Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti



“İdarəetmədə multikultural dəyərlər”

mövzusunda respublika konfransının

MATERİALLARI

25 may



Bakı 2018

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

“İdarəetmədə multikultural dəyərlər”

mövzusunda respublika konfransının

MATERİALLARI

25 may

Bakı 2018

Sədr:

1. İlham Mədətov – Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin rektoru

Sədr müavinləri:

1. İranə Əliyeva, p.ü.e.d., dos. – ATMU-nun Tədris işləri üzrə prorektoru
2. Anar Eminov, i.ü.f.d., dos. – ATMU-nun Elm və inkişaf məsələləri üzrə prorektoru

Üzvlər:

1. Nəsirulla Nəsirli,f-r.e.n., dos. – ATMU-nun Elm və innovasiya şöbəsinin müdiri
2. Rəhman Səfərov, c.e.n., dos. – ATMU-nun Turizm və qonaqpərvərlik fakültəsinin dekanı
3. Kənan Allahverdiyev, f.e.n., dos – ATMU-nun Beynəlxalq münasibətlər kafedrasının müdiri
4. Zaur Bağırov, f.e.d., prof.əv. – ATMU-nun Keyfiyyətin təminatı və akkreditasiya şöbəsinin müdiri
5. Sabirə Dünyamalıyeva, sən.ü.e.d. –ATMU-nun Azərbaycan Dövlət Rəssamlıq Akademiyasının professoru
6. Sədaqət Turabova – ATMU-nun Mətbuat katibi
7. Firuzə Raşova – ATMU-nun Elm və innovasiya şöbəsinin metodisti

Redaksiya heyəti:

1. Əzizə Məmmədova, f.e.n.,dos. – ATMU-nun "İngilis dili" kafedrasının müdiri
2. İsrayil İsgəndərov, f-r.e.n., dos. – ATMU-nun "Menecment" kafedrasının müdiri
3. Kəmalə Kərimova, f.e.n., dos. – ATMU-nun "Dillər" kafedrasının müdiri
4. Azad Məmmədov f.e.d. – ATMU-nun "İngilis dili" kafedrasının professoru
5. Minəxanım Əsədova, t.ü.e.d. – ATMU-nun "İctimai fənlər" kafedrasının professoru
6. Rəna Sultanova, i.e.d. – ATMU-nun "İqtisadiyyat" kafedrasının professoru
7. Günay Qafarova, sən.ü.f.d. – ATMU-nun "İctimai fənlər" kafedrasının dosenti
8. Sənubər Qənbərova – ATMU-nun Elm və innovasiya şöbəsinin metodisti

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti "İdarəetmədə multikultural dəyərlər" mövzusunda respublika konfransının materialları. -Bakı, 2018. -152 s.

© "IDEA-A" MMC

PROQRAM

09:30-10:00 – İştirakçıların qeydiyyatı

10:00 - Konfransın açılışı

PLENAR İCLAS

(otaq: 205)

Giriş sözü– **İlham İsa oğlu Mədətov**, Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin rektoru

Məruzələr 10:30-11:30

1. **i.ü.f.d., dos. Anar Nazim oğlu Eminov,** Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin Elm və inkişaf məsələləri üzrə prorektoru
   Mövzu: Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti dövründə sosial-iqtisadi siyasətin təhlili
2. **f-r.e.n, dos. Nəsirulla Beytulla oğlu Nəsirli,** Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin Elm və innovasiya şöbəsinin müdiri
   Mövzu: Bolonya prosesində keyfiyyət təminatı
3. **f.ü.e.d., prof. Zaur Siyavuş oğlu Bağırov,** Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin Keyfiyyətin təminatı və akkreditasiya şöbəsinin müdiri
   Mövzu: Qlobalizasiya şəraitində mədəniyyətlərin diffuziyası
4. **t.e.n., dos. Məhərrəm Paşa oğlu Zülfüqarlı,** Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin dosenti
   Mövzu: Sovet idarə sistemində saxta təbliğat və təşviqatın rolu (Tarixşünaslığın təhlili)

11:30-12:00- Fasilə

12:00-14:00- Bölmə iclasları

14:00- Yekun Plenar iclas

Bölmə 1. Azərbaycançılıq və multikultural dəyərlər Mədəni, etnik, dini müxtəlifliyin tolerant əsasları

Otaq: **205**

Sədr: **Məhərrəm Zülfüqarlı**

Sədr müavini: **Sənubər Qənbərova**

1. Minəxanım Əsədova, Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin professoru

Mövzu: Mədəni irsin təbliğində memorial muzeylərin əhəmiyyəti və turizmdə rolu

2. Emin Quliyev, Volqaətrafı Dövlət Texnologiya Univerisiteti

Mövzu: Mədəni Dəyərlərin Cəmiyyətin İqtisadi İnkişafına Təsiri

3. Bunyamin Qəmbərli, Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin baş müəllimi

Mövzu: Azərbaycanda tolerantlığın tarixi kökləri

4. Sənubər Qənbərova, Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin doktorantı

Mövzu: Ermənistan ərazisində türk-müsəlman əhalisinin soyqırımı (1918-1920-ci illər)

5. Sevinc Dadaşzadə, Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin dissertantı

Mövzu: Azərbaycanda multikulturalizm və mədəni müxtəliflik

6. Səbinə Babayeva, Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin dissertantı

Mövzu: Milli statuslu muzeylərin turist cəlbetmə siyasətində mövcud problemlər və həlli yolları

7. Sönməz Muxtarov, Bakı Slavyan Universitetinin doktorantı

Mövzu: Этнопедагогические проблемы мультикультурного образования в Азербайджане

Bölmə 2. Multikulturalizm və tolerantlıq. Müasir idarəetmənin inkişaf tendensiyaları

Otaq: **104**

Sədr: **İsrayıl İsgəndərov**

Sədr müavini: **Firuzə Raşova**

1. İsrayıl İsgəndərov, Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin kafedra müdiri

Mövzu: Azərbaycanın inkişaf modelinin formalaşmasında icma inkişafının rolu (nümunələr əsasında)

2. İrina Uçaykina, Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin baş müəllimi

Mövzu: Müasir İngilis dilində siyasi düzgünlük

3. Hafizə Quliyeva, Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin doktorantı

Mövzu: Azərbaycan ailələrində yeniyetmə şəxsiyyətinin formalaşma xüsusiyyətləri

4. Sabir Şükürov, Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin doktorantı

Mövzu: Ermənistan-Azərbaycan Dağlıq Qarabağ münaqişəsi və multikulturalizm

5. Tural Həsənzadə, Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin magistrı

Mövzu: Müasir idarəetmənin inkişaf tendensiyalari

6. Səriyyə Bayramova, Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin magistrı

Mövzu: Azərbaycanda sağlamlıq imkanları məhdud və əlilliyi olan insanların cəmiyyətdə yaşayış tərzinin qiymətləndirilməsi

Bölmə 3. Mədəni irsin təbliğində turizm faktoru. Turizmin sosial-iqtisadi inkişafa təsiri

Otaq: **107**

Sədr: **Zaur Bağırov**

Sədr müavini: **Səmayə Abbasbəyli**

1. Firuzə Raşova, Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin dissertantı

Mövzu: Kütləvi kommunikasiya proseslərinin müasir izahı

2. Səmayə Abbasbəyli, Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin doktorantı

Mövzu: Azərbaycan hava yolu nəqliyatının mövcud vəziyyəti

3. Aytən Məmmədova, Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin doktorantı

Mövzu: Turizm marketinqinin ölkə iqtisadiyyatına faydaları

4. Elmira Hacıyeva, Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin doktorantı

Mövzu: Mədəni turizm mədəni irsin təbliği faktoru kimi

5. Aytəkin Kazımova, Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin magistrı

Mövzu: Turizm sahəsində xidmət keyfiyyətinin artırılması üzrə turizm peşə təhsilinin rolu

6. Coşqun Hüseynov, Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin magistrı

Mövzu: Azərbaycanda müalicə-sağlamlıq müəssislərinin təhlili

7. Nailə Şıxəliyeva, Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin magistrı

Mövzu: Mədəniyyət və turizm : "Mədəni Turizm"

8. Tural Hacıyev, Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin magistrı

Mövzu: Özəl markaların (Private Label) inkşaf tendensiyaları

9. Gülər Əliyeva, Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin magistrı

Mövzu: Классификация рекреационных ресурсов и их возможности использования для курортного туризма

MÜNDƏRİCAT

1. **Giriş sözü**.....9
2. **Anar EMİNOV**

   Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti dövründə sosial-iqtisadi siyasətin təhlili.....10
3. **Məhərrəm ZÜLFÜQARLI**

   Sovet idarə sistemində saxta təbliğat və təşviqatın rolu (Tarixşünaslığın təhlili).....15
4. **Minəxanım ƏSƏDOVA**

   Mədəni irsin təbliğində memorial muzeylərin əhəmiyyəti və turizmdə rolu.....20
5. **Emin QULİYEV**

   Mədəni Dəyərlərin Cəmiyyətin İqtisadi İnkişafına Təsiri.....24
6. **Bunyamin QƏNBƏRLİ**

   Azərbaycanda tolerantlığın tarixi kökləri.....30
7. **Sənubər QƏNBƏROVA**

   Ermənistan ərazisində türk-müsəlman əhalisinin soyqırımı (1918-1920-ci illər).....35
8. **Sevinc DADAŞZADƏ**

   Azərbaycanda multikulturalizm və mədəni müxtəliflik.....40
9. **Səbinə BABAYEVA**

   Milli statuslu muzeylərin turist cəlbetmə siyasətində mövcud problemlər və həlli yolları.....47
10. **Sönməz MUXTAROV**

    Этнопедагогические проблемы мультикультурного образования в Азербайджане.....54
11. **İsrayıl İSGƏNDƏROV**

    Azərbaycanın inkişaf modelinin formalaşmasında icma inkişafının rolu (nümunələr əsasında).....56
12. **İrina UÇAYKİNA**

    Müasir İngilis dilində siyasi düzgünlük.....64
13. **Hafizə QULİYEVA**

    Azərbaycan ailələrində yeniyetmə şəxsiyyətinin formalaşma xüsusiyyətləri.....68
14. **Sabir ŞÜKÜROV**

    Ermənistan-Azərbaycan Dağlıq Qarabağ münaqişəsi və multikulturalizm.....73
15. **Tural HƏSƏNZADƏ**

    Müasir idarəetmənin inkişaf tendensiyalari.....78
16. **Səriyyə BAYRAMOVA**

    Azərbaycanda sağlamlıq imkanları məhdud və əlilliyi olan insanların cəmiyyətdə yaşayış tərzinin qiymətləndirilməsi.....86
17. **Firuzə RAŞOVA**

Müasir milli dövlətdə multikulturalizm və mədəni müxtəliflik.....93

18. Səmayə ABBASBEYLİ

Azərbaycan hava yolu nəqliyatının mövcud vəziyyəti.....103

19. Aytən MƏMMƏDOVA

Turizm marketinqinin ölkə iqtisadiyyatına faydaları.....107

20. Elmira HACIYEVA

Mədəni turizm mədəni irsin təbliği faktoru kimi.....113

21. Aytəkin KAZIMOVA

Turizm sahəsində xidmət keyfiyyətinin artırılması üzrə turizm peşə təhsilinin rolu.....118

22. Coşqun HÜSEYNOV

Azərbaycanda müalicə-sağlamlıq müəssislərinin təhlili.....124

23. Nailə ŞIXALİYEVA

Mədəniyyət və turizm : "Mədəni Turizm".....132

24. Tural HACIYEV

Özəl markaların (Private Label) inkişaf tendensiyaları.....137

25. Gülər ƏLİYEVA

Классификация рекреационных ресурсов и их возможности использования для курортного туризма….....144

İlham MƏDƏTOV

Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin rektoru

Hörmətli konfrans iştirakçıları!

Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetində artıq ənənə halını almış "İdarəetmədə multikultural dəyərlər" mövzusunda konfransın keçirilməsi multikulturalizm və tolerantlığın cəmiyyətdə əminamanlıq, bəşəriyyətdə sülh olması bərabərliyin, demokratiyanın, tərəqqinin, sosial rifahın, başqa sözlə ədalətin bərqərar olması ilə əlaqəlidir.

Çoxmədəniyyətlilik ideyasının bu və ya digər cəmiyyətdə davamlı olması üçün ən zəruri amil - həmin cəmiyyət üzvləri arasında qarşılıqlı dözümlülük, tolerantlıq hissinin olmasıdır. Tolerantlıq hissi olmadan humanizm,insanlar arasında qarşılıqlı anlaşma, dostluq və əməkdaşlıq, səmərəli idarəetmə mümkün deyildir.

Azərbaycanda multikulturalizm dövlət siyasətinin mühüm istiqamətinə cevrilməsi sadəcə müəyyən dövrü əhatə edən bir kampaniya olmayıb, dövlətimizin milli-mənəvi, ümumbəşəri, humanist dəyərlərə söykənən davamlı və ardıcıl siyasətidir. Azərbaycanın multikulturalizm ənənələrinin mədəni, siyasi, sosial mahiyyətinin araşdırılması, respublikadakı dini müxtəlifliyin əsaslarının elmi müstəvidə təhlili və qorunub saxlanması, respublikamızın əldə etdiyi multikultural nailiyyətlərin beynəlxalq ictimaiyyətə təbliği, tarix, mədəniyyət və dini abidələrin qorunub saxlanmasına dəstəyin göstərilməsi - bu siyasətin əsas üstün istiqamətlərindəndir.

Azərbaycan Respublikasında bu gün mədəni, linqvistik, etnik rəngarəngliyin qorunmasına və daha da inkişaf etdirilməsinə yönəldilən və uğurla həyata keçirilən dövlət siyasəti multikulturalizm sahəsində əsrlərdən bəri toplanmış tarixi təcrübənin xüsusi qayğı ilə əhatə olunmasını, zənginləşdirilməsini, cəmiyyətdə bu istiqamətdə qazanılmış unikal nailiyyətlərin beynəlxalq aləmdə təbliğinin gücləndirilməsini zəruri edir.

Multikulturalizm dövlət siyasəti olmaqla yanaşı, müasir azərbaycan camiyyətində dəyişilməz həyat tərzi kimi təzahür edir.

İdarəetmədə bu dəyərlərin qorunması, cəmiyyətin inkişaf etdirilməsi üçün zəruri amil kimi qəbul edilir.

Diqqətinizə görə təşəkkür edirəm!

Anar EMİNOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
a.eminov@atmu.edu.az

Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti dövründə sosial-iqtisadi siyasətin təhlili

Анализ социально-экономической политики Азербайджанской Демократической Республики

Analysis of socio-economic policy during the Azerbaijan Democratic Republic

Xülasə: Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti Rus İmperiyasının dağıntılarından formalaşan Müsəlman Şərqində ilk demokratik və parlament respublika hesab edilirdi. Məqalədə Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin dövlət iqtisadiyyatını tənzimləmək üçün maraqlı bir təcrübəyə malik olduğu, maliyyə, vergi, bank və kredit daxil olmaqla, 80-dan çox qanunu qısa müddət ərzində parlament tərəfindən qəbul etdiyi geniş şəkildə şərh edilmişdir. Həmçinin AXC iqtisadiyyatını yaxşılaşdırmaq və qısa müddət ərzində rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün gördüyü işlər barədə ətraflı məlumat verilmişdir. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin 100 illik yubileyi Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin 16 may 2017-ci il tarixli sərəncamı ilə hər il dövlət səviyyəsində qeyd edilir. Tarixə nəzər salsaq, Azərbaycan Xalq cümhuriyyətinin yaşadığı 23 ayda bir çox sahələrdə olduğu kimi sosial-iqtisadi inkişaf baxımından da ilkin müstəqil addımlar atdığının şahidi olarıq. AXC-nin yaranması ilə milli müstəqilliyin gerçəkləşməsi, başlıca siyasi-ideoloji dəyərlərə, eləcə də elmin humanitar sahələrinə yeni bucaqdan baxışı zərurətə çevirdi [3; s. 4].

Açar sözlər: cümhuriyyət, yubiley,iqtisadiyyat, mülkiyyət, sosial müdafiə.

Abstract: Azerbaijan Democratic Republic is the first democratic and parliamentary republic in the Muslim East, formed in the wreckage of the Russian Empire. ADR has an interesting experience in regulating the state's economy. More than 80 laws including finance, tax, banking and credit have been enacted by the parliament within a short period of time. ADR has done a lot of work to improve its economy and improve its competitiveness in a short period of time.

Key words: republican, anniversary, economy, property, social protection.

Резюме: Азербайджанская Народная Республика является первой демократической и парламентской республикой на мусульманском Востоке, образованной в пустыне Российской империи. АХС имеет интересный опыт в регулировании экономики государства. В течение короткого периода времени парламентом было принято более 80 законов, включая финансы, налоги, банковское дело и кредит. АХС проделал большую работу по улучшению своей экономики и повышению ее конкурентоспособности за короткий промежуток времени.

Ключевые слова: республиканский, юбилейный, экономический, имущественный, социальный обороны.

Xalq cümhuriyyətinin yaranmasından öncə Azərbaycan Rusiyanın tərkibində olduğu üçün onun iqtisadiyyatı Rusiya ilə bağlı olaraq, lazım olan bütün sənaye malları bilavasitə Rusiyadan idxal olunmuşdur. Rusiya ilə aparılan mübadilə prosesi daha çox Vladivastok dəmir yolu ilə, Azərbaycandan Rusiyaya aparılan məhsulların ixracı isə bilavasitə dəniz yolu vasitəsi ilə həyata keçirilirdi. Qeyd edək ki, Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti Azərbaycan Xalqının çar rusiyasına qarşı milli azadlıq mübarizəsi nəticəsində şimali Azərbaycanda yaranmış müstəqil dövlət hesab edilir [1; s. 11]. 1917-ci il oktyabr inqilabından sonra müstəqillik yoluna qədəm qoymuş Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti hökuməti çox ağır şəraitdə olmasına baxmayaraq, ölkənin iqtisadi durumunun yaxşılaşdırılması üçün çoxsaylı tədbirlər həyata keçirməyə başlayırdı. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti iqtisadiyyatın dövlət tərəfindən tənzimlənməsi istiqamətində maraqlı təcrübəyə sahib idi. Həmçinin Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti daxili və xarici iqtisadi fəaliyyətin tənzimlənməsi üçün qanunların hazırlanmasına, onların icra edilməsinə böyük əhəmiyyət verirdi. Fəaliyyət göstərdiyi qısa müddət ərzində parlament tərəfindən 80-dan çox qanun təkcə maliyyə, vergi, bank-kredit sahələrini əhatə edirdi. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti yarandığı çətin vəziyyətdən çıxış yolunu yalnız əmtəə mübadiləsi yolunda görürdü. Çünki, Azərbaycan Respublikasının ərzaq təhlükəsizliyinin qorunması və əmtəə mübadiləsinin həyata keçirilməsi üçün Cümhuriyyət hökumətinin 19 iyun 1918-ci il tarixli qərarı ilə bəzi malların ixracına qadağa qoymuşdur. Əmtəə mübadiləsinin nizamlı şəkildə həyata keçirilməsi məqsədilə Əmtəə mübadilə komitəsi təsis edilmişdir. Yeni yaradılmış qurum yüksək rəğbətlə qarşılanmış, ona böyük ehtiyac duyulduğu vurğulanmışdır. 16 mart 1919-cu il tarixində Azərbaycan Respublikasının Ticarət və sənaye nazirliyinin qərarı ilə əmtəə mübadiləsinin həyata keçirilmə qaydaları təsdiq edilməyə başladı. Bu qaydalara müvafiq olaraq xaricə ixrac olunacaq əmtəə malların siyahısı hazırlanaraq, aşağıdakı üç formada qruplaşdırılmışdır.

