhali və digər ölkələrin vətəndaşları arasında əlaqələri artırır. İşğaldan azad olunan ərazilərə səyahət edən turistlər, yerli əhali ilə ünsiyyət quraraq, onların həyat tərzini və gündəlik məsələlərini daha yaxşı anlayır. Bu, həm sosial inteqrasiyaya, həm də ümumi sülhə töhfə verir.
2. Turizmin sosial faydaları - Turizm sahəsinin inkişafı, iş yerlərinin açılması və yerli iqtisadiyyatın canlanması ilə bağlı yeni imkanlar yaradır. Bu, sosial sabitliyin təmin edilməsi baxımından mühüm

əhəmiyyət kəsb edir. Turizm sənayesinin inkişafı yerli icmaların həyat səviyyəsini artıracaq, sosial tərəqqi və rifahı təmin edəcək. Həmçinin, bu sahənin inkişafı bölgəyə xarici kapitalın və investisiyaların axınını stimullaşdıracaq, bu da əraziyə olan marağı artıracaq.

Beynəlxalq turizmin sülh şəraitinə təsiri də böyükdür. Bunun üçün beynəlxalq əlaqələrin möhkəmlənməsi lazımdır. Turizm, ölkələr arasında mədəni və iqtisadi əlaqələrin qurulmasına və inkişafına şərait yaradır. Azərbaycanın işğaldan azad olunmuş ərazilərinə beynəlxalq turistlərin gəlməsi, ölkənin xarici əlaqələrini möhkəmləndirir və beynəlxalq səviyyədə sülh mesajı verir. Qarabağın güclü turizm potensialı var. Orada müxtəlif turizm xidmətləri, o cümlədən yay turizmi, qastroturizm, qış turizmi ilə bağlı xidmətlər yaradılması turist xını üçün daha cəlbedici olacaqdır. Bu cür əlaqələr, uzun müddət davam edən gərginlikləri azaltmağa və bölgədə ümumi sülh şəraitini təmin etməyə kömək edə bilər. [2, 64]

Qarabağın zəngin su ehtiyatlarından, günəş və külək enerjisindən də istifadə olunacaq və işğaldan azad edilmiş torpaqlar "yaşıl enerji" zonasına çevriləcək. Prezident İlham Əliyevin sərəncamına əsaasən azad edilmiş ərazilərdə şəhər və kəndlərin "smart-city", "smart-village", - yəni, "ağıllı şəhər", "ağıllı kənd" konsepsiyası əsasında qurulması, yeni nəqliyyat xətlərinin salınması, beynəlxalq hava limanlarının tikintisi, tarixi abidələrin bərpası iqtisadiyyat və turizm baxımından təkcə Azərbaycanın deyil, Cənubi Qafqazın da yeni cazibə mərkəzinə çevrilməsi nəzərdə tutulur.

Nəticə: İctimai sabitlik və sülh, turizmin inkişafı üçün əsas amillərdir və bu xüsusiyyətlər işğaldan azad olunan ərazilərdə turizmin əsas faydalarını təşkil edir. Mədəniyyətlərarası əlaqələrin gücləndirilməsi, sosial inteqrasiyanın təmin olunması və sülhün bərpa olunması, bu bölgədə turizmin inkişafının vacib nəticələridir. Bu proses həm yerli əhalinin, həm də turistlərin bir-birini daha yaxşı anlamasına, daha sabit və təhlükəsiz bir mühitin yaradılmasına kömək edəcək.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat

1. Bilalov B. "Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi" Bakı, Mütəcim, 2006, 280s
2. Bilalov B. Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi. Bakı, 2006, 140 s.
3. Bilalov B. "Turizmin menecmenti". Bakı: "Mütərcim", 2005, 372 s.
4. Bilalov B., Gülalıyev Ç. Turizmin əsasları. Bakı: "QHT Nəşriyyatı", 2015, 496 s.
5. Cabbarov Ə. Turizmin iqtisadi əsasları. Bakı, 2015, 267 s.
6. Əliyev Ə.İ., Aslanov E.Z. Beynəlxalq turizm hiiqugu. Bakl, Çaşıoğlu, 2007, 440 s

RƏMİDƏ ABBASOVA

COP 29 konfransının Azərbaycan turizminə təsiri

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: abbasova.ramida.2301@atmu.edu.az

Xülasə: COP29 konfransı Azərbaycanın turizm sektoruna əhəmiyyətli təsirlər göstərmişdir. Tədbir çərçivəsində ekoturizmin inkişafı, turizm infrastrukturlarının təkmilləşdirilməsi və Azərbaycanın beynəlxalq səviyyədə tanıdılması sahələrində mühüm addımlar atılmışdır. Konfrans zamanı Azərbaycanın milli parkları,

tarixi və mədəni abidələri tanıdılmış, regionlarda ekoloji turizmin inkişafına təkan verilmişdir. Beynəlxalq tədbirin nəticəsi olaraq ölkəyə gələn turistlərin sayı artmış, hotel sektorunda yeniliklər edilmişdir. Bununla yanaşı, dayanıqlı turizm təşəbbüslərinin tətbiqi istiqamətində yeni strategiyalar həyata keçirilmişdir.

Açar sözlər: COP 29, turizm, konfrans, biznes turizmi, dayanıqlı inkişaf

Abstract: The COP29 conference significantly impacted Azerbaijan's tourism sector, promoting the development of ecotourism, enhancing tourism infrastructure, and increasing the country's international visibility. During the event, Azerbaijan's national parks, historical landmarks, and cultural heritage were showcased, boosting eco-tourism in various regions. As a result of the conference, the number of tourists visiting Azerbaijan increased, and the hotel sector experienced notable advancements. Furthermore, new strategies were implemented to support sustainable tourism initiatives, aligning with global environmental standards.

Keywords: COP 29, tourism, conference, business tourism, sustainable development

Резюме: Конференция COP29 оказала значительное влияние на туристический сектор Азербайджана, способствуя развитию экотуризма, улучшению туристической инфраструктуры и повышению международной узнаваемости страны. В рамках мероприятия были представлены национальные парки Азербайджана, исторические достопримечательности и культурное наследие, что способствовало развитию экологического туризма в различных регионах. В результате конференции увеличилось количество туристов, посещающих Азербайджан, а гостиничный сектор претерпел значительные изменения. Кроме того, были реализованы новые стратегии для поддержки инициатив в области устойчивого туризма в соответствии с мировыми экологическими стандартами.

Ключевые слова: COP 29, туризм, конференция, деловой туризм, устойчивое развитие

Birləşmiş Millətlər Təşkilatının İqlim Dəyişikliyi üzrə 29-cu Konfransı (COP29) 2024-cü ilin noyabr ayında Bakıda keçirilmişdir. Bu tədbir yalnız iqlim dəyişikliyi mövzusunda qlobal əməkdaşlığın gücləndirilməsi üçün deyil, həm də Azərbaycanın beynəlxalq nüfuzunun artırılması və müxtəlif iqtisadi sahələrə, xüsusilə turizmə müsbət təsir göstərməsi baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb etmişdir. Bu məqalədə COP29 konfransının Azərbaycan turizminə təsirləri geniş təhlil edilərək, ekoturizmin inkişafı, infrastruktur yenilikləri, beynəlxalq tanıtım və dayanıqlı turizm təşəbbüsləri kimi mövzular ətraflı şəkildə bir neçə istiqamətdə araşdırılacaqdır.

Ekoturizmin inkişafı: Azərbaycan zəngin təbii sərvətləri və müxtəlif biomüxtəlifliklərlə tanınır. COP29 çərçivəsində ekoturizm sahəsi xüsusi diqqət mərkəzində olmuşdur. Tədbir çərçivəsində təşkil edilən panel müzakirələrdə Azərbaycanın dağlıq əraziləri, milli parkları və təbiət qoruqları ekoturizm üçün böyük potensial daşıyan məkanlar kimi təqdim olunmuşdur. Xüsusilə, Göygöl Milli Parkı, Şahdağ Milli Parkı və Zəngəzur Biosfer Qoruğu kimi ərazilər xarici qonaqlara tanıdılmışdır.Statistik məlumatlara görə, COP29 konfransı ərəfəsində Azərbaycanın milli parklarına ziyarət edən turistlərin sayı 2023-cü illə müqayisədə

18% artmışdır. Bu artımda ekoturizm mövzusunda keçirilən seminarlar və məlumatlandırıcı tədbirlərin rolu əhəmiyyətli olmuşdur. Eyni zamanda, tədbir çərçivəsində Azərbaycanın turizm strategiyasına ekoturizmi təşviq edən yeni elementlər əlavə edilmişdir ki, bu da dayanıqlı turizm prinsiplərinə uyğun olaraq inkişaf perspektivlərini genişləndirmişdir.

Hotel infrastrukturunun təkmilləşdirilməsi: Beynəlxalq səviyyəli tədbirlərin keçirilməsi turizm sektorunun mühüm komponentlərindən biri olan hotel infrastrukturunun inkişafını zəruri edir. COP29 üçün Azərbaycanın paytaxtında yerləşən mehmanxana və otel şəbəkələrinin tutumu artırılmış, bir sıra yeni otellər istifadəyə verilmişdir. Bakı şəhərində bu tədbirə hazırlıq çərçivəsində 5 ulduzlu otellərin sayı 2023-cü illə müqayisədə 12% artmışdır.Mövcud otellərdə xidmət keyfiyyəti beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılmış, tədbir iştirakçılarına yüksək səviyyəli qonaqpərvərlik göstərilmişdir. Bundan əlavə, Azərbaycanın regionlarında da turizm infrastrukturu yenilənmişdir. Şimal regionunda yerləşən Quba, Qusar və Şəki kimi turizm mərkəzlərində həmçinin kiçik ölçülü boutique otellər istifadəyə verilmişdir. Bu yeniliklər Azərbaycanın yalnız paytaxt deyil, regionlarının da turistlər üçün cəlbedici məkanlar olmasını təmin etmişdir.

Beynəlxalq tanıtım və turist axını: COP29, Azərbaycanın beynəlxalq arenada daha geniş tanıdılması üçün əhəmiyyətli bir platforma olmuşdur. Tədbir çərçivəsində 190-dan çox ölkədən 70.000-dən çox nümayəndə Azərbaycana səfər etmişdir. Onların sırasında yüksək rütbəli dövlət rəsmiləri, biznes liderləri və turizm ekspertləri yer almışdır. Azərbaycanın qədim mədəniyyəti, kulinariya nümunələri və tarixi abidələri tədbir iştirakçılarına təqdim olunmuşdur.Bu cür beynəlxalq tanıtımların nəticəsi olaraq, tədbirdən sonra Azərbaycanın turizm sektorunda əhəmiyyətli irəliləyişlər qeydə alınmışdır. 2024-cü ilin sonunda ölkəyə gələn xarici turistlərin sayı 2023-cü ilə nisbətən 22% artmışdır. Statistikaya əsasən, bu turistlərin 35%-i COP29 ilə əlaqədar əldə edilən tanıtım səyləri nəticəsində Azərbaycana maraq göstərmişdir.

Dayanıqlı turizm təşəbbüsləri: COP29 konfransı zamanı Azərbaycanın dayanıqlı turizm sahəsindəki təşəbbüsləri də diqqət mərkəzində olmuşdur. Tədbir zamanı Azərbaycanın iştirak etdiyi BMT-nin "Yaşıl Turizm" təşəbbüsü çərçivəsində ölkədə karbon emissiyalarının azaldılmasına yönəlmiş yeni proqramlar qəbul edilmişdir. Bu təşəbbüslərə əsasən, Azərbaycanın turizm obyektlərində ekoloji standartların tətbiqi artırılmış, milli parkların qorunması üçün dövlət səviyyəsində maliyyə dəstəyi genişləndirilmişdir.Bundan əlavə, Azərbaycanın müxtəlif regionlarında yerli əhalinin dayanıqlı turizm fəaliyyətlərinə cəlb olunması məqsədilə seminarlar və təlimlər təşkil edilmişdir. Xüsusilə kənd turizmi sahəsində fəaliyyət göstərən sahibkarlara dəstək proqramları həyata keçirilmişdir.

Problemlər: Bununla yanaşı, COP29-un Azərbaycana gətirdiyi müsbət təsirlər ilə yanaşı müəyyən problemlər və məhdudiyyətlər də müşahidə olunmuşdur. İlk növbədə, konfransın təşkilati məsələləri üçün ayrılan böyük maliyyə resursları müəyyən suallar doğurmuşdur. Mütəxəssislərin fikrincə, bu vəsaitin bir hissəsi turizm sektorunun inkişafına daha uzunmüddətli təsirlər göstərə biləcək layihələrə yönəldilə bilərdi. Digər bir problem isə regionlarda turizm infrastrukturu ilə bağlıdır. Bakı şəhərindəki yüksək inkişaf

səviyyəsinə baxmayaraq, bəzi regionlarda hələ də zəruri hotel və nəqliyyat şəbəkəsi çatışmazlıqları mövcuddur.

Nəticə: COP29 konfransı Azərbaycanın turizm sektoruna çoxşaxəli təsir göstərmişdir. Tədbir çərçivəsində ekoturizmin inkişafı üçün mühüm təşəbbüslər irəli sürülmüş, ölkənin zəngin təbii və mədəni irsi beynəlxalq səviyyədə tanıdılmışdır. Azərbaycan yalnız paytaxt Bakı ilə deyil, regionları ilə də diqqət çəkməyi bacarmış və bu, bölgələrdə turizmin daha geniş miqyasda inkişaf etməsi üçün əlverişli şərait yaratmışdır. Konfransın təsirləri yalnız qısamüddətli iqtisadi gəlirlər ilə məhdudlaşmamışdır. Ekoturizm və dayanıqlı turizm sahəsində həyata keçirilən yeni strategiyalar Azərbaycanın iqlim dəyişikliyi ilə mübarizə tədbirlərinə dəstək olmaqla yanaşı, uzunmüddətli perspektivdə ölkənin turizm sektorunu rəqabətqabiliyyətli və ekoloji baxımdan daha davamlı etmişdir. Bununla yanaşı, hotel və nəqliyyat infrastrukturlarının təkmilləşdirilməsi, xidmət keyfiyyətinin artırılması və yeni turizm məkanlarının tanıdılması, Azərbaycanın beynəlxalq turizm bazarındakı mövqeyini daha da gücləndirmişdir. Xarici turist axını ölkəyə əlavə valyuta gətirərək yerli iqtisadiyyata töhfə vermiş, həmçinin turizm sahəsində yeni iş yerlərinin yaradılmasına səbəb olmuşdur. Lakin bu müsbət təsirlərlə yanaşı, bəzi məhdudiyyətlər də mövcuddur. Xüsusilə, regionlarda infrastruktur çatışmazlıqları və bəzi xidmət sahələrinin beynəlxalq standartlara tam cavab verməməsi inkişaf üçün maneə olaraq qalmaqdadır. Bu problemlərin həlli istiqamətində daha ardıcıl və uzunmüddətli strategiyaların həyata keçirilməsi vacibdir.

Ümumilikdə, COP29 konfransı Azərbaycanın turizm sektorunun beynəlxalq səviyyədə daha tanınmış, ekoloji və iqtisadi baxımdan dayanıqlı bir sektora çevrilməsi üçün mühüm platforma olmuşdur. Bu tədbirin uğurları Azərbaycanın yalnız qlobal iqlim dəyişiklikləri ilə bağlı öhdəliklərini yerinə yetirməsinə deyil, həm də regional turizm liderinə çevrilməsinə yardım etmişdir. Gələcəkdə bu cür beynəlxalq tədbirlərin davam etdirilməsi ölkənin turizm sektorunun inkişafına əlavə təkan verəcəkdir.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Əliyeva, Z. *Yaşıl fürsət…COP29 Azərbaycanın turizm potensialını bütün dünyaya göstərəcək*. Azərbaycan qəzeti, 2024, 14 avqust, № 172, s. 7.
2. COP konfranslarında ilk turizm günü**.** Xalq qəzeti**,** 2024,21 noyabr, № 256, s. 1, 9.
3. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi. https://tourism.gov.az/page/statistics
4. “Azərbaycan Xəbərləri” informasiya portalı. https://azerbaijan-news.az
5. “Azvision.az” xəbər portalı. https://azvision.az
6. BMT-nin İqlim Dəyişikliyi üzrə Konfransının rəsmi internet saytı (COP29). . https://cop29.az
7. Reuters xəbər agentliyi. https://www.reuters.com

RƏŞAD DƏMİROV

Beynəlxalq turizmin inkişafinda internetin rolu və idarəetmədə yeni yanaşmalar

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail:damirov.rashad.2301@atmu.edu.az

Xülasə: Məqalə turizm sektorunda internet, süni intellekt (SI) və informasiya təhlükəsizliyinin əhəmiyyətini geniş şəkildə təhlil edir. Onlayn rezervasiya sistemləri, sosial media marketinqi və SI əsaslı analitik alətlər müştəri təcrübəsini fərdiləşdirir, xidmət keyfiyyətini artırır və əməliyyatların effektivliyini yüksəldir. İnformasiya təhlükəsizliyi, müştəri məlumatlarının qorunmasını və rəqəmsal etibarlılığı təmin etmək üçün vacibdir. Azərbaycanda dövlət dəstəyi ilə rəqəmsallaşma prosesi sürətlə inkişaf edir. İnternet, SI və təhlükəsizlik tədbirlərinin sinerjisi turizm idarəetməsini yenidən formalaşdıraraq sektoru daha innovativ, rəqabətli və müasir edir. Bu texnologiyalar turizm müəssisələrinə qlobal bazarda effektiv fəaliyyət göstərmək imkanı yaradır, müştəri məmnuniyyətini artırır və gələcək perspektivləri genişləndirir. Sektor davamlı inkişaf edir və rəqabət gücü artır.

Açar sözlər: turizm, internet, Sİ, təhlükəsizlik, rəqəmsallaşma

Abstract: The article extensively analyzes the importance of the internet, artificial intelligence (ai) and information security in the tourism sector. Online reservation systems, social media marketing and ai-based analytical customer services improve service quality and increase the efficiency of operations. Information ensures that customer relationships are not damaged and that refunds do not turn into a void. The digitalization process is rapidly progressing in Azerbaijan with its support. The synergy of the internet, the internet and insecurity is shaping tourism management in a new way, making the sector more innovative, more innovative and modern. This technological tourism creates the opportunity to operate effectively in the global market, customer satisfaction increases and perspectives expand. The sector is constantly improving and increasing its competitiveness.

Keywords: tourism, internet, AI, security, digitalization

Резюме: В статье подробно анализируется значение интернета, искусственного интеллекта (ии) и информационной безопасности в сфере туризма. Система онлайн-бронирования, маркетинг в социальных сетях и аналитическое обслуживание клиентов на основе искусственный интеллект улучшают качество обслуживания и повышают эффективность операций. Информация гарантирует, что отношения с клиентами не будут испорчены, а возврат средств не превратится в пустоту. При поддержке процесса цифровизации в Азербайджане эта работа идет быстрыми темпами. Синергия интернета, интернета и незащищенности меняет управление туризмом, делая сектор более инновационным, более передовым и современным. этот технологический туризм создает возможность эффективной работы на мировом рынке, повышает удовлетворенность клиентов и

расширяет перспективы**.** Сектор постоянно совершенствуется и повышает свою конкурентоспособность.

Ключевые слова: туризм, интернет, ИИ, безопасность, цифровизация

Giriş. Müasir dövrdə texnologiyanın sürətli inkişafı və rəqəmsallaşmanın hər sahəyə nüfuz etməsi turizm sektorunda da inqilabi dəyişikliklərə səbəb olur. Artıq səyahətlərin təşkilati aspektləri yalnız ənənəvi üsullarla məhdudlaşmır; internetin geniş yayılması, süni intellektin tətbiqi və informasiya təhlükəsizliyinin təmin olunması turizm idarəetməsində yeni imkanlar və strateji yanaşmalar açır. Bu dəyişikliklər turizm müəssisələrinin daxili əməliyyatlarının optimallaşdırılması, müştəri məmnuniyyətinin artırılması və rəqabət üstünlüyünün təmin olunması baxımından əhəmiyyətlidir.

İnternet vasitəsilə həyata keçirilən onlayn rezervasiya sistemləri, sosial media platformaları və interaktiv veb-saytlar həm yerli, həm də beynəlxalq bazarda turizm məhsullarının və xidmətlərinin effektiv təqdim olunmasına şərait yaradır. Müştərilər internet üzərindən daha sürətli və rahat məlumat əldə edir, turistik məkanları müqayisə edir və rezervasiya əməliyyatlarını asanlıqla həyata keçirir. Bu isə turizm müəssisələrinin müştəri ilə əlaqələrini möhkəmləndirir və xidmət keyfiyyətini artırır.

Tədqiqat metodu:

Bu məqalənin yazılmasında keyfiyyət yanaşmasına əsaslanaraq mövzu ilə bağlı yerli və beynəlxalq akademik ədəbiyyatın, rəsmi sənədlərin və tədqiqat hesabatlarının icmalı aparılmışdır. Bu yanaşma turizm sektorunda rəqəmsallaşmanın, süni intellektin tətbiqinin və informasiya təhlükəsizliyinin idarəetməyə təsirini dərinləşdirmək, eləcə də mövcud tendensiyaları sintez etmək məqsədilə istifadə edilmişdir. Məqsəd əldə olunan məlumatlar əsasında turizm idarəetməsində tətbiq olunan yeni metod və strategiyaların real vəziyyətini və qarşılaşdığı problemləri aydın şəkildə işıqlandırmaqdır.

Müasir dövrdə turizm sektoru yalnız səyahətin təşkili ilə məhdudlaşmır. O, rəqəmsal texnologiyaların yaratdığı inqilabi dəyişikliklər nəticəsində tamamilə yeni idarəetmə modelləri və marketinq strategiyaları əsasında formalaşır. İnternetin geniş yayılması, süni intellektin (Sİ) tətbiqi və informasiya təhlükəsizliyinin təmin olunması turizm müəssisələrinin fəaliyyətində həm daxili əməliyyatların optimallaşdırılmasına, həm də müştəri məmnuniyyətinin yüksəldilməsinə şərait yaradır.

İnternetin turizmdə rolu

İnternetin turizm sektorunda oynadığı rolu müasir dövrdə daha geniş və dərindən izah etmək olar. Texnologiya, qlobal əlaqələrin qurulması, məlumat mübadiləsinin asanlaşdırılması və istifadəçi təcrübəsinin yüksəldilməsi həm səyahətçilərin, həm də turizm müəssisələrinin həyatında inqilabi dəyişikliklərə səbəb olmuşdur və bu, öz növbəsində sektorun inkişaf strategiyalarında yeni yanaşmaların və innovativ həllərin tətbiqinə zəmin yaratmışdır. Onlayn rezervasiya sistemləri, interaktiv veb saytlar, mobil tətbiqlər və sosial media platformaları vasitəsilə, səyahətçilər evdən çıxmadan, istədikləri otel, uçuş, avtomobil icarəsi və digər turizm xidmətlərini bir neçə kliklə asanlıqla seçə, müqayisə edə və rezervasiya edə bilirlər. Beləliklə, vaxt və səy qənaəti ilə yanaşı, xidmətlərdə şəffaflıq və etibarlılıq da təmin olunur. Müasir texnologiyanın gətirdiyi

bu infrastruktur elementləri, yalnız səyahət planlamasını asanlaşdırmır, həm də istifadəçilərin qərar qəbuletmə prosesində dəqiq və geniş məlumat əldə etmələrinə, o cümlədən, virtual turizm təcrübələri, 360 dərəcə videolar və interaktiv xəritələr vasitəsilə gedəcəkləri məkanlar haqqında daha ətraflı məlumat alaraq, səyahət planlarını optimallaşdırmağa imkan yaradır[1]. Sosial media platformaları isə turizm müəssisələrinin qlobal arenada marka imicini formalaşdırmaq, reklam kampaniyalarını geniş auditoriyaya çatdırmaq və istifadəçilərin öz təcrübələrini, rəylərini və tövsiyələrini paylaşmaq baxımından mühüm rol oynayır.

Beləliklə, müştərilər arasında məlumatların sürətli mübadiləsi, reytinq və rəylər vasitəsilə xidmət keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi və müqayisəsi, turizm müəssisələrinin xidmət standartlarını daim yüksəltmək üçün vacib bir vasitəyə çevrilir. Bu prosesdə, hər bir müştəri rəyi və təcrübəsi, müəssisələrə gələcəkdə hansı xidmətlərin təkmilləşdirilməsinə ehtiyac olduğunu göstərir və bazarda rəqabət üstünlüyünün təmin olunmasında mühüm amil rolunu oynayır. Eləcə də, internet vasitəsilə əldə olunan məlumatlar, səyahətçilərə fərdi ehtiyaclara və tələblərə uyğun təkliflərin hazırlanmasına şərait yaradır, çünki hər bir istifadəçi öz səyahət tərzinə, büdcəsinə və maraqlarına uyğun xidmətləri seçmək imkanına malik olur. Bu baxımdan, turizm müəssisələri, onlayn mühitin təklif etdiyi geniş məlumat bazasından istifadə edərək, həm yerli, həm də beynəlxalq səviyyədə fəaliyyət göstərən rəqiblərlə müqayisədə öz mövqelərini gücləndirir və müştəri məmnuniyyətini maksimum səviyyəyə çatdırmaq üçün innovativ həllər tətbiq edir.