-ixracına icazə verilməyən mallar (məsələn, çörək, taxıl, dənli bitkilər, külçə və sikkə halında olan dəyərli metallar, odlu silah, güllə və s.);

-ixracına komitə tərəfindən icazə verilən mallar: məsələn, buraya daha çox qida məhsulları aid edilirdi;

-yerdə qalan digər mallar isə üçüncü qrupa daxil edilmişdir.

Qeyd edək ki, Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti dövründə Bakıda yeni kağız pullar-"Bakı bonları" buraxılmağa başlandı. Bu dövrə qədər əsasən "Nikolay" və Kerenski" pul vahidləri istifadə edilirdi. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin milli valyutası çox ağır inflyasiya şəraitində dövriyyəyə buraxılmışdı və demək olar ki, ölkə infilyasiyaya qarşı mübarizə aprırdı. Bu məqsədlə maliyyə, vergi,

bank sistemi ilə bağlı təxirəsalınmaz tədbirlər həyata keçirilməyə başlanıldı. İstifadədə 10, 25 və 50 manatlıq əsginazlar mövcud idi. 1919-cu ildən etibarən artan böhranın qarşısını almaq üçün hökumət məcburən 100 manatlıq və daha yüksək nominalı olan əsginazları dövriyyəyə buraxdı. 1919-cu ilin iyun ayı üçün manatın digər valyutalara görə məzənnəsinə diqqət yetirsək məlum olur ki, 1000 keren rublu – 1850 manat; 500 nikolay rublu – 1600 manat; Rusiya qızıl pulu – 420 manat; türk altını – 390 manat; Amerika dolları – 250 manat təşkil edirdi. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin Dövlət Bankı fəaliyyət göstərməyə başlayaraq, çevik vergi siyasəti yerinə yetirilməyə başlandı. Bununla əlaqədar olaraq, dövlət xərclərinin ixtisar edilməsi üçün tədbirlər görüldü. Nəsibəy Yusifbəyli qeyd edirdi ki, iqtisadiyyatın sağlamlaşdırılması pulun sağlamlaşdırılmasından asılıdır. Qeyd etdiyimiz kimi Cümhuriyyət dövründə inflyasiya gündən-günə yüksəlirdi və insanların rifahına təsir edirdi. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti dönəmində ən vacib siniflərdən olan fəhlə sinfinin həyat səviyyəsinin yüksəlməsi istiqamətində çoxsaylı tədbirlər həyata keçirilmişdir. "Müsavat" partiyasının əhalinin həyat şəraitini yüksəltmək üçün çoxsaylı təkliflər: fəhlələrin sığorta edilməsi, 8 saatlıq iş günü, azyaşlı uşaqların əməyə sərf edilməməsi, hamilə və körpə uşağı olan analara müxtəlif güzəştlərin edilməsi, fəhlələrə bir aylıq məzuniyyətlərin verilməsi və s. məqsədəuyğun tədbirlər həyata keçirilmişdir. Qeyd edilən dövrdə Azərbaycan üçün bu ideayalar yetərincə mütərəqqi hal hesab edilə bilərdi. Lakin bu məsələlər parlamentdə müzakirəyə çıxarılmamış, bununla bağlı M. Ə. Rəsulzadə öz narahatçılığını bildirmişdir. Bu dövrdə uğurlu beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin qurulması və inkişafı yeni müstəqillik əldə etmiş dövlət üçün çox əhəmiyyətli hal hesab edilirdi. Çox çətin olan bu vəzifələrin icrası Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin İstiqlal Bəyannaməsində öz əksini tapmışdır. Burada xarici ölkələrlə, qarşılıqlı iqtisadi münasibətlər yaratmaq, bu əlaqələri siyasi səviyyədə inkişaf etdirmək vacib məsələ kimi daima diqqət mərkəzində saxlanılırdı. Xarici iqtisadi əlaqələrin qurulmasında ilkin olaraq 26 dekabr 1918-ci ildə Gürcüstanla bağlanmış müqavilə öz əhəmiyyəti ilə seçilərək, müqaviləyə əsasən respublikaların ehtiyac duyduğu cox vacib məhsulların alınıb-satılması zamanı gömrük rüsumu tətbiq edilmirdi. AXC-nin yaranması bütün şərq aləmində, türk dünyasında yeni, demokratik prinsiplərə söykənən bir dövlətin yarandığını göstərirdi [5; s. 9].

Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti, həmçinin Rusiya ilə iqtisadi əməkdaşlığa müsbət baxaraq, Rusiya bazarından məhrum olmaq istəmirdi. Çünki bu dövrdə neft, pambıq və başqa ixrac məhsullarının satışında rus bazarı mühüm rola malik idi. Bununla əlaqədar olaraq, M. Rəsulzadə Rusiya ilə birbaşa əlaqələrin qurulmasının vacibliyini vurğulayırdı. Lakin Azərbaycanın müstəqilliyini tanımaq istəməyən bolşevik hökuməti öz münasibətini açıq bildirməsə də bu əlaqələrin formalaşmasında bilavasitə maraqlı deyildi. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti mövcud olduğu 23 ay müddətində özəl mülkiyyəti dəstəkləmiş, müstəmləkə dövründə olan ümumi mülkiyyətə qarşı çıxmışdır. 1919-cu ildə Azərbaycanın dövlət büdcəsi 665 milyon manat təşkil etmişdir. Onun əsas hissəsi neftdən əldə olunan gəlirə əsaslanırdı. Təhsilə 30 milyon manat, hərbi tələbata isə 80 milyon

manat sərf edilirdi. 1918-ci ilin mart hadisələri zamanı bir çox yaşayış yerləri erməni daşnaqları tərəfindən dağıdılması səbəbindən təxminən 130 milyon manat büdcə vəsaiti bərpa işlərinə ayrılmışdır. Həmçinin bunu da qeyd edək ki, bu dövrdə Azərbaycan daha çox aqrar sahələrə istiqamətlənmiş ölkə kimi tanınsa da iqtisadiyyatda aparıcı rol neft sektorunun payında düşürdü. Ulu Öndərin siyasi kursunu layiqincə davam etdirən Prezident İlham Əliyev xalqımızın tarixi keçmişinin öyrənilməsi kimi məsələləri daim diqqət mərkəzində saxlayır. Hər il 28 May - Respublika Günü münasibətilə Azərbaycan Prezidenti İlham Əliyevin adından rəsmi qəbullar təşkil olunur, bu əlamətdar günlə bağlı dövlətimizin başçısı xalqı təbrik edir. Bu il Şərqdə ilk demokratik respublikanın - Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin qurulmasının 100 ili tamam olur. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin yaradılmasını nəzərdə tutan 28 may 1918-ci il tarixli "İstiqlal bəyannaməsi"ndə müsəlman Şərqinin ilk müstəqil hüquqi dövlət ideyası yeni yaranmış dövlətin təməl prinsipi kimi önə çəkilmiş, bəyannamənin 6-cı bəndində insan hüquq və azadlıqlarının prioritetliyi, hər kəsin qanun qarşısında bərabərliyi prinsipi önə çəkilmişdir [4; s. 4].

Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin 100 illik yubileyinin qeyd edilməsi ilə bağlı Azərbaycan Respublikası Prezidentinin imzaladığı Sərəncama əsasən, Cümhuriyyətin yaradılmasının 100 illik yubileyi respublikada dövlət səviyyəsində geniş qeyd ediləcək. Dövlət başçısı tərəfindən 2018-ci ilin "Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti İli" elan edilməsi dövlətçilik tariximizə verilən yüksək dəyərin göstəricisidir. Dövlət başçımızın imzaladığı sərəncamlar ölkə ictimaiyyəti tərəfindən böyük məmnunluq və minnətdarlıqla qarşılanmışdır. Eyni zamanda, bu sənədlər mütəxəssislər qarşısında müsəlman Şərqinin ilk demokratik dövləti olan Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti haqqında tarixi faktların, sənədlərin, məlumatların geniş oxucu kütləsinə çatdırılması istiqamətində addımlar atmaq vəzifəsi də qoyur. Həmçinin bunu da qeyd etməliyik ki, Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin mədəniyyət quruculuğunda ən müxtəlif sahələr üzrə yüksək ixtisaslı mütəxəssislər hazırlamaq üçün müxtəlif imkanlardan istifadə edilmiş, vaxt itirilmədən bu sahədə milli kadrlar yetişdirilməsinə xüsusi səy göstərilmişdir. Yüz nəfər Azərbaycan türkünün Avropa ölkələrinə ali təhsil almağa göndərilməsi məsələsi ümumdövlət və ümumxalq işinə çevrilmiş,milli təhsil tariximizdə yeni bir səhifə açmış bu hökumət qərarı xalq tərəfindən rəğbətlə qarşılanmışdır [2; s. 15].

Göründüyü kimi, AXC-nin mövcudluğu dövrü tarixin ziddiyyətli və qarışıq dövrünə təsadüf edir. Belə ki, müstəqilliyini yenicə qazanmış AXC-ə qarşı Rusiya və Ermənistan tərəfindən hücumlar olurdu. Bütün bu addımlar AXC-nin beynəlxalq səhnəyə çıxmaması üçün idi. Lakin bütün bunlara baxmayaraq AXC sona qədər mübarizə apararaq dünyanın bir sıra dövlətləri tərəfindən tanınmasına nail oldu və öz adını tarixə yazdı. Cəmi 23 ay fəaliyyət göstərən Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti bir sıra mühüm qanunlar qəbul edib, siyasi, hərbi, hüquqi və iqtisadi islahatlar həyata keçirib. Azərbaycan tarixinə Məhəmməd Əmin Rəsulzadə, Fətəli Xan Xoyski, Əlimərdan bəy Topçubaşov, Nəsib bəy Yusifbəyli kimi şəxsiyyətlər bəxş edib. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti 27 aprel 1920-ci ildə Sovet

Rusiyasının Azərbaycanı işğal etmək üçün göndərdiyi XI Qızıl Ordu tərəfindən süquta uğradıldı, AXC-ni quranların bir hissəsi güllələndi, bir hissəsi sürgünə göndərildi, bir hissəsi isə məcburi mühacirətə getməli oldu. Azərbaycan düz 70 il Rusiyanın xalqlar həbsxanasında – SSRİ-nın tərkibində yaşamaq məcburiyyətində qalsa da azadlıq və müstəqillik uğurunda mübarizəsini davam etdirərək 1991- ci il oktyabrın 18- də yenidən öz müstəqilliyini bərpa etdi və hər il 28 may ölkəmizdə Respublika günü kimi qeyd olunur. Bu gün hər birimiz fəxrlə və qürurla deyirik: "Mən müstəqil, suveren Azərbaycan dövlətinin vətəndaşıyam!"

Məqalədə əsas tədqiqat obyekti olaraq, Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin mövcud olduğu qısa zaman ərzində dövlətin iqtisadiyatını inkişaf etdirmək, rəqabət qabiliyyətliliyini yüksəltmək baxımından çox vacib işlər gördüyü barədə ətraflı məlumat verilmişdir. Məqalədə həmçinin, Cümhuriyyətdə iqtisadi faktorların nə qədər vacib olduğunu qeyd etmək üçün M.Ə.Rəsulzadənin fikri: "milli və siyasi istiqlalların kökü iqtisadi istiqlaldır" diqqətə çatdırılaraq, vaxtın azlığı nəzərdə tutulan planları həyata keçirməyə imkan vermədiyi irəli sürülmüşdür.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti Ensiklopediyası. II cilddə.-Cild I. Bakı: "Lider nəşriyyat", 2005, 472 səh.
2. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti Ensiklopediyası. II cilddə.-Cild II. Bakı: "Lider nəşriyyat", 2005,472 səh.
3. Xaləddin İbrahimli. Azərbaycan mühacirəti tarixi. Bakı: "TEAS Press nəşriyyat evi", 2015, 264 səh.
4. İsaxan Vəliyev. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti dövründə hüquqi dövlət quruculuğu. 525-ci qəzet. - 2018.- 26 iyul. - № 133. - S. 4.
5. Nəsiman Yaqublu. Cümhuriyyət qurucuları. Bakı: "Nurlar" Nəşriyyat-Poliqrafiya Mərkəzi, 2018, 504 səh

Məhərrəm ZÜLFÜQARLI
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
mzulfuqarli@gmail.com

Sovet idarə sistemində saxta təbliğat və təşviqatın rolu
(Tarixşünaslığın təhlili)
The role of false propaganda and agitation in the Soviet system of government
(Analysis of historiography)
Роль ложной пропаганды и агитации в Советской системе управления
(Анализ историографии)

Xülasə: Məqalədə sovet idarə sistemində xüsusi əhəmiyyət verilən bir sahəyə, təbliğat və təşviqatın təşkilinə həsr olunub. Sovet hakimiyyətinin idarəetmə sistemində təbliğat və təşviqat önəmli yer tuturdu. Lakin çox zaman əhaliyə reallıqda uzaq, lakin sovet rejiminin xeyrinə olan saxta məlumatlar mütamadi olaraq verilirdi. Əhaliyə saxta məlumatlar əsasında belə bir rəy yaratmağa çalışırdılar ki, guya Dünyada ən sülhsevər dövlət sovet dövlətidir, insanların ən firavan yaşadığı cəmiyyət sosializm cəmiyyətidir. Öz işini yalan, saxta təbliğat və təşviqat üzərində quran sovet idarə sistemi dağılmağa məhkum idi. Buna görə də sovet idarə sisteminin bütün cəhdlərinə baxmayaraq XX əsrin 80-90-cı illərində geniş vüsət alan milli-azadlıq hərakatları nəticəsində bu sistem tarix səhnəsindən silindi.

Açar sözlər: sovet rejimi, tarixin saxtalaşdırılması, regional münaqişə, tarixşünaslıq

Abstract: The article is devoted to the organization of propaganda and agitation in the Soviet management system, which was given special attention. Propaganda and agitation occupied a very important place in the Soviet system of government. Periodically, the population was provided with far-fetched false information, which was in the hands of the state. On the basis of falsified information, the state tried to inspire the public that the most prosperous society is a socialist society. Built up on the basis of false propaganda and agitation, the Soviet system of government was doomed to failure. Therefore, in the 80-90s of the 20th century, despite all attempts to preserve the state, as a result of widespread national liberation movements, this system was erased from the historical scene.

Key words: Soviet regime, falsification of the history, regional conflicts historiography

Резюме: Статья посвящена организации пропаганды и агитации в советской системе управления, которым уделялось особое внимание. Пропаганда и агитация занимали очень важное место в Советской системе управления. Периодически населению предоставлялась

далекая от реальности ложная информация, которая была на руку государству. На основе фальсифицированной информации государство пыталось внушить населению, что самое процветающее общество –это социалистическое общество. Построивший свою деятельность на основе ложной пропаганды и агитации Советская система управления была обречена на провал. Поэтому в 80-90-х годах 20 века, несмотря на все попытки сохранить государство, в результате широко распространенных национально-освободительных движений, эта система была стерта с исторической сцены.

Ключевые слова: советский режим, фальсификация истории, региональный конфликт, историография.

Sovet hakimiyyətinin idarəetmə sistemində təbliğat və təşviqat önəmli yer tuturdu. Təbliğat və təşviqat vasitəsilə əhaliyə reallıqda uzaq, lakin sovet rejiminin xeyrinə olan saxta məlumatlar mütamadi olaraq verilirdi. Sovet tarixşünaslığında II Dünya müharibəsindən sonra ictimai-siyasi və iqtisadi vəziyyətin ildən-ilə yaxşılaşması, mövcud problemlərin qısa müddətə müvəffəqiyyətlə həll edilmsi geniş təbliğ olunurdu. Lakin son illərdə Azərbaycan tarixçılərinin tədqiqatlarında vəziyyətin sovet tarixşünaslığında göstəriləndən fərqli olduğu sübut olunub. Məsələn, E.İsmayılovun 2003-cü ildə nəşr olunmuş "Hakimiyyət və xalq. Azərbaycanda müharibədən sonrakı stalinizm" (1945-1953-cü illər) kitabında(6) müharibədən sonra Azərbaycanda vəziyyətin açınacaqlı olması ilə bağlı sovet tarixşünaslığında əksini tapmayan faktlar verilib. Kitabda qeyd olunur ki, Azərbaycan SSR Nazirlər Sovetinin "Kolxozlara, kolxozçulara və fərdi təsərrüfatlara taxılı və günəbaxanın sərbəst satışının qadağan edilməsi haqqında" qərarı (avqust 1946-cı il) əhalinin vəziyyətini daha da ağırlaşdırmışdı. Həmin qərarı pozan kolxoz sədrləri və dogər rəhbər işçilər məhkəmə məsuliyyətinə cəlb olunurdular. Sıravi kolxozçular və fərdi təsərrüfatçılar qərarı pozardılarsa birinci dəfə 300 manat cərimə, ikinci dəfə isə məhkəmə məsuliyyətinə cəlb olunma nəzərdə tutulurdu. Kitabda daha sonra göstərilir ki, müharibədən sonrakı Azərbaycan kəndindəki vəziyyəti öyrənmək üçün 1948-1949-cu illərə aid 24 kənd rayonundan hərbi qulluqçulara göndərilmiş 74 məktubdakı fikirlər maraq doğurur. Azərbaycan kəndlilərinin hərbi qulluqda olan övladlarına bu illərdə yazdıqları məktublarda deyilirdi:"Biz indi məhsul yığımına hazırlaşırıq, amma yığmağa bir şey yoxdur… Bizim həyatımız çox ağırdır, indi aclıq çəkirik", "İndiki zamanda bizim kəndimizdə eynilə əvvəlki kimi aclıqdır, insanlar aclıqdan getdiyi yerdə yıxılırlar", "Xalq korluq çəkir, heç kim öz həyatından razı deyil", "Bilmirik axırımız necə olacaq, əgər bir ay da belə davam etsə hamımız milçək kimi qırılıcığıq", "Bu il bir qram da taxıl verməyəcəklər, kartof da çox azdır, işlər çıxılmaz vəziyyətdədir. Gənclər hamısı şəhərə qaçır", "Çox pis yaşayıram, mənim vəziyyətimdə olmaqdansa həbsxanada olmaq daha yaxşıdır", "Çörək çatmır, almağa da pul yoxdur, ağırdır, uşaqlar yemək istəyən dəqiqədə ölmək istəyirəm. Özüm haqqında danışmağa dəyməz" və s. (6,s.23 -24).

Şəhərdə də vəziyyət ürək açan deyildi. Dövlət Təhlükəsizlik Nazirliyinin 1948-ci ilin iyun və dekabrında tərtib etdiyi "Sənayedə çalışan fəhlələrin şikayətləri"nə dair məlumatında bəzi faktlara diqqət yetirək: "Maaşların verilməsində işlər çox pisdir… İndi 10-11 saat işləmək lazım gəlir, lakin artıq işlədiyimiz vaxtların haqqı ödənmir", "İş şəraiti dözülməzdi. Bəzi adamlar özbaşına işdən çıxmağa cəhd edirlər, lakin onları tapıb mühakimə edirlər", "Hər şey qulların vəziyyəti kimidir" və s. (6,s.26-27).

Sovet tarixşünaslığında 1947-1952-ci illərdə beş dəfə qiymətlərin aşağı salınması çox geniş təbliğ olunsa da reallığı əks etdirən alternativ faktlar da mövcuddur. Məsələn, arxiv sənədlərində deyilir: "Qiymətləri 300 faiz artırır, 30 faiz aşağı salır və bütün dünyaya hay-küy salırlar", "Bu qiymət aşağı salma məsələsi ilə bizi idarə edənlər xalqı öz tərəfinə çəkmək istəyir. Bu alverçilərin tədbiridir", "Bu qiymət aşağı salma mənə nə verir. Malların qiyməti qramla, əməkhaqqı isə kiloqramla aşağı salınır", "Gülməlidir, amma bütün ay boyu danışacaqlar, necə ki, seçkilərdən danışırlar, bütün bunlardan hamının artıq ürəyi bulanır" və s. (6,s.31-32).

Müharibədən sonrakı dövrdə ərazaq qıtlığı ilə bağlı açınacaqlı vəziyyətin olduğunu müasir dövrdə əhalinin yaşlı nəslin nümayəndələri də təsdiq edir. Yaşlı nəslin nümayəndələri onlarla aparılan şifahi sorğular zamanı müharibə dövründə ərzaq qıtlığı nəticəsində əhali arasında açından ölmə hallarının artması, hətta insanların ictimai yerlərdə oturduqları vəziyyətdə birdən-birə ölməsi, 1946-cı ililn yazında, cincilim, ətəppəyi kimi bitkilərin bol olmasının insanların bir hissəsini acından ölməkdən xilas etməsi və digər məsələlər haqqında məlumat verirlər.

A.A.Hüseynovun rus dilində çapdan nəşr olunan "Sənayeləşdirilmənin Lenin yolu ilə-Kommunist Partiyasının müharibədən sonrakı illərdə yeni sənaye mərkəzlərinin yaradılması və inkişafı uğrunda mübarizəsi" adlı kitabı (528) ikinci dünya müharibəsindən sonra Azərbaycanda yeni sənaye mərkəzlərinin yaradılmasına həsr olunub. Müəllif yeni sənaye mərkəzlərinin yaradılmasını Kommunist Partiyasının Azərbaycan SSR-ə göstərdiyi qayğının bariz nümunəsi, yeni yaradılan sənaye mərkəzlərinə SSRİ-nin müxtəlif yerlərindən digər millət və xalqların nümayəndələrinin köçürülməsini qardaşlıq yardımı, xalqlar dostluğunun təcəssümü hesab etmişdi.

Y.Qasımovun rus dilində nəşr olunmuş "Azərbaycan Kommunist Partiyasının müharibədən sonrakı illərdə ağır sənayeni inkişaf etdirmək uğrunda mübarizəsi" adlı kitabında (7) müharibədən sonra Azərbaycanda ağır sənayenin inkişaf etdirilməsi, yeni sənaye mərkəzlərinin yaradılmasında müxtəlif millət və xalqların nümayəndələrinin iştirak etməsi kommunist partiyasının xalqa qaygısı kimi təqdim olunub.

Lakin sovet tarixçilərinin əksinə olaraq burjua alimləri bu dövrdə Azərbaycanda yeni sənaye mərkəzlərinin yaradılmasını Azərbaycana qayğı deyil, yeni müstəmləkəçilik siyasətinin tərkib hissəsi

kimi qiymətləndirirdilər. Məsələn, burjua alimi Kolars o zaman yazırdı:“Azərbaycanda rus müstəmləkəçiliyi... davam edəcəkdir, ona görə ki, sənaye Bakıdan başqa yerlərə: Kirovabada-qədim Gəncəyə, Daşkəsənə, Mingəçevirə, Sumqayıta keçirilmişdir. Daşkəsənin ilk mədənçiləri Ukraynadan gəlmişdir. Sumqayıt inşaatçıları Xarkovdan, Moskvadan, Leninqraddan və Çelyabinskdən çağrılmışlar.” (2,s.172)

Əslən azərbaycanlı, o zaman Türkiyədə mühacirətdə yaşayan, tarixçi H.Baykara isə demişdir:“Rusiyadan Azərbaycana rus kəndlisini zorla köçürmək yetməyirmiş kimi, Azərbaycanda tikilən hər bir fabrikaya minlərlə rus, ailələri ilə birlikdə köçürülməkdədir. Buna da Azərbaycanda sənaye yüksəlişi adı verilir.”(2,s.173)

Sovet reyiminin yeritdiyi ruslaşdırma, zorakı assimliyasiya siyasəti nəticəsində bir sıra xalqlar tarix səhnəsindən silinmişdir. Bu prosesi sovet təbliğatı tamamilə saxtalaşdıraraq yanlış şəkildə xalqa təqdim edirdi. A.Avtorxanov öz əsərində SSRİ-də xalqların zorakılıqla assimiliyasiyaya uğradılmasının səbəblərini araşdıraraq bunun nəticəsində 1926-cı ildə SSRİ-də yaşayan 194 millət və xalqın sayının azalaraq 1979-cu ildə 119-a endiyini, yəni sovet siyasətinin nəticəsində 73 millət və xalqın tarix səhnəsində süni şəkildə silindiyini qeyd edib.(4, s.139-140)

Bu cür faktlar sovet tarixşünaslığında da öz əksinin tapmışdı. Məsələn, E.A.Baqramov, J.Q.Qolotvin, E.V.Tadevosyanın 1988-ci ildə Moskvada, rus dilində nəşr olunmuş “Beynəlmiləl və vətənpərvərlik tərbiyənin, milli münasibətlərin inkişafının aktual problemləri” kitabında qeyd olunur ki, 1926-cı ildə SSRİ-də 200 millət və xalq yaşayırdısa, 1939-cu ildə onların sayı 140-a, 1959-cu ildə 126-ya, 1970 və 1979-cu ildəki siyahıya almada isə onların sayı 119-a enmişdir. Burjua tarixşünaslığından fərqli olaraq sovet tarixşünaslığında bu prosesin xalqların inteqrasiyası, nisbətən kiçik xalqların böyük xalqlarla qaynayıb-qarışması nəticəsində baş verdiyi, bunun heç bir kənar müdaxilə olmadan təbii proses olduğu xüsusi vurğulanır.

Sovet xalqı pərdəsi altında ruslaşdırma siyasətini tənqid edən M.Ə.Rəsulzadə yazırdı: “Azərbaycanda rus-bolşevik hakimiyyətinin ruslaşdırma siyasəti iki şəkildə təzahür edir: iqtisadiyyatda mərkəzləşdirmə, mədəniyyətdə ruslaşdırma”. (3,s.98)

Saxta təbilağat maşının gecə-gündüz işləməsinə baxmayaraq sovet dövründə Azərbaycana qarşı yeridilən ayrı-seçkilik siyasətinin nəticələri XX əsrin 80-ci illərində üzə çıxmağa başladı. Məsələn, Azərbaycanın milli gəlirinin ildə orta hesabla 20-25 faizinin İttifaq fondunun yaradılmasına sərf edildiyi halda respublika həyat səviyyəsinin əsas göstəricilərinə görə SSRİ üzrə orta səviyyədən 1,7 dəfə geri qalırdı. Ermənistan isə İttifaq fondunun yaradılmasına milli gəlirin 8,2 faizini, Gürcüstan 7,6 faizini, Ukrayna 4,8 faizini, Belorus 14 faizini, Moldova 6,9 faizini, Türkmənstan isə 2,9 faizini verirdi. Yalnız 1970-1988-ci illərdə Azərbaycan İttifaq fonduna 30 milyard manatdan çox vəsait

vermişdir. Buna baxmayaraq 1987-ci ilin statistik məlumatına görə hər min nəfərə düşən avtomobillərin sayı Litvada 108, Estoniyada 107, Gürcüstanda 84, Azərbaycanda isə cəmi 32 idi. Xəstəxanalarla təmin olunma dərəcəsinə görə Azərbaycan SSRİ -nin 15 respublikası içərisində 14-cü yeri tuturdu. Bundan başqa 1989-cu ildə azərbaycanlıların sayı estonlardan təxminən 6 dəfə, litvalılardan 2 dəfə, gürcülərdən isə 1,7 dəfə çox olmasına baxmayaraq eston dilində 13,3 milyon nüsxə tirajla 1319 adda, litva dilində 20,5 milyon tirajla 2075 adda, gürcü dilində 16,1 milyon nüsxə tirajla 1383 adda, Azərbaycan dilində isə cəmi 11,3 milyon nüsxə tirajla cəmi 793 adda kitab çap olunmuşdu. Həmin ildə eston dilində 116, litva dilində 105, gürcü dilində 61 mətbu orqan nəşr olunduğu halda, Azərbaycan dilində cəmi 55 adda dövrü mətbuat nəşr olunmuşdu. (1, 14 sentyabr 1989-cu il).

Faktlar göstərir ki, öz işini yalan, saxta təbliğat və təşviqat üzərində quran sovet idarə sistemi dağılmağa məhkum idi. Sovet idarə sisteminin bütün cəhdlərinə baxmayaraq XX əsrin 80-90-cı illərində geniş vüsət alan milli-azadlıq hərakatları nəticəsində bu sistem tarix səhnəsindən silindi.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. “Kommunist ”qəz., Bakı (azərb. dilində).
2. Köçərli T. Tarixi saxtalaşdıranlar əleyhinə. Bakı, Azərnəşr, 1972, 183 s.
3. Rəsulzadə M.Ə. Çağdaş Azərbaycan ədəbiyyatı. Çağdaş Azərbaycan tarixi. Bakı,Gənclik,1991,110 s.
4. Авторханов А Империя кремля. Советский тип колониализма. Минск, Дружба народов, 1991, 107 с.
5. Гусейнов А. А. По ленинскому пути идустриализации-борьба коммунистической партии за созидание и развитие новых индустриальных центров в Азербайджанской ССР. Баку, Азернешр, 1964, 197 с.
6. Исмаилов Е. Р. Власть и народ. Послевоенний сталинизм в Азербайджане. 1945-1953. Баку, «Адилоглы», 2003, 344 с.
7. Касумова Я. Борьба Компартии Азербайджана в развитие тяжелый промышленности после военной период. Баку, 1971, 201 с.

Minəxanım ƏSƏDOVA

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

minaxanim.asadli@mail.ru

Mədəni irsin təbliğində memorial muzeylərin əhəmiyyəti və turizmdə rolu

Важность мемориальных музеев в пропаганде культурного наследия и их роль в туризме

Significance of memorial museums in popularization of cultural heritage and their role in tourism

Xülasə: Məqalədə memorial muzeylərin yaradılmasının əhəmiyyəti, fərqli cəhətləri izah olunur. Ölkəmizdə fəaliyyət göstərən muzeylərlə yanaşı bölgələrdə də mövcud olan xatirə muzeylərinin işi təhlil edilir. Bu müəssisələrin turizm sahəsində əhəmiyyəti izah edilir. Muzeylərdə mədəni xidmətin səviyyəsini yaxşılaşdırmaq üçün təkliflər verilir.

Açar sözlər: muzey, xidmət, memorial, turizm, əhəmiyyət.

Резюме:В статье рассматривается важность создания мемориальных музеев и их отличительные черты. Наряду с действующими в нашей стране музеями, анализируется также деятельность региональных мемориальных музеев, рассматривается их важность в сфере туризма. Предлагаются пути улучшения культурных услуг в музеях.

Ключевые слова: музей, услуга, мемориальный, туризм, значение.

Abstract: Importance of memorial museums creation and their distinguishing features are determined in the article. Along with the working museums in the country memorable museums of the regions are also been researched. It is analyzed significance of these objects in tourism industry. There are brought suggestions concerning the cultural services improvement in museums.

Key words: museum, service, memorial, tourism, significance.

Xalqımız güclü ənənəvi mədəniyyətə, adət və ənənələrə, qonaqpərvərliyə malikdir. Azərbaycanda mədəni turizmin inkişafı, onun həm milli, həm də beynəlxalq səviyyədə tanınması üçün bir sıra tədbirlər həyata keçirilir. Bu mənada mədəni turizm obyektləri içərisində muzeylərin xüsusi yeri var. Muzey hər bir xalqın tarixi, maddi və mənəvi dəyərlərinin, mənəviyyatının saxlandığı, qorunduğu, tədqiq və təbliğ olunduğu mədəniyyət müssisəsidir. Muzey həm elm, maarif, tərbiyə, həm də müasir yanaşmada əyləncə məkanıdır. Muzeylər sənədli, maddi, təsviri, incəsənət dəyərlərində ifadə olunan, bəşəriyyət tarixi haqqında çox böyük sayda informasiyanı qoruyub saxlayır. Unikal fondlar, kolleksiyalar, nadir nəşrlər haqqında məlumatlar muzey işçiləri tərəfindən böyük qayğı ilə

nəsldən-nəslə ötürülür və muzey sənədlərində toplanılır. Bu gün bu qiymətsiz informasiyanı qoruyub saxlamaq bizim borcumuzdur.

Müasir dövrdə bölgələrdə də maraqlı muzeylər fəaliyyət göstərir. Tarix diyarşünaslıq xatirə və ev muzeyləri, müxtəlif profilli muzeylər, Heydər Əliyev mərkəzləri fəaliyyət göstərir. Bu istiqamətdə yerli icra hakimiyyətləri tərəfindən məqsədyönlü iş aparılır. 2009-2010-cu illərdə Ağstafa rayonunda Heydər Əliyev Mərkəzi, Ağsu rayonunda Heydər Əliyev muzey-mərkəzi və Yasamal rayonunda Heydər Əliyev muzeyi yaradılıb. Böyük öndərin xatirəsinə həsr olunmuş muzeylərdə yeni ekspozisiyalar yaradılır, kompyuter-informasiya mərkəzləri, kitabxana, sərgi sahələri açılır. Ötən il Qubada Tarix Diyarşünaslıq muzeyinin filialı kimi "Şəhidlər muzeyi" fəaliyyətə başlayıb. Naxçıvanda Şahtaxtinskilər muzeyi və Xan sarayı dövlət tarixi memarlıq muzeyi yaradılıb.[7]

Bölgələrdə təkcə yerli və respublika səviyyəli deyil, beynəlxalq səviyyəli tədbirlərin təşkili xoş ənənəyə çevrilmişdir. Bakıda çox sayda xatirə və ev muzeyləri fəaliyyət göstərir. Xatirə muzeyi - memorial muzey, ev-muzeyi, mənzil-muzey də adlandırılır. "Xatirə muzeyi" anlayışı ilə "Mənzil və yaxud ev muzeyi" anlayışları arasında müəyyən fərqlər var. Belə ki, mənzi muzeyi yalnız həyatına və yaradıcılığına həsr olunuş şəxsiyyətin yaşadığı evdə təşkil olunmalıdır. Xatirə muzeyi isə istənilən məkanda təşkil oluna bilər. Amma ekspozisiyanın quruluşu, ondun təşkili məsələləri hər iki halda eyni ola bilər. Adətən şəxsin doğulduğu, bütün ömrünü və ya həyatının müəyyən illərini yaşadığı, yaxud həmin şəxslə bağlılığı olan yerdə (evdə, mənzildə, iş otağında və s.) yaradılır. Mühüm tarixi hadisələrlə bağlı yerlərdə yaradılan muzeylər xatirə kompleksləri adlandırılır. Xatirə muzeyinin profili həmin şəxsin fəaliyyət sahəsinə uyğun müəyyən edilir. Məsələn ədəbiyyat, musiqi, incəsənətin müxtəlif sahələri ilə məşğul olan şəxsin ev muzeyi təşkil olunarkən həmin muzeyin ekspozisiya zalı da bu prinsipə uyğun olaraq tərtib olunur. Ümumiyyətlə istənilən memorial muzey adına həsr olunmuş şəxsiyyətin mühiti, sosial vəziyyətinə və mühitinə uyğun təşkil olunmalıdır.

Respublikamızın muzey şəbəkəsində görkəmli şəxsiyyətlərin xatirə muzeyləri yerləşdikləri əraziyə görə paytaxt və regionlarda yerləşən xatirə muzeylərinə bölünür.

Bakıda Üzeyir Hacıbəylinin, Səməd Vurğunun, Cəfər Cabbarlının, Cəlil Məmmədquluzadənin (həm də Naxçıvan Muxtar Respublikasında), Bülbülün, Hüseyn Cavidin, L. və M. Rostropoviç- lərin, Nəriman Səid Ordubadinin, Yusif Məmmədəliyevin, xatirə muzeyləri həmin şəxsiyyətlərin həyatı və fəaliyyəti ilə bağlı materialların toplandığı, qorunduğu, öyrənildiyi və təbliğ olunduğu mədəniyyət müəssisələri, eyni zamanda, bu şəxsiyyətlərin xatirəsini əbədiləşdirən müqəddəs yerlərdir [5.s.25-26].

Respublikamızın xatirə muzeyləri sırasında şair və yazıçılara həsr olunmuş ədəbi-xatirə muzeyləri çoxluq təşkil edir. Ədəbi-xatirə muzeyləri kompleksinə yazıçının yaşamış olduğu ev, mənzil, malikanə, onun şəxsi əşyaları, əlyazmaları, müxtəlif sənədləri, sağlığında nəşr olunmuş kitabları, yaxud yaradıcılığına həsr olunmuş tədqiqat işləri və s. daxildir. Xatirə muzeyi yaradılarkən həmin şəxsiyyətin yaşadığı şəraitin bərpa olunmasına əməl edilməsi xüsusi tələb kimi qarşıya qoyulur.

«Memorial» sözünün əsasını təşkil edən «memoria» latın sözüdür, Azərbaycan dilində «xatirə» sözünə uyğun gəlir. Xatirə muzeyinin əşyaları da təbii ki, həmin şəxsiyyətin həyatı və fəaliyyəti ilə bağlı olur. Buraya ilk növbədə muzeyin yaradıldığı yer (ev, mənzil, malikanə, iş otağı və s.) daxildir.