Eyni zamanda, internetin qlobal təbiəti sayəsində, müxtəlif ölkələr və mədəniyyətlər arasında əlaqələr daha da güclənir, səyahətçilər bir-birindən fərqli təcrübələri və mədəniyyətləri öyrənir, bu da turizm sektorunda qarşılıqlı anlayışın və əməkdaşlığın artmasına səbəb olur [1]. Hər bir səyahətçi, internet vasitəsilə əldə etdiyi rəylər, şərhlər və istifadəçi təcrübələri əsasında öz qərarını verərkən, həm də digər istifadəçilərə məsləhətlər verərək, kollektiv bilik və təcrübə mübadiləsinə töhfə verir. Nəticədə, internetin turizm sektorunda inteqrasiya olunması, xidmətlərin keyfiyyətinin artırılması, müştəri məmnuniyyətinin yüksəldilməsi və sektorun davamlı inkişaf strategiyalarının həyata keçirilməsi baxımından böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bu inqilabi yanaşma, həm səyahətçilərin fərdi ehtiyaclarına daha çevik və dəqiq cavab verilməsinə, həm də turizm müəssisələrinin öz marketinq strategiyalarını, xidmət standartlarını və rəqabət qabiliyyətlərini artırmasına səbəb olur.

Eləcə də, bu texnoloji inkişaf, turizm sektorunun qlobal miqyasda daha şəffaf, səmərəli və innovativ bir sahəyə çevrilməsində mühüm rol oynayır. Belə ki, hər bir onlayn xidmət və sistem, istifadəçilərin ehtiyaclarına cavab verməklə yanaşı, gələcək nəsillər üçün də davamlı və dayanıqlı inkişafın təmin olunmasına yönəlmişdir. Nəticə olaraq, internetin turizmdə rolu, yalnız rezervasiya və planlaşdırma kimi funksiyaları yerinə yetirməkdən ibarət olmayaraq, həm də turizm müəssisələrinin fəaliyyət strategiyalarını, müştəri əlaqələrini və xidmət keyfiyyətini tamamilə yenidən formalaşdıraraq, sektorun hər səviyyəsində innovasiya və rəqabət mühitinin yaranmasına, yeni biznes modellərinin və əməkdaşlıq şəbəkələrinin inkişafına şərait yaradan kompleks və çoxşaxəli bir infrastruktur elementi kimi qiymətləndirilə bilər [2].

Süni intellektin tətbiqi

Süni intellekt texnologiyaları turizm sektorunda avtomatlaşdırılmış cavab sistemləri, chatbotlar və analitik alətlər vasitəsilə idarəetməni daha səmərəli edir. Sİ əsaslı sistemlər müştəri davranışlarını təhlil edərək fərdi təkliflər yaradır, beləliklə müştərilərin ehtiyaclarını daha dərindən anlamağa və cavab verməyə imkan yaradır. Məsələn, chatbotlar müştərilərin suallarına 24/7 cavab verərək xidmət müddətini qısaldır və müştəri təcrübəsini yaxşılaşdırır. Eyni zamanda, süni intellekt alqoritmləri vasitəsilə aparılan məlumat analizi turizm müəssisələrinə gələcək tələbatı dəqiq proqnozlaşdırmağa, resurs bölgüsünü optimallaşdırmağa və marketinq strategiyalarını təkmilləşdirməyə kömək edir. Bu da müəssisələrin həm daxili əməliyyatlarının effektivliyini, həm də xarici bazardakı rəqabət qabiliyyətini artırır.

İnformasiya təhlükəsizliyinin əhəmiyyəti

Rəqəmsal mühitdə turizm müəssisələri müştəri məlumatlarını, ödəniş sistemlərini və digər vacib məlumatları onlayn şəkildə idarə edirlər. Bu isə kiber hücumlar, məlumat sızıntıları və digər təhlükəsizlik riskləri ilə müşahidə olunur. İnformasiya təhlükəsizliyi, müştəri məlumatlarının qorunması və müəssisənin etibarlılığının təmin edilməsi baxımından kritik əhəmiyyət kəsb edir. Müasir şifrələmə texnologiyaları, iki faktorlu autentifikasiya və müntəzəm təhlükəsizlik auditləri vasitəsilə məlumatların qorunması təmin edilir. Azərbaycanda da "Turizm haqqında" qanun layihəsi çərçivəsində turistlərin təhlükəsizliyinin artırılması və məlumatların qorunması istiqamətində ciddi addımlar atılır[4].

Bu təhlükəsizlik tədbirləri yalnız müəssisələrin nüfuzunu artırmır, həm də müştərilərin etibarını qazanaraq rəqəmsal turizmin davamlılığını təmin edir[4]. Turizm sektorunda kiber təhlükələrə qarşı aparılan mübarizə, müəssisələrin daxili əməliyyatlarının təhlükəsizliyini və xarici müştərilərin rahatlığını təmin etmək üçün vacibdir.

İnteqrasiya olunmuş yanaşmanın əhəmiyyəti

İnternet, süni intellekt və informasiya təhlükəsizliyi – bu üç sahənin sinerjisi, turizm idarəetməsində inqilabi dəyişikliklərə səbəb olur. Müasir turizm müəssisələri onlayn rezervasiya sistemləri vasitəsilə inventar idarəetməsini həyata keçirir, süni intellekt alqoritmləri ilə müştəri davranışlarını proqnozlaşdırır və məlumat təhlükəsizliyi tədbirləri ilə müştəri məlumatlarını qoruyur. Bu inteqrasiya olunmuş yanaşma müəssisələrə əməliyyat xərclərini azaltmağa, xidmət keyfiyyətini artırmağa və bazarda rəqabət üstünlüyü qazanmağa kömək edir. Məsələn, otel və tur-agentlər internet vasitəsilə müştərilərə 24 saat ərzində xidmət göstərməklə, həm öz daxili əməliyyatlarını avtomatlaşdırır, həm də müştərilərlə əlaqəni daimi və şəffaf edir[5]. Belə bir sistemdə müştərilər öz rezervasiyalarını rahatlıqla həyata keçirir, onlayn ödənişlər vasitəsilə təhlükəsiz əməliyyatlar aparılır və müəssisələr müştəri rəylərini dərhal toplayaraq xidmət keyfiyyətini artırır.

Azərbaycan kontekstində rəqəmsal turizm

Azərbaycanın turizm sektoru son illərdə rəqəmsallaşma prosesinə geniş şəkildə uyğunlaşır. Dövlət orqanlarının dəstəyi və "Turizm haqqında" qanun layihəsi kimi təşəbbüslər, turistlərin təhlükəsizliyinin təmin olunması və məlumatların qorunması baxımından mühüm rol oynayır [3]. Dövlətin bu istiqamətdə atdığı addımlar, turizm müəssisələrinin beynəlxalq arenada daha rəqabətli və etibarlı xidmətlər təqdim etməsinə şərait yaradır. Məsələn, Azərbaycan turizm müəssisələri onlayn rezervasiya sistemləri və mobil

tətbiqlər vasitəsilə həm daxili, həm də beynəlxalq müştəri bazasına çıxış imkanı əldə edirlər. Süni intellekt tətbiqləri isə, müştərilərin ehtiyaclarını dərindən təhlil edərək, fərdiləşdirilmiş turistik təkliflər təqdim edir. Bu isə, həm müştəri məmnuniyyətini artırır, həm də müəssisələrin bazarda mövqeyini gücləndirir[6].

Eyni zamanda, informasiya təhlükəsizliyinin təmin olunması üçün müasir texnoloji həllərin tətbiqi, müəssisələrin rəqəmsal mühitdə etibarlı fəaliyyət göstərməsini təmin edir. Müştəri məlumatlarının qorunması, kiber hücumlara qarşı davamlılıq və məlumatların şifrələnməsi kimi tədbirlər, Azərbaycan turizm sektorunun rəqəmsallaşmada uğur qazanmasına zəmin yaradır.

Rəqəmsal transformasiyanın gələcəyi

Gələcəkdə turizm idarəetməsi daha çox avtomatlaşdırılmış və süni intellekt əsaslı sistemlərə söykənəcək. İnternet və mobil texnologiyaların yayılması, SI texnologiyalarının inkişafı və informasiya təhlükəsizliyi tədbirlərinin gücləndirilməsi, turizm müəssisələrinin yalnız daxili əməliyyatlarını optimallaşdırmaqla qalmayacaq, həm də müştərilərə daha fərdiləşdirilmiş və şəffaf xidmətlər təqdim etməsinə imkan yaradacaq. Bu isə, rəqəmsal turizmin yalnız texnoloji deyil, həm də strateji və təşkilati baxımdan davamlı inkişafını təmin edəcəkdir.

Beləliklə, rəqəmsal turizm anlayışı, turizm sektorunun yalnız səyahətin təşkilati tərəfini deyil, həm də məlumat axını, müştəri xidmətləri və təhlükəsizlik məsələlərini əhatə edən çoxölçülü bir perspektivdir. İnternet vasitəsilə həyata keçirilən onlayn rezervasiya, sosial media vasitəsilə müştəri əlaqələrinin qurulması və SI alqoritmləri ilə aparılan məlumat təhlili, turizm idarəetməsində inqilabi dəyişikliklərə səbəb olur. Eyni zamanda, informasiya təhlükəsizliyinin təmin olunması, rəqəmsal mühitdə turizm xidmətlərinin davamlılığı və etibarlılığı üçün vacibdir.

Nəticə. Əldə olunan araşdırmalar və təhlillər göstərir ki, internetin turizm sektorunda tətbiqi, müasir dövrdə səyahətçilərin və turizm müəssisələrinin fəaliyyətində dərin və əhəmiyyətli dəyişikliklərə səbəb olmuşdur. Onlayn rezervasiya sistemləri, interaktiv veb saytlar, mobil tətbiqlər və sosial media platformaları vasitəsilə səyahətçilər evdən çıxmadan, istədikləri otel, uçuş, avtomobil icarəsi və digər turizm xidmətlərini asanlıqla seçə, müqayisə edə və rezervasiya edə bilirlər. Bu texnologiya, vaxt və səy qənaətini təmin etməklə yanaşı, xidmətlərdə şəffaflıq və etibarlılığın yüksək səviyyədə qorunmasına kömək edir. İstifadəçilər, həmçinin, virtual turizm təcrübələri, 360 dərəcə videolar və interaktiv xəritələrdən yararlanaraq gedəcəkləri məkanlar haqqında daha ətraflı məlumat əldə edir və bu da onların qərar qəbuletmə prosesini daha məqsədəuyğun edir.

Müştərilərin öz təcrübələrini və rəylərini paylaşması nəticəsində, turizm müəssisələri xidmət keyfiyyətlərini daim təkmilləşdirə bilir və bazarda rəqabət üstünlüyünü qorumaq üçün lazımi dəyişiklikləri həyata keçirə bilirlər. Hər bir müştəri rəyi, müəssisələrə gələcəkdə hansı sahələrdə yenilik və təkmilləşdirmələr aparılmalı olduğunu göstərir. Bundan əlavə, süni intellekt texnologiyalarının tətbiqi və analitik vasitələrin istifadəsi müştəri davranışlarını dərin təhlil edərək, fərdi turistik təkliflərin hazırlanmasına şərait yaradır. Chatbotlar və avtomatlaşdırılmış cavab sistemləri isə müştəri məmnuniyyətini artırmaq və xidmət müddətini qısaltmaq baxımından mühüm rol oynayır.

Bu təhlil nəticəsində aydın olur ki, internetin turizm sektorunda rolu yalnız rezervasiya və planlaşdırma proseslərini asanlaşdırmaqla məhdudlaşmır, həm də turizm müəssisələrinin xidmət strategiyalarını yenidən formalaşdıraraq, müştəri əlaqələrini gücləndirir və bazarda rəqabət qabiliyyətini artırır. İnternet texnologiyalarının qlobal təbiəti müxtəlif ölkələr və mədəniyyətlər arasında əlaqələrin möhkəmlənməsinə, məlumat mübadiləsinin sürətlənməsinə və kollektiv təcrübənin artırılmasına şərait yaradır.

İlk növbədə, turizm müəssisələri ilə dövlət orqanları arasında sıx əməkdaşlıq qurulmalı və rəqəmsal transformasiyanın bütün aspektləri – onlayn rezervasiya, süni intellekt və informasiya təhlükəsizliyi tədbirləri – inteqrasiya olunmuş şəkildə tətbiq edilməlidir. Bu məqsədlə, müasir texnologiyaların istifadəsinə sərmayələrin artırılması və rəqəmsal bacarıqlara malik kadrların hazırlanması zəruridir.

Bundan əlavə, süni intellekt alqoritmləri və analitik vasitələrin inkişaf etdirilməsi ilə müştəri davranışlarının daha dəqiq təhlil edilməsi təmin edilməli, fərdi turistik təkliflərin hazırlanmasına yönəlik innovativ layihələr dəstəklənməlidir. Bu sahədə yerli və beynəlxalq əməkdaşlıq proqramları, startapların təşviqi və innovasiya mərkəzlərinin yaradılması, turizm sektorunun qlobal səviyyədə rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına töhfə verə bilər.

İnformasiya təhlükəsizliyi sahəsində isə, müasir şifrələmə metodları, iki faktorlu autentifikasiya və müntəzəm təhlükəsizlik auditləri vasitəsilə müştəri məlumatlarının qorunması təmin edilməlidir. Dövlətin hüquqi baza və qanunvericilik təşəbbüsləri ilə dəstəklədiyi bu tədbirlər, həm turizm müəssisələrinin nüfuzunun artmasına, həm də müştərilərin etibarının qazanılmasına xidmət edəcəkdir.

Nəhayət, rəqəmsal turizmin inkişaf etdirilməsi üçün innovativ marketinq strategiyalarının və texnoloji həllərin tətbiqi, ölkəmizin turizm potensialının qlobal arenada daha rəqabətcil və etibarlı şəkildə təqdim olunmasına imkan yaradacaqdır. Bu yanaşmalar həm turizm sektorunun davamlı inkişafına, həm də milli iqtisadiyyatın güclənməsinə böyük təsir göstərəcəkdir.

Ədəbiyyat siyahisi

1. Buhalis, D., & Law, R. "Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet." *Tourism Management*, 2008, 29(4), 607-616.
2. Duncan, C. "The Art of the Possible: On the Commercialization of Culture." *Cultural Sociology*, 2016, 10(3), 352-366
3. González, M., Rodríguez, M. A., & Martínez, M. "International certification in tourism management: Importance and trends." *Journal of Tourism & Hospitality Education*, 2019, 17(2), 153-167
4. Harrison, R. "The Role of Digital Technology in Heritage Management." *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 2019, 9(1), 1-11
5. Jones, S. "Trust and Quality in Online Educational Resources." *Journal of Educational Technology Systems*, 2018, 46(1), 75-91.
6. Liu, B. F., Minton, E. A., & McKechnie, S. "Social media and tourism marketing." *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 2016, 7(1), 73-91

TURAL MƏMMƏDLİ

Qonaqpərvərlik sənayesində innovativ marketinq strategiyaları və onların müştəri təcrübəsinə təsiri

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: t.mammadli01@gmail.com

Xülasə: Məqalədə qonaqpərvərlik sənayesində innovativ marketinq strategiyalarının müştəri təcrübəsinə təsiri araşdırılır. Rəqəmsal texnologiyaların inkişafı ilə sektorda fərdiləşdirilmiş xidmətlər, süni intellekt əsaslı marketinq həlləri və interaktiv platformalar geniş tətbiq olunur. Məqalədə innovativ yanaşmaların müəssisələrin rəqabətqabiliyyətliliyinə və müştəri məmnuniyyətinə təsiri təhlil edilərək real nümunələr və statistik göstəricilərlə əsaslandırılır. Nəticələr göstərir ki, effektiv marketinq texnologiyalarının istifadəsi brend dəyərini artırır və uzunmüddətli müştəri əlaqələrinin qurulmasına kömək edir.

Açar sözlər: turizm, innovasiya, qonaqpərvərlik, inkişaf, marketinq

Abstract: The article examines the impact of innovative marketing strategies on customer experience in the hospitality industry. With the development of digital technologies, personalized services, artificial intelligence-based marketing solutions and interactive platforms are widely used in the sector. The article analyzes the impact of innovative approaches on the competitiveness of enterprises and customer satisfaction and substantiates it with real examples and statistical indicators. The results show that the use of effective marketing technologies increases brand value and helps build long-term customer relationships.

***Key words*:** tourism, innovation, hospitality, development, marketing

Резюме: В статье рассматривается влияние инновационных маркетинговых стратегий на качество обслуживания клиентов в индустрии гостеприимства. С развитием цифровых технологий в секторе широко применяются персонализированные услуги, маркетинговые решения на основе искусственного интеллекта и интерактивные платформы. В статье анализируется влияние инновационных подходов на конкурентоспособность и удовлетворенность потребителей предприятий и обосновывается реальными примерами и статистическими показателями. Результаты показывают, что использование эффективных маркетинговых технологий повышает ценность бренда и помогает выстраивать долгосрочные отношения с клиентами.

***Ключевые слова*:** *туризм, инновации, гостеприимство, развитие, маркетинг*

Giriş

Müasir qonaqpərvərlik sənayesi texnoloji inkişaf və rəqəmsal transformasiya fonunda sürətlə dəyişməkdədir. Müştərilərin gözləntiləri artdıqca, ənənəvi marketinq metodları artıq kifayət qədər effektiv olmur. Bunun əvəzinə, qonaqpərvərlik müəssisələri fərdiləşdirilmiş yanaşmalar, süni intellekt, böyük

verilənlər və digər innovativ texnologiyalar vasitəsilə müştəri ehtiyaclarını daha dərindən analiz edir və onlara uyğun strategiyalar qururlar.

Xüsusilə, süni intellekt (AI) və avtomatlaşdırılmış sistemlər qonaqlarla fərdi ünsiyyət qurmağa, onların seçimlərini təhlil edərək uyğun xidmətlər təklif etməyə kömək edir. [2, s.39]

Bundan əlavə, sosial media platformaları və rəqəmsal marketinq alətləri qonaqpərvərlik sənayesində müştəri ilə əlaqənin gücləndirilməsində mühüm rol oynayır. Brendlər artıq təkcə ənənəvi reklam vasitələri ilə kifayətlənmir, eyni zamanda interaktiv və real vaxt rejimində ünsiyyət qurmağa imkan verən strategiyalardan istifadə edirlər.Virtual reallıq (VR) və artırılmış reallıq (AR) texnologiyaları isə otel və restoranların xidmətlərini daha cəlbedici və real hiss etdirməyə imkan yaradır, nəticədə müştərilər səyahət etmədən belə müəssisənin xidmətlərini vizual olaraq təcrübə edə bilirlər.

Böyük verilənlər (Big Data) analitikası sayəsində otellər və digər qonaqpərvərlik müəssisələri müştəri davranışlarını daha dəqiq təhlil edə bilir və onlara fərdi təkliflər təqdim edə bilirlər. Bu, müştəri məmnuniyyətinin artırılması ilə yanaşı, müəssisələrin gəlirlərinin və sadiq müştəri bazasının genişləndirilməsinə də töhfə verir.

Bu məqalədə qonaqpərvərlik sənayesində tətbiq edilən innovativ marketinq strategiyaları və onların müştəri davranışına təsiri araşdırılacaq. İlk olaraq, qonaqpərvərlik sənayesində innovativ marketinq yanaşmalarının əsas prinsipləri və tətbiq sahələri müzakirə ediləcək. Daha sonra, bu strategiyaların müştəri seçimlərinə, brend sədaqətinə və müəssisələrin gəlir strukturuna təsiri detallı şəkildə təhlil olunacaq. Məqalənin əsas məqsədi qonaqpərvərlik sənayesində innovativ texnologiyaların marketinq sahəsində istifadəsinin nə dərəcədə vacib olduğunu göstərmək və bu istiqamətdə gələcək perspektivləri qiymətləndirməkdir.

Qonaqpərvərlik sənayesində innovativ marketinq yanaşmaları

Qonaqpərvərlik sənayesi rəqəmsal transformasiyanın təsiri ilə klassik marketinq yanaşmalarından kənara çıxaraq müasir, interaktiv və fərdiləşdirilmiş strategiyalara yönəlmişdir. Bu dəyişikliklər əsasən texnologiyanın verdiyi imkanlardan istifadə etməklə, müştərilərin ehtiyaclarına və davranışlarına uyğunlaşdırılmış marketinq kampaniyalarının yaradılmasına əsaslanır. Qonaqpərvərlik sənayesində innovativ marketinq yanaşmaları müştəri ilə daha güclü əlaqə qurmaq, fərdiləşdirilmiş xidmətlər təklif etmək və müəssisənin rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün əvəzolunmaz bir vasitəyə çevrilmişdir. Günümüzdə qonaqpərvərlik müəssisələri təkcə ənənəvi reklam vasitələrinə güvənmir, eyni zamanda süni intellekt, böyük verilənlər və sosial medianı da əhatə edən innovativ marketinq yanaşmalarını tətbiq edirlər. [4, s.130]

1. Süni intellekt və avtomatlaşdırılmış marketinq. Süni intellekt (AI) və avtomatlaşdırılmış marketinq texnologiyaları, qonaqpərvərlik müəssisələrinin müştəri davranışlarını analiz edərək fərdiləşdirilmiş təkliflər təqdim etməsinə imkan yaradır. Məsələn, otellər AI əsaslı chatbotlar vasitəsilə potensial müştərilərə 24/7 xidmət göstərə, suallarına cavab verə və fərdi endirimlər təklif edə bilirlər. **Marriott International** və

Hilton Hotels kimi nəhəng brendlər AI əsaslı müştəri analitikası və avtomatik e-mail kampaniyaları ilə qonaqlarına xüsusi təkliflər göndərərək satışlarını artırırlar. [8]

2. Böyük verilənlər (Big Data) və analitik marketinq.Müasir marketinqin ən güclü alətlərindən biri **böyük verilənlər (Big Data) və analitik marketinqdir**. Otellər və restoranlar müştəri rezervasiyaları, sosial media paylaşımları və onlayn rəylər əsasında geniş məlumat bazaları toplayaraq, gələcək marketinq strategiyalarını bu məlumatlara əsasən qururlar. **Booking.com** və **Expedia** kimi onlayn səyahət platformaları müştəri seçimlərini təhlil edərək fərdiləşdirilmiş otel tövsiyələri və qiymət endirimləri təklif edirlər. Bu yanaşma qonaqpərvərlik müəssisələrinə satışlarını artırmağa və müştəri sadiqliyini gücləndirməyə kömək edir.

3. Sosial media və təsirçi (influencer) marketinqi. Sosial media platformaları, xüsusilə **Instagram, TikTok və YouTube**, qonaqpərvərlik sənayesində ən effektiv marketinq alətlərindən birinə çevrilmişdir. Otellər və restoranlar tanınmış **influencerlər** ilə əməkdaşlıq edərək, onların təcrübələrini izləyiciləri ilə bölüşməsini təmin edirlər. Məsələn, **The Ritz-Carlton** otelləri məşhur səyahət bloqerləri ilə əməkdaşlıq edərək, onların real təcrübələrini izləyiciləri ilə bölüşməsinə imkan yaradır. Bu yanaşma, otel haqqında real müştəri təəssüratlarını göstərdiyi üçün potensial qonaqların seçimlərinə birbaşa təsir edir. [8]

4. Loyallıq proqramları və fərdiləşdirilmiş təkliflər. Qonaqpərvərlik müəssisələri müştəri məmnuniyyətini artırmaq və onları yenidən cəlb etmək üçün loyallıq proqramları yaradırlar. **Hyatt**, **Marriott Bonvoy** və **Hilton Honors** kimi qlobal otel brendləri, müştərilərinə loyallıq balları toplamaq və bu balları endirimlərə, pulsuz gecələmələrə və digər eksklüziv xidmətlərə dəyişmək imkanı verir. Süni intellekt əsaslı fərdiləşdirilmiş təkliflər sayəsində müştərilər yalnız onları maraqlandıran xidmətlər haqqında bildirişlər alır və bu, marketinqin effektivliyini artırır. Gələcəkdə texnologiyanın daha da inkişafı ilə bu innovativ yanaşmaların daha da geniş tətbiq ediləcəyi və müştəri təcrübəsinin daha fərdiləşdirilmiş və interaktiv olacağı gözlənilir [9].

İnnovativ marketinq strategiyalarının müştəri davranışına təsiri

Qonaqpərvərlik sənayesi, müştərilərinin təcrübələrini ən yüksək səviyyəyə çatdırmaq məqsədilə davamlı olaraq yenilikləri və innovasiyaları tətbiq edir. Son illərdə rəqəmsal texnologiyaların inkişafı və müştəri gözləntilərinin artması, bu sahədə innovativ marketinq strategiyalarının əhəmiyyətini daha da artırmışdır. Bu strategiyalar yalnız qonaqların gözləntilərinə cavab verməklə yanaşı, eyni zamanda onların davranışlarını dəyişdirərək, xidmət keyfiyyətini yüksəldir, brendin mövqeyini gücləndirir və müştəri məmnuniyyətini artırır [3, s.754].