Təcrübə göstərir ki, yaşadığı müddətdən asılı olmayaraq həmin yerdə xatirə muzeyi yaradılır və tamaşaçılar tərəfindən rəğbətlə qarşılanır. Ona görə ki, mənsub olduğu xalqa başucalığı gətirən, öz xalqının tarixində və taleyində önəmli rol oynayan, elminin və mədəniyyətinin inkişafına dəyərli töhfələr verən şəxsiyyətlərin adı ilə bağlı hər bir məkan müqəddəs tutulur.

Buraya gələn hər bir tamaşaçıda xoş hisslər, duyğular yaranır, şəxsiyyətin xatirəsi böyük ehtiramla yad edilir.

Respublikamızda sovet dövrünə aid oan ilk xatirə muzeyi – böyük Azərbaycan yazıçısı və filosofu M.F.Axundovun ev-muzeyi 1940-cı ildə yaradılıb. Yazıçı burada uşaqlıq Cəfər Cabbarlının Bakıda və Xızıda, Cəlil Məmmədquluzadənin Bakıda və Nehrəmdəki (Babək rayonu, Naxçıvan) xatirə muzeylərininin tarixi də xüsusi maraq doğurur Cəfər Cabbarlı Xızıda anadan olub, daha sonra ailənin Bakı şəhərinə köçməsi ilə əlaqədar olaraq yazıçının bütün ömrü bu şəhərlə bağlanıb. Onun Bakıdakı ev-muzeyinin yerləşdiyi binanı yazıçının özü tikdirib.

1890-cı illərdə böyük yazıçı Cəlil Məmmədquluzadə Nehrəm kənd məktəbində müəllim işləyib və burada diyarşünaslıq muzeyi təşkil edib. Muzeydə Azərbaycan tarixinə aid, habelə etnoqrafik materiallar toplanmışdı. Cəlil Məmmədquluzadə bu sahədə fəaliyyətinə görə Xalq məktəbləri müdiriyyətinin təşəkkürünü alıb.[6] Bu gün Naxçıvan Muxtar Respublikasında yazıçıçnın adı ilə bağlı yerlərdə yaradılan üç xatirə muzeyi fəaliyyət göstərir. Bu muzeylərdən biri Cəlil Məmmədquluzadənin doğulub boya-başa çatdığı Naxçıvan çəhərində, digər ikisi isə ədibin müəllimlik etdiyi Babək rayonunun Nehrəm kəndindədir.

Yazıçının Bakı şəhərində yaradılmış xatirə muzeyi də özündə maraqlı tarix yaşadır. Məlumdur ki, C.Məmmədquluzadə eyni zamanda, Azərbaycanda ilk satirik jurnalın, bütün Yaxın Şərqdə geniş yayılmış və şöhrət qazanmış «Molla Nəsrəddin»in yaradıcısı

və naşiri olub. Jurnal əvvəllər Tiflisdə (1906-1917), sonra Təbrizdə (1921), daha sonra Bakıda (1922-1931) nəşr olunub.

Azərbaycan Xalq Komissarları Sovetinin sədri Nəriman Nərimanov 1921-ci ildə Cəlil Məmmədquluzadəni Bakıya dəvət edib və həmin il iyunun 21-də indi muzeyin yerləşdiyi mənzilin açarını şəxsən özü ona təqdim edib. Jurnal Bakıda nəşr olunarkən onun redaksiyası da, mətbəəsi də elə burada, Mirzə Cəlilin mənzilində yerləşirdi. Bu mənzil Cəlil Məmmədquluzadə ilə yanaşı, digər «Molla Nəsrəddin»çilərin də xatirəsini özündə yaşadır. Görkəmli yazıçı, tədqiqatçı-alim və pedaqoq Mir Paşayevin ömür yolunun müəyyən hissəsi Gəncə ilə bağlıdır. O, 1908-ci ildə Cənubi Azərbaycanın Ərdəbil şəhərində doğulub, atası Gəncəyə köçdüyündən uşaqlığı və gənclik illəri burada keçib. 1918-1919-cu illərdə Gəncə şəhərində ibtidai təhsil alıb, daha sonra Gəncə Darülmüəllimində oxuyub (1924-1928).

İndi Gəncədə ədibin ev-muzeyi fəaliyyət göstərir. Burada onun həyatı və yaradıcılığı ilə bağlı ekspozisiya yaradılıb. Əlbəttə, xatirə muzeylərində qorunan və nümayiş etdirilən xatirə əşyaları da xüsusi maraq doğurur. Ümumiyyətlə, Xatirə muzeylərinin özünəməxsus cazibəsi olur. Muzeyə daxil olarkən sanki o dövrün abhavası ilə tanış olursan. Bir şəxsin simasında keçmişin mədəni mühitini bir daha təsəvvür edirsən. Bu mənada dünya muzeyşünaslığında xatirə muzeylərinə çox önəm verilir. Məsələn Londonda yerləşən Şerlok Holms Muzeyi bu mənada çox maraqlıdır. Əvvəla muzeyin yerləşdiyi ərazidə hər şey metro, küçə və s. Şerlok Holmsun adınadır. Metrodan Muzeyə qədər hər 50 metrdən bir istiqamət işarələri ziyarətçini asanlıqla gətirib muzeyə çıxarır. Londonda çox məşhur və böyük muzeylər olmasına baxmayaraq bu məkan çoxlu ziyarətçisi və gəliri ilə fərqlənir. Muzeydə tərtibatı eynən filmdə gördüyümüz səhnə kimi qurulmuşdur. Əməkdaşlar isə filmdəki obrazların geyimində və qrimində ziyarətçiləri qarşılayır. Bu da muzeyə turist axınına səbəb olur. Memorial muzeylərin turizmdə əhəmiyyəti böyükdür. Bu işi daha da yaxşılaşdırmaq üçün ilk növbədə muzeyin reklamını təşkil etmək lazımdır. Müasir dövrdə Azərbaycan muzeylərini turizmə daha yaxşı cəlb etmək üçün təklif edirəm: Milli mədəni turizm strategiyasını və onun meyarlarını daha da inkişaf etdirmək; Muzeylərdə mədəni xidmətin səviyyəsini yaxşılaşdırmaq, mənzərəli yerlər və muzeyləri turist xidmətlərilə əhatə etmək, mədəni məlumatlılığın, qiymətləndirmə və monitorinqin, Azərbaycan mədəni marşrutlarının genişlənməsini təşkil etmək; İnformasiyalar yaymaq; tərcümələr, soraq kitabçaları, kataloqların nəşrini təşkil etmək və s. Ümidvarıq ki, bu təkliflərin həyata keçirilməsi müasir dövdə Azərbaycan muzeylərində mövcud olan xidmətin aktual problemləri həll olunmasına kömək edəcək və Mədəni irsin təbliğində memorial muzeylərin əhəmiyyəti və turizmdə rolunu artıracaq.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Azərbaycan Respublikası dövlət muzeylərində saxlanılan muzey sərvətlərinin uçotu və mühafizəsinə dair təlimat. B., 1996
2. Azərbaycanda mədəniyyət siyasəti. B: 2003.
3. Abdulla Şaiqin Məzil Muzeyi.B. 2011 s
4. Muzeyşünaslıq. Dərslik. B: 2002.
5. Kataloq Azərbaycanın memorial xatirə muzeyləri (dərslik). Bakı, 2009
6. Əsədova M.R.Memorial muzeylərin fəaliyyəti (metodik tövsiyə) Bakı, 2017
7. Heydər Əliyev və Muzeylərimiz.B.1999
8. XXl əsrin muzeyi: problemlər, perspektivlər. B., 2007
9. Музейное дело. Л: 1983,
10. Некоторые вопросы проектирования музейной экспозиции. Б., 1991
11. Практика хранения коллекций в местных художественных музеях. М: 1970.
12. Управление музеем (практическое руководство) . 2004
13. http://www.azerbaijans.com

Emin QULIYEV
Volqaətrafı Dövlət Texnologiya Univerisiteti
eminquliyev.1977@mail.ru

Mədəni Dəyərlərin Cəmiyyətin İqtisadi İnkişafına Təsiri

Влияние Культурных Ценностей на Экономическое Развитие Общества

The Effects Of Cultural Values To The Economic Development Of Society

Xülasə: Məqalədə Mədəniyyət və mədəni dəyərlərlə iqtisadi ünsürlərin qarşılıqlı təsiri araşdırılmış və dövlətin, cəmiyyətin qloballaşan dünyada öz dəyərlərini qorumaqla dünyaya inteqrasiyası təhlil edilmişdir.

Açar sözlər: idarəetmə mədəniyyəti, mədəniyyət, iqtisadi inkişaf, klasterlər

Abstract: The article examines culture, the interaction of cultural values and economic elements and analyzes the inteqration of the state and society into the world by protectinq its values in the qlobalizinq world.

Key words: management culture, culture, economic development, clusters

Резюме: В статье рассмотрено взаимодействие культуры, культурных ценностей и экономических элементов, была проанализирована интеграция государства и общества в глобализирующийся мир с учетом сохранения своих ценностей.

Ключевые слова: культура управления, культура, экономическое развитие, кластеры.

Bazar münasibətləri şəraitində qarşıda duran ən mühüm vəzifələrdən biri də müasir idarəetmənin nəzəri və metodoloji problemlərini araşdırmaq və həll etməkdir. Çünki, elə bir sahə yoxdur ki, orada idarəetməyə ehtiyac olmasın. İdarəetmə insanların fəaliyyətini istiqamətləndirmək və onların davranışlarının əsaslarını yaratmaqla məqsədə nail olmaq bacarığı olub, insan fəaliyyətinin bütün sahələrinə aid edilə bilər.

Bazar münasibətlərində baş verən dəyişikliklər iqtisadi sistemin mahiyyətini dəyişdirərək bütövlükdə idarəçilik münasibətlərində də dəyişikliklər etməyə sövq edir. İdarəetmə münasibətlərində dəyişiklik isə yeni bazar münasibətləri şəraitində idarəetmənin təkmilləşdirilməsini və inkişafını nəzərdə tutur. Bu mövzunun aktuallığı onunla xarakterizə olunur ki, idarəetmənin təkmilləşdirilməsinin və inkişafının əsasında müasir idarəetmə nəzəriyyələrinin və konsepsiyalarının formalaşdırılması və inkişafı durur.

İdarəetmənin tarixi dövrləri idarəetmə elminin formalaşması və inkişafında mühüm rol oynamışdır. Çünki idarəetmənin bu tarixi dövrlərində idarəetmə elminin müxtəlif tərəfləri öyrənilmiş, bu sahədə tədqiqatlar aparılmış və problemlər araşdırılmışdır. İdarəetmə elminin hazırki səviyyəyə gəlib çıxmasına idarəetmənin tarixi dövrləri ciddi təsir göstərmişdir. Amma onun təsiretmə xüsusiyyətləri və icra mexanizmi başqa cür olmuşdur.

İdarəetmə mədəniyyəti - idarəçilik strategiyası, texnologiyası, etikası, sosiologiyası və estetikasını daxil edən, elmi cəhətdən əsaslanmış idarəçilik fəaliyyətini nəzərdə tutur (3, s.68). İdarəetmə mədəniyyətin bir ünsürüdür.

Mədəniyyət ümumən və mənası baxımından xalqın yaradıcılığı və quruculuğunun, həyat tərzinin bütün aspektlərdə, bütün fəaliyyət sahələrində əks olunma normasıdır. Özündə etik-estetik davranışları əks etdirən norma və qaydalardır. Mədəniyyət bu baxımdan harmonik, sistemli və ədalətli davranışdır. Mədəniyyət sahələrdə əks olunan vərdişlərdir. Əxlaq və estetika qaydalarıdır. Vərdişlərin gələcək zamanlarda (tarixə baxdıqda həm də mövcud zamanda) obrazlı şəkildə ifadə olunmasıdır. Yaradıcılıq və quruculuq istək və arzulardan ibarətdir. Yaradıcı və qurucu şəxslər həm hər hansı bir hadisəni xəyali olaraq təsvir edirlər, həm də öz istəklərini, arzularının reallaşmasını təmin edirlər. Bu prosesdə Mədəniyyət vasitələri təsdiq olunan və özün təsdiqləyən vasitələrdir.

Bu yanaşma demokratik ölkələrdə yayılan istehsalın idarə edilməsi elminə əsaslanır. İkinci dünya müharibəsindən sonrakı dövrdə Yaponiyanın inkişafının əsas amillərini təhlil edərək, N.İ. Konrad ölkənin dövlət həyatında Qərbin kapitalist iqtisadiyyatı şəraitində yaranan istehsal idarəçiliyi

elminin mühüm strateji yer tutduğuna xüsusi diqqət yetirdi. Bu elmin əsas komponentləri: sənaye mühəndisliyi (İndustrial Engineering), operativ tədqiqat (Operations Reshearch), işin idarəetmə psixologiyası (Management Psychology), ictimai münasibətlər (Public Relations) və dizayndır (Design). İnkişaf etmiş ölkələrdə bu elmin sürətli inkişafı, həm elmi-texniki inqilabın inkişaf tələbləri, həm də demokratikləşmə proseslərinin dərinləşməsi ilə şərtlənmişdi.

Uğurlu təşkilat idarəçiliyi mədəni eynilik, dəyərlər sistemi, inkişaf maraqları və məqsədləri əsasında kollektiv üzvlərinin vəhdəti və həmrəyliyinin təmin edilməsini nəzərdə tutur. Təşkilatın peşəkarlığı və əməkdaşların etikasını əhatə edən mədəni səviyyəsi onun effektivliyinin təyinedici amilidir. Bu və ya digər təşkilatın mədəniyyəti onun xarakteri, davranış psixologiyası və motivlərində, ideyaları, əqidələri, ənənələrində, rəhbərin və işçilərin aurası və iş metodlarında əks olunur. Təşkilat mədəniyyəti keyfiyyəti bir çox cəhətdən insanların sosial mənşəyi və dəyərlər sistemindən, onların həyat fəaliyyəti fəlsəfəsi və texnologiyalarından asılıdır.

Bu gün cəmiyyəti gücləndirməyə yönəldilmiş bütün səylər, müdaxilə edilə bilinəcək maddi ünsürlərə olduğu qədər bəşəri ünsürlərə də yönəlmək məcburiyyətindədir. İnkişaf sadəcə kapital deyil, insan kapitalına da əsaslandığı zaman bütünlük kəsb edən və əlçatan bir hədəf halını alır. Qloballaşan dünyada ölkəmiz xaricdə yaşayan yüz minlərlə vətəndaşlarımızla birlikdə dəyərləndirilirsə, xarici təsirlərə ancaq öz mədəni dəyərlərinə sahib çıxaraq, mədəniyyətimizin təhrif edilməsinə və sahiblənilməsinə qarşı milli xarakterilə müqavimət göstərəcək, birlik və bərabərliyini qoruyub saxlaya biləcəkdir. Cəmiyyət inkişaf etdikcə dövlət iqtisadi və sosial inkişafın kəmiyyəti ilə olduğu qədər keyfiyyəti ilə də maraqlanmaq məcburiyyətindədir. Bu mənada dövlətin mədəni fəaliyyətləri tənzimləməsi, cəmiyyətin maddi rifahı ilə mənəvi mirası arasında ahəngli bütünləşməni təmin etmək və inkişaf yoluyla əldə edilən uğurları nəticədə insanlarımız üçün bir daxili zənginliyin qaynağı halına gətirmək hədəfinə yönəldilmiş olmalıdır. Bu səbəblə iqtisadi inkişaf səylərimizi geniş bir proqram çərçivəsində davam etdirirkən, insan faktoruna və millətimizin tarixindən süzülüb gələn mənəvi mirasına da xidmət etmək zorundayıq. Milli xarakter və dəyərlərimiz inkişaf səylərinin həm başlıca dayağı həm də hədəfi olmaq məcburiyyətindədir. Yuxarıda qeyd etdiyimiz məsələlər Azərbaycan Respublikasının mədəniyyət sahəsində dövlət siyasəti mədəni irsin qorunması və təbliği, mədəni sərvətlərin yaradılması və inkişafı istiqamətində dövlətin rəhbər tutduğu prinsiplərlə səciyyələnir. Buna ən güclü sübut "Mədəniyyət haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunudur (bax: 1).

Qanunda bərabərlik, demokratiklik, humanistlik, inteqrasiya, keyfiyyətlilik, dünyəvilik, varislik, istedad və s. prinsiplər əsas götürülmüşdür. Bu prinsiplər vətəndaş cəmiyyətinin, hüquqi dövlətin formalaşmasının əsas faktorlarını təşkil edir. Bu prinsiplərə görə hamı qanun qarşısında bərabər olmalıdır ki, dövlət idarəçiliyində, cəmiyyətdə özbaşınalıq, intizamsızlıq, ədalətsizlik baş verməsin, ümumi rifah, inkişaf təmin edilsin. Vətəndaşların azad düşüncə ruhunda tərbiyələndirilməsi, mədəniyyət sahəsinin dövlət-ictimai əsaslarla təşkilində və idarə edilməsində hüquq və azadlıqların

genişləndirilməsi, estetik düşüncə azadlığının təmin edilməsi, yeni mədəniyyət təşkilatlarının yaradılmasının stimullaşdırılması təmin edilsin. Dünyəvi dəyərlərin, şəxsiyyətin azad inkişafının, insan hüquqları və azadlıqlarının, sağlamlığın və təhlükəsizliyin, ətraf mühitə və insanlara qayğı və hörmətin prioritet kimi qəbul olunmasın əhatə edir. Dünya mədəniyyətindən təcrid olunmamaqla, dünya mədəniyyətinin universal dəyərlərini qəbul edərək, milli mədəniyyətin dünyada tanıdılması, zənginləşdirilməsi və inkişafına şərait yaradır. Mədəniyyət sahəsi ilə mədəniyyət məhsullarının və xidmətlərinin bazarları arasında balansın yaradılması, mədəni cəmiyyətlərinin fəaliyyətinin inkişafını tənzimləyir. Mədəniyyət sahəsində məhsulların və xidmətlərin ən müasir standartlara, normalara, sosial-iqtisadi tələblərə, şəxsiyyətin, cəmiyyətin və dövlətin maraqlarına uyğunluğunu şərtləndirir. Dünyəvi dəyərlərin yaradılması, qorunması və inkişafının təmin olunması, mədəniyyət sahəsində yaradıcılığın daim inkişaf edən, faydalı və son nəticəyə istiqamətlənən müasir metodlarla zənginləşdirilməsini təmin edir. Mədəni sərvətlərin, bu sahədə bilik və təcrübənin sonrakı nəsillərə ötürülməsi və fitri istedada malik şəxslərin yaradıcılıq nailiyyətlərinin artmasına xüsusi qayğının göstərilməsini təmin edir.

Bütün bunlar iqtisadiyyatın və cəmiyyətin inkişafına öz töhvəsin verir. Və bu məsələdə hökmən iqtisadi amillərin mahiyyətinə və təsiretmə gücünə diqqət yetirmək lazımdır. Iqtisadi təşkilatlar və qurumlar özlüyündə maddi və mənəvi dəyər olaraq dövlətin və cəmiyyətin inkişafında müstəsna rol oynayır. XX əsrin 60-70-ci illərindən başlayaraq tətbiq edilən Klaster mexanizmi tətbiq edildiyi ölkələrin əksəriyyətində iqtisadi, sosial, siyasi və mədəniyyət baxımından çox əhəmiyyətli mövqeyə malikdir (bax: 15).

Klasterlər - eyni və ya bənzər sektorda fəaliyyət göstərən, əlaqəli və bir-birini tamamlayıcı fəaliyyət sahələrinin müəyyən coğrafi bölgədə yerləşməsi ilə meydana gələn, ümumi infrastruktur, texnologiya, vahid bazar, işçi qüvvəsi və xidmətləri paylaşaraq qarşılıqlı ticarət əlaqələrinin qurulması, kommunikasiya və qarşılıqlı dialoq imkanlarına malik olan sahibkarlıq subyektlərindən ibarət sistemlərdir. Eyni zamanda, klasterlərdə kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri arasında həm rəqabət, həm də əməkdaşlığın eyni anda təmin edilməsi nəzərdə tutulur. Klaster daxilində bənzər sahədə fəaliyyət göstərən sahibkarlar həm rəqabət aparır, həm də eyni klasterdə birlikdə fəaliyyət göstərirlər. Burada sahibkarlıq subyektləri və digər iştirakçılar rəqabət üstünlüyü əldə edilməsi üçün müştərək hərəkət edirlər.

Klasterlərin tədarük zəncirinin bütün həlqəsini əhatə etməsi və dəstək xidmətləri, həmçinin xüsusi infrastruktur təminatını özündə birləşdirməsi onları ənənəvi istehsal sahələrindən fərqləndirir. Bu tip klasterlər bir çox inkişaf etmiş və etməkdə olan ölkələrdə fəaliyyət göstərir. Klasterlərin ən yaxşı inkişaf etdiyi ölkələrə nümunə kimi, İtaliya, Almaniya, İngiltərə, İsveç, Yaponiya, Fransa, ABŞ, Çin, Hindistan, Pakistan, Braziliya, Meksika və s. göstərilə bilər. Təyinatına görə klasterlər sənayenin

bütün sahələrini əhatə edir və Sinqapur, Malayziya, Tayvan və digər ölkələrdə yüksək texnoloji məhsul istehsalına stimul verir.

İtaliyanın müxtəlif sektorları əhatə edən və yüksək keyfiyyətli məhsulları ilə böyük həcmli ixracı həyata keçirən tekstil, dəri, zərgərlik məmulatları, optik şüşələr və s. klasterləri bu sahədə böyük təcrübəyə malikdir. İtaliyanın "Made in Italy" olaraq dünyada məşhurlaşmasının əsas səbəblərindən biri bu ölkədə inkişaf etmiş klasterlərin mövcudluğudur. Həmçinin bir sıra kosmetika və tekstil məhsulları istehsalı ilə məşğul olan "Gucci", "Armani", "Genny", "Byblos", "Guigiaro Valentino", "Yves 10 Saint Laurent", "Burberry", "Dizel", "Christian Dior" və s. brendlərin uğur qazanmasının və Asiya ölkələrinin irimiqyaslı istehsal gücü ilə rəqabət apara bilməsinin əsas səbəblərindən biri müvafiq sahələrdə klaster modelinin tətbiq olunmasıdır. Tanınmış italyan klasterlərinə nümunə kimi Prato (yun trikotaj), Trevisio (toxuma), Reggio Emilia (kənd təsərrüfatı maşınqayırması), Bologna (avtomat maşınlar) və digərləri göstərilə bilər.

Vacib məqamlardan biri də klasterlər çərçivəsində universitetlər və digər təhsil və mədəniyyət müəssisələri ilə sənaye müəssisələri arasında daha yaxın əlaqələrin qurulmasının əlverişli olmasıdır. Eyni sahədə və eyni coğrafi ərazidə toplanmış, bir-biri ilə əlaqədə olan rəqabətə açıq müəssisələr həmin sahənin inkişafına köməklik göstərəcək təhsil müəssisələrinin regionda qurulmasını asanlaşdırır. Stanford Universitetinin Silikon Vadisi klasterinin yaxınlığında yerləşməsi, innovativ texnologiyalar sahəsində ixtisaslaşmış klasterlərin Massaçusets Texnologiya İnstitutunun (MIT) və ya Kembric Universitetinin ətrafında fəaliyyət göstərmələri buna misal ola bilər (bax: 14)

Hər bir biznes, hər bir istehsal - əmək bölgüsü və kollektiv üzvlərinin qüvvələr birliyi, kooperativ prinsiplər üzərində qurulur. Bu birlik dinamik hərəkət və yaradıcı fəaliyyətin keyfiyyətcə daha güclü kollektiv qüvvəsin yaradır. Bu qüvvənin idarə edilməsində işgüzar münasibətlər mədəniyyəti mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Sənətkarın etikası onunla şərtlənir ki, incəsənət, milli mədəniyyətin dəyər və normalarının yenidən yaradılması və nəsildən nəslə transformasiyasının əsas kanallarından biri rolunu oynayaraq, cəmiyyətin mənəvi mühitini əks etdirir və ona fəal surətdə təsir göstərir.

Azərbaycan Respublikası üçün işgüzar münasibətlərdə yüksək etik mədəniyyətin inkişafının, idarəetmədə komanda-inzibati stildən və bürokratizmdən imtinanın, kollektivdə münaqişəli situasiyaların aradan qaldırılması və münasibətlərin harmonizasiya edilməsi qabiliyyətinin yetişdirilməsinin əhəmiyyəti bugün – dövlətin multikulturalizm siyasətinin həyata keçirildiyi şəraitdə xüsusilə aktualdır.

Mədəniyyət və incəsənətin bugünkü biznesə aid olmasının səbəblərini təsvir edən bir "matrisa" tipi işlənib hazırlanmışdır. Bu mənada aşağıdakı arqumentlərdən danışmaq olar: inkişaf arqumenti, möhkəm birliyə malik cəmiyyət arqumenti, marketinq arqumenti, iqtisadiyyatı bilmə arqumenti. Burada milli-mədəni irs və mənəvi dəyərlər həmişə prioritet sahədir.

Mövzunun araşdırılması belə qənaətə gəlməyə əsas verir ki, Azərbaycan cəmiyyəti iqtisadi dəyişikliklərin doğurduğu misli görünməmiş mutasiyalara sürətli keçidlə üzləşməli və ona uyğunlaşmalıdır. Mədəniyyət, cəmiyyətin bu iri struktur dəyişikliklərinə daha yaxşı uyğunlaşa bilməsi üçün ona dəstək verən bəlkə də ən başlıca vasitə ola bilər. Mədəniyyət siyasəti (çevik və istifadəçiyə yönəlik olduğu halda) cəmiyyətdə sabit həmrəyliyin yaradılması və qorunub saxlanılması üçün ciddi alət rolunu oynaya bilər.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Mədəniyyət haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu.
2. Aslanova R. Qloballaşma və mədəni müxtəliflik. Bakı: Elm, 2004.
3. Abbasov N. "Mədəniyyət siyasəti və mənəvi dəyərlər". Bakı 2009.
4. Məmmədov F. "Kulturologiya Mədəniyyət Sivilizasiya". Bakı 2016.
5. Azərbaycanda "2006-2016-cı illər üçün mədəniyyət sahəsində Dövlət İnkişaf Konsepsiyası". "Mədəni-maarif", 2006, № 11.
6. Aslanova R. Qloballaşma və mədəni müxtəliflik. Bakı: Elm, 2004.
7. Azərbaycan XXI əsrin və üçüncü minilliyin ayrıcında. Azərbaycan Respublikası Prezidenti Heydər Əliyevin yeni əsr və üçüncü minillik münasibətilə Azərbaycan xalqına müraciəti. Bakı, İqtisad Universiteti nəşriyyatı, 2001.
8. http://www.mct.gov.az Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi.
9. Адаир Джон. Искусство управлять людьми и самим собой. Москва, 2007.
10. R.Ə. Əliyev. Avtomatik idarəetmə nəzəriyyəsi. Bakı, 2008.
11. Dönüş mərhələsində qlobal idarəetmə. Bakı, 2005.
12. Coqrafiya.info
13. Academia.edu
14. senaye.gov.az
15. Karacadag.org.tr

Bünyamin QƏMBƏRLİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
b.n.qemberli@gmail.com

Azərbaycan tarixində fərqli din, dil və mədəniyyət mənsublarına yanaşma
Подход к лицам, относящимся к различным религиям, языкам и культурам в истории Азербайджана
Approach to persons belonging to different religions, languages and cultures in the history of Azerbaijan

Xülasə: Məqalədə tolerantlığın Azərbaycan cəmiyyətində anlamı, Azərbaycanda ta qədimdən yerli sakinlərin dini, etnik kökəni, dili, mədəniyyəti müxtəlif olan digər insan və xalqlara yanaşması tarixi faktlarla ortaya qoyulur. Eyni zamanda çağdaş dünyamızın ən çox müzkirə olunan məsələlərindən biri olan qadın hüquq və azadlıqları ilə bağlı Azərbaycan türkünün dünya görüşü və yaşam tərzi də ətraflı araşdırılıb.

Açar sözlər: Tolerantlıq, mükəmməllik, dünya görüşü, Tomris, Saraxatun

Резюме: Опираясь на исторические факты, в статье дается информация о толерантности в азербайджанском обществе, об отношении местных жителей к различным религиям, этническим группам, языкам и культурам различных народов. В то же время был рассмотрен один из наиболее обсуждаемых вопросов современного мира, вопрос прав и свободы женщин, мировоззрение и образ жизни азербайджанского народа.

Ключевые слова: Толерантность, совершенство, мировоззрение, Томирис, Сарахатун

Abstract: Based on historical facts, the article gives information about tolerance in Azerbaijani society, about the attitude of local residents to different religions, ethnic groups, languages and cultures of different peoples. At the same time, one of the most discussed issues of the modern world, the issue of women's rights and freedoms, the world outlook and the way of life of the Azerbaijani people were considered.

Key words: Tolerance, perfection, worldview, Tomiris, Saraxatun

Tolerantlıq nədir? Tolerantlıq Azərbaycan dilində olan açıq ensiklopediyada- wikipediyada belə izah edilir : “Tolerantlıq — dini dözümlülük. Yəni digər inanc və əqidələrə dözümlü yanaşma.” Mən düşünürəm ki, tolerantlığın dözümlülük kimi ifadə olunması düzgün deyil. İlahiyyatçı Gündüz İsmayılov da Tolerantlıq nədir? sualını qoyur və belə yanaşır. “Latın sözü olan “tolerancia”nın hərfi mənası dözümlülük deməkdir. Ancaq tolerantlığın mahiyyəti və izahı ilə bağlı müxtəlif variantlar

mövcuddur. Fərqli izahların olmasına baxmayaraq, hər kəsin qəbul etdiyi bir həqiqət var: tolerantlıq müxtəlifliyin mövcudluğuna təminat verən hüquqi borc və mənəvi tələbatdır " (2, 13). G. Ismayılovun yuxarıdakı yanaşmasında iki fikrə diqqət yetirmək lazımdır.

1. "Toleransia" sözünün hərfi mənada tərcüməsinin dözümlülük olması. Bildiyimiz kimi dilimizdə yüzlərlə söz var ki, o hərfi mənada yox məcazi mənada anlaşılır. Məsələn, qulaq asmaq, dolabın gözü, xəyal qurmaq, gözdən düşmək, hörmətə mindirmək, qəlbinə girmək, beynini doldurmaq və s.

2. G. İsmayılov qeyd edir ki, "...tolerantlıq müxtəlifliyin mövcudluğuna təminat verən hüquqi borc və mənəvi tələbatdır ". Burda hüquqi borc məsələsinə qarışmırıq. Çünki bu qanunlarla tənzim olunur və qanunla tənzim olunan məsələ G. Ismayılovun da dediyi kimi hüquqi borca-yəni vəzifəyə çevrilir. Amma məsələnin ikinci tərəfi "mənəvi tələbat" isə sırf insanın iradəsinin, düşüncə tərzinin və dünya görüşünün nəticəsində yaranan hal və hərəkəti ilə bağlıdır. "Dözümlülük" isə dünya görüşündən və düşüncə tərzindən daha çox iradi keyfiyyətdir. Bunlarla yanaşı "tolerantlıq" sözünü "xoşgörü" kimi işlədilmə cəhdlərinin də olduğu qeyd olunur (2, 13). Tolerantlıq sözünün xöşgörü kimi qəbul edilməsi ümumiyyətlə mahiyyətə uyğun deyil. Çünki insanın düşüncə, hal və hərəkətlərində elələri var ki, onları xoş görmək, xoşgörü ilə qarşılamaq mümkün deyil. Buna görə də yuxarıda qeyd etdiklərimizi ümumiləşdirərək belə bir fikrə gəlirik ki, tolerantlıq dilimizdə və anlayışımızda "dözümlülük" və ya "xoşgörü" yox "yetkinlik" və ya "mükəmməllik"dir. "Tolerantlığ"ın dilimizə "dözümlülük " kimi tərcümə olunması həm də tolerantlığın sərhədlərini məhdudlaşdırır. "Tolerantlılğın" "yetkinlik və ya mükəmməllik" kimi qəbul edilməsində isə bu sərhədlər aradan qalxır. Yəni dözümlülük əsasən insanların fərqli irqi, milli və dini düşüncə və hərəkətlərinə aid edilirsə , mükəmməllik isə insanın həm dini, milli və irqi mənsubiyyətinə, həm mədəni və əxlaqi səviyyəsinə, həm də onun elm və dünyagörüşü səviyyəsindən, düşüncə tərzindən yaranan bütün hal və hərəkətlərinə kamil yanaşmadır.

Biz bu dediklərimizi-yəni bir insanın həm dini, milli və irqi mənsubiyyətinə, həm mədəni və əxlaqi səviyyəsinə, həm də onun elm və dünyagörüşü səviyyəsindən, düşüncə tərzindən yaranan bütün hal və hərəkətlərinə kamil yanaşılmasını istər tariximizdə, istər xalqımızın elmi, mədəni və əxlaqi səviyyəsini, düşüncə tərzini əks etdirən müxtəlif maddi və mənəvi mədəniyyət nümunələrində, eyni zamanda sifahi xalq yaradıcılığında açıq-aydın görə bilərik.

Belə ki, hələ lap qədim dövrlərdən Azərbaycan ərazisində eyni etnik kökdən olmasına baxmayaraq müxtəlif dinlərə mənsub insanlar yanaşı yaşamışdır. Onların müxtəlif dini görüşlərə mənsub olmaları həm əmək fəaliyyətlərində, həm də ölkələrinin qorunmasında birgə fəaliyyət göstərmələrinə mane olmamışdır (10, 143-145; 8. 25; 14). Tarixi mənbələrdən görürük ki, Azərbaycanda eyni vaxtda həm atəşpərəstlər, həm xristianlar, həm də iudistlər-yəhudilər yanaşı yaşamış, heç bir dinin mənsublarına istər inancı ilə bağlı, istər ibadətləri ilə bağlı və istərsə də ibadət

yerlərinin tikilməsi ilə bağlı hər hansı bir qadağa qoyulmamış, əngəl törədilməmiş və basqı edilməmişdir.

Azərbaycanın qədim insanların yaşaması üçün gərəkən şərtlərə tam cavab verməsi-əkinçilik, maldarlıq və balıqçılıq üçün əlverişli olması, sonralar isə müxtəlif sənətkarlıq sahələrinin inkişaf etməsi ilə yanaşı tarixin axışı nəticəsində ən müxtəlif səbəblərdən bir çox fərqli etnik kökənə mənsub insanlar da yaşayış üçün Azərbaycanı seçmişlər. Azərbaycanın yerli sakinləri buraya yaşayış üçün gələnlərin fərqli danışığa, etnik kökənə, inanc və düşüncəyə sahibi olmalarına baxmayaraq onlara qarşı mükəmməllik göstərmiş və onların dilini, dinini və ya etnik kimliyini qorumalarına və inkişaf etdirmələrinə heç bir sorun yaşatmamışdır. Yüz illərlə Azərbaycanda yaşayan xalqların heç biri asimliyasıya olunmamış, onların etnik kimlikləri ilə tanınması üçün heç bir əngəl törədilməmiş, əksinə onların içindən orduda və sarayda yüksək vəzifə tutanlar az olmamışdır. Azərbaycan türkünün Azərbaycanı özləri üçün vətən seçən digər etnik kökənə sahib insanlara və xalqlara mükəmməl yanaşmasını daha yaxşı anlamaq üçün etnoqraf X. Xəlillinin E. Kərimova və V. Alekseyevə istinadən verdiyi "...1926-cı ildə SSRİ-də əhalinin ilk siyahıya alınması zamanı qeydə alınan 195 xalqdan , 1989-cu il əhalinin son siyahıya alınması zamanı 128 etnos qalmışdı. Kommunist rus imperiyası varlığının 63 ili ərzində 67 xalqı tarix səhnəsindən sildi" (10, 6) fikrini xatırlamaq məncə yetərlidir. Türkoloq A. M. Qasımlı Azərbaycan türkünün necə böyük və mükəmməl düşüncə və mədəniyyət sahibi olduğunu görmək və bilmək istəyənlərə "Türkün tarixini, onun düşüncə sistemini incələmək üçün Türklərin maddi və mənəvi dəyərlərini, tarixi istiqamətləndirmək və hətta dəyişdirmək qüdrətinə malik olan hökmdar, ideoloq və qəhrəmanlarının həyatını, onların dövründə yaradılan maddi-mənəvi mədəniyyət nümunələrini dərindən öyrənmək lazımdır" (14, 12) deyir. Biz də bu fikirdəyik ki, Azərbaycan türkünün tarixən nədən və necə tolerant-mükımmıl olduğunu bilmək üçün onun "tarixini, düşüncə sistemini, maddi və mənəvi dəyərlərini, tarixi istiqamətləndirmək və hətta dəyişdirmək qüdrətinə malik olan hökmdar, ideoloq və qəhrəmanlarının həyatını, onların dövründə yaradılan maddi-mənəvi mədəniyyət nümunələrini dərindən öyrənmək lazımdır".