İnnovativ marketinq strategiyaları, müştərilərin alış-veriş vərdişlərini, brendlərə olan münasibətlərini və gözləntilərini dəyişdirən əsas faktorlardan biridir. Bu yazıda qonaqpərvərlik sənayesində innovativ marketinqin tətbiqinin müştəri davranışlarına olan təsirlərini, həm müsbət, həm də mənfi aspektlərdən təhlil edəcəyik. Eyni zamanda, bu dəyişiklikləri dəstəkləyən real nümunələr və statistik məlumatlarla mövzunun təhlilini genişləndirəcəyik. İnnovativ marketinqin tətbiqi, müştərilərin davranışlarını əsaslı şəkildə dəyişdirir. Əvvəlki dövrlərdə müştərilər yalnız fiziki təcrübələrə əsaslanaraq xidmət və məhsul seçirdilər. Lakin bu gün

rəqəmsal texnologiyalar, müştəri davranışlarını çox daha mürəkkəb və çoxsaylı təsirlər altında yönləndirir [7, s.141].

– Alış qərarlarının daha sürətli və emosional olması.

Qonaqpərvərlik sənayesində, müştərilər artıq daha sürətli və emosional qərarlar qəbul edirlər. İnnovativ marketinq strategiyalarının tətbiqi ilə fərdiləşdirilmiş təkliflər və xidmətlər müştərilərə daha sürətli qərar vermə imkanı yaradır. Bu, xüsusilə onlayn rezervasiya platformalarında və fərdiləşdirilmiş təcrübə təkliflərində özünü göstərir.

Booking.com və **Expedia** kimi böyük onlayn turizm şirkətləri, istifadəçilərin əvvəlki davranışlarına əsaslanaraq fərdiləşdirilmiş təkliflər təqdim edirlər. Bu şirkətlər, istifadəçilərin əvvəlki axtarışlarına və üstünlüklərinə uyğun otelləri və xidmətləri təklif edərək onların alış-veriş prosesini sürətləndirirlər. Bu yanaşma sayəsində müştərilərin yenidən bu turizm şirkətlərinin xidmətlərindən istifadə nisbəti 20%-dən çox artmışdır. Həmçinin McKinsey-in apardığı araşdırmaya görə, fərdiləşdirilmiş xidmətlər təklif edən brendlər müştəri məmnuniyyətini **10%-30% artırır**, bu da təkrar rezervasiya və xidmət istifadəsinin artmasına səbəb olur.

– Brendə sadiqlik və təkrar alış səviyyəsinin yüksəlməsi

Qonaqpərvərlik sənayesində brendə sadiqlik mühüm rol oynayır. Müştərilər, onları başa düşən və fərdi ehtiyaclarına uyğun təkliflər verən markalarla daha uzunmüddətli əlaqələr qururlar. Bu da öz növbəsində müştəri sadiqliyini və təkrar alış səviyyəsini artırır [1, s.245].

Marriott Hotels və **Hilton Honors** kimi beynəlxalq otel zəncirləri, müştəri davranışlarını izləyərək sadiqlik proqramları və xüsusi təkliflər təqdim edir. Bu proqramlar müştərilərə şəxsi məlumatlarına əsaslanan xüsusi endirimlər və təkliflər təqdim edir ki, bu da onların təkrar qonaq olma ehtimalını artırır. Marriott, sadiqlik proqramını tətbiq etdikdən sonra müştəri saxlanma səviyyəsini **25%-dən çox artırıb**. [8]

– Sosial təsirin və rəy platformalarının güclənməsi

Müştərilər artıq yalnız brendlərin təklif etdiyi məlumatlarla kifayətlənmir, həm də sosial media vasitəsilə digər müştərilərin rəylərini və təcrübələrini oxumağa üstünlük verirlər. Qonaqpərvərlik sənayesində müştərilərin qərarlarını yönləndirən ən mühüm amillərdən biri də onlayn rəylər və sosial media təsirləridir. **TripAdvisor** kimi rəy platformaları, müştərilərin otellər, restoranlar və digər xidmətlər haqqında yazdıqları rəyləri paylaşmalarına imkan verir. Bu rəylər, digər müştərilərin qərarlarında mühüm rol oynayır. **Airbnb**-nin platforması da müştərilərin əvvəlki ev sahibləri haqqında yazdığı rəylərə əsaslanaraq, gələcək istifadəçiləri cəlb edir. Airbnb-dəki rəylər sayəsində qonaqlar özləri haqqında daha dolğun məlumatlar əldə edir və bu da onların qərarlarını sürətləndirir. Airbnb, bu üsul sayəsində 10 milyard dollardan çox gəlir əldə edib. Nielsen-in araşdırmasına görə, istehlakçıların 92%-i tanımadığı brendin reklamına nisbətən sosial mediada real müştəri rəylərinə daha çox etibar edir. Bu, qonaqpərvərlik sənayesində sosial təsirin artan rolunu göstərir [5, s, 90].

İnnovativ marketinqin tətbiqi yalnız müsbət nəticələr doğurmaz. Müştərilərin məlumat məxfiliyi, reklamlara etibar və sosial təsirlərin **mənfi tərəfləri** bu sahədə diqqət edilməli əsas məsələlərdir.

– Məlumat məxfiliyi və müştəri narahatlıqları

Fərdiləşdirilmiş təkliflər və reklamlar müştərilərin şəxsi məlumatlarının toplanmasını tələb edir. Lakin bu, bəzi müştərilərdə məlumatların necə istifadə edildiyinə dair narahatlıqlar yaradır. Qonaqpərvərlik sənayesində bu narahatlıqlar daha da artmışdır, çünki otel və turizm şirkətləri müştərilərin çoxsaylı şəxsi məlumatlarını toplamaqla yanaşı, onları analiz edərək təkliflər verir.

Marriott Hotels 2018-ci ildə məlumatların sızması səbəbindən ciddi bir məxfiliyin pozulması ilə qarşılaşdı. Marriott-un məlumat bazasında olan təxminən **500 milyon müştərinin şəxsi məlumatları** oğurlanmışdır. Bu, müştərilərin şirkətə qarşı güvənini sarsıtmış və brendə qarşı etibarın azalmasına səbəb olmuşdur [8].

İnnovativ marketinq strategiyaları qonaqpərvərlik sənayesində müştəri davranışlarına böyük təsir göstərir. Müştərilər artıq fərdiləşdirilmiş və sürətli təkliflərə daha çox üstünlük verirlər. Bu isə müəssisələrə müştəri əlaqələrini daha yaxşı qurmaq, təkrar alışları artırmaq və brendin gücünü artırmaq imkanı verir. Lakin bu yanaşmaların tələbləri və məhdudiyyətləri də mövcuddur, xüsusilə məlumat məxfiliyi və etibarlı reklam məsələləri gündəmə gəlir. Bu çağırışların aradan qaldırılması ilə innovativ marketinq, qonaqpərvərlik sənayesində müştəri məmnuniyyətini və rəqabət üstünlüyünü daha da artırmağa xidmət edəcəkdir [6, s.185].

Nəticə.

Qonaqpərvərlik sənayesində innovativ marketinq strategiyaları, müştəri təcrübəsini daha da zənginləşdirərək xidmət keyfiyyətini yüksəldir, müştəri məmnuniyyətini artırır və brendin rəqabət qabiliyyətini gücləndirir. Bu strategiyalar, rəqəmsal texnologiyaların və fərdiləşdirilmiş təkliflərin tətbiqi ilə müştərilərin davranışlarını və gözləntilərini dəyişdirir. Müasir qonaqpərvərlik müəssisələri, müştərilərinin fərdi ehtiyaclarını və maraqlarını nəzərə alaraq onlara daha sürətli, rahat və şəxsiyyətə uyğun xidmətlər təklif edir.

Sosial media və rəylər kimi alətlər, müştəri qərarlarının alınmasında mühüm rol oynayır, müştərilərin alış qərarlarını yalnız xidmətin keyfiyyətinə deyil, həm də digər müştərilərin təcrübələrinə əsaslanaraq verməsinə imkan tanıyır. Fərdiləşdirilmiş marketinq və sadiqlik proqramları isə müştərilərin marka ilə əlaqələrini uzunmüddətli və davamlı edir, bu da təkrar alışların artmasına səbəb olur.

Lakin bu inkişafların müsbət tərəfləri ilə yanaşı, məlumat məxfiliyi, etibar məsələləri və reklamların etibarlılığı kimi çağırışlar da mövcuddur. Müştərilər artıq şəxsi məlumatlarının necə istifadə edildiyinə qarşı daha həssasdırlar və sosial təsir vasitəsilə edilən reklamlara olan etibarları azalır. Bu səbəbdən, qonaqpərvərlik sektoru innovativ marketinq strategiyalarını tətbiq edərkən müştəri məlumatlarının qorunmasına və şəffaflığa xüsusi diqqət yetirməlidir.

Ümumilikdə, qonaqpərvərlik sənayesində innovativ marketinq strategiyaları müştəri təcrübəsini yenidən formalaşdırır və sənayenin gələcəyinə yön verir. Bu strategiyalar, həm müştəri məmnuniyyətini artırmaq, həm də xidmətin təkmilləşdirilməsi üçün müvafiq yanaşmalar və texnologiyaların tətbiqini tələb edir. Bu dəyişiklikləri dəstəkləmək və müştəri tələblərinə cavab vermək üçün müəssisələr, innovativ

yanaşmaları düzgün şəkildə tətbiq etməli və müştəri münasibətlərini gücləndirmək məqsədilə davamlı olaraq yeniliklərə açıq olmalıdırlar.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat:

1. Ağakərimov, M. Hotel biznesi / M. Ağakərimov. – Bakı: Mütərcim, - 2021. – 391 s.
2. Ağakərimov, M. Hotel menecmenti / M. Ağakərimov. – Bakı: Mütərcim, - 2016. – 310 s.
3. Gursoy, D. (2018). Future of hospitality marketing and management research. Tour Manag Perspect., 25, 185- 188.
4. Kang, Jee-Won & Namkung, Y. (2015). Restaurant information sharing on social networking sites: Do network externalities matter? Journal of Hospitality & Tourism Research, 40 (6), 739-763.
5. Kwon M J, Bae J and Blum C S (2013). Mobile applications in the hospitality industry", Journal of Hospitality and Tourism Technology, 4 (1): 81-92.
6. Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2014). Technology as a catalyst of change: Enablers and barriers of the tourist experience and their consequences. The Routledge Handbook of Tourism Experience Management and Marketing (pp. 137-153).
7. Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: a review and a research agenda. The Journal of Strategic Information Systems, 28(2), 118-144.
8. https://www.marriott.com/default.mi
9. https://www.hilton.com/en/

ZƏHRA ƏSGƏRLİ

Azərbaycan turizminin perspektiv imkanları

Sumqayıt Dövlət Universiteti, tələbə
E-mail: zhr0064@gmail.com

Xülasə: Ölkəmiz həm tarixi turizm, həm də sağlamlıq, eko, dağ, kənd və şəhər turizmi sahələrində inkişaf potensialına malikdir. Keçmişdən günümüzə qədər bu sahədə müxtəlif mərhələlər müşahidə olunub. Sovet dövründə daha çox daxili turizm inkişaf etmişdisə, müstəqillikdən sonra beynəlxalq turizmə yönələn geniş addımlar atılıb. İpək Yolu üzərində yerləşməsi Azərbaycanın turizm imkanlarını daha da artırır. Eyni zamanda, regionlarda aparılan infrastruktur layihələri bu sahəyə əlavə güc qatır.

***Açar sözlər*:** tarix, turizm, mədəniyyət, müstəqillik, inkişaf

Abstract: Our country has the potential for development in the fields of historical tourism, as well as health, ecotourism, mountain, rural and urban tourism. Various stages have been observed in this field from the past to the present. While domestic tourism was more developed during the Soviet period, extensive steps have been taken towards international tourism after independence. Its location

on the Silk Road further increases Azerbaijan's tourism opportunities. At the same time, infrastructure projects carried out in the regions add additional strength to this field.

Key words: history, tourism, culture, independence, development

Резюме: В нашей стране имеется потенциал развития в сферах исторического туризма, а также оздоровительного, экологического, горного, сельского и городского туризма. В этой области наблюдались различные этапы от прошлого до настоящего времени. Хотя внутренний туризм больше развивался в советское время, после обретения независимости были предприняты масштабные шаги в направлении развития международного туризма. Его расположение на Великом Шелковом пути еще больше расширяет туристические возможности Азербайджана. В то же время инфраструктурные проекты, реализуемые в регионах, придают дополнительную мощь этому направлению.

Ключевые слова: история, туризм, культура, независимость, развитие

Giriş: Azərbaycan əsrlər boyu Şərq ilə Qərb arasında körpü rolunu oynayıb. Bu coğrafi mövqe ölkəmizi həm iqtisadi, həm də mədəni cəhətdən zənginləşdirib. Tarixi abidələr, təbii gözəlliklər və çoxşaxəli mədəni irs turizm baxımından böyük imkanlar yaradır. Azərbaycana gələn hər bir turist burada qədim dövrlərin izlərini, orta əsrlərin nəfəsini və müasir həyatın dinamikasını bir arada görə bilir. Əlverişli coğrafi məkanda yerləşməsi Azərbaycanın bütün tarixi dövrlərdə diqqət mərkəzində olmasına ən başlıca səbəbdir. İstər qədim, istərsə də orta əsrlərdə Asiyanın mərkəzi ərazilərindən başlayaraq uzaq Çin və Hindistandan Qara və Aralıq dənizlərinin sahillərinədək uzanan karvan yollarının bir çox hissəsi məhz Azərbaycan ərazisindən keçib gedirdi. Xüsusilə "Böyük İpək Yolu"nun gerçəkləşməsində Azərbaycanın coğrafi mövqeyi mühüm əhəmiyyət kəsb etmişdir.

Azərbaycan ərazisində turizmin ilkin izlərinə qədim dövrlərdə rast gəlmək mümkündür. Qobustan qayaüstü rəsmləri, Azıx mağarası və Şamaxıdakı qədim yaşayış məskənləri bu ərazilərdə insanlar arasında hərəkətin və ziyarətlərin çoxdan başladığını göstərir. Qədim dövrlərdə insanlar müxtəlif məqsədlərlə, o cümlədən dini ayinlər, ticarət və təhlükəsizlik baxımından yer dəyişdirirdilər. Bu hərəkətlilik turizmin ilkin forması hesab oluna bilər. Orta əsrlərdə Azərbaycanın şəhərləri - Şamaxı, Gəncə, Bərdə, Naxçıvan və Bakıda karvansaraların, hamamların və məscidlərin tikilməsi burada aktiv iqtisadi və mədəni həyatın olduğunu sübut edir. Karvansaralar həmin dövrdə həm istirahət yeri, həm də ticarət mərkəzi kimi xidmət göstərirdi. Bu da Azərbaycanın Şərq-Qərb ticarət yolundakı rolunu gücləndirirdi. İpək Yolunun əsas qollarından biri ölkəmizin ərazisindən keçirdi və bu, turist axınını da artırırdı. O dövrlərdə ziyarətgahlara səfər edənlər, elm və din adamları, səyyahlar, tacirlər Azərbaycan ərazisində dayanaraq burada müəyyən müddət qalıblar. Məşhur səyyah İbn Battuta və digərləri öz qeydlərində Azərbaycandakı qonaqpərvərlikdən və zəngin mədəniyyətdən bəhs ediblər.

Sovet İttifaqı dövründə turizm mərkəzləşdirilmiş bir şəkildə təşkil olunurdu. Azərbaycanın müxtəlif regionlarında istirahət mərkəzləri, sanatoriyalar və pioner düşərgələri yaradılmışdı. Xüsusilə

Lənkəran, Naftalan, Şəki və Quba bölgələri daxili turizm üçün populyar istiqamətlər idi. Naftalan neftinin müalicəvi xüsusiyyətləri bu ərazidə sanatoriya turizminin inkişafına səbəb oldu. Həmçinin Qafqaz dağlarının ətəklərində yerləşən bölgələrdə dağ turizmi və yürüş marşrutları təşkil olunurdu. Sovet dövründə xarici turist axını məhdud olsa da, digər sovet respublikalarından gələnlər üçün Azərbaycan cazibədar idi. Bu dövrdə təşkil olunan marşrutlar daha çox tarixi və təbiət yönümlü idi. Bakıda yerləşən Muzeylər Şəhəri, İçərişəhər, Atəşgah Məbədi və Qobustan qayaüstü rəsmləri turistlərin maraq göstərdiyi əsas obyektlər idi. Sovet hökuməti tərəfindən təbliğ edilən "sosialist həyat tərzi" də turizm siyasətinə təsir etmişdi. Turizm mərkəzlərinin təchizatı və xidmət səviyyəsi müəyyən qədər məhdud olsa da, mövcud infrastruktur sahəsi üçün kifayət edirdi.

Azərbaycan 1991-ci ildə müstəqillik qazandıqdan sonra turizm sahəsində yeni mərhələ başladı. Bu dövrdə beynəlxalq əlaqələrin genişlənməsi və ölkəyə xarici turistlərin marağının artması turizm sahəsinə investisiyaları artırdı. Dövlət tərəfindən qəbul edilən "Azərbaycan Respublikasında Turizmin İnkişafı üzrə Dövlət Proqramı" bu sahədə əsaslı islahatlara zəmin yaratdı. 1999-cu ildə "Turizm haqqında" Qanun qəbul olundu və bu qanun turizm fəaliyyətinin hüquqi əsaslarını müəyyən etdi. Ölkəyə daxil olan turistlərin sayı ildən-ilə artmaqdadır. Əvvəlki illərdə Azərbaycanın turizm potensialının dünya miqyasında tanınması məqsədi ilə bir sıra beynəlxalq turizm marşrutları yaradılmışdır. "İpək Yolu", "Gəmiqaya mədəni-turizm marşrutu", "Babaların tarixi zəfər və şəhadət yolu", "Siemenslər Gədəbəydə" və digər beynəlxalq turizm marşrutlarının yaradılması xarici turistlərin ölkəmizə marağını artırmışdır. Nəticədə son illərdə ölkəmizə gələn turistlərin sayı xeyli sayda artmışdır. 2011-ci ilin "Turizm ili" elan olunması çərçivəsində görülmüş işlər Azərbaycanın dünyada aparıcı turizm ölkələrindən biri kimi tanınması istiqamətində mühüm nəticələr vermişdir.

2020-ci ilin Vətən müharibəsi nəticəsində Azərbaycanın Qarabağ və ətraf rayonları işğaldan azad olundu. Bu ərazilər tarix, mədəniyyət və təbiət baxımından olduqca zəngindir. Qarabağın incisi sayılan Şuşa 8 noyabrda azad edilərək yenidən öz mədəni mövqeyinə qovuşdu. Füzuli, Cəbrayıl, Zəngilan və Qubadlı kimi rayonlar da müharibə zamanı geri alındı. Bu bölgələr Araz çayı boyunca yerləşən qədim yaşayış yerləri, meşəlikləri, dağları və kənd təsərrüfatı potensialı ilə seçilirlər. Kəlbəcər və Laçın dağlıq relyefə və strateji mövqeyə malik olmaqla bərabər, füsunkar təbiətləri ilə tanınır. Ağdam və Xocavəndin isə bir hissəsi müharibə zamanı azad edilib. Hazırda bu ərazilərdə genişmiqyaslı bərpa və yenidənqurma işləri aparılır, müasir infrastruktur qurulur və məcburi köçkünlərin doğma torpaqlarına qayıtması üçün zəruri şərait yaradılır.

Turizm Azərbaycanın qeyri-neft sektorunun əsas istiqamətlərindən biridir. Bu sahə yeni iş yerlərinin yaradılmasına, regionların inkişafına və ölkəyə valyuta axınının təmin olunmasına şərait yaradır. Xidmət sektorunun canlanması, yerli istehsalın stimullaşdırılması və sosial rifahın artması turizmin iqtisadi təsirlərindəndir. Regionlarda kiçik sahibkarlığın inkişafı da bu sahəyə bağlıdır. Kənd turizminin genişlənməsi yerli icmaların həyat səviyyəsini yaxşılaşdırır və onların turizmə inteqrasiyasını təmin edir. Eyni zamanda, turizm mədəniyyətlərarası dialoqu, qarşılıqlı anlaşmanı və

beynəlxalq əlaqələri gücləndirir. Turistlərin təəssüratları, sosial mediada paylaşdıqları məqamlar ölkənin imicinə müsbət təsir göstərir.

Nəticə: Azərbaycan turizmi qədim tarixə, zəngin mədəni irsə və müasir potensiala malik bir sahədir. Tarix boyu bu ərazidə müxtəlif sivilizasiyalar iz qoyub. Bu izlər bu gün turizm obyektlərinə çevrilərək ölkəmizə dəyər qazandırır. Müstəqillikdən sonra dövlətin və özəl sektorun birgə səyləri nəticəsində bu sahə sürətlə inkişaf edib. Gələcəkdə bu inkişafın davamlı olması üçün dayanıqlı turizm siyasətinə ehtiyac var. Regionlarda turizm infrastrukturunun gücləndirilməsi, kadr hazırlığı və ekoloji baxımdan məsuliyyətli yanaşma əsas prioritetlərdən olmalıdır. Azərbaycanda turizm yalnız iqtisadi deyil, həm də mədəni və sosial inkişafın mühüm vasitəsidir. Xarici turistlərin ölkəmizdən apardığı müsbət təəssüratlar Azərbaycanın beynəlxalq imicinə xidmət edir. Biz bu sahəyə düzgün yön verməklə həm tariximizi qoruyur, həm də gələcəyimizi qururuq. Azərbaycan turizminin yolu açıq, potensialı isə sonsuzdur.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat və mənbələr

1. Bilalov B.Ə. “Turizmin tarixi” Bakı, 2008.
2. Qasımova, T. “Azərbaycan turizminin inkişaf mərhələləri və müasir vəziyyəti.” Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti Elmi Əsərləri, 2017, №2, s. 45–52.
3. Hacıyev, S. Azərbaycan iqtisadiyyatında turizmin rolu və inkişaf imkanları. Bakı: 2015, “Elm və Təhsil” nəşriyyatı.
4. Məmmədov, E. Azərbaycanın tarixi irsi və onun turizm imkanlarında rolu. Naxçıvan: NDU nəşriyyatı, 2020

\

AYNUR NƏHMƏTOVA

Turizm bələdçilərinin ölkəni tanıtma mətnlərinin aktual problemləri

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: nahmatova.aynur.2402@atmu.edu.az

Xülasə: Bu məqalədə turizm bələdçilərinin ölkəni tanıtmaq məqsədilə hazırladıqları mətnlərin aktual problemləri təhlil olunur. Turizm yalnız iqtisadi deyil, həm də mədəni, sosial və ekoloji baxımdan əhəmiyyətli bir sahədir. Bu səbəbdən turistlərə təqdim olunan informasiya materialları – o cümlədən bələdçi mətnləri – olduqca məsuliyyətlə hazırlanmalıdır. Məqalədə qeyd olunur ki, hazırkı turizm mətnləri çox vaxt stereotiplərə əsaslanır, reallığı sadələşdirir, regionların mədəni müxtəlifliyi və tarixi irsi lazımi səviyyədə əks olunmur. Bundan əlavə, tərcümə keyfiyyəti, köhnəlmiş məlumatlar, rəqəmsal alətlərin məhdud istifadəsi və davamlı turizmlə bağlı çatışmazlıqlar turistlərin ölkə haqqında dolğun təsəvvür formalaşdırmasına mane olur. Məqalədə Azərbaycanın zəngin mədəni irsini, texnoloji nailiyyətlərini və ekoturizm potensialını daha effektiv və obyektiv formada təqdim edən bələdçi mətnlərinə ehtiyac olduğu vurğulanır. Sonda müəllif gələcək tərcüməçi kimi bu sahədə öz töhfəsini vermək istəyini bildirir və bu işi milli məsuliyyət kimi dəyərləndirir.

Açar sözlər: turizm bələdçiləri, tanıtma mətnləri, Azərbaycan, stereotiplər, mədəni irs

Резюме: В данной статье анализируются актуальные проблемы текстов, используемых туристическими гидами для продвижения страны. Туризм рассматривается не только как источник дохода, но и как важный инструмент культурной и социальной коммуникации. Указывается, что современные информационные материалы часто содержат стереотипы, упрощённое представление о стране, не охватывают региональное культурное разнообразие и недостаточно раскрывают историческое наследие. Кроме того, низкое качество перевода, устаревшая информация, слабое использование цифровых технологий и игнорирование принципов устойчивого туризма мешают формированию полноценного представления об Азербайджане. В статье подчёркивается необходимость создания более профессиональных, актуальных и многослойных текстов, которые адекватно отражают достижения страны в области инноваций, культуры и экологии. Автор выражает желание внести свой вклад в развитие туристического сектора, используя знания иностранных языков как инструмент культурного моста.

Ключевые слова: гиды по туризму, информационные тексты, Азербайджан, стереотипы, культурное наследие

Abstract: This article analyzes the current issues in the promotional texts used by tourism guides to represent Azerbaijan. Tourism is seen not only as an economic tool but also as a means of cultural, social, and ecological exchange. The study highlights that many existing guide texts rely heavily on clichés,

oversimplify the country's reality, and fail to adequately showcase regional cultural diversity and historical heritage. Additionally, problems such as poor translation quality, outdated information, insufficient use of digital tools, and a lack of sustainable tourism perspectives hinder tourists from forming a comprehensive and accurate understanding of Azerbaijan. The paper calls for the development of more professional, updated, and multifaceted guide texts that reflect the country's achievements in technology, culture, and ecotourism. The author, aspiring to become a translator, emphasizes their personal commitment to contributing to the tourism sector and sees this as a national responsibility.

Keywords: tourism guides, promotional texts, Azerbaijan, stereotypes, cultural heritage

Turizm cəmiyyətin sosial və mədəni sferasının tərkib hissəsidir. İnsanlar səyahət etmək və yeni mədəniyyətlər görmək, başqa xalqların tarixini və adət-ənənələrini öyrənmək istəyirlər. Eyni zamanda, dövlətlər özləri xarici turistlərin sayını artırmağa çalışırlar, çünki bu yolla ölkələr öz mədəniyyətlərini yaymaq, bununla da onu qoruyub saxlamaq və ötürmək, habelə ondan iqtisadi fayda əldə etmək imkanı qazanırlar. Xarici turistlərin səyahət zamanı müxtəlif fəaliyyətlərə üstünlük verdikləri müşahidə olunur. Onlar, adətən, açıqcalar və suvenirlər əldə etməyə, muzeylərə, sərgilərə, tarixi və mədəni abidələrə ziyarət etməyə xüsusi maraq göstərirlər. Bu meyillər turizm sənayesinin formalaşmasında və inkişaf etdirilməsində mühüm rol oynayır. Bu səbəbdən yalnız turizm agentlikləri deyil, həm də ölkələrin rəsmi qurumları turistlərin diqqətini cəlb etmək üçün müxtəlif təşviqat vasitələrindən istifadə edirlər. Əsas məqsəd təqdim olunan turizm imkanlarının mümkün qədər geniş auditoriyaya çatdırılmasıdır.

Müasir dövrdə bu məqsədlə dövlət səviyyəsində və ya özəl sektor tərəfindən müxtəlif səyahət portalları və internet saytları yaradılır. Bu platformalar vasitəsilə həm ölkə haqqında ümumi məlumatlar, həm də konkret turizm marşrutları, abidələr, tədbirlər və digər maraq obyektləri haqqında detallı informasiya təqdim olunur. Nəticədə, beynəlxalq turizm saytlarının sayı ildən-ilə artır və onların əhatə dairəsi genişlənir. Bu da, öz növbəsində, qlobal miqyasda turizmin inkişafına töhfə verir və ölkələrin tanıdılması baxımından strateji əhəmiyyət daşıyır.

Bu gün turizm dünyada ən geniş və ən sürətlə inkişaf edən sahələrdən biridir. Turizm sektoru ölkələrin iqtisadiyyatına mühüm töhfə verir – yeni iş yerləri yaradır, xarici sərmayələri cəlb edir və regionların inkişafına təkan verir. Eyni zamanda, turizm ölkənin mədəniyyətini və tarixini dünyaya tanıtmaq baxımından da vacib rol oynayır. Turizm deyildikdə ilk ağıla gələn turistik yerlər və turistlər olur. Turizm fəaliyyəti və tədbirləri turistlərin istək və ehtiyaclarına uyğun formalaşdırılır. Turistə təkcə iqtisadi gəlir mənbəyi kimi baxmaq olmaz. Turistlər sözügedən bölgəyə və ya əraziyə iqtisadi qazanc təmin etməklə yanaşı, həm də mədəni qarşılıqlı əlaqənin yaranmasını və mədəniyyətlərarası məlumat mübadiləsini təmin edirlər. Son illərdə qlobal turizm sahəsində müşahidə olunan meyllər göstərir ki, turistlərin maraq dairəsi getdikcə dəyişməkdədir. Əgər əvvəllər turistlər əsasən istirahət və əyləncə məqsədilə səyahət edirdilərsə, müasir dövrdə onlar daha çox səyahət etdikləri ölkələrin həyat tərzi, tarixi irsi və mədəni dəyərləri ilə yaxından tanış olmağa can atırlar. Belə turistlər üçün səciyyəvi xüsusiyyət odur ki, onlar standart turistik

marşrutlarla kifayətlənməyib, daha çox yerli xüsusiyyətləri yaşamağa və yerli əhali ilə ünsiyyət qurmağa üstünlük verirlər.

Bu yanaşma "təcrübə turizmi" və ya "mədəni turizm" kimi adlandırılan anlayışlarla sıx bağlıdır və bu istiqamətdə hazırlanan turizm bələdçilərinin də məzmun baxımından yenilənməsini zəruri edir. Belə ki, bu cür turistlərin tələbatlarını qarşılamaq üçün təqdim olunan informasiya materiallarında yalnız ümumi məlumatlarla kifayətlənmək deyil, həm də xalqın gündəlik həyatına, adət-ənənələrinə, folkloruna və müasir yaşam tərzinə dair detallı və aktual məlumatların yer alması vacib hesab olunur.

Turizm bələdçiliyi yerli və xarici turistlərə onların anlayacağı dildə bir məkanın tarixi, təbii və mədəni dəyərlərini tanıdan, bu dəyərlərə əlavə məna və dəyər qataraq təqdim edən mühüm bir peşədir. Dünyanın inkişaf etmiş ölkələrində turizm sənayesindən əldə edilən gəlirləri artırmaq məqsədilə bu sahədə ciddi rəqabət gedir. Bu rəqabət xidmətlərin keyfiyyətinin yüksəldilməsi və turizm təcrübəsinin zənginləşdirilməsi istiqamətində müxtəlif tədbirlərin görülməsini zəruri edir.

Turist bələdçiləri ölkə haqqında düzgün məlumat vermək, tarixi və mədəni irsi doğru şəkildə tanıtmaq, mənfi təsəvvürləri dəyişdirmək və turistin yanlış bildiyi məlumatları düzəltmək kimi mühüm vəzifələri yerinə yetirirlər. Onlar həmçinin turistlərlə yerli əhali arasında mədəni körpü rolunu oynayan mədəniyyət səfirləridir. Bu səbəbdən də bələdçilər getdikləri məkanın tarixini, mədəniyyətini, adət-ənənələrini və təbiətini dərindən bilməli, turistlərlə ünsiyyət qurduqları dilə yüksək səviyyədə hakim olmalıdırlar. Bu bilik yalnız kitab və ya internet mənbələri ilə məhdudlaşmamalıdır. "Yaxşı bələdçi universal əsgərdir" ifadəsi də bu kontekstdə yaranmışdır.

Ekskursiyanın əsas siması olan bələdçi, faktlarla yanaşı, müsbət emosiyalar, əyləncə və fərqli təcrübələr təqdim edərək turistin səfər təəssüratına birbaşa təsir göstərir. Buna görə də turizm bələdçiləri turizm sahəsində əsas rol oynayan şəxslərdən hesab olunurlar.

Lakin bu peşənin qarşısında duran çətinliklər də az deyil. Peşəkar fəaliyyətin təşkili, turistlərin gözləntiləri, mövsümi çətinliklər və xüsusilə, ölkənin tanıdılmasında istifadə edilən mətnlərlə bağlı aktual problemlər bələdçilərin işini çətinləşdirir. Bu mətnlər həm forma, həm də məzmun baxımından bir sıra nöqsanlarla üzləşir.

Qloballaşan dünyada turizm yalnız istirahət və əyləncə vasitəsi deyil, həm də ölkələrin iqtisadi, mədəni və sosial potensialının tanıdılması baxımından mühüm bir vasitəyə çevrilmişdir. Müasir dövrdə turistlər səfər edəcəkləri ölkə haqqında ilkin təəssüratları əsasən internet mənbələri, çap olunmuş broşürlər, turizm portalları və bələdçi mətnləri vasitəsilə əldə edirlər. Bu baxımdan turizm bələdçilərinin təqdim etdiyi məlumatların keyfiyyəti, dolğunluğu və aktual olması olduqca önəmlidir. Təəssüf ki, bu sahədə müşahidə olunan bəzi problemlər turizm sektorunun inkişafına mənfi təsir göstərməkdədir.

Ənənəvi və mədəni dəyərlər turizmdə mühüm əhəmiyyət daşyır. Azərbaycanda da son illərdə, xüsusilə də tarixi zəfərimizdən sonra ölkəmizin turizm potensialı sürətlə inkişaf etmiş, ölkəmizə olan maraq əhəmiyyətli dərəcədə artmış, xarici turistlərin sayı getdikcə yüksəlmişdir. Ölkəmizə gələn hər bir turist Azərbaycan həqiqətlərinin, Azərbaycan mədəniyyətinin, Azərbaycan qonaqpərvərliyinin dünyaya

tanıtdırılması üçün bir fürsətdir. Bu baxımdan turistlərlə düzgün və mədəni şəkildə ünsiyyət qurmaqla yanaşı, onların ölkəmiz haqqında dolğun məlumat əldə etməsi üçün müvafiq tanıtma mətnlərinin olması da vacib amillərdən biridir.

Müasir dövrdə turizm sənayesinin əsas vasitələrindən biri kimi çıxış edən bələdçi mətnləri ölkələrin xaricdəki imicinin formalaşmasında mühüm rol oynayır. Bu mətnlər turistlərdə ilkin təəssürat yaratmaqla yanaşı, onların səfər qərarına da birbaşa təsir göstərir. Lakin əksər hallarda bu mətnlərdə təqdim olunan informasiya sadələşdirilmiş və stereotiplərlə zəngin olur. Azərbaycanla bağlı hazırlanan turizm mətnlərində də bu tendensiyanı açıq şəkildə müşahidə etmək mümkündür.

Əksər turizm bələdçi mətnlərində ölkələrin təqdimatı zamanı müəyyən stereotiplər ön plana çəkilir. Azərbaycanla bağlı materiallarda tez-tez "neft ölkəsi", "qonaqpərvər xalq", "tolerant cəmiyyət", "ləziz mətbəx" və "əsrarəngiz təbiət" kimi ifadələrə rast gəlinir. Həmin ifadələr müəyyən dərəcədə reallığa əsaslansa da, onların davamlı şəkildə təkrarlanması ölkənin mürəkkəb və çoxşaxəli reallığını kölgədə qoyur. Nəticədə, Azərbaycan yalnız bir neçə atributla assosiasiya olunur və bu, turistlərdə ölkə haqqında geniş və obyektiv təsəvvürün formalaşmasına mane olur.

Halbuki, Azərbaycanın təqdimatında stereotiplərlə yanaşı, daha dərin və çoxqatlı yanaşmaya ehtiyac vardır. Ölkənin müasir texnologiya və innovasiya sahəsindəki nailiyyətləri, müxtəlif beynəlxalq və yerli mədəni festivalları, eləcə də zəngin tarixi və mədəni irsi əksər hallarda turizm materiallarında yetərincə əks olunmur. Bu kimi aspektlər Azərbaycanın yalnız təbii ehtiyatlara və ya mətbəxinə əsaslanan bir ölkə olmadığını, əksinə, çoxşaxəli və inkişaf edən bir mədəniyyət və sivilizasiya daşıyıcısı olduğunu nümayiş etdirir.

Azərbaycanın çoxqatlı mədəni kimliyi isə təkcə müasir inkişaflarla deyil, eyni zamanda onun qədim tarixi və unikal mədəni irsi ilə də formalaşır. Xüsusilə, qədim Qafqaz Albaniyası mədəniyyəti Azərbaycanın tarixi və mədəni müxtəlifliyini göstərən ən mühüm faktorlardandır. Qəbələ, Şəki, Laçın və digər bölgələrdə aşkarlanmış arxeoloji tapıntılar, Alban məbədləri və digər tarixi abidələr Azərbaycanın yalnız İslam sivilizasiyası ilə deyil, daha qədim və zəngin mədəniyyətlərlə də sıx bağlı olduğunu sübut edir.

Bundan əlavə, Azərbaycanın İpək Yolu üzərində yerləşməsi və tarixən iqtisadi-mədəni mübadilə mərkəzi kimi çıxış etməsi onun regional və qlobal əhəmiyyətini artıran mühüm amillərdən biridir. Bütün bu məqamların turizm materiallarında dolğun şəkildə əks etdirilməsi ölkənin real və obyektiv obrazının formalaşmasına, həmçinin turistlərin marağının artmasına töhfə verə bilər.

Azərbaycan regionlar üzrə zəngin etnik, dini və mədəni müxtəlifliyə malik ölkədir. Lakin Azərbaycan kimi çoxmillətli və multikultural ölkələrdə regionların fərqli mədəniyyətləri, dilləri və adət-ənənələri bəzən kifayət qədər tanıdılmır. Bir çox bələdçi mətnlərində yalnız Bakı şəhəri və paytaxta yaxın tanınmış turizm məkanları haqqında məlumatlara yer verilir. Naxçıvan, Quba, Lənkəran, Zaqatala, Şəki kimi bölgələrin fərqli mədəni mühiti, folkloru, adət-ənənələri və memarlıq nümunələri bəzən ümumiyyətlə qeyd edilmir. Bu, ölkənin tanıdılması baxımından böyük itki deməkdir. Məsələn, Şəkinin kəlağayı sənəti və ya Qubanın dağ yəhudiləri icmasının mədəni irsi haqqında məlumatlar turistlər üçün həm maarifləndirici, həm də cəlbedici

ola bilər. Regionların tanıdılması həm də ölkədaxili turizmi stimullaşdıra və balanslı iqtisadi inkişafı təşviq edə bilər.

Turizm bələdçilərinin təqdim etdiyi mətnlərin dili, üslubu və ifadə tərzi onların effektivliyini müəyyən edən əsas amillərdəndir. Əfsuslar olsun ki, bəzi hallarda bu mətnlər ya çox rəsmi və quru yazılır, ya da əksinə, ifrat dərəcədə şifahi və qeyri-peşəkar formada təqdim olunur. Bundan əlavə, bir çox hallarda xarici dillərə edilən tərcümələr avtomatik proqramlar vasitəsilə həyata keçirildiyindən cümlələrdə məna səhvləri, dil qaydalarının pozulması və ifadə uyğunsuzluqları meydana çıxır. Bu cür mətnlər həm turistlərin məlumatı düzgün qavramasına mane olur, həm də ölkə haqqında qeyri-ciddi və natamam təsəvvür yaradır. Turizm bələdçi mətnlərinin effektivliyi ilk növbədə onların dil və üslub baxımından keyfiyyətindən asılıdır. Əgər təqdim olunan mətnlər dili baxımından qeyri-dəqiq, üslub baxımından isə monoton və maraqsızdırsa, bu zaman turistin diqqətini cəlb etmək və onu məlumatlandırmaq mümkün olmur. Belə hallarda mətn öz əsas funksiyası olan informasiya ötürülməsi və maraq oyatma məqsədinə çatmır.

Xüsusilə xarici turistlər üçün nəzərdə tutulmuş mətnlərdə dilin sadə, aydın və eyni zamanda mədəniyyətə uyğun şəkildə işlənməsi vacibdir. Terminoloji qeyri-dəqiqliklər, tərcümə səhvləri, cümlə quruluşundakı uyğunsuzluqlar və üslubda olan səliqəsizliklər turistin mətni anlamaqda çətinlik çəkməsinə səbəb olur. Nəticədə, turist ya məlumatı düzgün mənimsəyə bilmir, ya da təqdim olunan materiala marağını itirir ki, bu da turizm təbliğatının effektivliyini əhəmiyyətli dərəcədə azaldır.

Turizm sahəsi dinamik və daim dəyişən bir sahə olduğundan, təqdim olunan məlumatların aktuallığı xüsusilə vacibdir. Müasir dövrdə yeni turizm obyektləri istifadəyə verilir, mövcud olanların isə bəziləri müxtəlif səbəblərdən fəaliyyətini dayandırır. Eyni zamanda, mədəni tədbirlərin keçirilmə tarixləri, təqdim olunan xidmətlərin qiymətləri, eləcə də turistik marşrutlar və onların strukturu tez-tez dəyişə bilər.

Belə bir şəraitdə turizm bələdçi mətnlərinin mütəmadi şəkildə yenilənməsi və dəqiqləşdirilməsi zərurəti ortaya çıxır. Əks təqdirdə, köhnəlmiş və real vəziyyəti əks etdirməyən məlumatlar turistlərdə çaşqınlıq yarada bilər, onların gözləntilərinin qarşılanmamasına və nəticə etibarilə məyusluğa səbəb ola bilər. Bu isə həm ölkənin turizm imicinə zərər vurur, həm də potensial gəlirlərin azalmasına gətirib çıxarır. Buna görə də, bələdçi mətnlərinin hazırlıq və yenilənmə prosesində informasiya mənbələrinin etibarlılığı və dövri yoxlanılması əsas meyar kimi qəbul edilməlidir.

Müasir dövrdə turistlərin əksəriyyəti səyahətlərini mobil cihazlar və rəqəmsal platformalar vasitəsilə planlaşdırır. Bu səbəbdən bələdçi mətnlərinin internetdə asanlıqla əlçatan olması, həmçinin interaktiv xəritələr, yüksək keyfiyyətli foto və video materiallar, audio bələdçilər və real vaxtda yenilənən məlumatlarla zənginləşdirilməsi zəruridir. Lakin hazırda bir çox rəsmi turizm saytlarında bu texnoloji imkanlardan yetərincə istifadə olunmur: saytlar bəzən yavaş işləyir, vizual materiallar keyfiyyətsiz olur və axtarılan məlumatların tapılması çətinlik yaradır. Halbuki, rəqəmsal bələdçi tətbiqləri, 3D virtual turlar və real vaxt rejimində məlumat yenilənməsi turist təcrübəsini əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdıra bilər. Rəqəmsal transformasiyanın ləng getməsi isə Azərbaycanın turizm sektorunun beynəlxalq rəqabət qabiliyyətinə mənfi təsir göstərməkdədir.

Turizm yalnız iqtisadi mənfəət gətirməməli, həm də sosial və ekoloji baxımdan məsuliyyətli şəkildə həyata keçirilməlidir. Lakin bir çox turizm bələdçi mətnlərində ekoturizm, yerli icmalara hörmət və ətraf mühitin qorunması kimi prinsiplərə demək olar ki, yer verilmir. Məsələn, milli parklara səfər zamanı hansı davranış qaydalarına riayət olunmalı olduğu, yerli icmalardan suvenirlərin alınmasının onların rifahına necə töhfə verdiyi kimi məlumatlar bələdçi mətnlərində öz əksini tapmır. Halbuki bu cür yanaşma həm turistin məsuliyyətli davranışını təşviq edər, həm də yerli əhalinin turizmdən faydalanmasına imkan yaradardı.

Turizm bələdçi mətnləri yalnız informasiya daşıyıcısı deyil, həm də ölkənin vizit kartıdır. Onların peşəkar hazırlanması, aktual və rəngarəng məlumatlarla zənginləşdirilməsi ölkənin beynəlxalq imicinin formalaşmasında mühüm rol oynayır. Sadaladığımız problemlər – stereotiplərdən istifadə, köhnəlmiş məlumatlar, dil qüsurları, regionların təqdim olunmaması, texnologiyanın zəif istifadəsi və davamlı turizmin nəzərə alınmaması – aradan qaldırılarsa, Azərbaycan turizminin inkişafına əhəmiyyətli töhfə verilə bilər. Bu sahədə dövlət orqanları ilə yanaşı, qeyri-hökumət təşkilatları, turizm şirkətləri və yerli icmaların da fəal iştirakı vacibdir.

Azərbaycan vətəndaşı olaraq hər birimiz ölkəmizin dünyaya düzgün şəkildə tanıtmaq, ölkəmizin milli dəyərlərini və tarixini düzgün formada təqdim etmək üçün əlimizdən gələni əsirgəməməliyik. Xarici dilləri öyrənmək, bilmək, sadəcə bir bacarıq deyil, eyni zamanda, milli kimliyimizi, tariximizi və mədəniyyətimizi dünyada tanıtmaq üçün bir körpüdür. Mən də gələcəyin tərcüməçisi olaraq bu körpünü daha möhkəm və sağlam qurmaq, xarici dillərə mükəmməl şəkildə yiyələnmək və bu biliklərimi Azərbaycanın turizm sektorunda tətbiq edərək ölkəmi ən gözəl şəkildə təmsil etmək istəyirəm. Bu mənim üçün sadəcə bir hədəf deyil – qürurla daşıdığım bir məsuliyyətdir.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat

1. Əliyev, Q. Azərbaycan turizmində inkişaf meyilləri. Bakı: Təhsil Nəşriyyatı, 2017
2. Məmmədova, S. Turizm marketinqi və brendinq. Bakı: Elm və Təhsil, 2021
3. Dünya Turizm Təşkilatı (UNWTO). Tourism Highlights – 2023 Edition. www.unwto.org
4. Azpromo. (2024). Azərbaycanın turizm imkanları. https://www.azpromo.az
5. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi. Rəsmi statistika və təqdimatlar, 2023 www.tourism.gov.az
6. Smith, M. & Robinson, M. Cultural Tourism in a Changing World: Politics, Participation and (Re)presentation. Channel View Publications, 2006
7. Richards, G. Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends. Journal of Hospitality and Tourism Management, 2018, 36, 12–21.
8. Xəlilov, N. “Multikulturalizmin turizmdə rolu: Azərbaycan nümunəsi”. Turizm və Sosial Elmlər Jurnalı, 2020, 4(1), 45–52.
9. Aziz, H. Tourism Planning and Sustainable Development. Routledge, 2022

CƏLİL KƏRİMLİ

Turizm sektorunda iqlim dəyişikliklərinin təsiri

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: karimlijalil9@gmail.com

Xülasə: İqlim dəyişikliyi qlobal turizm sənayesinin üzləşdiyi ən əhəmiyyətli problemlərdən birinə çevrilib. Temperaturun artması, ekstremal hava şəraiti, dəniz səviyyəsinin yüksəlməsi və biomüxtəlifliyin itirilməsi dünya üzrə turizm mənzərələrini dəyişir. Bu dəyişikliklər yalnız səyahət nümunələrinə deyil, həm də bir çox istiqamətlərin əsas cazibədarlığına və əlçatanlığına təsir göstərir. Alp dağları, Maldiv adaları və Böyük Sədd Rifi kimi məşhur bölgələr iqlim dəyişikliyinin turizmin iqtisadi, ekoloji və mədəni əsaslarını necə məhv etdiyini göstərən parlaq nümunələrdir. Bu təsirlər yalnız bu yerlərlə məhdudlaşmır, iş yerlərinə, icmaların dolanışığına və qlobal səyahət şəbəkələrinə dalğavari təsir göstərir. Məqalədə davamlı turizm təcrübələrinin tətbiqi, infrastrukturun dayanıqlığının artırılması və siyasət islahatları kimi təsirin azaldılmasına dair strategiyaların təcili tətbiqinin zəruriliyi vurğulanır, həmçinin artan iqlim qeyri-müəyyənlikləri şəraitində sektorun dayanıqlılığını və davamlılığını təmin etmək üçün uyğunlaşma strategiyaları qeyd olunur.

***Açar sözlər*:** dəniz səviyyəsi, biomüxtəliflik, məşğulluq, siyasət, infrastruktur

Abstract: Climate change has become one of the most significant challenges facing the global tourism industry. Rising temperatures, extreme weather events, sea-level rise, and biodiversity loss are reshaping tourism landscapes worldwide. These changes influence not only travel patterns but also the fundamental appeal and accessibility of many destinations. Iconic regions like the Alps, the Maldives, and the Great Barrier Reef serve as poignant examples of how climate-related changes are eroding the economic, environmental, and cultural foundations of tourism. The implications extend far beyond these locations, with ripple effects on employment, community livelihoods, and global travel networks. This article highlights the urgency of adopting mitigation strategies such as sustainable tourism practices, infrastructure resilience, and policy reforms while outlining adaptive strategies to ensure the sector's resilience and sustainability in the face of growing climatic uncertainties.

Keywords: sea-level, biodiversity, employment, policy, infrastructure

Абстракт: Климатические изменения стали одной из самых значительных проблем, с которыми сталкивается мировая туристическая индустрия. Повышение температуры, экстремальные погодные явления, повышение уровня моря и утрата биоразнообразия изменяют туристические ландшафты по всему миру. Эти изменения влияют не только на туристические потоки, но и на основную привлекательность и доступность многих направлений. Знаковые регионы, такие как Альпы, Мальдивы и Большой Барьерный риф, служат яркими примерами того, как изменения климата разрушают экономические, экологические и культурные основы туризма. Последствия этого явления выходят далеко за пределы указанных мест, вызывая цепную реакцию, влияющую на

занятость, средства к существованию сообществ и глобальные туристические сети. В данной статье подчеркивается срочность принятия мер по смягчению последствий, таких как внедрение устойчивых туристических практик, повышение устойчивости инфраструктуры и реформы политики, а также адаптивных стратегий для обеспечения устойчивости и жизнеспособности отрасли в условиях растущей климатической неопределенности.

***Ключевые слова*:** уровень моря, биоразнообразие, занятость, политика, инфраструктура.

Introduction

Tourism is a cornerstone of many national economies and a source of cultural exchange and global connectivity. The industry depends heavily on the health of natural and built environments, offering travelers access to pristine beaches, snowy mountains, and unique ecosystems. However, climate change threatens these assets, disrupting traditional travel patterns and exposing destinations to new vulnerabilities. According to the United Nations World Tourism Organization (UNWTO), the tourism sector accounts for approximately 10% of global GDP and employs millions worldwide. Despite its economic importance, the industry remains highly susceptible to the effects of climate change, which manifest in diverse ways—from rising sea levels and coastal erosion to health risks and biodiversity loss. This article delves into the specific ways in which climate change is reshaping tourism and discusses potential solutions to mitigate its impact.