Yuxarıda da qeyd etdiyimiz kimi, tolerantlığı yalnız milli, dini və irqi məsələlərlə sınırlamaq doğru deyil. Biz düşünürük ki, tolerantlığın ən çox aid edildiyi sahələrdən biri bu gün dünyanın önəmli məsələlərindən biri olan qadın hüquqları və ya cinslərin bərabərliyi məsələsidir. Biz qəti şəkildə bu fikirdəyik ki, tarixən istər Azərbaycan türkləri olsun, istərsədə digər türksoylu xalqlar olsun qadın heç bir halda aşağılanmamış, heç bir sahədə digər cinsdən hüquqsuz olmamışdır. "Türksoylu xalqların, xüsusən Azərbaycan türklərinin təsəvvürünə görə qadın və kişiliyindən asılı olmayaraq insanlar cəmiyyətdə bərabər hüquqa malikdirlər. Biz istər Azərbaycan, istərsə də digər türksoylu xalqların şifahi xalq ədəbiyyatında, xüsusi ilə qəhrəmanlıq dastanlarında bunu aydın görürük" (13, 23) fikri də dediklərimizi təsdiqləyir. Azərbaycan qəhrəmanlıq dastanlarında qadınlar da kişilərlə birlikdə ox atır, qılınc oynadır, güləşir və digər mühüm ictimai-siyasi məsələlərin həllində yaxından iştirak edir (bax

3, 4, 5). Bu hal uydurma olmayıb digər türksoylu xalqlarda olduğu kimi Azərbaycan türklərinin də gerçək tarixi ilə bağlıdır. Masaget hökümdarı Tomrisi, Həsən bəy Bayandurun anası Sara xatunu, Şah İsmayılın xanımı Taclı bəyimi, Fətəli xanın xanımı Tutu Bikəni, Mehdiqulu xan Cavanşirin qızı Xurşudbanu Natavanı, Qaçaq Nəbinin xanımı Həcəri, Təbrizdə "Tənbəki üsyanı" adı ilə tanınan qadın hərəkatına rəhbərlik etmiş Zeynəb Paşanı (Bibişah Zeynəb, Onbaşı Zeynəb ləqəbləri ilə də tanınır) xatırlamaq yetərlidi (bax 6, 7, 8,). Məhz buna görə də Babək ordusunda qadınların olması, onların at belində, üzü açıq halda kişilərlə çiyin-çiyinə durması belə bir dünya görüşündən yoxsun ərəblər üçün çox qəribə görünür və onlarda mənfi fikirlər doğurur, Xürrəmilərin - Babək silahdaşlarının "əxlaq pozğunluğu" haqqında danışırlar. Guya Xürrəmilərdə ailə yoxdur və bütün qadın münasibətləri "azad sevgi" - bu əxlaqsızlıq üzərində qurulmuşdur.

Ərəb Xilafəti Azərbaycanı işğal etdikdən sonra Azərbaycanda da qadını kölə vəziyyətinə salmağa çalışdı. Lakin xalq öz ilkin dünya görüşünü unutmadı, onu qoruyub saxladı. Bu dünya görüşünün qorunub saxlanmasında qəhrəmanlıq dastanlarının əhəmiyyəti ölçüyə gəlməzdir. Azərbaycan türkü qadına münasibətini sadəcə dastanlarda deyil, şifahi xalq ədəbiyyatının digər qollarında, o cümlədən yaratdığı müxtəlif maddi və mənəvi mədəniyyət nümunələrində, adət-ənənəsində, bayram və şənliklərində də qoruyub saxladı (bax. 6; 7; 12). Təkcə obrazlı şəkildə deyilmiş "Aslanın erkəyi dişisi olmaz" (9, 38) atalar sözü yetərlidir ki, Azərbaycan türkünün qadın anlayışını, qadına münasibətini doğru düzgün biləsən. Qadına cinsinə görə fərq qoymamaq, cinslərin bərabərliyi ideyası ilə yoğrulan bu bir cümləlik atalar sözü Azərbaycan türkünün düşüncəsində, ictimai-siyasi tərbiyəsində mühüm rol oynamış və bu gün də oynamaqdadır. Biz xalqımızın yaratdığı min illər tarixi olan bütün şifahi xalq ədəbiyyatında, folklor nümunələrində, maddi-mənəvi mədəniyyət nümunələrində, adət-ənənələrdə və el şənliklərində bunun canlı şahidi oluruq. Tədqiqatçılar tərəfindən 8-10 min il öncə yaradndığı qeyd edilən (16; 17) yallı rəqsi də Azərbaycan türkünün həyatında qadının yerini, qadına verilən dəyəri, cinsiyyət bərabərliyini öyrənmək baxımından çox önəmlidir. Birliyi və bərabərliyi ifadə edən, mürəkkəb və ritmik hərəkətlər sistemi olduğundan çox ciddi təlim tələb edən yallılar təkcə cinsiyyət bərabərliyini deyil, eyni zamanda öz hərəkət simvolları ilə oda-atəşə sitayişi və ovçuluqla bağlı müxtəlif ovsunları, mərdliyi, mübarizliyi və dirənişi (16; 17) də özündə yaşatmasına baxmayaraq nə ərəblərin istilası, nə islam dini, nə də öncə çar sonra isə sovet Rusiyasının assimliyasiya siyasəti yallı rəqsinin qarşısını ala bilmədi. Çünki yuxarıda da qeyd etdiyimiz kimi Azərbaycan türkünün qadına münasibəti onun bütün assimliyasiya və basqılara qarşı dirəniş və yaşam səbəblərindən biridir.

Qəhrəmanlıq dastanlarımızda isə bu bütün incəlikləri ilə daha çox üzə çıxır. Məsələn Dədə Qorqud Kitabının III boyunda hələ olduqca gənc olan Banıçıçəyi xatırlayaq. O, gözəl at çapan və mahir ox atan kimi təsvir olunur (bax 3). Ancaq onun güləşməsi isə daha heyranedicidir: "...(Banıçıçək) İmdi gəl, (bəy yigit,) sənlə gürş tutalım-dedi.

Haman Beyrək atdan endi. Qavraşdılar. İki pəhləvan olub bir-birinə sarmaşdılar. Beyrək götürər qızı yerə urmaq istər, qız götürər Beyrəyi yerə urmaq istər...” (3, 50-51). Beyrək kimi bir Oğuz igidi ilə güləşən, ona güc gələn bir qızın küncdə-bucaqda qalaraq, ictimai həyatdan təcrid olunaraq bunu etməsi mümkün deyil. Bu yalnız və yalnız ictimai həyatda çox fəal olmaq, çox ciddi və uzun müüddətli təlim keçmək və yüksək fiziki hazırlığa yiyələnmək sayəsində mümkündür.

Yaxud Dədə Qorqud Kitabının I boyunda Dirsə xanın xanımının qırx incəbelli qızla qılınc qurşanıb, at minib oğlunun arxasınca getməsi (3,26), ya da dastanın VI boyunda Selcan xatunun bir qəhrəman kimi öz öhdəsindəki düşməni yendikdən sonra evləndiyi Qanturalıya da kömək etməsi (3, VI boy) və ya “Koroğlu” dastanının “Bənövşə xanımın Çənlibelə gəlməsi” qolunda Nigar xanımla Hürü xanım böyük bir qoşuna qarşı vuruşmaları və əsir düşdükdə belə sarsılmayaraq zəiflik göstərməmələri, “Şah İsmayıl-Taclı” dastanında isə Ərəbzənginin çox cəld və çevik olması ilə yanaşı onun həddən artıq güclü olmaqla yanaşı həm də yüksək fiziki hazırlığa malik olması (bax 5). sadəcə cinsiyyət bərabərliyinin , ya da qadına verilən yüksək dəyərin deyil, eyni zamanda qadının da kişilərlə bərabər həyatın bütün sahələrində, o cümlədən ordu quruculuğunda və dövlət işlərində də mühüm rol oynadığını göstərir (4, 128-130).

Azərbaycan qadınlarının belə igidliklərinə biz tarixi hadisələrdə də tez-tez rast gəlirik. Belə tarixi hadisələrdən biri 1514-cü ildə Səfəvilərlə Osmanlı dövləti arasında baş verən Çaldıran döyüşüdürsə, digəri də Azərbaycan qaçaq hərəkatında ad çıxaran Nəbinin həyat yoldaşı Həcərdir (bax 7; 18). Tarixdən məlum olduğu kimi Çaldıran döyüşündə Səfəvi qoşununu tərkibində qadınlar da olub. “Şah İsmayıl-Taclı” dastanında da öz əksini tapmış bu döyüşdə öz igidliyi ilə kişilərdən geri qalmayan qadınlardan biri də Şah İsmayılın xanımı Taclı xanımdır. Taclı xanım döyüşdə bir çox yaralar alaraq əsir düşür. Ancaq öz qoçaqlığı və və cəsurluğu hesabına əsirlikdən qaçıb qurtularaq Şah İsmayılın yanına gəlir (bax 3, 6). Həcər haqqında isə Gorus məktəbinin direktoru olmuş P. Vebrikov yazırdı: “... Qaçaq Nəbinin arvadının adı Həcər idi. O da Nəbi kimi çox cəld silah işlədirdi. Onun atı sürətlə çapdığında belə gülləsi hədəfdən yan keçməzdi. Beləliklə Həcər xanım Nəbinin ən birinci silahdaşı idi...” (bax 8-38).

Bütün bu dediklərimiz onu göstərir ki, Azərbaycanda ən qədim zamanlardan insanlar dini, etnik, mədəni ayrıseçkiliklə qarşılaşmamış, əksinə onlara öz din, dil və mədəniyyətlərini inkişaf etdirmək üçün hər cür şərait yaradılmış, qadınlar isə həyatın bütün sahələrində kişilərlə çiyin-çiyinə olmuşlar.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Aydın Mədət oğlu Qasımlı. Türklər, Bakı 2012
2. G. İsmayılov. Tolerantlıq. Bildiklərimiz və bilmədiklərimiz. Bakı 2014
3. “Dədə Qorqud kitabı”. Bakı 1978

4. “Koroğlu” . Bakı 1982
5. ”Şah İsmayıl-Taclı” . RƏF , çüng B-200/9935
6. Azərbaycan tarixi. I c. Bakı 1961
7. M. Abbaslı “Şah İsmayıl Xətainin ömür yolu miniatürlərdə” . Bakı 1981
8. SMOMPK, 1912, 42-ci sayı
9. Atalar sözü. Bakı 2004
10. X. Xəlilli. Azərbaycan türklərinin etnogenezi və milli inkişaf tarixi. Bakı 2007.
11. 8. Elməddin Əlibəyzadə. Azərbaycanşünaslığa giriş. Bakı 2010
12. B. Qəmbərli. Nehrəmdə Novruz bayramı. Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları. İl 5, say 1, 2016
13. B. Qəmbərli. Azərbaycan cəmiyyətində qadına verilən dəyər. Azərbaycanda multikulturalizm və mədəni müxtəlifliyin turizmin inkişafına təsiri” movzusunda respublika elmi konfransının materialları. Bakı 2017
14. https://az.wikipedia.org/wiki/Tolerantl%C4%B1q
15.https://azertag.az/xeber/Dini_dozumluluk_ve_tolerantliq_Azerbaycan_milli_kimliyinin_ayrilmaz_hissesi_kimi-205228
16. Məmməd Məmmədov. Şərur yallısı - Naxçıvanın tacı . Həftə içi, 26-29 iyun 2010. http://www.anl.az/down/meqale/hafta_ichi/2010/iyun/125790.htm
17. Nizami Əzizəliyev**.** Yaranması Naxçıvan ərazisi ilə bağlı olan yallılar xalq ruhunu oxşayan müxtəlif çalarlarla zəngindir. Şərq qapısı 24. 04. 2014
18.http://serqqapisi.az/index.php/humanitar/m-d-niyy-t/3945-yaranmas-nakhdzh-van-aerazisi-ilae-bazhhl-olan-yall-lar-khalzh-ruhunu-okhshayan-mukhtaelif-dzhalarlarla-zaenzhindir
SMOMPK, 1912, 42-ci sayı

Sənubər QƏNBƏROVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
qsenuber@rambler.ru

Ermənistan ərazisində türk-müsəlman əhalisinin soyqırımı (1918-1920-ci illər)

The genocide of the Turkish-Muslim population in Armenia (1918-1920)

Геноцид тюрко-мусульманского населения на территории Армении (1918-1920-ые годы)

Xülasə: Azərbaycanın tarixi torpaqları ərazisində yaranmış Ermənistan Respublikasının türk-müsəlman əhalisi mütəmadi olaraq millətçi ermənilər tərəfindən 1918-1920-ci illərdə kütləvi qırğınlara məruz qalmışdır. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti hakimiyyəti 1918-ci il mayın 29-da əzəli

torpağı olan İrəvan şəhərini Ermənistana güzəşt etmişdir və onun paytaxtı kimi tanımışdır. Bu xeyirxah addıma baxmayaraq erməni millətçiləri hökmranlıq etdiyi 1918-1920-ci illərdə "türksüz Ermənistan" şüarını həyata keçirməyə xeyli dərəcədə nail ola bilmişdilər. Həmin dövrdə azərbaycanlılara qarşı törədilmiş vəhşiliklər nəticəsində indiki Ermənistan ərazisində yaşayan 575 min azərbaycanlının 565 mini öldürülmüş və ya zorla öz yurdlarından qovulub çıxarılmışdı. Məqalədə 1918-1920-ci illərdə Ermənistan Respublikası ərazisində türk-müsəlman əhalisinin soyqırım problemi təhlil edilmişdir.

Açar sözlər: Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti, soyqırım, İrəvan, türk-müsəlman əhalisi, Ermənistan, erməni millətçiləri.

Abstract: In the 1918-1920-s in the territory of the Armenian Republic, which was established in historical Azerbaijani territories, massacres of the Turk-Muslim population were periodically conducted. On May 29, 1918, the authorities of the Azerbaijan Democratic Republic recognized Irevan as the capital of Armenia. Despite such a generous gesture on the part of the ADR, Armenian nasionalists under the aegis of "Armenia without Turks" periodically carried out acts of genocide against the Turk-Muslims. Out of 575,000 Azerbaijanis residing in Armenia, 565,000 were killed or forcibly expelled from their homes. The article analyzes the problem of the genocide against the Turk-Muslim population in the Armenian Republic in the 1918-1920s.

Key words: Azerbaijan Democratic Republic, genocide, Irevan, the Turk-Muslim population, Armenia, Armenian nationalists

Резюме: В 1918-1920-х годах на территории Армянской Республики, которая была создана на исторических азербайджанских территориях, периодически совершались массовые резни тюрко-мусульманского населения. 29 мая 1918-го года власти Азербайджанской Демократической Республики признали Иреван в качестве столицы Армении. Несмотря на такой великодушный жест со стороны АДР, армянские националисты под эгидой «Армения без тюрков» периодически проводили акты геноцида по отношению к тюркам-мусульманам. Из 575 тысяч азербайджанцев, проживавших на территории Армении, 565 тыс. было убито или же насильственно выгнано с родных мест. В статье проводится анализ проблемы геноцида тюрко-мусульманского населения в Армении в 1918-1920-ых годах.

Ключевые слова: Азербайджанская Демократическая Республика, геноцид, Иреван, тюрко-мусульманское население, Армения, армянские националисты.

Son iki əsrdə erməni millətçiləri tarixi Azərbaycan torpaqları hesabına uydurma "Böyük Ermənistan" ideyasını həyata keçirmək məqsədilə xarici himayədarların köməyindən istifadə edərək

müxtəlif vaxtlarda xalqımıza qarşı soyqırım, terror, deportasiya və etnik təmizləmə kimi cinayətlər törədiblər.

1828-ci ildə çar Rusiyası və İran arasında bağlanan Türkmənçay müqaviləsinə əsasən Azərbaycan torpaqları bu iki dövlət arasında iki yerə parçalandı. Azərbaycan xalqı öz müstəqilliyini itirdi. Çar Rusiyası Azərbaycanın tarixi torpaqları olan Naxçıvan və İrəvan xanlıqları ərazisində "Erməni vilayəti" adlı qondarma inzibati idarə vahidi yaratdı. Azərbaycan tarixçisi, professor Yaqub Mahmudov qeyd edir ki, "Rusiyanın bu addımı erməni xalqına verilən "bəxşiş", Azərbaycan xalqı üçün isə mənəvi təhqir idi. Sözügedən vilayətdə 1125 kənd vardı, onlardan 1111-i Azərbaycan kəndi idi və bu kəndlərdə ancaq azərbaycanlılar yaşayırdılar. Vilayətin qalan 14 kəndində isə azərbaycanlılarla qarışıq şəkildə köçürülüb gətirilmə ermənilər yaşayırdılar. Həmin kəndlərin bir çoxunun adları Azərbaycan-türk mənşəli idi". [3]

Beləliklə, tarixi Azərbaycan torpaqları ərazisində gələcək erməni dövlətinin əsası qoyuldu. Azərbaycan tarixçisi Kərim Şükürov yazır ki: "Ermənilərdən fərqli olaraq Türkmənçay Azərbaycanın taleyində dərin və ağır iz buraxdı. Tarix boyu Azərbaycanın torpaqları uğrunda amansız mübarizələr olmuş, hətta onun bölüşdürülməsi də baş vermişdir. Lakin xalq onun nəticələrini aradan qaldırmağa nail ola bilmişdi. Türkmənçay isə Azərbaycan xalqını regionda olduqca mürəkkəb və ziddiyyətli, beynəlxalq aləmdə isə kəskin dəyişikliklər və tərəqqi dövründə yaxaladı: Azərbaycan torpaqları bölüşdürüldü. Bu, Azərbaycana misilsiz çətinliklər və faciələr gətirdi. Azərbaycan xalqı bütün bunların qarşısında baş əymədi, öz varlığını qoruyub saxladı. Ərazi birliyinin pozulmasına baxmayaraq vahid millət kimi təşəkkül tapdı" [7, s. 94-95]Müstəmləkə üsul-idarəsinə müvafiq olaraq regionu demoqrafik ekspansiyaya da məruz qoyan Rusiya İmperiyası qədim Azərbaycan mahallarında müsəlmanların və türk etnik varlığının sıxışdırılmasına, əvəzində isə süni şəkildə xristianların və qeyri-türk etnik komponentin artırılmasına çalışırdı. Bu məqsədlə də bölgədə ermənilər, yunanlar, almanlar kimi Qafqaz coğrafiyasına və təfəkkürünə yad etnoslar planlı şəkildə yerləşdirilirdi. Köçürülənlər arasında kütləvilik və say baxımından çoxluq təşkil edən ermənilər çox keçmədən öz havadarlarının köməyi ilə yeni "vətən"lərində söz sahibi olmağa, XIX əsrin sonlarından etibarən təşkilatlanaraq anti-türk, anti-Azərbaycan missiyasını yerinə yetirməyə başlamış, XX əsrin əvvəllərində isə dinc azərbaycanlı əhaliyə qarşı artıq açıq silahlı mübarizəyə keçərək kütləvi qırğınlar, soyqırımları törətmişdilər. [2]Birinci Dünya müharibəsi və bolşevik istilası nəticəsində iqtisadi cəhətdən tənəzzülə uğrayan Rusiya 100 il əsarəti altında saxladığı Cənubi Qafqaz regionunu itirmək təhlükəsi qarşısında qaldı. Oktyabr çevrilişindən sonra Qafqazın həyatında bir çox dəyişikliklər baş verdi. Çar Rusiyasının əsarətində qalmış bu xalqlar öz azadlıqlarını istəyir, müstəqil olmağa can atırdılar. Artıq siyasi oyanış baş vermişdi. Belə bir vəziyyətdə azərbaycanlı, gürcü və ermənilər öz məqsədlərinə çatmağa çalışırdılar.

Nəhayət, 28 may 1918-ci il tarixində Azərbaycan tarixində tamamilə yeni bir nəsil yetişdirən bir dövr açılmışdır, Azərbaycan xalqı üzərinə düşən çətin sınaqdan uğurla çıxdı və Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətini yaratmağı bacardı. 23 ay kimi qısa bir müddət həyatda qala bilən AXC vaxtının az olmasına baxmayaraq bir çox ilkə imza atmışdır. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti Türk dünyasında ilk Respublika olması ilə yanaşı, qadınlara ilk dəfə seçmə və seçilmə hüququnun verildiyi və ilk parlament tipli rejimin qurulduğu Müsəlman dövləti olması ilə istər Azərbaycanın, istərsə də ümumilikdə bütün İslam aləminin siyasi tarixi baxımından mühüm bir təcrübə olmuşdur.

Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti hökumətinin xarici siyasət sahəsində ən mühüm vəzifələrindən biri də qonşu dövlətlərlə münasibətləri qaydaya salmaq, onlarla qarşılıqlı mehriban münasibətlər yaratmaq idi. Lakin AXC-nin qonşu Ermənistan Respublikasıyla münasibətləri bütün dövr ərzində qeyri-sabit olmuşdu. Azərbaycan hökuməti Ermənistanla mübahisəli sərhəd məsələlərini siyasi yolla həll etmək niyyəti ilə hələ yarandığı ilk gündən danışıqlara başlamağı təklif etmişdi. Hətta Azərbaycan Milli Şurası yenicə müstəqilliyini elan etmiş qonşu erməni dövlətinə yardım məqsədilə 1918-ci il mayın 29-da əzəli torpağı olan İrəvan şəhərini güzəşt etmişdi və onun paytaxtı kimi tanımışdı. Qeyd edək ki, Ermənistana güzəşt edilən İrəvan quberniyasının ərazisi 7.913.17 kvadrat kilometr təşkil edirdi.

İrəvan və ətrafındakı ərazilər ermənilərə bu şərtlərlə verilmişdi: "Şaumyanın başçılıq etdiyi daşnak qrupları türk-müsəlman əhaliyə qarşı soyqırımı dayandırır; Azərbaycan ərazisində bütün soyqırımlarına son qoyurlar; bir daha Azərbaycana ərazi iddiası irəli sürməyəcəkləri barədə öhdəlik götürürlər; oradakı türk-müsəlman əhali ilə ermənilər eyni hüquqlara malik olur, hətta orada bizim şeyxülislam təyin edilir". Lakin Bədxah qonşumuz bu xeyirxah addımdan da nəticə çıxarmayaraq Azərbaycana olan torpaq iddialarından əl çəkmirdi. Ermənistan hökuməti İrəvana yiyələnməsinə baxmayaraq, Azərbaycana təcavüzünü gücləndirir və yeni əraziləri – Zəngəzuru, Qarabağı, Naxçıvanı ələ keçirməyə cəhd göstərirdi.

İyunun 4-də Batumda Türkiyə ilə Ermənistan arasında imzalanan sülh və dostluq haqqında barış müqaviləsinə əsasən, Ermənistan Respublikasının ərazisi təqribən 10 min kv.km, əhalisi isə 321 min nəfər, o cümlədən 230 min erməni, 80 min müsəlman, 5 min yezidi kürdləri, 6 min digər millətlər təşkil edirdi. [6] Qeyd etməliyik ki, ilk mənbələr, o cümlədən erməni mənbələri təsdiq edir ki, İrəvan şəhərində oturaq erməni əhalisi yaşamayıb. Ermənilər nəinki İrəvanın, hətta Cənubi Qafqazın aborigen əhalisi deyil. Bununla bağlı S.Q.Pirumyan da özünün "Daşnaklar xaricdə" kitabında qeyd edir ki, "doğrudan da, Qara dənizdən Aralıq dənizinə, Qarabağ dağlarından Ərəb səhralarına qədər olan torpaqlarda neçə-neçə milyon türkün və digər erməni olmayan xalqların arasında bircə nəfər erməni yoxsa, Ermənistan dövləti yaratmaq kimi başqa gülünc ideya ola bilərmi?" [8]

Baxmayaraq ki, ermənilər İrəvanın oturaq əhalisi deyildi, burada özlərinə dövlət qurmağa çalışırdılar. Onlar İrəvanda türk-müsəlman əhalisinin sayını azaltmaq üçün onlara qarşı mütəmadi olaraq qırğınar törədirdilər. Onların əsas məqsədi monoetnik və "türksüz Ermənistan" yaratmaq idi. Bu məqsədlərinə çatmaq üçün erməni silahlı dəstələrinin İrəvan quberniyasında azərbaycanlılara qarşı kütləvi qırğınlarının ilk mərhələsi 1918-ci ilin əvvəlindən başlamışdır. 1918-ci ilin mart ayınadək erməni silahlı dəstələri təkcə İrəvan quberniyasının İrəvan qəzasında 32, Eçmiədzin qəzasında 84, Novo-Bəyazid qəzasında 7 və Sürməli qəzasında 75 kəndi - üst-üstə 198 kəndi darmadağın etmiş, həmin qəzalarda təqribən 135 min nəfər soydaşımızı soyqırımına məruz qoymuşdu.

Milli Şuranın iyunun 13-də keçirilən iclasında ermənilərin müsəlmanlara qarşı törətdikləri qırğınlar barədə İrəvandan gələn xəbərlər müzakirə edilmişdir. İrəvan quberniyası ərazisində ev-eşiyindən didərgin salınan və ac-yalavac dolanan qaçqınların sayının 150 min nəfərə çatdığı, ermənilərin 206 kəndi dağıtdığı bildirilmişdir. Milli Şura İrəvan quberniyasındakı qaçqınlara maddi yardım göstərilməsi üçün nümayəndə göndərməyi qərara almışdır. Həmçinin İrəvan quberniyası ərazisində mövcud olan türk qoşunlarının komandanlığından xahiş edilmişdi ki, qaçqınlara ərzaq yardımı etsin və onların öz yer-yurdlarına qayıtmaları üçün Ermənistan hökumətinə təsir göstərsin.

1919-cu ilin son iki ayında İrəvan quberniyasının Eçmiədzin və Sürməli qəzalarında 96 kənd, İrəvan qəzasının isə bütün kəndləri məhv edilmiş, İrəvan quberniyasında 132 min azərbaycanlı qətlə yetirilmişdir. [4, s.35]

1918-1920-ci illərdə indiki Ermənistan ərazisində yaşamış 575 min azərbaycanlının 565 min nəfəri öldürülmüş və doğma torpağından didərgin salınmışdır. Bu rəqəmi Z.Korkodyan özünün "Sovet Ermənistanının əhalisi 1831-1931" adlı kitabında təsdiq edərək yazır ki, "1920-ci ildə sovet hökumətinə daşnaklardan cəmi 10 min nəfərdən bir qədər artıq türk (azərbaycanlı) əhali qalmışdır.[5, s.33]

Beləliklə, 1918-ci ildə Cənubi Qafqazda heç bir zaman olmayan Ermənistan adlı bir dövlət elan edildi. Azərbaycanlılara qarşı terror və soyqırım Ermənistanda dövlət siyasəti səviyyəsinə qaldırıldı. Ermənilər mütəmadi olaraq Azərbaycanın Naxçıvan, Zəngəzur və Dağlıq Qarabağ ərazilərinin Ermənistana birləşdirilməsi iddiası ilə çıxış edirdilər. Lakin 1918-1920-ci illərdə İrəvan quberniyasından başqa əraziləri ələ keçirə bilməyən ermənilər 1920-ci aprelin 28-də Azərbaycan Sovet Rusiyası tərəfindən işğal edildikdən sonra bolşeviklərin himayəsi ilə yeni ərazilər əldə etməyə nail oldular. [1]

1920-ci ildə Azərbaycan və Ermənistan bolşevik Rusiyası tərəfindən işğal edilib sovetləşdirildikdən sonra da ermənilərin azərbaycanlılara məxsus torpaqlarda yerləşdirilməsi, Azərbaycan ərazilərinin Ermənistana verilməsi siyasəti davam etdirildi.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Bəhramov C. Buraxılmış səhvin acı nəticələri. "Xalq qəzeti", 8 fevral 2008
2. Hacıyev F. Azərbaycan xalqının XIX - XX əsrin əvvəllərində yadelli işğallarına və ermənilərin törətdikləri soyqırımı cinayətlərinə qarşı mübarizəsi tarixindən (Borçalı və ətrafındakı bölgələrə aid materiallar əsasında). Dissertasiya avtoreferatı, Bakı, 2016
3. Mahmudov Y. Erməni dövləti necə yarandı? 06 İyun 18:47 http://xeber.az/ermeni-dovleti-nece-yarandi
4. Məmmədov X., Məmmədov N. Türkiyədə və Azərbaycanda erməni millətçilərinin cinayətləri.- Bakı, 2006.- 35 s.
5. Məmmədov İ., Əsədov S.Ermənistan azərbaycanlıları və onların acı taleyi (qısa tarixi oçerk).- Bakı, 1992.- 33 s.
6. Rəhimli Ş. İrəvan ermənilərə necə verildi. https://azvision.az/news/91427/irevan-ermenilere-nece-verildi-%E2%80%93-senedler.html
7. Şükürov K. Türkmənçay 1828.Tarixi xronika.Bakı, 2006, 94-95 s.
8. Пирумян С.Г. «Дашнаки за рубежом». Издание научной Ассоциации Востоковедения, Тифлис, 1934,172/6

Sevinc DADAŞZADƏ

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

s.dadashzade@atmu.edu.az

Multikulturalizm və mədəni müxtəliflik

Мультикультурализм и культурное разнообразие

Multiculturalism and cultural diversity

Xülasə: Azərbaycan çox qədim zamanlardan müxtəlif xalqların və etnik azlıqların,fərqli mədəniyyətlərin vətəni olmuşdur.Məqalədə milli azlıqların və dominant xalqın bu ölkədə konfliktsiz yaşamasının səbəbləri araşdırılmış,bu istiqamətdə dövlətin rolunun nədən ibarət olduğunu əhatəli şəkildə şərh edilmişdir.

Açar sözlər: multikulturalizm,tolerantlıq,multikultural yanaşma,mədəni müxtəliflik,cəmiyyət,milli dəyərlər,milli-mənəvi dəyərlər,inkişaf,inkişaf istiqaməti.

Резюме: Азербайджан, с древнейших времен, является родиной разных народов и этнических меньшинств разных культур. В статье рассматриваются причины бесконфликтного

проживания национальных меньшинств и доминирующих народностей этой страны и подробным образом объясняется роль государства в этом направлении.

Ключевые слова: мультикультурализм,толерантность, многокультурный подход, культурное разнообразие,общество,национальные ценности, национально-нравственные ценности,развитие,направления развития.

Abstract: Azerbaijan, since ancient times, is the birthplace of different peoples and ethnic minorities of different cultures. The article examines the reasons for conflict-free living of national minorities and the dominant nationalities of that country and explains in detail the role of the state in this direction.

Key words: multiculturalism, tolerance, multicultural approach, cultural diversity, society, national values, national and moral values, development, directions of development.

Tarixin bütün dövrlərində özünün rəngarəng milli tərkibli olması ilə fərqlənən Azərbaycanda bu milli müxtəlifliyin etnik-milli mənbələri mövcuddur. Azərbaycanda yaşayan onlarla etnik-dini birliklərin qarşılıqlı münasibəti və mədəniyyəti - folklor, dialekt, adət-ənənə, yaşayış tərzi, inanclar sistemi və s. milli müxtəlifliyin vəhdətini müəyyənləşdirmişdir. Həqiqətən, ən müxtəlif milli-etnik qrupların nümayəndələrinin yaşadığı Azərbaycan unikal coğrafi, geosiyasi və mədəni məkandır.

Azərbaycan çox qədim zamanlardan ən müxtəlif xalqların və mədəniyyətlərin vətəni olmuşdur. Şərq mədəniyyətinin dünya və Avropa mədəniyyətinə, yaxud əksinə keçid prosesləri üçün Azərbaycan körpü-əlaqələndirici rolunu oynamışdır.

Azərbaycanda, tarixən, bütün xalqlara, mili azlıqlara və etnik qruplara eyni - normal münasibət bəslənib. Azərbaycan dövləti ardıcıl və düzgün milli siyasət yeridib, milli azlıqların hüquqlarının təminatı sahəsində mühüm nailiyyətlər əldə edib.

Müasir dövrdə dövlət tərəfindən atılan məqsədyönlü addımlar dinindən, millətindən asılı olmayaraq, Azərbaycan xalqının bütün dövrlərdə mehriban ailə, dost, qardaş olaraq yaşamaq ənənələrini daha da möhkəmləndirib. Müxtəlifliyin vəhdəti etnik, milli və ya konfessional fərqlərin aradan qaldırılması demək deyil. Hazırda, Azərbaycanda onlarla milli azlığın nümayəndəsi yaşayır: rus, ukrayn, tat, kürd, belorus, talış, yəhudi, türk, alman, ləzgi, tatar, avar, gürcü, saxur, udin və s. Onlar öz dillərindən istifadə edir, maddi-mənəvi mədəniyyətlərini qoruyub saxlayır, özlərinin milli-mədəni birliklərini, assosiasiyalarını və ittifaqlarını yaradırlar.

Müstəqillik əldə etdikdən sonra milli azlıqlar tarixi, mədəni adət-ənənələrini qoruyub saxlamaq naminə öz mədəniyyət mərkəzlərini yaratdılar. Bunun nəticəsidir ki, hazırda Azərbaycanda onlarla milli-mədəniyyət mərkəzləri fəaliyyət göstərir. Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət

Nazirliyi UNESKO-nun, Avropa Şurası və ATƏT-in "mədəni müxtəlifliyə" dair proqramlarında fəal iştirak edir.

Azərbaycan hökuməti dəfələrlə milli azlıqların bu və ya digər strukturlarına maliyyə yardımı göstərib. Eyni zamanda, yerləşdikləri binalara görə icarə haqqı ödəmirlər. Dövlət onların müdafiəsini müxtəlif formalarda həyata keçirir.

Bir çox Avropa ekspertləri etiraf edirlər ki, onların dövlətlərinin 50-60 ildə keçdiyi inkişaf yolunu gənc müstəqil Azərbaycan dövləti cəmi 25 ilə qət edib. Avropalılar, öncə vətəndaş cəmiyyətinin formalaşmasını, cəmiyyətin dahada demokratikləşməsini, əsas insan hüquq və azadlıqlarının yüksək səviyyədə qorunmasını, multikulturalizm və tolerantlıq şəraitində yaşayan xalqlara verilən önəmin miqyasını və s.nəzərdə tutur.

Mövqe baxımından Azərbaycanda hazırkı siyasi durum bütün müstəvilərdə tolerantlıq prinsipləri ilə idarə olunur, siyasi qərarların istiqamətlərindən asılı olaraq tolerantlıq daha yüksək və konkret səviyyəyə - multikulturalizmə qədər irəliləyir. Müasir Azərbaycanın memarı olan Heydər Əliyevin yaratmış olduğu siyasi irs bu gün bütün detalları ilə qorunur və zamanın tələbinə uyğun olaraq inkişaf etdirilir. Yuxarıda qeyd olunan bu nəzəri-fəlsəfi fikirlərin praktik təsdiqini müstəqil Azərbaycanın hazırkı Prezidenti İlham Əliyevin həyata keçirdiyi uğurlu siyasətində görə bilərik. Aparılan bu məqsədyönlü və peşəkar siyasətdə "daxili" və "xarici" olmaqla iki qol ayırmaq olar. Hər bir qol ayrı-ayrılıqda özünəməxsus keyfiyyətləri, tolerant və multikultural yanaşmaları və bu yanaşmalar fonunda öz təkrarsızlığı ilə seçilir. İlham Əliyevin daxili siyasətdə göstərdiyi ən böyük siyasi tolerantlıq örnəyi kimi müxalifət və iqtidar arasında olan münasibətlərdir. Bu münasibət bir növ fikirlərin, təfəkkürlərin sərbəst mübarizəsidir.

Daxili siyasətdə tolerantlığın, daha dəqiq desək multikulturalizmin digər bir istiqaməti ölkəmizdə yaşayan müxtəlif xalqların, millətlərin, müxtəlif din və dil daşıyıcılarının hüquq və azadlıqlarına bərabər münasibət və onların hər birinə Azərbaycan vətəndaşı kimi haqq etdikləri hüquq və azadlıqları verməkdədir. Bu, həm Azərbaycan qanunvericiliyinin, Konstitusiyasının əsasıdır, həm də Prezident İlham Əliyevin ortaya qoyduğu siyasi iradənin nəticəsidir.

Bu gün Azərbaycanda yaşayan müxtəlif dini inanclara sahib olan insanlar öz dini ibadətlərini sərbəst şəkildə həyata keçirir, Prezident İlham Əliyevin öz siyasi iradəsi ilə yaratmış olduğu bu tolerant və multikultural cəmiyyətin imkanlarından yararlanırlar. Azərbaycanda heç bir dini konfessiyanın birinin digərindən üstünlüyü yoxdur.