The effects of climate change on tourism

1. Changing Travel Patterns

The Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) Fifth Assessment Report (AR5) concludes that climate change is unequivocal, and that human activities, particularly emissions of carbon dioxide, are very likely to be the dominant cause. Changes are observed in all geographical regions: the atmosphere and oceans are warming, the extent and volume of snow and ice are diminishing, sea levels are rising and weather patterns are changing [5, 7-11]. Climate change is altering travel patterns by affecting the desirability and accessibility of destinations. Ski resorts, for instance, are among the most visibly impacted. The Alps, a globally renowned destination for winter sports, have experienced reduced snowfall and shorter ski seasons due to rising temperatures. According to a study by the European Environment Agency (EEA), many low-altitude ski resorts in Europe face closure by 2050 if current warming trends persist [1, 83-100]. Artificial snowmaking has been adopted as a temporary solution, but this practice is both energy-intensive and environmentally unsustainable. In the United States, more than 38 states have value added to their state economies through downhill ski resorts and/or snowmobiling. Ski facilities alone supported nearly 76,000 jobs and $1.5 billion in salaries, wages, and benefits during the period studied. When direct, indirect, and induced effects were accounted for, the ski and snowmobile industry supported 211,900 jobs and accounted for $12.2 billion in value added to the U.S. economy. [3, 16-20]

Meanwhile, destinations that were once considered too cold or inaccessible are witnessing a surge in tourism. Greenland and Iceland, for example, have seen significant increases in visitor numbers as warmer temperatures make these regions more hospitable [2, 53-62]. This shift, while beneficial to some areas, poses risks to fragile ecosystems and local communities unprepared for rapid increases in tourism. Additionally, extreme weather events such as hurricanes and wildfires deter travelers from historically popular regions. The Caribbean, heavily reliant on tourism, suffers billions of dollars in damages annually due to increasingly intense hurricane seasons, disrupting peak travel periods and creating long recovery times for local economies.

2.Sea-Level Rise and Coastal Erosion

Rising sea levels will have profound and multiple impacts on coastal tourism. Sea-level rise will erode and submerge some tourism infrastructure and attractions, such as beaches. For example, nearly a third of Caribbean resorts are less than 1 m above the high water mark. Sea-level rise of 1 m would damage 49–60% of the region's tourist resort properties, lead to the loss or damage of 21 airports, and inundate land around 35 ports. The cost of rebuilding tourist resorts in the region by 2050 is estimated at USD 10 billion to 23.3 billion. Higher sea levels and greater storm surges will also quicken the erosion of beaches, sand dunes and cliffs. Degraded beaches reduce the desirability of destinations, as studies of Martinique, Barbados and Bonaire have shown. Beach erosion could reduce the prices that operators can charge for accommodation. Coastal tourism generates a substantial portion of global tourism revenue, yet it is among the most vulnerable to climate change [8, 6-11]. The Maldives, a tropical paradise known for its luxury resorts, faces the dire prospect of submersion within the century [4, 45-60]. Already, some islands have been abandoned due to saltwater intrusion and coastal erosion, forcing communities to relocate and endangering tourism infrastructure.

In the United States, cities like Miami face recurring "king tides," which flood streets and disrupt tourism activities. By 2045, sea level in Miami-Dade County is expected to rise about 15 inches above current levels, according to a projection based on US Army Corps of Engineers data (SFRCCC 2015) [8, 1-6]. The Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) estimates that nearly half of the world's sandy beaches could vanish by 2100, depriving millions of their primary source of livelihood. Coastal erosion worsens this issue by destroying natural barriers like mangroves and coral reefs, which not only attract tourists but also protect shorelines from storm surges. Losses in these areas create a ripple effect, impacting local economies dependent on tourism.

At the current rate of acceleration, rising seas place many coastal areas at imminent risk of inundation. Darrell Wade, co-founder and chairman of Intrepid Travel, warns that within even the next decade, many of the world's beaches will already be underwater. "There's no doubt that certain destinations are going to go off the map and we're just not going to be travelling to them," he said.

3. Biodiversity Loss and Environmental Degradation

Tourism thrives on biodiversity, with ecosystems and wildlife serving as primary attractions for millions of travelers. Coral reefs, a major draw for divers and snorkelers, contribute approximately $36 billion annually to the global economy [7, 5-25]. However, rising ocean temperatures have caused widespread coral bleaching, particularly in the Great Barrier Reef. A report by the Australian Institute of Marine Science revealed that back-to-back bleaching events in 2016 and 2017 affected two-thirds of the reef, leading to significant declines in tourist visitation [9, 7-16].

Similarly, deforestation and habitat destruction threaten wildlife tourism in biodiversity-rich countries like Kenya and Indonesia. Iconic species such as elephants, tigers, and orangutans face habitat loss exacerbated by climate change. This diminishes the appeal of eco-tourism and undermines conservation efforts funded by tourism revenue [6, 25-40]. Pollution, particularly in freshwater ecosystems, also poses challenges, as rising temperatures degrade water quality and harm aquatic species. For example, toxic algal blooms in popular lakes and rivers deter tourists and affect the recreational value of these areas.

4. Health Risks and Travel Safety

Rising temperatures and shifting climate zones facilitate the spread of vector-borne diseases such as malaria and dengue fever. Regions previously unaffected by such illnesses, including parts of Southern Europe and North America, are now experiencing outbreaks. For travelers, this raises health concerns and discourages visits to affected destinations. Local healthcare systems, already strained by climate-induced challenges, struggle to cope with the added burden.

Extreme weather events further compromise travel safety. Wildfires in California, Australia, and Southern Europe have forced the evacuation of tourists and caused significant cancellations during peak seasons. Heatwaves, such as those experienced in cities like Paris and Rome, make outdoor activities hazardous and diminish the overall appeal of urban tourism. These trends highlight the urgent need for improved risk management and safety measures in tourism planning.

Case studies: Destinations in Crisis

The Alps: Melting snow and vanishing ski seasons

One of the most noticeable consequences of climate change in the Alps is the glacier recession. With rising temperatures, mid-altitude glaciers are shrinking at an alarming rate. Since 1850, glaciers in the Alps have lost between 30 and 40% of their surface area and half of their volume, with a further 10 to 20% of their volume having disappeared since 1980.

The effects of climate change on alpine flora and fauna are noticeable and are already contributing to changes in species distribution and abundance, as well as the timing of seasonal events.

The Alps, is also a premier destination for winter sports. Snowfall has become increasingly erratic, and lower-altitude resorts face the risk of permanent closure. Artificial snowmaking, while a temporary solution, requires vast amounts of water and energy, raising concerns about its sustainability. Small, family-operated resorts are particularly vulnerable, with many struggling to remain profitable.

Permafrost, or permanently frozen ground, covers a large area in the Alps and plays a vital role in maintaining the stability of the terrain in mountain landscapes. In the Mont-Blanc massif, 65% of rock faces above 2,300 m are permanently frozen. With the rise in summer temperatures, the permafrost melts, creating significant instability in rocky terrain. Over the past 20 years, permafrost has disappeared on south-facing rock faces of the Mont-Blanc massif below 3,300 m (10,827 ft).

The Maldives: Paradise Under Threat

The Maldives' economy relies heavily on tourism and fisheries, two sectors that comprise nearly half of the nation's GDP and employment. These crucial industries are facing severe risks due to climate change, according to a new World Bank Group report released at September 17, 2024.

The Maldives is emblematic of the existential risks posed by climate change. As one of the world's lowest-lying countries, it faces the imminent threat of sea-level rise. Coastal erosion and saltwater intrusion have already displaced communities and damaged tourism infrastructure.

By 2050, 80% of the Maldives could become uninhabitable. Fourteen islands have already had to be abandoned due to intense coastal erosion and natural disasters. Climate change is also worsening the degradation of coral reefs surrounding the Maldives, its first line of defense against coastal erosion.

In response, the government has invested in adaptive measures, including the construction of artificial islands and floating accommodations. While innovative, these solutions are resource-intensive and cannot fully address the psychological toll of a disappearing homeland.

Australia's Great Barrier Reef: A Bleached Wonder

The Great Barrier Reef, a UNESCO World Heritage Site, has suffered extensive coral bleaching due to rising sea temperatures. This has not only disrupted marine ecosystems but also reduced the appeal of one of Australia's top tourist destinations. Efforts to restore the reef, including coral farming and marine conservation programs, show promise but remain insufficient to counteract the scale of the damage. The loss of biodiversity and declining visitor numbers underscore the urgent need for global climate action.

Mitigation and Adaptation Strategies

1. Sustainable tourism practices. The adoption of sustainable tourism practices is critical to mitigating the industry's environmental impact. Hotels and resorts are increasingly turning to renewable energy, water recycling systems, and waste reduction measures. Certifications like Green Globe and EarthCheck encourage businesses to adhere to eco-friendly standards. Public awareness campaigns also play a role in promoting responsible travel behavior, such as minimizing waste and supporting local conservation efforts.

2. Diversification of tourism offerings. Diversifying tourism activities can help destinations reduce their reliance on climate-sensitive attractions. Ski resorts, for example, are investing in summer activities like hiking and mountain biking. Coastal regions are exploring marine conservation programs and cultural heritage tours as alternatives to mass beach tourism. By broadening their appeal, destinations can enhance resilience and attract a more diverse visitor base.

3. Infrastructure resilience. Investing in resilient infrastructure is essential for minimizing climate-related disruptions. Flood defenses, elevated walkways, and storm-resistant buildings can protect tourism assets in vulnerable areas. Public-private partnerships are critical in financing these initiatives, ensuring resources are allocated efficiently.

Adaptation options exist, but many are likely to add costs and offer only short-term relief. Locations at risk can invest in more resilient infrastructure. Winter sports providers can turn to artificial snow makers, move to higher elevations, or market themselves as year-round destinations. Under scenarios that see high emissions, and higher temperatures, questions exist as to whether adaptation is possible at all.

Conclusion

Climate change presents an urgent and complex challenge for the global tourism industry. Rising temperatures, extreme weather events, and environmental degradation are reshaping travel patterns and threatening the viability of iconic destinations. While the impacts are profound, they also offer an opportunity to reimagine tourism in a more sustainable and equitable way. By embracing innovative strategies and fostering international cooperation, the sector can adapt to the changing climate and continue to thrive. Addressing these challenges requires a collective effort from governments, businesses, and travelers.

References

1. Amelung, B., & Moreno, A. (2012). "Costing the impact of climate change on tourism in Europe." *Climatic Change,* p83-100.
2. Becken, S. (2013). "A review of tourism and climate change as an evolving knowledge domain." *Tourism Management Perspectives*, p53-62.
3. Burakowski, E., & Magnusson, M. (2012). "Climate impacts on the winter tourism economy in the United States." *Natural Resources Defense Council Report.* p16-20.
4. Eijgelaar, E., Peeters, P., & Piket, P. (2008). "Sustainable tourism: climate policy for tourism emissions." *Tourism and Hospitality Planning & Development* p45-60.
5. IPCC (2014). "Climate Change 2014: Impacts, Adaptation, and Vulnerability." Contribution of Working Group II to the Fifth Assessment Report. Cambridge University Press. p7-11.
6. Nicholls, Mark. University of Cambridge. “Climate Change: Implications for tourism” p25-40.
7. Scott, D., Gössling, S., & Hall, C. M. (2012). "International tourism and climate change." *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*
8. https://www.ucsusa.org/sites/default/files/attach/2016/04/miami-dade-sea-level-rise-tidal-flooding-fact-sheet.pdf
9. https://www.aims.gov.au/research-topics/environmental-issues/coral-bleaching/coral-bleaching-events

ELLADA ZƏRGƏROVA

Turizm marketinqinin Azərbaycan kontekstində tətbiqi və gələcək perspektivləri

Sumqayıt Dövlət Universiteti, tələbə

E-mail: zrgrovaellada@gmail.com

Xülasə: Azərbaycanın turizm bazarının inkişafı üçün marketinq araşdırmalarının aparılması vacibdir. Bu tədqiqatlar bazar imkanlarını daha yaxşı qiymətləndirmək, riskləri azaltmaq və turistlərin ehtiyaclarını müəyyənləşdirmək baxımından əhəmiyyətlidir. Xarici şirkətlər bu araşdırmalara daha çox maraq göstərirlər, çünki əsas sərmayədarlar onlardır. Effektiv marketinq tədqiqatları turistlərin davranışlarını, səyahət trendlərini və bazarın inkişaf tendensiyalarını proqnozlaşdırmağa kömək edir. Turizmdə uğurlu marketinq strategiyaları sektordakı rəqabət qabiliyyətini artırır və turistlərin cəlb olunmasını təmin edir. Əsas marketinq strategiyalarına hədəf bazarının müəyyən edilməsi, rəqəmsal marketinq, mövsümi marketinq, brendinq və müştəri loyallığının yaradılması daxildir. Rəqəmsal marketinq müasir dövrdə xüsusilə önəmli rol oynayır və sosial media platformaları bu sahədə geniş imkanlar təqdim edir. Sosial media reklamları, influencer marketinqi və hədəf kütləyə uyğun kontent yaradılması turistlərin marağını artırır. Azərbaycanda turizmin inkişafı üçün xüsusi turizm təcrübələri təqdim etmək, influencer marketinqindən istifadə etmək və yerli mədəniyyəti ön plana çıxarmaq vacibdir. Məsələn, dağçılıq, yürüyüş və kənd həyatına əsaslanan turistik fəaliyyətlər ölkənin turizm potensialını artırmağa kömək edə bilər. Xarici və yerli influencerlərin iştirakı ilə keçirilən reklam kampaniyaları da turistlərin Azərbaycana marağını artırır. Ümumilikdə, düzgün marketinq strategiyalarının tətbiqi Azərbaycanın turizm sektorunu daha da inkişaf etdirə, turist məmnuniyyətini artıra və ölkəyə daha çox turist cəlb edilməsinə şərait yarada bilər.

Açar sözlər: Azərbaycanın turizm bazarı, marketinq strategiyaları, brendinq, müştəri loyallığı, xüsusi turizm təcrübələri

Abstract: Conducting marketing research is essential for the development of Azerbaijan’s tourism market. These studies are crucial for better evaluating market opportunities, reducing risks, and understanding tourists’ needs. Foreign companies show greater interest in such research since they are the primary investors. Effective marketing research helps predict tourist behavior, travel trends, and market development tendencies. Successful marketing strategies in tourism enhance competitiveness and ensure tourist attraction. The main marketing strategies include identifying the target market, digital marketing, seasonal marketing, branding, and customer loyalty programs. Digital marketing plays a particularly important role in today’s world, with social media platforms offering vast opportunities. Social media advertisements, influencer marketing, and content tailored to the target audience increase tourist interest. To develop tourism in Azerbaijan, it is crucial to offer unique tourism experiences, utilize influencer marketing, and highlight local culture. For example, promoting tourism activities such as mountaineering, hiking, and rural life experiences can boost the country’s tourism potential. Advertising campaigns featuring local and international influencers also help raise awareness and interest in Azerbaijan as a travel destination. Overall,

the implementation of effective marketing strategies can further develop Azerbaijan's tourism sector, increase tourist satisfaction, and attract more visitors to the country.

Keywords: Azerbaijan's tourism market, marketing strategies, branding, customer loyalty, unique tourism experiences

Абстракт: Для развития туристического рынка Азербайджана необходимо проведение маркетинговых исследований. Эти исследования важны для лучшей оценки рыночных возможностей, снижения рисков и изучения потребностей туристов. Иностранные компании проявляют больший интерес к таким исследованиям, так как они являются основными инвесторами. Эффективные маркетинговые исследования помогают прогнозировать поведение туристов, тенденции путешествий и развитие рынка. Успешные маркетинговые стратегии в туризме повышают конкурентоспособность сектора и способствуют привлечению туристов. Основные маркетинговые стратегии включают определение целевого рынка, цифровой маркетинг, сезонный маркетинг, брендинг и создание лояльности клиентов. Цифровой маркетинг играет особенно важную роль в современную эпоху, и социальные медиа-платформы предоставляют широкие возможности в этой области. Реклама в социальных медиа, маркетинг влияния и создание контента, ориентированного на целевую аудиторию, увеличивают интерес туристов. Для развития туризма в Азербайджане важно предложить уникальные туристические впечатления, использовать маркетинг влияния и подчеркивать местную культуру. Например, туристические активности, такие как альпинизм, пешие прогулки и знакомство с сельской жизнью, могут способствовать увеличению туристического потенциала страны. Рекламные кампании с участием местных и иностранных инфлюенсеров также повышают интерес туристов к Азербайджану. В целом, применение правильных маркетинговых стратегий может способствовать дальнейшему развитию туристического сектора Азербайджана, повысить удовлетворенность туристов и создать условия для привлечения большего числа туристов в страну.

Ключевые слова: *туристический рынок Азербайджана, маркетинговые стратегии, брендинг, лояльность клиентов, уникальные туристические впечатления*

Azərbaycanın turizm bazarının inkişafı marketinq araşdırmalarının aparılmasının vacibliyini göstərir. Xarici şirkətlər bu araşdırmalara daha çox maraq göstərir, çünki əsas sərmayədarlar məhz onlardır. Marketinq araşdırmaları turizm sektorunun inkişafı üçün vacibdir, lakin bunun üçün böyük maliyyə vəsaiti tələb olunur. [1, S. 128].

Turizm marketinqi turistlərə birbaşa və ya agentliklər, kütləvi informasiya vasitələri ilə xidmət göstərmək və onların səyahət motivasiyasını artırmaq prosesidir. Bu sahədə dəqiq, sürətli və strateji hərəkət etmək vacibdir. Otellər, şəhərlər, görməli yerlər, konfrans mərkəzləri və işgüzar səfərlər üçün vacib məkanlar marketinqdə nəzərə alınmalıdır. [2, S. 8]

İdarəetmə qərarlarına müxtəlif daxili və xarici amillər təsir göstərir. Bu amilləri öyrənmək və riskləri azaltmaq üçün turizm müəssisəsi bazar haqqında dəqiq və aktual məlumat əldə etməlidir. Peşəkar marketinq tədqiqatı şirkətə bazar imkanlarını düzgün qiymətləndirmək və daha səmərəli, az riskli fəaliyyət istiqamətləri seçmək imkanı yaradır. [3, S. 67]. Marketinq tədqiqatları, marketinq qərarları üçün vacib məlumatların toplanması, işlənməsi və təhlilini əhatə edir. Bu tədqiqatların əsas məqsədləri:

• Potensial müştərilərin müəyyən edilməsi,

• Onların ehtiyaclarının öyrənilməsi,

• Hədəf bazarın izlənilməsi,

• Bazarın gələcək inkişaf tendensiyalarının proqnozlaşdırılması və s**. [**4, S. 44]

2010-2011-ci illərdə aparılan araşdırmalar göstərdi ki, yerli turistlər əsasən Quba-Xaçmaz bölgəsinə üstünlük verirlər. Turistlər turizm operatorları haqqında kifayət qədər məlumatlı deyillər. Xarici turistlər isə daha çox Türkiyəyə səyahət etməyi seçirlər. Araşdırmalar göstərir ki, Azərbaycanın turizm infrastrukturunda bəzi problemlər mövcuddur. Turistlərə göstərilən xidmətlərin qiymətləri yüksək olduğu üçün onlardan tam razı deyillər. Bu səbəbdən, turizm bazarının daha da inkişaf etməsi üçün marketinq strategiyalarının düzgün qurulması vacibdir. Yaxşı planlaşdırılmış marketinq araşdırmaları turizmin inkişafına və ölkəyə daha çox turist cəlb olunmasına kömək edə bilər. [1, S. 129]

Bəs marketinq və marketinq strategiyası nədir?

Marketinq ingilis sözü olub mənası "bazar" və "bazar fəaliyyəti" deməkdir. Marketinq iqtisadi prosesdir. İstehsal olunan məhsul istehsalçıdan istehlakçıya marketinq vasitəsi ilə ötürülür. Bununla da marketinq istehlakçı və istehsalçı arasında əlaqə yaradır. [5, S. 38]. Marketinq strategiyası bir şirkətin məhsul və ya xidmətini tanıtmaq, müştəriləri cəlb etmək və satışları artırmaq məqsədilə hazırladığı uzunmüddətli planlar toplusudur.Turizmdə marketinq strategiyaları haqqında məlumat verək. Turizm sektoru rəqabət sevər bir sahədir. Turizm sektoru, müxtəlif xalqları və mədəniyyətləri bir araya gətirən bir sahədir. "Turizm insanları birləşdirir, amma rəqabət inkişaf etdirir" ifadəsinə diqqət edək, burada iki əsas amil ön plana çəkilir. Rəqabət yalnız bazarın böyüməsini və xidmət keyfiyyətini artırmaqla kifayətlənmir, həm də yeni fikirlərin və yeniliklərin ortaya çıxmasına təkan verir.

Əsas strategiyalar:

1. Hədəf bazarının müəyyən edilməsi strategiyaları - Bu strategiya, marketinq fəaliyyətlərini, resursları və təşviqatları ən effektiv şəkildə yönləndirmək məqsədi ilə bazar segmentasiyası əsasında qurulur. Bəs seqmentasiya nədir? Seqmentasiya və ya bazar seqmentasiyası bazarı fərqli müştəri qruplarına ayırmaq prosesidir. Seqmentasiyanın 4 növü var: coğrafi, demoqrafik, psixoqrafik, davranışsal.

2. Rəqəmsal marketinq strategiyaları – Müasir texnologiyaların sürətli inkişafı ilə artıq onları həyatımızın hər bir nöqtəsində tətbiq edə bilərik. Xüsusi ilə rəqəmsal texnologiyaların turizm sahəsində tətbiqi turizm sahəsində ənənəvi marketinq üsullarını geridə qoymaqdadır. Sosial media marketinqi rəqəmsal marketinq strategiyalarının ən güclü və ən təsirli növlərindən biridir. Sosial media platformaları (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok və s.) müştərilərlə əlaqə qurmaq, həmçinin müştəri təcrübəsini

gücləndirmək üçün geniş imkanlar təqdim edir. Sosial media marketinqinin üstünlükləri daha az xərclə geniş hədəf kütləsinə çatmaq imkanı və nəticələrin ölçülə bilməsidir.

3. Mövsümi marketinq strategiyaları – Turizm sektoru mövsümi dəyişikliklərə həssasdır. Marketinq kampaniyaları yaz, yay, payız, qış aylarına uyğunlaşdırılmalıdır. Məsələn: qış turizmi üçün yeni il paketləri və dağ-xizək turları, yay turizmi üçün çimərlik turları xarakterikdir.

4. Brendinq və xüsusi turizm təcrübələri təqdim etmək - Brendinq turizm sektorunda fərqlənmək və turistləri cəlb etmək üçün vacibdir. Güclü brend yaratmaq, turistlərin bir məkanı və ya xidməti seçməsinə kömək edir. Xüsusi turizm təcrübələri isə turistlərə adi səyahətdən daha maraqlı və yaddaqalan anlar yaşadır. Bu təcrübələr fərqli maraqlara və zövqlərə uyğun olaraq hazırlanır. Xüsusi turizmə misal olaraq İçərişəhər turu və Qobustan qayaüstü rəsmləri ziyarətini göstərmək olar.

5. Müştəri loyallığı və təkrar səyahət strategiyaları - Müştəri loyallığı, müştərilərin bir markaya və ya xidmətə qarşı göstərdiyi uzunmüddətli maraq və sadiqlikdir. Turizm sektorunda bu, turistlərin müəyyən bir şirkətə və ya məkanın xidmətlərinə təkrarən gəlməsi və onları başqalarına tövsiyə etməsi ilə özünü göstərir. Təkrar səyahət strategiyaları isə turistləri təkrar səyahətə təşviq etmək üçün tətbiq olunan tədbirlərdir. Müştəri loyallığı eyni zamanda sadiq müştərilərin marka və xidməti öz dost və tanışlarına tövsiyə etməsi ilə reklam xərclərinin azalmasına da şərait yaradır. Təkrar səyahət üçün sadiqlik, fərdi yanaşma, xüsusi hədiyyə və.s proqramları çox əhəmiyyətlidir. Məsələn: təkrar səfər edən turistlərə yerli sənətkarların məhsullarından hədiyyələr təqdim etmək olar.

6. Yerli və Beynəlxalq əməkdaşlıqlar - Yerli əməkdaşlıqlar, bir ölkə daxilində müxtəlif turizm şirkətləri, otellər, restoranlar və nəqliyyat şirkətləri arasında qurulan əlaqələrdir. Bu əməkdaşlıqlar yerli bazarda müştəri xidmətlərini yaxşılaşdırmaq, daha geniş müştəri bazasına çatmaq məqsədi güdür. Beynəlxalq əməkdaşlıqlar, fərqli ölkələrdən olan turizm şirkətləri, beynəlxalq təşkilatlar və dövlətlər arasında qurulan əlaqələrdir. Bu əməkdaşlıqlar, digər ölkələrdən turistlərin ölkəyə cəlb edilməsinə, daha geniş bazara çıxmağa imkan verir. [6, S. 120-135]

Azərbaycanın turizmində hansı marketinq strategiyalarını tətbiq etmək olar?

Azərbaycanda yerli mədəniyyətin ön plana çıxarılması yəni brendinq və xüsusi turizm təcrübələri strategiyası, rəqəmsal marketinq, təcrübə əsaslı, hədəf bazar və influencer marketinqi kimi strategiyaların işlədilməsi daha məqsədə uyğundur. Brendinq və xüsusi turizm təcrübələri, hədəf bazar və rəqəmsal marketinq strategiyası haqqında yuxarıda məlumat verdik. Bəs təcrübə əsaslı və influencer marketinq strategiyasının mahiyyəti nədir?

Təcrübə əsaslı marketinq strategiyası – Dağçılıq, yürüyüş və Azərbaycan kənd təsərüffatı bölgələrində kənd həyatı ilə tanışlıq kimi turistik fəaliyyətin reklam və təbliğ edilməsidir.İnfluencer marketinq strategiyasını müasir dövrdə ən çox istifadə olunan və gələcəkdə də istifadə olunacaq bir marketinq strategiyasıdır. İnfluencer marketinqi həmçinin təsiretmə marketinqi adlandırılır. İnfluencer marketinq strategiyasını anlamaq üçün influencerin kim olduğunu bilmək vacibdir. İnfluencer sosial media

və digər rəqəmsal platformalarda geniş təsir gücünə malik olan şəxsdir. İnfluencerlər müəyyən mövzularda fikirlərini paylaşaraq kütlənin rəyini toplayır, eyni zamanda kütlənin seçimlərinə təsir edə bilir. İnfluencer marketinqinin Azərbaycanda tətbiqi çox müxtəlif formatlarda ola bilər. Məşhur səyahət blogerlərin yəni xarici tanınmış blogerlərin Azərbaycana dəvət etməklə Azərbaycan öz turizm potensialını geniş kütləyə tanıda bilər və ya hashtag və challange kampaniyaları yaratmaqla turistləri cəlb edə bilər. Məsələn: #HİDDENGEMSAZERBAİJAN və ya #AzerbaijanAdventures kimi kampaniyalarını təşkil etməklə turistləri cəlb etmək mümkündür.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Soltanova H. Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı – AzTU – 2015 – S. 128,129
2. Əhmədov M. -Turizm sektoru və marketinq – 2015 - S. 8
3. Vonq K.F. Marketinq və biznes – 2012 – S. 67
4. Məmmədov T.Azərbaycan Turizm xidmətləri marketinqinin təkmilləşdirilməsi yolları – Bakı – 2021 – S. 44
5. S.Rüstəmova, R.Zeynalova, G.Azadəliyeva, N.Nuriyeva – Turizm marketinqi və menecmenti – Bakı – 2020 – S. 38
6. John Swarbrooke & Susan Horner – Consumer Behaviour in tourism –London - 2007 – S. 120-135

ƏSMƏR FƏRZƏLİBƏYOVA

TURİZMDƏ ELEKTRON TİCARƏTİN MARKETİNQ STRATEGİYALARI

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: *esmer.fva@list.ru*

Xülasə*:* Bu məqalədə turizm sektorunda elektron ticarətin marketinq strategiyalarına dair əsas yanaşmalar geniş şəkildə təhlil edilmişdir. Rəqəmsal texnologiyaların sürətli inkişafı, turizm şirkətlərinə müştərilərlə daha yaxın əlaqələr qurmağa və onların ehtiyaclarını daha sürətlə və effektiv şəkildə qarşılamalarına imkan yaratmışdır. Onlayn bronlaşdırma sistemləri, sosial media vasitəsilə reklamlar və fərdiləşdirilmiş təkliflər kimi elektron ticarət vasitələri, şirkətlərin bazarda daha çox müştəri cəlb etməsinə və satışlarını artırmasına kömək edir. E-poçt marketinqi müştərilərlə davamlı əlaqə saxlamağa və onlara xüsusi təkliflər təqdim etməyə imkan verən əsas alətlərdən biridir. Bu yanaşma müştəri sədaqətini artırır və təkrar satışları təşviq edir. Eyni zamanda mübadilə nisbətinin optimallaşdırılması (CRO) saytın istifadəsini asanlaşdıraraq ziyarətçiləri müştəriyə çevirməyə kömək edir və bu, turizm şirkətləri üçün vacib bir addımdır. Axtarış motoru optimallaşdırması (SEO) və sosial media strategiyaları, şirkətlərin görünürlüyünü artıraraq daha geniş auditoriyaya çatmalarına imkan tanıyır. SEO və sosial media marketinqinin birləşdirilməsi müştəri bazasının genişlənməsinə və şirkətin rəqabət gücünün artırılmasına xidmət edir. Bu yanaşmaların hamısı bir yerdə işləyərək turizm sahəsində daha çox müştəri cəlb etməyə və satışları artırmağa imkan verir.

Elektron ticarət strategiyalarının düzgün tətbiqi turizm şirkətlərinin bazarda mövqelərini gücləndirməklə yanaşı, müştəri məmnuniyyətini və bağlılığını da artırır. Müştəri təcrübəsini daha yüksək səviyyəyə qaldırmaq və şirkətin uğurlu inkişafını təmin etmək üçün bu yanaşmaların düzgün şəkildə həyata keçirilməsi çox önəmlidir. Bu metodlar turizm şirkətlərinin müştəri mərkəzli yanaşmalarını inkişaf etdirərək onların bazardakı liderlik mövqelərini gücləndirməyə kömək edəcəkdir.

Açar sözlər: turizm, e-ticarət, marketinq, strategiya, SEO, SMM

Abstract: This article provides an in-depth analysis of the key approaches to marketing strategies in electronic commerce within the tourism sector. The rapid development of digital technologies has enabled tourism companies to establish closer connections with their customers and meet their needs more quickly and efficiently. Online reservation systems, social media advertising, and personalized offers are essential tools that help companies attract more customers and increase sales. Email marketing, as one of the primary tools, allows companies to maintain continuous communication with customers and provide them with tailored offers. This approach boosts customer loyalty and encourages repeat sales. At the same time, Conversion Rate Optimization (CRO) simplifies website usage and plays a crucial role in converting visitors into customers, which is an important step for tourism companies. Search Engine Optimization (SEO) and social media strategies increase a company's visibility, enabling it to reach a broader audience. The integration of SEO and social media marketing helps expand the customer base and strengthen the company’s competitive power. Together, these approaches help attract more customers and increase sales in the tourism sector. The proper application of e-commerce strategies not only strengthens tourism companies' positions in the market but also enhances customer satisfaction and loyalty. Implementing these methods effectively is crucial for improving customer experience and ensuring the company’s successful growth. These strategies will assist tourism companies in developing customer-centered approaches and reinforcing their leadership positions in the market.

Keywords: tourism, e-commerce, marketing, strategy, SEO, SMM

Резюме: В этой статье проводится подробный анализ ключевых подходов к маркетинговым стратегиям в электронной коммерции в туристическом секторе. Быстрое развитие цифровых технологий позволило туристическим компаниям установить более тесные связи с клиентами и удовлетворять их потребности быстрее и эффективнее. Системы онлайн-бронирования, реклама в социальных сетях и персонализированные предложения являются важными инструментами, которые помогают компаниям привлекать больше клиентов и увеличивать продажи. E-mail маркетинг, как один из основных инструментов, позволяет поддерживать постоянную связь с клиентами и предоставлять им персонализированные предложения. Этот подход способствует повышению лояльности клиентов и стимулирует повторные продажи. В то же время оптимизация коэффициента конверсии (CRO) упрощает использование веб-сайта и играет важную роль в преобразовании

посетителей в клиентов, что является важным шагом для туристических компаний. Поисковая оптимизация (SEO) и стратегии в социальных сетях увеличивают видимость компании, позволяя ей охватить более широкую аудиторию. Интеграция SEO и маркетинга в социальных сетях помогает расширить клиентскую базу и усилить конкурентные позиции компании. Вместе эти подходы помогают привлекать больше клиентов и увеличивать продажи в туристическом секторе. Правильное применение стратегий электронной коммерции не только укрепляет позиции туристических компаний на рынке, но и повышает удовлетворенность и лояльность клиентов. Эффективное внедрение этих методов важно для улучшения клиентского опыта и обеспечения успешного роста компании. Эти стратегии помогут туристическим компаниям развивать ориентированные на клиента подходы и укреплять их лидерские позиции на рынке.

Ключевые слова: туризм, электронная коммерция, маркетинг, стратегия, SEO, SMM

Rəqəmsal texnologiyaların sürətli inkişafı son illərdə turizm sahəsində mühüm dəyişikliklərə səbəb olmuşdur. Artıq turistlər səyahətlərini planlaşdırarkən ənənəvi vasitələrdən çox onlayn platformalara üstünlük verirlər. Bu vəziyyət turizm şirkətlərinin də fəaliyyətlərini rəqəmsal mühitə keçirməsinə, yeni satış və reklam üsulları tətbiq etməsinə gətirib çıxarmışdır. Elektron ticarət vasitələri – onlayn bronlaşdırma sistemləri, sosial media üzərindən reklamlar, mobil tətbiqlər və virtual turlar – həm şirkətlərə geniş auditoriyaya çıxmaq, həm də turistlərlə daha yaxın və effektiv əlaqə qurmaq imkanı yaradır. Müasir dövrdə rəqabətin artması turizm sahəsində fəaliyyət göstərən sahibkarları daha innovativ və effektiv marketinq strategiyalarına üstünlük verməyə məcbur edir. Şirkətlər rəqəmsal texnologiyalardan istifadə edərək həm satışlarını artırmağa, həm də müştəri məmnuniyyətini qorumağa çalışırlar. Aşağıda bəzi əsas marketinq srategiyalarına nəzər salaq.

Axtarış mühərriki optimallaşdırması (SEO - ingiliscə - search engine optimization). Turizm şirkətləri veb saytlarının axtarış sistemlərində ön sıralarda çıxması üçün SEO strategiyalarından istifadə edirlər. Doğru açar sözlərdən istifadə etməklə istifadəçi yönümlü məzmunun yaradılması və texniki optimallaşdırma sayəsində saytlar daha çox görünürlük əldə edir və nəticədə bronlaşdırma sayı artır. SEO veb-saytın strukturunu, məzmununu və texniki parametrlərini elə şəkildə optimallaşdırmağa xidmət edir ki, sayt axtarış sistemləri tərəfindən daha asan oxunsun və istifadəçilər üçün uyğun nəticə kimi təqdim olunsun. Turizm sahəsində bu, daha çox bronlaşdırma, sayt ziyarətləri və brend tanıdılması deməkdir [6].

Məsələn, bir istifadəçi Google-da “Bakıda ucuz hotellər” və ya “Şəkidə yay turları” kimi açar sözlər axtardıqda bu ifadələri veb-sayt məzmununda düzgün yerləşdirən şirkətlərin səhifələri daha yüksək nəticələrdə görünür.

Əsas strategiyalardan digəri **sosial media marketinqidir.** Rəqəmsal dövrün tələblərinə uyğun olaraq sosial media platformaları turizm sektorunda ən təsirli marketinq vasitələrindən birinə çevrilmişdir. Bu platformalar şirkətlərə daha geniş auditoriyaya çıxmaq, xidmətlərini vizual şəkildə təqdim etmək və müştərilərlə iki tərəfli ünsiyyət qurmaq imkanı yaradır. Turizm məhsulları — istər hotel, istər tur paketi,

istərsə də bir destinasiya olsun — vizual təqdimata əsaslanır. Bu baxımdan Instagram, Facebook, TikTok, YouTube və Pinterest kimi platformalar geniş istifadə olunur. Şirkətlər bu kanallarda cəlbedici şəkillər, videolar, hekayələr və canlı yayım formatında məzmun paylaşaraq izləyicilərin diqqətini cəlb etməyə çalışırlar [4, p 11].

Elektron ticarət sahəsində sahibkarların daha çox istifadə etdiyi strategiyalardan biri də **e-poçt marketinqidir.** E-poçt marketinqi turizm sahəsində müştəri ilə daimi və fərdiləşdirilmiş ünsiyyət qurmaq üçün geniş istifadə olunan bir strategiyadır. Rəqəmsal marketinqin bu forması həm satışların artırılmasına, həm də müştəri məmnuniyyətinin və sədaqətinin gücləndirilməsinə xidmət edir. Turizm şirkətləri istifadəçilərin elektron poçt ünvanlarını onlayn bronlaşdırma zamanı, xəbər bülletenlərinə abunəlik və ya xüsusi kampaniyalarda iştirak zamanı əldə edirlər. Bu bazaya əsaslanaraq müştərilərə fərdi maraqlarına uyğun təkliflər, endirimlər, yeni marşrutlar və xatırlatmalar göndərilir [3, s. 36].

E-poçt marketinqinin əsas üstünlükləri müştəri əlaqələrini gücləndirmək və satışları artırmaq üçün effektiv vasitələrdən biridir. E-poçt vasitəsilə fərdiləşdirilmiş məzmun göndərmək mümkündür, çünki hər bir istifadəçinin əvvəlki seçimlərinə və davranışlarına əsasən uyğun təkliflər təqdim olunur. Bu üsul digər reklam vasitələrinə nisbətən daha az xərc tələb edir, amma yüksək geri dönüş imkanı yaradır. Müştərilərlə müntəzəm əlaqə saxlanması onların şirkətə qarşı etibar və bağlılıq hissini gücləndirir. Bundan əlavə, əvvəlki alışlarını nəzərə alaraq təkrar satışlar üçün müştərilərə yeni təkliflər göndərilərək alışa təşviq edilir. E-poçt marketinqi həm səmərəli, həm də büdcəyə uyğun bir üsul olaraq şirkətlərin müştəri bazasını genişləndirmək və gəlirləri artırmaq üçün böyük potensiala malikdir [6].

Son dövrlərdə turizm sektorunda sürətlə yayılan və təsir gücü artan marketinq strategiyası isə **nüfuzlu şəxs marketinqidir.** Bu strategiya sosial mediada geniş izləyici kütləsinə sahib olan şəxslərlə əməkdaşlıq edərək məhsul və xidmətlərin tanıdılmasına əsaslanır. Xüsusilə vizual və emosional təsiri yüksək olan turizm sahəsində bu üsul müştəri davranışlarına birbaşa təsir edir. Nüfuzlu şəxslər – blogerlər, səyahətçilər, məşhur şəxslər və məzmun yaradıcıları – izləyiciləri ilə güclü emosional bağ qurduqları üçün onların tövsiyələri daha etibarlı və inandırıcı qəbul edilir. Bu, xüsusən də gənc nəsil üçün effektiv yanaşmadır.

Rəqəmsal marketinqin effektivliyini artırmaq üçün **məlumat analitikası və fərdiləşdirmə** əsas strateji vasitələrdən biridir. Bu yanaşma turizm sektorunda müştərilərin davranışlarını izləyərək onların fərdi ehtiyaclarını və üstünlüklərini təhlil etməyə imkan verir. Məlumat analitikası şirkətlərə müştəri təcrübəsini daha da yaxşılaşdırmağa və onları doğru zamanda doğru təkliflərlə hədəf almağa kömək edir. Məlumatların toplanması və təhlili nəticəsində turizm şirkətləri istifadəçilərin əvvəlki bronlaşdırmaları, maraqlandığı istiqamətləri, sərf etdiyi büdcə və digər davranışlarını nəzərə alaraq fərdi təkliflər təqdim edirlər. Bu cür fərdiləşdirmə müştərilərlə daha yaxın əlaqə qurmağa və onların sadiqliyini artırmağa xidmət edir.

Mübadilə nisbətinin optimallaşdırılması (CRO - ingiliscə - conversion rate optimization) rəqəmsal marketinqin mühüm strategiyalarından biridir və məqsədi bir veb saytına və ya onlayn platformaya daxil olan ziyarətçilərin sayını artırmaqdan daha çox, həmin ziyarətçiləri müştəriyə çevirməkdir. CRO veb

saytların və platformaların dizaynını, istifadəçi təcrübəsini və funksionallığını təhlil edərək bu ziyarətçilərin daha çox məhsul və ya xidmət almasına yönəldilən bir yanaşmadır. Bu strategiya saytın istifadəçiləri hərəkətə keçirməyi hədəfləyir – məsələn, onları məhsul satın almağa, xidmət sifarişi verməyə, abunə olmaya və ya başqa mübadilə fəaliyyətləri həyata keçirməyə təşviq edir. CRO müştəri təcrübəsini yaxşılaşdırmağa, daha təsirli və səmərəli satış yolları yaratmağa imkan verir. Mübadilə nisbətinin optimallaşdırılmasının əsas komponentləri müştərilərin veb saytlarına daxil olduqdan sonra daha çox hərəkət etmələrini təmin etməyə yönəlib. Bu, istifadəçilərin hansı səhifələrlə daha çox əlaqə qurduqlarını və hansılarının daha az diqqət çəkdiyini təhlil etməklə başlayır. Saytın müxtəlif versiyalarını test edərək, hansı dizaynın və ya təklifin daha yaxşı nəticələr verdiyini müəyyənləşdirmək üçün A/B testləri aparılır. Saytın istifadəsini asanlaşdırmaq və mürəkkəb prosesləri sadələşdirmək, istifadəçi təcrübəsini yaxşılaşdırmaq üçün vacibdir. Müasir dövrdə mobil cihazlardan geniş istifadə edildiyinə görə mobil optimallaşdırma da böyük əhəmiyyət kəsb edir. Nəhayət, ziyarətçiləri müəyyən bir hərəkət etməyə təhrik edən açıq və cəlbedici çağırışlar istifadə edərək mübadilə nisbəti artırılır. Bütün bu komponentlər birlikdə işləyərək istifadəçi təcrübəsini yaxşılaşdırır və daha çox müştəri cəlb etməyə kömək edir [5]

Nəticə. Elektron ticarət strategiyalarının düzgün və səmərəli tətbiqi turizm sahəsində rəqabət üstünlüyü qazanmaq və bazar mövqeyini möhkəmləndirmək üçün müasir dövrdə olduqca vacibdir. Rəqəmsal texnologiyaların sürətlə inkişaf etdiyi bu dövrdə turizm şirkətləri üçün ənənəvi satış və xidmət metodlarından uzaqlaşaraq onlayn platformalarda daha geniş və hədəfli fəaliyyət göstərmək bir zərurətə çevrilmişdir. Bu strategiyaların effektiv şəkildə həyata keçirilməsi turizm şirkətlərinin daha çox müştəri cəlb etməsinə, satışlarını artırmasına və xidmət keyfiyyətini yüksəltməsinə imkan yaradır. Onlayn bronlaşdırma sistemləri, mobil tətbiqlər, sosial media marketinqi və rəqəmsal reklam kimi vasitələr müştərilərlə daha tez və effektiv əlaqə qurmağa şərait yaradır. Eyni zamanda süni intellekt və məlumat analizi kimi texnologiyalar müştəri davranışlarını daha dəqiq təhlil etməyə və fərdiləşdirilmiş təkliflər hazırlamağa kömək edir. Bu da müştəri məmnuniyyətini və bağlılığını artırır. Bundan əlavə, elektron ticarətin təqdim etdiyi çevik və yenilikçi imkanlar sayəsində şirkətlər bazardakı dəyişikliklərə daha sürətli reaksiya verə bilir, yeni bazarlara çıxış imkanı əldə edir və rəqiblərlə müqayisədə daha üstün mövqe qazana bilirlər. Nəticə olaraq elektron ticarət strategiyalarının düzgün tətbiqi turizm sektorunda fəaliyyət göstərən şirkətlərin yalnız iqtisadi göstəricilərini yaxşılaşdırmaqla kifayətlənmir, eyni zamanda müştəri təcrübəsini zənginləşdirir, şirkətin etibarlılığını artırır.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Azərbayca respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi, Azərbaycan Turizm Bürosu, Marketinq Fəaliyyət Planı, 2025 icmalı, 2024
2. Növrəsli T., Hüseynov N. Turizmin marketinq planlaşdırılması, Sumqayıt Dövlət Universiteti, “Elmi xəbərlər”, Sosial və humanitar elmlər bölməsi, Cild 14, № 1, 2018
3. Yeniçeri B., Bir E-Ticaret Stratejisi: İçerik Pazarlaması. Yeni medya, Hakemli, Akademi, E-Dergi, 2020

4. AiTrillion, Your A to Z Guide to Ecommerce Marketing, 2022
5. https://www.spiceworks.com/marketing/ecommerce/articles/what-is-ecommerce-marketing/
6. https://www.shopify.com/blog/ecommerce-marketing

Əli ƏKBƏROV

Turizmin sosial inkişafda rolu

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

Email: akbarov.ali.2401@atmu.edu.az

Xülasə: Turizm müasir və qlobal bir sahədir və onun istiqamətlərə çoxşaxəli təsiri vardır. Yeni inkişaf edən bir sahə olaraq, bütün maraqlı tərəflər məsuliyyətli şəkildə iştirak etdikdə, yerli icmaların inkişafına böyük töhfə verə bilər. Turizmin sosial təsiri, alimlərin diqqətini tələb edən məsələlərdən biridir. Turizmin sosial təsiri böyük və müxtəlifdir və digər turizm təsirləri ilə sıx əlaqəlidir. Buna görə də, turizmi məsuliyyətli şəkildə idarə etmək üçün onun öyrənilməsi çox vacibdir. Qeyd olunan məqsədə çatmaq üçün qarışıq tədqiqat yanaşmalarından istifadə edilmişdir. Tədqiqatın nəticələri göstərdi ki, turizmin turist istiqamətlərinə həm müsbət, həm də mənfi təsirləri vardır. Turizmin müsbət sosial təsiri orta səviyyədə qiymətləndirilmiş və otellərin, yol nəqliyyatının, hava nəqliyyatının, elektrik enerjisinin, internetin, bank xidmətlərinin və digər infrastrukturun genişlənməsi baxımından ifadə edilmişdir. Mənfi sosial təsir isə kiçik səviyyədə qiymətləndirilmiş və göstərilən sosial xidmətlərə bərabərsiz çıxış, fahişəliyin genişlənməsi, oğurluq və irsə aid qanunsuz ticarətin davam etməsi, həmçinin yerli sakinlərin turistlərin həyat tərzini və davranışlarını təsadüfi şəkildə mənimsəməsi baxımından ifadə olunmuşdur.

***Açar sözlər*:** turizm, sosial, müsbət, mənfi, təsir, icma istiqamətləri

Abstract: Tourism is a current and global industry that has a multidimensional impact on destinations. As an emerging industry, it has an immense contribution to make to the development of the local community if all stakeholders participate in a responsible manner. The social impact of tourism is, among other things, one that needs the attention of scholars. The social impact of tourism is immense and diverse, and it is embedded with other tourism impacts. So, studying it is very essential to managing tourism in a responsible way. To address the stated objective, mixed research approaches were used. The result of the study indicated that tourism has both positive as and negative impacts on tourist destinations. The positive social impact of tourism was expressed in moderate terms and stated in terms of the expansion of hotels, road transportation, air transportation, electricity, internet, banking, and other infrastructures. The negative social impact was expressed in small terms and conveyed in terms of the unequal access to the aforementioned social services, the expansion of prostitution, the persistence of theft and illicit trade in heritage, and the random adoption of the lifestyles and manners of tourists by residents.

***Keywords*:** tourism, social, positive, negative, impact, destination communities

Абстракт. Туризм является современной и глобальной индустрией, которая оказывает многостороннее влияние на направления. Как развивающаяся отрасль, туризм может внести огромный вклад в развитие местного сообщества, если все заинтересованные стороны будут участвовать ответственно. Социальное воздействие туризма, среди прочего, требует внимания ученых. Социальное воздействие туризма значительно и разнообразно, оно тесно связано с другими аспектами влияния туризма. Поэтому изучение данного вопроса крайне важно для ответственного управления туризмом. Для достижения указанной цели использовались смешанные методы исследования. Результаты исследования показали, что туризм оказывает как положительное, так и отрицательное влияние на туристические направления. Положительное социальное воздействие туризма было выражено в умеренных терминах и связано с расширением гостиничного сектора, дорожного и воздушного транспорта, электричества, интернета, банковских услуг и другой инфраструктуры. Отрицательное социальное воздействие было выражено в меньшей степени и связано с неравным доступом к упомянутым социальным услугам, ростом проституции, сохранением краж и незаконной торговли культурным наследием, а также случайным заимствованием местными жителями образа жизни и манер туристов.

Ключевые слова: туризм, социальное, положительное, отрицательное, влияние, сообщества направлений.

The impact of tourism in social development

Introduction

Tourism is a flourishing industry in terms of growth and economic importance in almost all nations of the world. It generated $11.1 trillion for the global economy in 2024, which is equivalent to 10.4% of global GDP. The industry grew by 3.9% in 2024, more rapidly than the international economy's growth of 3.2%. It overtook total economic growth of the world for eight consecutive years. The tourism sector was the second fastest-growing sector in 2024, following manufacturing, which grew by four percent. It accounts 10.0% of all employment opportunities. The sector has created one in five of all net new jobs created across the globe over the past five years. Different studies' estimates indicate that there will be 100 million new jobs created across the world over the next ten years in this sector. Recent studies have paid more attention to tourism’s social impacts, as the key aspects of social impacts of tourism are related to host communities’ quality of life and sense of place (Journal of Tourism and Cultural Change) [6, p.39-55].

Main part

Content analysis of social impacts of tourism. More case studies are found to focus on destinations in the developing countries, indicating a shift of researchers’ emphasis from the developed countries to the developing countries with regards to the social impacts of tourism. The purpose of this study is to compare the social impacts of tourism between the host communities in developed and developing countries. This study has excluded the countries which cannot be clearly defined as developed and developing countries

based on multiple criteria, and has given only to the well-defined developed countries (e.g., USA, West Europe, Australia) and developing countries (e.g., countries in Africa and Latin America).

Table 1. Positive social impacts of tourism

Enhancement of destination image
Enhancement of community pride
Stronger sense of ethnic identity and/or cultural identity
Preserving cultural heritage and promoting cultural exchange
New job opportunities
Improvement of infrastructure and public/recreational facilities
Improvement of quality
Empowerment of women

Positive social impacts of tourism. As indicated in ***Table 1***, tourism can bring various positive impacts to host communities, no matter whether it occurs in developing countries or developed countries. Most of the results are comparable with the previous studies conducted before the 21st century. For instance, Ap and Crompton (1998) observed that tourism can improve quality of life, increase the availability of recreational facilities, improve quality of public social services such as fire and police protection, improve understanding of other cultures, preserve cultural heritage and promote cultural exchange. Among the positive social impacts, tourism can encourage social mobility through changes in employment from traditional agriculture to service industries and may result in higher wages and better job prospects. This positive impact is reported in both the developed and developing countries (see, e.g., Alrwajfah et al., 2019; Huttasin, 2008; Tovar & Lockwood, 2008; Zamani-Farahani & Musa 2012) [1, p.22-40]. For instance, the villagers of Baan Rawai, which is a tourist village in North Thailand, strongly agreed that tourism reduces the unemployment rate, gives villagers additional job opportunities, and consequently increases family income and their living conditions (Huttasin, 2008) [4, p.175-191]. These benefits include transport facilities, public, social, medical facilities, and accommodations. For people living in many developing countries who are still battling poverty, tourism infrastructure and facilities could be something lavish to them. A great many infrastructure measures would not have been realized in the developing countries if there had been no tourism (Iwersen-Sioltsidis & Iwersen, 1996) [5, p.301-306]. In the case of Jaipur, India, residents believed that infrastructural developments such as hotels, educational institutes, malls, shopping complexes, eating outlets, etc. have substantially decreased the out-migration of young adults from families. In contrast, among all the reported positive social impacts, one is found to uniquely belong to the developing countries (i.e., empowerment of women). In developing countries, tourism development can act as a true vehicle for women's empowerment. With more females involved in the tourism industry, the traditionally male-dominated society experienced a shift, with many males being placed in subservient roles to women in

developing countries. In Nunkoo and Ramkissoon's (2016) study in Mauritius, an interviewee working in hotel resort business in Mauritius commented that hotel resorts trained local people with low levels of education and from a deprived area and made them skilled; many of the local people were women who were offered training in handicraft and were awarded a certificate at the end of the training [10, p.557-588].

Negative social impacts of tourism. As shown in Table 2, tourism does not only provide social benefits to the local communities, but it also brings a variety of negative impacts. The positive and negative social impacts are twins as a consequence of tourism development, coexisting in the hosting communities in both the developed and developing countries. The results based on the recent studies are generally consistent with what was reported before the 21st century (e.g., Mason, 1995) [7, p.19-23].

Table 2. Negative social impacts of tourism

Overcrowding and limited community support for residential rights
Increase in crimes, gambling, drugs, and/or prostitution
Altering community structure and weakened community cohesion, breaking up of traditional family structure
Negative impacts on young people (e.g., bad behavior, vulgar language, dropping out of school, sexual permissiveness)
Exclusion of community residents from access to recreational places or amenity resources
Displacement of residents, relocation of local communities
Decline of traditional culture and customs, decline of traditional economic activities
Demonstration effect and acculturation
Racial discrimination, exploitation of local workers
Enclave tourism, with little economic multiplier effects

The common ***negative*** social impact reported in both developed and developing countries is overcrowding and limited community support for residential rights, which seems to be an issue commonly concerned by all the mass tourism destinations across the world. When mass tourism is prevalent, traffic congestion, noise, pollution, and similar problems ramp up which directly affect local people's daily life. There are two other negative social impacts – 'increase in crimes, gambling, drugs, and/or prostitution' and 'altering community structure and weakened community cohesion, breaking up of traditional family structure', which are commonly observed in the developing world.

Increase in crimes, gambling, drugs, and/or prostitution. Tourism can change a destination's values and norms, often leading to more immoral activities like crime, gambling, drug use, and prostitution. In Kenya, for example, tourism was linked to increased sexual permissiveness among youth and worsened problems like drug abuse, alcoholism, and crime. It's unclear if tourism directly causes these issues or if factors like urbanization and population growth play a role (Cooper et al., 2008), but tourism often creates

conditions where such problems can grow. In Port Louis, Mauritius, most clients of prostitution were foreign tourists (Nunkoo & Ramkissoon, 2007) [9, p.138-145].

Negative impacts on young people. Residents in host communities, especially young people, are most affected by the impacts of tourism, as they are more easily influenced by foreign lifestyles and cultures. Studies show that tourism's negative social effects often impact young people and children in developing countries. A common issue is the demonstration effect, where young locals are influenced by Western ways of life, leisure, and consumption (Canosa et al., 2016). For example, Gössling et al. (2004) found that tourists' donations to street children in Madagascar could harm them, as it puts them at risk of sexual exploitation [3 p.325-337].

Decline of traditional culture and customs, decline of traditional economic activities. Bello et al. (2024) note that international tourists often find interactions with local communities in developing countries fascinating due to cultural differences. However, locals may exploit this interest by offering simplified, commercialized experiences (Wall & Mathieson, 2006). This commercialization can turn genuine hospitality into a business. Cohen warns that this commoditization often exploits local residents and their culture, as it is typically driven by outsiders like entrepreneurs or culture brokers. Over time, traditions may lose their authenticity and significance, becoming mere tourist attractions. For example, in Umm Qais, Jordan, traditional rug and basket making, once tied to agriculture and animal husbandry, is disappearing due to reduced farming and animal keeping caused by land confiscation for tourism [11, p.321-345].

Racial discrimination, exploitation of local workers. Tourism in developing countries can lead to racial exploitation, as noted by several studies (Bello et al., 2024; Mbaiwa, 2005). Higher-paying tourism jobs are often dominated by expatriates, while locals are left with low-paying roles. This creates economic leakage, where much of the tourism revenue flows back to the tourists' home countries (Mathieson & Wall, 1982). Local workers may also face discrimination, poor working conditions, unfair treatment, and job insecurity under foreign managers. In Botswana, Mbaiwa found that white expatriates often mistreated black local workers, and educated black locals were rarely given managerial roles, as these high-ranking, well-paid positions were reserved for white expatriates.[2, p.1-22].

Enclave tourism, with little economic multiplier effects. Enclave tourism creates an economy dominated by foreign interests, leaving locals with little control over their resources. This type of tourism has a weak economic impact on the local community and worsens social inequality (Oppermann & Chon, 1997; Sharpley, 2000). For example, in the Okavango Delta, Botswana, foreign safari companies control most of the tourism industry. These tourist centers are isolated and fail to benefit other local sectors like farming, offering minimal economic benefits to the region (Mbaiwa, 2015) [8, p.163-185].

Conclusion

Tourism plays a significant role in social development, offering both positive and negative impacts on host communities. On the positive side, tourism can enhance a destination's image, boost community pride, create job opportunities, and improve infrastructure, contributing to economic growth and social

mobility. It can also foster cultural exchange, preserve heritage, and empower marginalized groups, including women. However, the negative effects, such as overcrowding, disruption of traditional family structures, and exploitation of local workers, highlight the challenges that come with tourism. Additionally, issues like racial discrimination, the decline of traditional cultures, and the commercialization of local customs can undermine the social fabric of host communities. To ensure that tourism contributes positively to social development, it is crucial to implement sustainable tourism practices that balance the needs of the economy with the preservation of local cultures and the well-being of residents. By addressing the negative impacts and promoting inclusive policies, tourism can become a powerful tool for social development, benefiting both visitors and host communities alike.

REFERENCES

1. Alobiedat, A. A. (2018). Heritage transformation and the sociocultural impact of tourism in Umm Qais. Journal of Tourism and Cultural Change, 16(1), 22-40.
2. Bello, F., Carr, N., Lovelock, B., & Xu, F. (2024). Local residents' perceptions of sociocultural impacts of tourism in Mangochi, Malawi. 5(1), 1-22.
3. Canosa, A., Moyle, B. D. & Wray, M. (2016). A critical analysis of young residents' voices in tourism studies. Tourism Analysis, 21: 325-337.
4. Huttasin, N. (2008). Perceived social impacts of tourism by residents in the OTOP tourism village, Thailand. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 13(2), 175-191.
5. Iwersen-Sioltsidis, S. & Iwersen, A. (1996) : Tourism and developing countries, Intereconomics, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden, 31(6), 301-306
6. Journal of Tourism and Cultural Change, 13 (1) (2015), pp. 39-55
7. Mason, P. (1995). Tourism: Environment and Development Perspective. Godalming, UK: World Wide Fund for Nature
8. Mbaiwa, J. E. (2015). The socio-cultural impacts of tourism development in the Okavango Delta, Botswana, 2(3), 163-185.
9. Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2007). Residents' perceptions of the social-cultural impact of tourism in Mauritius. Anatolia, 18(1), 138-145.
10. Nunkoo, R. & Ramkissoon, H. (2016). Stakeholders' views of enclave tourism: Journal of Hospitality & Tourism Research, 40(5), 557-588.
11. Wall, G., & Mathieson, A. (2006). Tourism: change, impacts, and opportunities. Pearson Education. pp.321-345

Internet resources

12. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666957923000034
13. https://tourismteacher.com/social-impacts-of-tourism/

KARAVAN TURİZMİNDƏ MARKETİNQ STRATEGİYALARI

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

ibrahimli.ilaha.2301@atmu.edu.az

Xülasə: Bu məqalə karavan turizminin inkişafı və onun marketinq strategiyalarını təhlil edir. Karavan turizmi alternativ turizmin vacib istiqamətlərindən biri kimi mühüm potensiala malikdir. İnfrastrukturun gücləndirilməsi, rəqəmsal marketinq üsulları və ekoloji amillər bu sahənin genişlənməsində mühüm rol oynayır. Məqalədə turizm bazarında karavan turizminin populyarlığını artırmaq üçün effektiv marketinq strategiyalarına diqqət yetirilmişdir. Eyni zamanda, ekoloji dayanıqlılıq və sosial təsirlərin optimallaşdırılması məsələləri də təhlil olunur. Nəticədə, karavan turizminin gələcək inkişaf perspektivləri və sektorun səmərəliliyinin artırılması üçün təkliflər verilir.

Açar sözlər: Karavan turizmi, alternativ turizm, marketinq strategiyaları, ekoloji turizm, turizm infrastrukturu

Abstract: This article examines the development of caravan tourism and its marketing strategies. Caravan tourism is an essential branch of alternative tourism with significant potential. Strengthening infrastructure, utilizing digital marketing techniques, and considering ecological factors play a crucial role in its expansion. The article focuses on effective marketing strategies to enhance the popularity of caravan tourism in the tourism market. Additionally, it discusses issues related to ecological sustainability and optimizing social impacts. As a result, future perspectives of caravan tourism and recommendations for increasing its efficiency are presented.

Keywords: Caravan tourism, alternative tourism, marketing strategies, ecological tourism, tourism infrastructure

Резюме: В данной статье рассматривается развитие караванного туризма и его маркетинговые стратегии. Караванный туризм является важным направлением альтернативного туризма с большим потенциалом. Укрепление инфраструктуры, использование цифровых маркетинговых технологий и учет экологических факторов играют ключевую роль в его расширении. В статье акцентируется внимание на эффективных маркетинговых стратегиях для повышения популярности караванного туризма на туристическом рынке. Также анализируются в

опросы экологической устойчивости и оптимизации социальных воздействий. В результате предлагаются перспективы дальнейшего развития караванного туризма и рекомендации по повышению его эффективности.

Ключевые слова: Караванный туризм, альтернативный туризм, маркетинговые стратегии, экологический туризм, туристическая инфраструктура

GİRİŞ

Karavan turizmi son illərdə alternativ turizm növlərindən biri kimi geniş yayılmağa başlamışdır. Bu turizm növü insanlara sərbəst səyahət etmək və təbiətlə daha yaxından ünsiyyətdə olmaq imkanı yaradır. Məsələn, Avropa Karavan Federasiyasının (European Caravan Federation) 2023-cü il hesabatına əsasən, təkcə Avropa ölkələrində 250 mindən artıq yeni karavan qeydiyyata alınmış və bu, əvvəlki illə müqayisədə 10% artım göstərmişdir. Bu statistika karavan turizminə olan marağın artdığını açıq şəkildə ortaya qoyur. Karavan turizminin inkişafı üçün infrastruktur təminatı, marketinq strategiyaları və ekoloji amillər mühüm rol oynayır. Bu məqalədə karavan turizminin inkişaf istiqamətləri və onun bazarda uğur qazanması üçün əsas marketinq strategiyaları təhlil ediləcəkdir. [1, s. 45].

Karavan turizminin inkişafı

Karavan turizmi fərqli coğrafi məkanlarda inkişaf etməkdədir. İnfrastrukturun gücləndirilməsi, təhlükəsizlik tədbirlərinin artırılması və xüsusi dayanacaqların yaradılması bu turizm növünün genişlənməsinə müsbət təsir göstərir [3, s. 78]. Müasir dövrdə karavan turizmi həm fərdi səyahətçilər, həm də ailəvi istirahət üçün əlverişli seçimdir. İqtisadi baxımdan isə bu sahə turizm sənayesinə yeni imkanlar təqdim edir. Hökumət və özəl sektor arasında əməkdaşlıq karavan turizminin davamlı inkişafını təmin edə bilər [8, s. 112]. Eyni zamanda, turizm operatorları və sahibkarlar bu sahəyə daha çox sərmayə yatırmaqla onun genişlənməsinə dəstək verə bilərlər. Beynəlxalq təcrübələrin tətbiqi və yeni texnologiyaların inteqrasiyası da bu sahənin inkişafında mühüm rol oynayır.

Marketinq strategiyaları

Karavan turizminin populyarlığını artırmaq üçün müxtəlif marketinq strategiyalarından istifadə olunur. Rəqəmsal marketinq, sosial media kampaniyaları və influencerlər vasitəsilə təşviq aparmaq geniş auditoriyaya çatmağa kömək edir [2, s. 66]. Bundan əlavə, turizm sərgiləri, bələdiyyə təşviqatları və xüsusi turizm paketləri də bu sahənin inkişafına töhfə verir. Marketinq strategiyalarında müştəri tələbatının öyrənilməsi və fərdi təkliflərin hazırlanması mühüm əhəmiyyət daşıyır [9, s. 120]. Brend imicinin formalaşdırılması və müştəri etibarının artırılması üçün müasir reklam texnologiyalarından da istifadə olunur. Həmçinin, müxtəlif turizm tədbirləri və sərgilərdə iştirak edərək potensial müştərilərlə birbaşa ünsiyyət qurmaq mümkündür [10, s. 134]. Qarşılıqlı əməkdaşlıq müqavilələri və sponsorluq proqramları da marketinqin effektivliyini artırmağa kömək edir. Müştəri məmnuniyyətinin təmin edilməsi və onların ehtiyaclarına uyğun xidmətlərin təklif edilməsi də əsas marketinq strategiyalarından biridir.

Karavan turizminin marketinqində rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Onlayn rezervasiya sistemləri, interaktiv xəritələr və mobil tətbiqlər vasitəsilə turistlərə rahat və çevik səyahət imkanları təqdim olunur. SEO optimizasiyası və Google Ads kimi vasitələrlə karavan turizmi xidmətlərinin daha geniş auditoriyaya çatdırılması mümkündür. Eyni zamanda, e-poçt marketinqi, müştəri yönümlü loyallıq proqramları və eksklüziv kampaniyalar da potensial səyahətçiləri cəlb etmək üçün effektiv üsullardandır. Karavan turizmi üçün xüsusi bloqların və vebsaytların yaradılması da bu sahənin inkişafına böyük töhfə verir.

Bundan başqa, bazar araşdırmaları və analitik təhlillər vasitəsilə turizm operatorları və xidmət təminatçıları müştərilərin ehtiyaclarını daha yaxşı anlaya və xidmətlərini ona uyğunlaşdıra bilərlər [6, s. 145]. Hədəf bazarların təyin edilməsi, regional xüsusiyyətlər nəzərə alınaraq marketinq strategiyalarının qurulması və müştəri məmnuniyyətinin yüksək səviyyədə saxlanılması karavan turizminin gələcək uğurunu təmin edə bilər.

Ekoloji və sosial aspektlər

Karavan turizminin davamlı inkişafı üçün ekoloji və sosial aspektlərə diqqət yetirilməlidir. Ətraf mühitin qorunması, tullantıların idarə olunması və ekoloji cəhətdən təmiz texnologiyaların tətbiqi bu turizm növünün gələcəyini müəyyənləşdirir [5, s. 102]. Həmçinin, yerli icmaların karavan turizminə inteqrasiyası onların iqtisadi və sosial rifahına müsbət təsir göstərir. Karavan turizminin ekoloji təsirlərini azaltmaq üçün enerji səmərəliliyi və bərpa olunan enerji mənbələrinin istifadəsi təşviq edilməlidir. Ekoloji turizm prinsiplərinin tətbiqi və təbiətə minimal təsirin təmin edilməsi bu sahənin davamlı inkişafına kömək edəcəkdir. Eyni zamanda, yerli mədəniyyət və adət-ənənələrin qorunması üçün xüsusi layihələrin həyata keçirilməsi də mühüm əhəmiyyət daşıyır.

Karavan turizminin gələcək perspektivləri

Karavan turizmi qlobal turizm sənayesində artan maraq doğurur və bu sahənin gələcək inkişafı üçün müxtəlif təşəbbüslər irəli sürülür. Səyahətçilərin rahatlığını artırmaq məqsədilə ağıllı texnologiyalar və innovativ həllər tətbiq edilir. Eyni zamanda, karavan turizminin müxtəlif demoqrafik qruplar arasında populyarlaşması üçün xüsusi turizm proqramları hazırlanmalıdır. Dövlətlərin və özəl sektorun bu sahəyə yatırdığı investisiyalar karavan turizminin genişlənməsinə mühüm töhfə verəcəkdir. Müxtəlif ölkələrin turizm siyasətində bu sahəyə xüsusi diqqət ayrılması onun gələcək inkişafına zəmin yaradır. Turizm bazarında yeni strategiyaların və innovativ həllərin tətbiqi ilə karavan turizmi daha da genişlənəcəkdir.

Nəticə

Karavan turizmi müasir dövrdə geniş potensiala malikdir və onun inkişafı üçün müxtəlif strategiyalardan istifadə olunmalıdır. İnfrastrukturun təkmilləşdirilməsi, effektiv marketinq yanaşmaları və ekoloji məsuliyyət bu sahənin davamlı inkişafını təmin edə bilər. Dövlət və özəl sektor arasında əməkdaşlıq, innovativ həllərin tətbiqi və müştəri yönümlü yanaşmalar karavan turizmini daha da populyar edə bilər. Gələcəkdə bu sahədə daha çox tədqiqatların aparılması və yeni konsepsiyaların inkişaf etdirilməsi karavan turizminin davamlı uğur qazanmasına şərait yaradacaqdır. Turizm bazarının dəyişən tələblərinə uyğun strategiyaların tətbiqi və innovasiyaların təşviqi karavan turizminin rəqabət qabiliyyətini artıracaqdır. Bu turizm növü həm fərdi səyahətçilər, həm də ailələr üçün unikal imkanlar yaratmaqla, qlobal turizm sektorunda mühüm yer tutmağa davam edəcəkdir.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Buhalis, D., & Foerste, M. (2015). SoCoMo marketing for travel and tourism: empowering co-creation of value. Journal of Destination Marketing & Management.

2. Dolnicar, S. (2018). Tourism and Sustainable Development: The Basics. Springer.
3. Hall, C. M., & Page, S. J. (2014). The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space. Routledge.
4. Holloway, J. C. (2016). The Business of Tourism. Pearson Education.
5. Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). Marketing for Hospitality and Tourism. Pearson Education.
6. Middleton, V. T. C., Fyall, A., & Morgan, M. (2020). Marketing in Travel and Tourism. Routledge.
7. Richards, G. (2018). Cultural Tourism: Global and Local Perspectives. Channel View Publications.
8. Swarbrooke, J., & Horner, S. (2019). Consumer Behaviour in Tourism. Routledge.
9. UNWTO (2023). Global Tourism Trends and Future Prospects. World Tourism Organization.
10. Weaver, D. B., & Lawton, L. (2019). Sustainable Tourism: Theory and Practice. Wiley.

İnternet Resursları:

11. Dünya Turizm Təşkilatı (UNWTO) – www.unwto.org
12. Avropa Turizm Komissiyası – www.etc-corporate.org
13. Dünya İqtisadi Forumu (WEF) Turizm Rəqabətlilik Hesabatı – www.weforum.org
14. OECD Turizm Statistikası – www.oecd.org/tourism
15. European Caravan Federation, 2023 Annual Statistics Report – www.e-c-f.com

İLDUZƏ ƏLİZADƏ- ABDULLAYEVA

Turizmdə ÜTT-nin təlim siyasəti

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

Email: alizade-abdullayeva.ilduze.2401@atmu.edu.az

Xülasə: Turizm insanlara əsaslanan bir sektordur və təkcə peşə bacarıqlarından deyil, həm də başqaları ilə yaxşı ünsiyyət qurmaq bacarığından asılıdır. Qeyd olunanlar turistlərin gözlədiyi müxtəlif səyahət təcrübələrini təmin etmək üçün mühüm əhəmiyyət daşıyır. Beləki mövcud tələblərə cavab vermək üçün ictimai və özəl sektorlar, icmalar və akademik təşkilatlar daxil olmaqla, bütün iştirakçılardan güclü əməkdaşlıq tələb olunur. UNWTO bu qrupları bir araya gətirməkdə mühüm rol oynayır. Bu məqalə turizmin dayanıqlı inkişafı üçün tələb olunan turizm-savadlı və bacarıqlı kadrların yaradılmasına diqqət yetirir. Məqalədə turizm təhsilinin düzgün istiqamətləndirilməsi üçün yaradılan Turizm Təhsili Təlimatı araşdırılır və digər mənbələrə istinad edilərək UNTWO-nun turizm təhsili siyasəti dərindən təhlil edilir.

Açar sözlər: UNWTO, UNWTO-nun prinsipləri, turizm təhsili, təlim, siyasət

Abstract: Tourism is a sector that relies on people, and it depends not only on professional skills but also on the ability to interact well with others. This is important to provide the wide range of travel experiences that travellers expect. Meeting these new demands will need strong cooperation from everyone involved, including the public, and private sectors, communities, and academics. UNWTO is playing a key role in

helping bring these groups together. This article focuses on the creation of tourism-educated and skilled professionals needed for the sustainable development of tourism. It examines the Tourism Education Guide created for properly directing tourism education and refers to other sources, deeply analyzing UNTWO's tourism education policy.

Key words: UNWTO, principles of UNWTO, tourism education, training, policy

Резюме: Туризм — это сектор, основанный на людях, и он зависит не только от профессиональных навыков, но и от способности хорошо взаимодействовать с другими. Это имеет большое значение для обеспечения широкого спектра туристических впечатлений, которые ожидают путешественники. Для того чтобы удовлетворить эти требования, необходима сильная кооперация всех вовлеченных сторон, включая государственный и частный сектора, сообщества и академические организации. UNWTO играет ключевую роль в объединении этих групп. В данной статье рассматривается создание туристически образованных и квалифицированных кадров, необходимых для устойчивого развития туризма. В статье исследуется Руководство по туризму для правильного направления туризма и, ссылаясь на другие источники, глубоко анализируется политика туризма UNWTO.

Ключевые слова: UNWTO, принципы UNWTO, принцип UNWTO, туристическое образование, профессиональная подготовка, политика

UNTWO training policies in tourism

Introduction

UNWTO aims to improve tourism education by making it more modern, sustainable, and inclusive. It focuses on connecting education and jobs in tourism. To achieve this, UNWTO works with tourism professionals, governments, academics, and organizations to update tourism education and create practical programs. Member States are supported with knowledge and training to develop skills for managing tourism responsibly and promoting lifelong learning. A clear pathway for tourism education and careers is key to building a strong, sustainable sector. This includes quality education programs, better job opportunities, and ensuring the workforce can meet current and future demands.

Main part

The World Tourism Organization (UN Tourism) is a UN agency that promotes responsible, sustainable, and accessible tourism. It supports tourism as a way to boost economic growth, encourage inclusive development, and protect the environment.

UNTWO's priorities include:

1. Sustainable tourism: Promoting policies that protect the environment, respect local cultures, and benefit communities.

2. Education and capacity building: Helping countries with training, education, and sharing knowledge.

3. Tourism competitiveness: Supporting members in areas like planning, marketing, sustainability, and crisis management.

4. Poverty reduction: Using tourism to reduce poverty and support development goals.

5. Building partnerships: Working with businesses, local organizations, researchers, and the UN to create a sustainable and responsible tourism industry[6].

International tourism is expected to grow in the coming years, bringing both opportunities and challenges. The opportunity is to invest in the tourism sector and create quality jobs. The challenge is to ensure that UN Tourism (UNTWO) Member States have skilled workers to meet market needs, support growth, and make tourism destinations more competitive and sustainable.

Currently, the tourism and hospitality sector provides more than 57,000 job opportunities. The industry is expanding quickly, and the demand for skilled workers will continue to rise. Attracting and keeping talented employees will play an essential role in shaping the future of the tourism industry. [3]

Tourism development in UN Tourism (UNTWO) Member States needs a strong workforce that is:

- ✓ Sufficient: Enough workers with skills for all areas and jobs in tourism.
- ✓ Well-trained: Workers with the right education, training, and experience for all roles in tourism.
- ✓ Motivated and positive: Workers ready to provide excellent experiences for visitors.
- ✓ Able to benefit from tourism: Local communities should gain from tourism growth through good jobs with clear career opportunities. [4]

UNWTO has created the Tourism Education Guidelines to study and better understand the importance of tourism and the education paths it offers. These guidelines aim to make tourism education more accessible and sustainable, following the United Nations Sustainable Development Goals.

Therefore, the UNWTO puts forward the following seven guidelines:

1. Increase Access to Tourism Education - To support an inclusive recovery, UNWTO has made education a top priority for creating high-value jobs. The UNWTO Academy has launched a website called "Courses, Webinars, and Digital Resources," offering various online education and training programs on different topics. These programs are created by UNWTO or its partners and experts. With the slogan “By studying from home today, we can gain skills for tomorrow,” the online training catalogue is regularly updated with input from UNWTO-certified institutions, Affiliate Members, and other partner organizations. With more than 18,000 students in 191 countries in 2022, the platform has experienced remarkable growth after the start of the COVID-19 pandemic. [5]

2. Update Tourism Curricula - Tourism curriculums aim to improve courses to keep up with the fast changes in the tourism industry caused by digitalization and global pandemics like COVID-19. According to the Innovation, Education, and Investments Department, 80% of top tourism programs focus on hotel management. It is important to start diversifying courses to include over 100 subsectors that benefit directly or indirectly from tourism.

3. Integrate Tourism Education into Secondary School Curricula - Vocational tourism education and practical experience should be added to secondary schools. Including training, internships, and tourism materials in school programs will help prepare students for tourism jobs in the future.

4. Innovate Undergraduate and Graduate Tourism Education -New study areas could include Tourism Data Science, Tourism Education Policy, International Tourism Studies, Public Policy and Tourism, and Tourism Business Management.

5. Standardize Certifications - A key part of linking education to jobs is standardizing tourism certifications. This ensures that certifications are recognized worldwide, making it easier for people to pursue careers in tourism. Another important aspect is providing access to education regardless of where a person lives or whether they can attend classes in person. Education should be available either in person or online in a self-paced format, allowing students to study while working. [1, p.28-31]

6. Expand Tourism Education Quality Assurance - guarantee the quality of tourism education, training, and research programs. One of the certifications at UNWTO is the Ted.Qual certification, which ensures the quality of tourism education, training, and research programs. So far, around 93 programs from 19 countries and 34 institutions have received new or renewed certifications. [8]

7. Connect Tourism Graduates with Employment Opportunities - Help job seekers and companies or governments find and connect with talent in the tourism sector. The first step for industry professionals is to acknowledge this issue and try to conceptualize new, innovative ways of retaining talent. Leaders need to focus on talent attraction, retention strategies and recommendations such as career development, training and better incentive programmes. [7]

These 7 initiatives focus on creating effective policies, including the implementation of tourism education, and strengthening the key aspects of both the tourism and education sectors. [2, p.07-18, 38]

COVID-19 had a big impact on education. Students missed out on in-person classes, schools were closed, and there weren't enough resources for online learning. Many students had little or no access to education due to these problems, and many educational institutions had to shut down completely, losing all their business. However, the rise of online education also created new opportunities for the future, which are very important for the tourism sector. [4]

Conclusion: When planning how to grow tourism workers, we need to remember that the skills needed today will be different from those needed in 2030. New types of tourism businesses, products, services, and jobs will appear, and they will require new skills, knowledge, and personal qualities. To meet these future needs, strong efforts are necessary, and the UN Tourism Academy (formerly UNWTO.Themis Foundation) is leading the way in helping with these changes. The tourism market is growing rapidly and the need for retaining talented employees in this industry will keep increasing accordingly. The acquisition and retention of talented employees are going to be critical in the future of the tourism industry.

References

1. Kevin D.Lyons, Stephen Wearing, Journeys of discovery volunteer tourism: international case study perspectives, 2008, UK.
2. World Tourism Organization (2022), UNWTO Tourism Education Guidelines, UNWTO, Madrid, 2022.
3. Quality Assurance for Tourism Education, Training and Research Programmes, UNWTO, www.unwto.org/UNWTO-ted-qual
4. The Hong Kong Polytechinic University – School of Hotel & Tourism Management (n.d.), https://shtm.polyu.edu.hk/
5. TourismTrailblazers, Ministry of Tourism Saudi Arabia, https://mt.gov.sa/en/MediaCenter/News/MainNews/Pages/-news-04-09-06-2022.aspx
6. UN Tourism (UNTWO) - https://www.unwto.org/about-us
7. UN Tourism (UNTWO) - https://www.unwto.org/un-tourism-academy
8. UNWTO Online Tourism Academy, https://www.unwto-tourismacademy.ie.edu
9. Anna Aleksandrova və Ekaterina Aigina, Стратегии развития туризма в странах и регионах мира, 2024

MİRFATİMƏ AĞAYEVA

Turizmdə onlayn sifariş platformaları, sosial media və virtual reallıqların tərifi və əsas anlayışı

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: agayevamirfatime@gmail.com

Xülasə: Müasir dünyada rəqəmsal texnologiyalar turizm sənayesinin inkişafında əsas rol oynayır. Onlayn sifariş platformaları, Sosial Media və VR texnologiyası səyahətin təşkili və qavranılması yollarını əhəmiyyətli dərəcədə dəyişdirdi. Məqalədə bu texnologiyalarla əlaqəli əsas tərif və anlayışlar, habelə turizm bazarına və istehlakçı davranışına onların təsiri nəzərdən keçirilir.

Booking.com, Airbnb və Expedia kimi onlayn sifariş platformaları, geniş səyahət xidmətlərinə rahat giriş təmin edir. Onlar istifadəçilərə qiymətləri müqayisə etməyə, rəyləri oxumağa və tez sifariş verməyə imkan verir ki, bu da səyahət prosesini daha rahat, şəffaf və təhlükəsiz edir. Statistikaya görə, 2023-ildə bütün səyahət sifarişlərinin 70% - dən çoxu səyyahlar arasında rəqəmsal xidmətlərin artan populyarlığını təsdiqləyən mobil qurğular vasitəsilə həyata keçirilmişdir.

İnstagram, Facebook və TripAdvisor da daxil olmaqla sosial media yalnız təcrübə mübadiləsi platformaları deyil, həm də güclü marketinq vasitələri kimi xidmət edir. Şirkətlər müştəriləri cəlb etmək, yeni istiqamətləri tanıtmaq və tamaşaçı sədaqətini artırmaq üçün onlardan fəal şəkildə istifadə edirlər.

Virtual reallıq (VR) turizm yerləri ilə tanış olmaq üçün innovativ yollar təklif edir. VR turları istifadəçilərə səyahətdən əvvəl də görməli yerləri "ziyarət etməyə" imkan verir və turizm şirkətləri bu texnologiyadan maraqlı və interaktiv məzmun yaratmaq üçün istifadə edir.

Rəqəmsal texnologiyalar səyahət sənayesini kəskin şəkildə dəyişdirdi, səyahətləri daha əlçatan, fərdləşdirilmiş və əyləncəli etdi. Onların gələcək inkişafı bütün dünyada səyahətlərin planlaşdırılması, həyata keçirilməsi və qavranılması yollarını dəyişdirməyə davam edəcəkdir.

Açar sözlər: onlayn sifariş platformaları, sosial media, virtual reallıq, rəqəmsal texnologiya, turizm

Abstract: In the modern world, digital technologies play a key role in the development of the tourism industry. Online booking platforms, social media, and virtual reality technologies have significantly changed the way travel is organized and perceived. This article examines the main definitions and concepts related to these technologies, as well as their impact on the tourism market and consumer behavior.

Online booking platforms such as Booking.com, Airbnb and Expedia, provide convenient access to a wide range of travel services. They allow users to compare prices, read reviews, and make reservations quickly, making the travel process more convenient, transparent, and secure. According to statistics, more than 70% of all travel bookings in 2023 were made via mobile devices, which confirms the increasing popularity of digital services among travelers.

Facebook Instagram, Facebook and TripAdvisor serve not only as platforms for sharing experiences, but also as powerful marketing tools. Companies actively use them to attract customers, promote new directions, and increase audience loyalty.

Virtual Reality (VR) offers innovative ways to explore tourist destinations. VR tours allow users to "visit" attractions even before the trip, and travel companies use this technology to create immersive and interactive content.

Digital technologies have dramatically changed the travel industry, making travel more accessible, personalized and exciting. Their further development will continue to transform the way travel is planned, implemented, and perceived around the world.

Keywords: online booking platforms, social networks, virtual reality, digital technologies, tourism

Резюме: В современном мире цифровые технологии играют ключевую роль в развитии туристской индустрии. Онлайн-платформы бронирования, социальные сети и технологии виртуальной реальности значительно изменили способы организации и восприятия путешествий. Данная статья рассматривает основные определения и понятия, связанные с этими технологиями, а также их влияние на туристский рынок и поведение потребителей.

Онлайн-платформы бронирования, такие как Booking.com, Airbnb и Expedia, обеспечивают удобный доступ к широкому спектру туристских услуг. Они позволяют пользователям сравнивать цены, читать отзывы и быстро оформлять бронирования, что делает процесс путешествия более

удобным, прозрачным и безопасным. Согласно статистическим данным, более 70% всех туристских бронирований в 2023 году были совершены через мобильные устройства, что подтверждает возрастающую популярность цифровых сервисов среди путешественников.

Социальные сети, включая Instagram, Facebook и TripAdvisor, служат не только платформами для обмена опытом, но и мощными маркетинговыми инструментами. Компании активно используют их для привлечения клиентов, продвижения новых направлений и повышения лояльности аудитории.

Виртуальная реальность (VR) предлагает инновационные способы знакомства с туристскими направлениями. VR-туры позволяют пользователям «посетить» достопримечательности еще до поездки, а туристские компании используют эту технологию для создания захватывающего и интерактивного контента.

Цифровые технологии кардинально изменили туристскую индустрию, делая путешествия более доступными, персонализированными и увлекательными. Их дальнейшее развитие продолжит трансформировать способы планирования, реализации и восприятия путешествий во всем мире.

Ключевые слова: онлайн-платформы бронирования, социальные сети, виртуальная реальность, цифровые технологии, туризм

Введение

С развитием технологий, особенно интернета и мобильных устройств, туризм претерпел значительные изменения. Онлайн-платформы бронирования, социальные сети и виртуальная реальность стали неотъемлемыми инструментами, которые значительно трансформируют индустрию туризма. Эти инновационные технологии обеспечивают не только удобство планирования путешествий, но и открывают новые возможности для взаимодействия с клиентами и создания уникальных туристских опытов. В данном контексте использование онлайн-платформ позволяет пользователям в режиме реального времени выбирать и бронировать услуги, а социальные сети служат важным каналом для обмена опытом и рекомендациями.

Виртуальная реальность, в свою очередь, помогает туристам «погрузиться» в культуру и атмосферу различных мест, создавая иллюзию нахождения в том или ином уголке мира без необходимости покидать дом. Эти цифровые инструменты становятся важной частью маркетинговых стратегий туроператоров и гостиничного бизнеса, а также открывают новые горизонты для предпринимателей и стартапов в сфере туризма.

Основная часть

Онлайн-платформы бронирования — это веб-сайты и мобильные приложения, которые позволяют пользователям искать, сравнивать и бронировать услуги, такие как отели, авиабилеты, экскурсии и аренду автомобилей. Примеры таких платформ — Booking.com, Airbnb, Expedia, которые предлагают огромное количество вариантов для путешественников по всему миру [1, стр. 12]. Эти сервисы позволяют туристам не только выбрать оптимальный вариант по цене и качеству, но и ознакомиться с отзывами других пользователей, что помогает сделать более осознанный выбор.

Основным преимуществом онлайн-бронирования является доступность и экономия времени. Статистика показывает, что на платформе Booking.com ежедневно регистрируется около 1,5 миллионов ночей бронирования, а число пользователей мобильных приложений для бронирования увеличивается с каждым годом. В 2023 году почти 70% всех бронирований было сделано через мобильные устройства, что свидетельствует о значительном росте популярности мобильных приложений [5, стр. 47].

Социальные сети играют ключевую роль в продвижении туристских услуг. Платформы, такие как Instagram, Facebook, Twitter, а также специализированные сети вроде TripAdvisor, позволяют не только делиться фотографиями и отзывами о путешествиях, но и взаимодействовать с брендами, узнавать о новинках и скидках. Туристы могут следить за аккаунтами туристских компаний, отелей, ресторанов, а также искать вдохновение для будущих поездок. В 2022 году было зарегистрировано более 3 миллиардов пользователей социальных сетей по всему миру, и это число продолжает расти [4, стр. 25]. Примером успешного использования социальных сетей в туризме является кампания авиакомпании Emirates, которая активно использует Instagram для продвижения новых маршрутов и спецпредложений, привлекая миллионы пользователей.

Виртуальная реальность (VR) представляет собой еще одну революционную технологию, которая открывает новые возможности в сфере туризма. С помощью VR-технологий туристы могут «посетить» различные достопримечательности и даже провести виртуальные экскурсии по музеям и историческим памятникам, не выходя из дома [2, стр. 81]. Например, сервисы, такие как Google Earth VR или туристские агентства, предлагающие виртуальные туры по экзотическим направлениям, позволяют клиентам предварительно ознакомиться с местом назначения, что помогает принять более осознанное решение о реальном путешествии [3, стр. 49].

Кроме того, виртуальная реальность используется для создания уникальных рекламных материалов, которые погружают потенциальных туристов в атмосферу путешествия, привлекая их внимание и стимулируя спрос. По данным исследования Statista, в 2023 году около 17% туристов использовали VR-технологии для планирования своих поездок, и этот показатель продолжает расти, что свидетельствует о востребованности данной технологии в индустрии [5, стр. 48].

Заключение

Таким образом, онлайн-платформы бронирования, социальные сети и виртуальная реальность играют важную роль в современном туризме, значительно меняя способы планирования и организации путешествий. Эти технологии не только делают процесс бронирования более удобным, но и предоставляют новые способы взаимодействия с клиентами и расширения возможностей для создания уникальных туристических опытов. В будущем можно ожидать, что роль этих цифровых инструментов в туризме будет продолжать расти, открывая новые перспективы для путешественников и бизнеса.

Туризм продолжает адаптироваться к технологическим изменениям, и онлайн-платформы, социальные сети и виртуальная реальность уже сегодня становятся неотъемлемой частью путешествий. Эти инновации не только улучшат качество обслуживания, но и будут способствовать повышению доступности путешествий для широкой аудитории.

Список использованной литературы

1. Абрамова О.А., Козлова А.В. Влияние цифровых технологий на развитие туристской индустрии // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2020. – Т. 14. – № 2. – С. 5-15.
2. Богданов Е.И., Семенова Л.А. Онлайн-платформы бронирования как инструмент развития туристского рынка // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. – 2019. – № 42. – С. 78-85.
3. Волкова Л.А., Иванова Т.Н. Социальные сети как инструмент продвижения туристских услуг // Маркетинг и логистика. – 2021. – № 3. – С. 45-52.
4. Григорьева М.В. Виртуальная реальность в туризме: новые возможности и вызовы // Инновации в туризме и сервисе. – 2022. – № 1. – С. 22-30.
5. Хамирзова С.К., Кумпилова А.Р. Направления цифровой трансформации в туристской отрасли // Экономика и предпринимательство. – 2023. – № 1. – С. 45-52.

NİCAT MUSTAFALI

Turizmdə marketinq siyasətinin əhəmiyyəti

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, magistr

E-mail: **mustafali.nicat.2301@atmu.edu.az**

Xülasə. Turizm iqtisadiyyata, məşğulluğa və mədəni mübadilələrə əhəmiyyətli töhfə verən əsas qlobal sənayedir. Bununla belə, hər hansı bir turizm təyinatının və ya xidmətin uğuru effektiv marketinqdən çox asılıdır. Müasir rəqəmsal əsrdə Süni İntellekt və sosial media turizmin bazara çıxarılmasında inqilab etdi. Bu alətlər təkcə marketinq səylərinin səmərəliliyini artırmaqla yanaşı, səyahətçi təcrübəsini heç vaxt olmadığı kimi fərdiləşdirir. Süni intellekt və sosial platformaların turizm marketinqinə inteqrasiyası rəqabətli qlobal bazarda turistləri cəlb etmək və cəlb edib saxlamaq üçün güclü strategiyaya çevrilib.

Açar sözlər: marketinq, turizm, süni intellekt, sosial media

Abstract. Tourism is a major global industry that makes significant contributions to economic development, employment, and cultural exchange. However, the success of any tourism destination or service largely depends on effective marketing. In the modern digital era, Artificial Intelligence and social media have revolutionized tourism marketing. These tools not only enhance the efficiency of marketing efforts but also personalize the traveler experience to an unprecedented extent. The integration of artificial intelligence and social media platforms into tourism marketing has become a powerful strategy for attracting, engaging, and retaining tourists in a highly competitive global market.

Keywords: marketing, tourism, artificial intelligence, social media.

Резюме: Туризм — крупнейшая мировая отрасль, вносящая значительный вклад в экономику, занятость и культурный обмен. Однако успех достигается за счет эффективного маркетинга любого туристического направления или услуги. В современную цифровую эпоху искусственный интеллект и социальные сети произвели революцию в маркетинге туризма. Эти инструменты могут просто помочь вам начать ваши маркетинговые усилия. Интеграция искусственного интеллекта и социальных платформ в маркетинг туризма стала мощной стратегией привлечения и удержания туристов на конкурентном мировом рынке.

Ключевые слова: маркетинг, туризм, искусственный интеллект, социальные сети.

THE IMPORTANCE OF MARKETING IN TOURISM

Tourism is one of the fastest-growing industries in the world, contributing significantly to the global economy and cultural exchange. However, the success of tourism does not solely depend on the beauty of a destination or the services available—it heavily relies on effective marketing. Marketing is one of the most essential components of any business, organization, or service-oriented industry. It is the process of identifying, anticipating, and satisfying customer needs profitably. Far more than just advertising or selling, marketing involves understanding customer behavior, creating valuable products and services, and building lasting relationships [6, p 45].

In today's competitive and fast-paced world, effective marketing can be the difference between success and failure. Marketing in tourism involves identifying potential travelers, understanding their needs, and promoting destinations and experiences that align with those interests. It is a vital tool for countries, cities, and businesses seeking to attract tourists in a competitive global market. Tourism marketing plays a central role in shaping the perception of a destination. Unlike physical products, tourism is based on intangible experiences—sightseeing, adventure, relaxation, or cultural enrichment. As such, marketing must capture the emotional appeal of travel and inspire potential tourists to choose one destination over another. This includes the creation of compelling visuals, storytelling, and brand identities that make destinations memorable and attractive [6, p 46].

Tourism marketing strategies are fundamental in promoting destinations and attracting tourists. These strategies not only aim to increase visitor numbers but also focus on enhancing the destination's image, boosting economic growth, and ensuring sustainable development. A successful tourism marketing strategy requires an understanding of target markets, competition, and the unique selling propositions (USPs) of the destination. Marketing strategies in tourism are diverse and need to be tailored to specific destination characteristics, market conditions, and long-term objectives. The most common strategies focus on segmentation, branding, digital marketing, partnerships, and sustainability. Destination branding is one of the most powerful tools in tourism marketing. A destination brand encompasses the unique characteristics, experiences, and values that a destination offers. It is about creating a strong, recognizable identity that

resonates with potential travelers and differentiates a destination from its competitors. Effective destination branding involves not only highlighting a destination's attractions but also its culture, lifestyle, history, and unique experiences [2, p 457]

Segmentation is a crucial aspect of tourism marketing. It involves dividing the market into distinct groups of travelers based on factors such as demographics (age, income, nationality), psychographics (lifestyle, values, travel motivations), and behavioral characteristics (frequency of travel, type of tourism interest). By understanding the specific needs and preferences of different market segments, tourism marketers can create tailored campaigns that resonate with each group [3, p 272].

For example, a destination may target luxury travelers with exclusive experiences, family tourists with child-friendly activities, adventure enthusiasts with outdoor excursions, or eco-tourists with sustainable travel options. The goal of segmentation is to ensure that marketing efforts are more focused and cost-effective, leading to a higher likelihood of attracting the right visitors. Once the market segments are identified, marketers can target specific groups with customized offers and messages, improving both visitor satisfaction and loyalty. Positioning is a closely related concept that refers to how a destination is perceived in the minds of tourists in relation to other destinations. A destination can position itself as a luxury, adventure, cultural, or eco-friendly destination, depending on its unique offerings. For example, Switzerland positions itself as a luxury and nature-oriented destination, while Thailand focuses on cultural experiences, beaches, and affordability. A well-positioned brand helps to create a distinct place for the destination in the competitive tourism market, attracting the right kind of tourists. With the growth of technology and the increasing reliance on the internet, digital marketing has become a central pillar of tourism marketing strategies. Online platforms offer cost-effective ways to reach a global audience, promote destinations, and engage with tourists in real time. Digital marketing includes several components, such as social media marketing, search engine optimization (SEO), content marketing, email campaigns, and online advertising [5, p 87].

Social media marketing allows tourism marketers to directly interact with potential tourists, share destination highlights, and generate user-generated content (UGC) through hashtags, photos, and reviews. Platforms like Instagram, Facebook, and TikTok are particularly popular for showcasing beautiful landscapes, activities, and cultural experiences. Digital marketing also involves search engine optimization (SEO) to ensure that a destination’s website appears high in search results when potential travelers search for relevant travel information. Quality content marketing, including blogs, videos, and virtual tours, can further promote a destination's unique experiences and build interest [4, p 49].

Another central pillar of tourism marketing strategies has become AI (artificial intelligence) with the growth of technology. Artificial Intelligence (AI) has increasingly become an integral part of various industries, and tourism is no exception. From enhancing customer experiences to streamlining operations, AI is transforming the way businesses in the tourism sector operate and the way travelers plan, experience, and reflect on their journeys. As the tourism industry continues to grow and evolve, AI technologies are playing

a pivotal role in shaping the future of travel. This essay explores the various ways in which AI is revolutionizing the tourism industry, from personalized services to improving operational efficiency and promoting sustainability. One of the most significant ways AI impacts tourism is by enhancing the customer experience. In an industry where customer satisfaction is paramount, AI offers a personalized touch that is essential in a highly competitive market. AI technologies enable travel companies, such as airlines, hotels, and tour operators, to provide tailored recommendations based on travelers' preferences, past behavior, and search history. For example, AI algorithms use data from previous trips to suggest destinations, activities, or accommodations that best suit an individual's interests. Websites like Expedia or Airbnb leverage AI to recommend places to stay or activities to do based on the traveler's history or other users with similar preferences. AI-driven chatbots and virtual assistants also provide 24/7 customer service, answering queries about bookings, flight statuses, hotel amenities, and local recommendations, creating a seamless and efficient travel experience [1, p 34].

In conclusion, effective marketing is integral to the success of tourism, as it shapes how a location is perceived and ensure it remains competitive in an increasingly globalized market. A strong marketing not only attracts tourists but also helps build a unique identity for the destination, promote local culture, and boost economic growth. Social media has revolutionized the way tourism destinations market themselves, creating new opportunities and challenges for the development of effective marketing policies. With millions of people worldwide using social media platforms like Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, and YouTube, these platforms have become essential tools for engaging with potential visitors, promoting destination images, and influencing travel decisions. Furthermore, the growing role of Artificial Intelligence (AI) in tourism marketing cannot be ignored. AI technologies enable more personalized, targeted marketing campaigns, enhance customer service through chatbots, and offer valuable insights into consumer behavior and trends. By incorporating AI into tourism marketing, tourism can improve operational efficiency, tailor their services to specific needs, and deliver a more personalized experience for travelers.

References:

1. Statista Research Department. Tourism Industry in the Age of Social Media – Global Statistics,2023, p. 34-36
2. Pencarelli, T. The digital revolution in the travel and tourism industry. Information Technology & Tourism,2020, 22(3), 455–476.
3. Manzoor, S. R., Ullah, R., Khattak, A., Ullah, M., & Han, H. Exploring tourist perceptions of artificial intelligence devices in the hotel industry: impact of industry 4.0. Journal of Travel & Tourism Marketing,2024, 41(2), 272–291.
4. Deb, S. K., & Mallik, N. Effects of social media in tourism marketing: Outlook on user-generated content. Journal of Digital Marketing and Communication,2023, 3(2), 49–65.

5. Liang, X., & Furkan, L. M . The Influence of Social Media in Tourism Marketing Strategy: Side by Side Research in China and Indonesia. Asian Journal of Applied Business and Management,2024, 4(1), 87–98.
6. Morrison, A. M. Marketing and Managing Tourism Destinations. Routledge, 2021, p. 45-49