Azərbaycan müstəqilliyini bərpa etdikdən sonra milli mədəniyyətimizin inkişafında da yeni dövr başlandı. Müstəqillik illərində Azərbaycan mədəniyyəti dünyaya inteqrasiya yolunu tutdu. Azərbaycan Respublikasının yeni mədəniyyət siyasətinin düzgün və daha effektiv, milli

maraqlarımıza uyğun təşkili əsas istiqamətə çevrildi. Xalqın tərəqqisində tarixi-milli və milli-mədəni köklərə bağlılıq, qarşılıqlı anlaşma, milli birlik, mədəniyyətə yaradıcı münasibət, müasirlik və s. yaradıldı. Heydər Əliyev mədəniyyəti xalqın böyük sərvəti hesab edirdi. Məhz onun hakimiyyəti illərində mədəniyyətə, milli-mənəvi dəyərlərə münasibət köklü şəkildə dəyişdi və ölkəmizdə mədəniyyətin inkişafında yeni dövrün başlanğıcı qoyuldu. Müstəqillik illərində mədəniyyət siyasətinin uğurla həyata keçirilməsi daha çevik və milli xarakter aldı. Azərbaycan mədəniyyəti dünyada daha geniş şəkildə tanınmağa və yayılmağa başladı, mədəniyyətin inkişafına həsr olunmuş yüzlərlə sərəncam və dövlət proqramları qəbul olundu. Möhtərəm prezident İlham Əliyevin qeyd etdiyi kimi: "Müstəqillik illərində Azərbaycan xalqının mənəvi potensialı daha da zənginləşmiş, milli mədəniyyət və incəsənət, azərbaycançılıq məfkurəsi əsasında inkişaf etmişdir" (bax). Danılmaz faktdır ki, Azərbaycan xalqının tarix boyu digər mədəniyyətlərə dözümlü münasibəti xalqın təbiətindən, insanpərvərliyindən və xoş məramlığından irəli gəlir. Azərbaycan qədim zamanlardan müxtəlif dinlərin, dini cərəyanların yayıldığı, qovuşduğu, qarşılıqlı anlaşma şəraitində yaşadığı və əməkdaşlıq etdiyi bir məkandır. Mədəni, etnik, dini və s. müxtəliflikl̈r düzgün tənzimlənmədikdə cəmiyyətin inkişafı prosesində natarazlıq baş verir. Bu müxtəliflikl̈rin tənzimlənməsinin düzgün modellərindən biri multikulturalizmdir [3]. Bu səpkidə qarşıdurma və münaqişələrin baş verməməsi üçün insanlarda digər mədəniyyətlərə qarşı dözümlülük və hörmət xüsusiyyətləri gücləndirilməlidir.

Siyasət bir sıra mühüm xüsusiyyətləri ilə xarakterizə olunur. Hazırda bunların ən mühümlərindən biri siyasi tolerantlıq hesab olunur. Tolerant sözü latıncadan tərcümədə "dözümlü, təmkinli" deməkdir.

Tolerantlıq - başqalarının siyasi baxışlarına, ideoloji görüşlərinə, konsepsiyalarına dözümlü və təmkinli yanaşmaq deməkdir. Bu dözüm bəzən susmaq, bəzən də əsl natiqlik məharəti və dərin düşüncə hesabına ortaya çıxır. Siyasi xadimin həyat və fəaliyyətində tolerantlıq öz təzahürünü siyasi rəqiblərinin fikirlərini nəzərə almaq qabiliyyətində, həmin fikirlərə verdiyi reaksiyada, seçildiyi siyasi rəhbərlikdə ortaya qoyduğu idarəetmə prinsiplərində və qarşılıqlı olaraq səsləndirdiyi fikirlərdə özünü göstərir.

Multikulturalizm - fərqli mədəniyyətlərin yanaşı və ya birgə yaşayış tərzidir və azsaylı xalqlara öz etnik-mədəni dəyərlərini qorumaq üçün azadlıq verməklə yanaşı onların yaşadıqları cəmiyyətin bütün sahələrində fəal iştirak etmələri üçün hər cür şəraitin yaradılmasıdır. Multikulturalizm tərcümədə çoxmədəniyyətlilik deməkdir.

Çoxmədəniyyətlilik - dedikdə isə ilk növbədə etnik, irqi, dini və mədəni müxtəliflikl̈r, bu müxtəliflikl̈rin əsasını təşkil edən dəyərlər nəzərdə tutulur.

Multikulturalizm 1960-cı illərin sonunda Kanadada meydana gəlsə də, termin kimi 1970-ci illərdən işlədilir. The Harper Colins sosiologiya lüğətində (1991). Multikulturalizmin belə bir tərifi verilir: "Multikulturalizm – bir çox cəmiyyətlərin xüsusiyyəti kimi plüralizmin mövcudluğunun etiraf olunması və inkişafı deməkdir. Multikulturalizm mədəni müxtəlifliyin, azlıqların mədəniyyətinin müdafiəsi məsələsini öz qarşısına qoyur. Eyni zamanda o, azlıqların mədəniyyəti ilə əsas mədəniyyətin qeyri-bərabər münasibətlərini nəzərdə saxlayır" .Yeni düşüncə tərzinin formalaşması, yalnız düşüncə böhranının aradan qaldırılmasının uğuru yüksək mədəniyyət, multikulturalizmdir. N. Tusi "Əxlaqi-Nasiri" əsərində elmlə əməlin əlaqəsindən yazaraq qeyd edir ki, "bunların vəhdəti olmadan inkişaf və kamillik qeyri-mümkündür"(bax rt[5]). Mədəniyyətlərin dialoqonu qurmaq üçün başqa mədəniyyətlərin mahiyyətini, xüsusiyyətlərini, tarixini və nailiyyətlərini öyrənmək mütləqdir və zəruridir. Samuil Hantunqton "Sivilizasiyaların toqquşması və dünya düzəminin yenidən qurulması" adlı kitabında qeyd edir: "Yeni dünyada xalqlar arasında əsas fərqlər ideoloji, siyasi, iqtisadi deyil, mədəni fərqlər və müxtəliflikdi. Öz tarixinə, dininə, dilinə, mənəvi dəyərlərinə müraciət edən xalqlar, öz kimliklərini müəyyən edirlər" (bax [4] .

Azərbaycanın müstəqilliyinin 25-ci il dönümündə "Multikulturalizm ili" elan edilməsi bir neçə obyektiv səbəblə bağlıdır. Birinci səbəb, Azərbaycan ərazi cəhətdən mədəniyyətlərin qovuşduğu məkanda yerləşməklə, dinlər və sivilizasiyalararası münasibətlərin tənzimlənməsində xüsusi rola malik olub. İkinci səbəb Azərbaycan ərazisində yaşayan bütün xalqlar, toplumlar, fərqli dil və din mənsubları əsrlər boyu birgə yaşayıb. Azərbaycan tarix boyu müxtəlif xalqların azad, sərbəst və heç bir maneə ilə rastlaşmadan yaşadığı bir ölkədir. İstər qanunvericilik bazasında, istər siyasi iradədə, istər dövlət və vətəndaş cəmiyyəti institutları tərəfindən həyata keçirilən layihələrdə milli mənşəyindən və danışdığı dildən, həmçinin dinindən asılı olmayaraq, hər kəs bərabər hüquqludur. Hər bir vətəndaşın hüquq və azadlıqları Azərbaycan Respublikasının vətəndaşı olaraq dövlət tərəfindən qorunur. Bunlar isə siyasətdə tolerant və multikultural yanaşmanın göstəricisi və real təzahürləridir.

Ötən əsrin ikinci yarısından başlayaraq (70-ci illərdə) ABŞ və Avropada da multikulturalizm siyasətinin aparılmasına təkan verildi. Bu siyasət aparılarkən bir tərəfdən mədəniyyətlərə azadlıq formal təmin edilsə də, digər tərəfdən dövlətin əsas məqsədi mədəniyyətlərin inteqrasiyasına nail olmaq və vahid ideya ətrafında cəmiyyət formalaşdırmaq olmuşdur. Lakin 2010-cu ildən sonra Britaniya, Almaniya və Fransa kimi inkişaf etmiş ölkələr multikulturalizm siyasətinin uğursuzluğa düçar olduğunu və bu siyasətdən imtina etdiklərini elan etdilər. Bu ölkələrdə multikulturalizmin böhranının əsas səbəbi, mədəniyyətlərarası təbii inteqrasiya prosesində miqrantların gətirdikləri mədəniyyətlərin daha güclü olması idi. Bu zaman Avropa əsasən iki problemlə: Birinci, müsəlmanlar yerli mədəniyyətlə inteqrasiyaya getmədi. Əksinə, avropalılarda islama yönəlmə prosesi daha güclü başlandı. İkinci problem isə get-gedə ağ dərili irqin azalması və təbii artım hesabına qaradərililərin sayının durmadan artması prosesi idi. Bu proses perspektivdə Avropada ağ dərili irqin getdikcə yoxa

çıxması təhlükəsini meydana gətirdi. Avropa dövlətlərinin çoxunda ailə planlaşdırılması, qadın kişi bərabərliyi, cinsi azlıqların hüquqları, gender problemləri, qadının cəmiyyətdə rolunun artması və s. kimi məsələlər əslində doğum səviyyəsinin aşağı düşməsi hesabına yarandı. Etnik qruplar multikultural dəyərləri istənilən səviyyədə mənimsəmədikləri üçün nəticədə yerli əhali azalmağa, etnik qrupların sayı isə getdikcə artmağa başladı ki, bu isə qərb mədəniyyətinin get-gedə assimilyasiya olmasına gətirib çıxarır. Bu səbəbləri əsas kimi qəbul edən Avropa ölkələrinin bir çoxunun multikultural cəmiyyətdən imtina etmələrinə səbəb olmuşdur.

Multikulturalizmdən imtina etmək yaxşı heç nə vəd etmir, çünki bu, təəssüf ki, bütün dünyada getdikcə artan anlaşılmazlığa, qarşıdurmaya, milli və dini münaqişələrə aparıb çıxaran yoldur. Bakı Humanitar Forumunda iştirak edən Y.Jdanov Azərbaycanda multikulturalizmin inkişafı barədə belə fikir söyləmişdir: "Planetdə başqa elə bir bölgə yoxdur ki, buradakı kimi onlarla xalq çox uzun müddətə və birlikdə yaşamış olsun. Bu füsunkar çoxçalarlılıq bütün bəşəriyyətin dəyərli xəzinəsi hesab oluna bilər"..Sevindirici haldır ki, Azərbaycan dünyada məscid, kilsə və sinaqoqun bir arada olduğu, eləcə də müxtəlif din mənsublarının heç bir ayrı-seçkilik halı ilə qarşılaşmadıqları nadir ölkələrdən biri, bəlkə də, birincisidir. Rum patriarxı I Varfolomey 2003-cü ildə Azərbaycanda rəsmi səfərdə olarkən ölkəmizdəki tolerantlıq haqqında belə bir fikir söyləmişdi: "Mən buradakı tolerantlığın səviyyəsindən məmnunam. Azərbaycanda hər kəs istədiyi dinə etiqad edir, istədiyi kimi ibadət edə bilir" [6].

"Etnik" sözünün etimologiyasından bəhs edən Ronald Cakson qeyd edir ki, "etnik" sözü yunanca "ethnikos" sözündən yaranmış və cəmiyyətdə xarici qrup, yaxud, milliyyət mənasında işlədilir. Azərbaycanda tarixən müxtəlif xalqların nümayəndələri bir-birinə çox yaxın qonşuluq münasibətində yaşamışdır. Lakin tarixdə heç bir zaman indiki kimi bu ərazidə məskən salan müxtəlif xalqların və millətlərin nümayəndələrini birləşdirən vahid dövlətçilik ideyası olmamışdır. 1995-ci ildə qəbul edilmiş Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasının 25-ci maddəsində: "Mənşəyindən, irqindən, dinindən və dilindən asılı olmayaraq hər kəsin hüquq və azadlıqlarına hörmət təmin olunmalıdır" [2]. Bununla yanaşı, qəbul edilən bir cox dövlət sənədlərində, qanunlarda Azərbaycan ərazisində yaşayan bütün milli azlıqların mədəni kimliyinin tanınmasına tam təminat verildi. "Mədəniyyət haqqında" qanunun 11-ci maddəsi ilə Azərbaycan ərazisində yaşayan bütün milli azlıqların mədəni kimliyinə önəm verdiyini bir daha sübut edildi. Eləcə də "Təhsil haqqında" qanunda hər kəsin öz dilində təhsil almaq hüququ və ayri-seçkiliyə yol verilməməsi məsələsi öz əksini tapdı. İndiki Azərbaycan Respublikasının o vaxtkı ərazisində, hələ 1897-ci ildə Rusiya imperiyasında aparılmış əhalinin ilk ümumi siyahıyaalınması haqqında məlumatlarında, Şimali Azərbaycan ərazisində onlarla müxtəlif millətlərin, xalqların, etnik qrupların nümayəndələrinin yaşadığı qeydə alınmışdır. Yaşamış əhalinin 60,5 faizini azərbaycanlılar, yerdə qalanını isə ruslar, ermənilər, tatlar, talışlar, yəhudilər, ukraynalılar, gürcülər və b. millətlər və xalqlar təşkil etmişdir. 1926-cı ildə aparılan

ümumittifaq siyahıyaalınmasının yekunlarına görə Azərbaycanda yaşayan xalqların sayı 95 olmuşdur [1, s.93]. 1989-cu ildə SSRİ-də aparılmış sonuncu ümumittifaq əhali siyahıyaalınması məlumatlarına əsasən Azərbaycan ərazisində yaşayan millətlərin, xalqların və etnik qrupların sayı əvvəlki illərə nisbətən nəinki azalmamış, əksinə, xeyli çoxalaraq 115-ə çatmışdır [1, s.94]. 1999-cu ildə keçirilmiş müstəqil Azərbaycan Respublikası əhalisinin ilk milli siyahıyaalınması məlumatlarında Azərbaycan əhalisinin milli tərkibi azərbaycanlılarla yanaşı onlarla digər millət və xalqlardan ibarət olmuşdur. 2009-cu ilin siyahıya alınmasına görə ölkə əhalisinin 8,4 faizini milli azlıqlar, azsaylı xalqlar və etnik qrupların nümayəndələri təşkil etmişdir. Milli azlıqlar öz milli mərkəzlərini, assosiasiyalarını və digər qurumlarını yaratmaq hüquqlarından tam istifadə edirlər. Hazırda Azərbaycanda onlarla milli mədəniyyət mərkəzi fəaliyyət göstərir.

Azərbaycan tarixən daim müxtəlif xalqların, mədəniyyətlərin və dinlərin vahid dəyərlər naminə birləşdiyinin şahidi olmuşdur. Bu dəyərlər azadlıq və firavanlıq, müasir tariximizdə isə müstəqillik və demokratik dəyərlərdən ibarətdir. Məhz dinlər arasında əmin-amanlığın təmin edilməsi, çoxmədəniyyətliliyin inkişafı ölkədə demokratik dəyərlərin tərəqqisinə yol açan faktorlardır. Prezident İlham Əliyevin "Multikulturalizmə alternativ yoxdur!" məşhur şüarı müxtəlif mədəniyyətlərin bərabər imkanlara sahib olması ilə yanaşı, demokratik dəyərlərin inkişafının labüdlüyünü özündə təzahür etdirir.

Azərbaycan rəhbərliyinin düzgün milli siyasəti nəticəsində ölkəmizdə milli azlıqlara öz mədəniyyətlərini və dəyərlərini qoruyub saxlamaq və inkişaf etdirmək üçün hər cür imkan və şərait yaradılmışdır. Multikulturalizm və tolerantlıq tarixin, müxtəlif xalqların və etnosların mədəni irsinin öyrənilməsi və milli mədəniyyətlərin qorunması, onların dilinin, milli adət və ənənələrinin, başqa sözlə, milli ruhunun qorunması deməkdir. Eyni bir coğrafi məkanda yerləşmiş bütün xalqların milli mədəniyyətinin yaşadılması inkişaf, vahid milli dəyərlər sisteminin formalaşması, xalqların rifahı isə dövlətçiliyin inkişaf etdirilməsi və möhkəmlənməsidir. Müasir Azərbaycanda qədim alban abidələri, müxtəlif xalqlara mənsub dini və tarixi abidələr, Xınalıq, Malakan, Lahıc, Buduq, Nij, Krasnaya Slaboda və s. kimi müxtəlif tarixi-coğrafi məkanlar dövlət səviyyəsində qorunmaqdadır.

“Qloballaşma” anlayışı etimoloji cəhətdən “qlobus” (lat.) - yəni “yer kürəsi” sözü ilə əlaqədardır. Bu isə bu və ya digər proseslərin beynəlmiləl xarakterini ifadə etdiyini göstərir. Lakin proseslərin qloballaşması sadəcə bunların bütün yer kürəsini əhatə etməsi deyildir. Qloballaşma hər şeydən əvvəl, Yer kürəsində bütün ictimai fəaliyyətin beynəlmiləlləşməsi ilə əlaqədardır. Bu o deməkdir ki, müasir dövrdə bütün bəşəriyyət sosial-mədəni, iqtisadi, siyasi və digər əlaqələrin, qarşılıqlı təsirlərin və münasibətlərin vahid sisteminə daxil olur. Beləliklə, keçmiş tarixi dövrlərlə müqayisədə, müasir dövrdə bəşəriyyətin ümumplanetar vəhdəti həddindən artıq sürətlənmişdir. Nəticədə ümumi tale, ümumi məsuliyyətlə əlaqədar olan problemləri prinsipcə yeni super sistem

təmsil edir. Ona görə də müxtəlif bölgələr, dövlətlər və xalqların sosial-mədəni, iqtisadi, siyasi konsepsiyaları vahid sivilizasiya və yeni planetar təfəkkür üsullarının yaranmasını mürəkkəbləşdirir (bax [7 s. 4-5]).

Ədəbiyyat siyahısı:

1.Azərbaycan Milli Ensiklopediyası. "Azərbaycan" cildi."Azərbaycan Milli Ensiklopediyası" Elmi Mərkəzi, Bakı, 2007, 884 s.

2. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası. Bakı, "Qanun" nəşriyyatı.2010.

3. Həsənov N. Azərbaycanın multikultural dəyərləri - örnək modeli."Respublika" qəzeti, 2016, 21 fevral .

4. S.Hantunqton. Sivilizasiyaların toqquşması və dünya düzəminin yenidən qurulması

5. N. Tusi .Əxlaqi-Nasiri Bakı, "Lider nəşriyyat", 2005,

6. Mirzəbəyli İ. Azərbaycan həmişə regionun dini və milli baxımdan ən tolerant ölkəsi olub."Xalq qəzeti", 2016, 19 fevral

7. A.Şükürov. Qloballaşma: mahiyyəti və perspektivləri. Bakı, 2001, 170 s. - s.4-5.

Səbinə BABAYEVA

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

sabina.babayeva89@gmail.com

Milli statuslu muzeylərin turist cəlbetmə siyasətində mövcud problemlər və həlli yolları

Current problems and their solution in the tourist attraction policy of the national museums

Текущие проблемы и пути их решения в политике национальных музеев по привлечению туристов

Xülasə: Milli statuslu muzeylərin turizm sənayesinə uğurlu inteqrasiyası üçün muzey fəaliyyətinin təşkili, daimi və potensial ziyarətçilərlə iş üzrə dünyanın aparıcı muzeylərinin təcrübəsinin öyrənilməsi, müasir informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının aktiv şəkildə istifadəsi mühüm amillərdəndir. Eyni zamanda digər fəaliyyət növlərinin həyata keçirilməsi və onların tətbiqi və uyğunlaşdırılması həm milli statuslu muzeylərin, həm də digər mədəniyyət müəssisələrinin işçilərinin diqqəti mərkəzində olmalıdır.

Geniş auditoriya üçün cazibədar olmaq üçün milli statuslu muzeylər qapalı elit mədəniyyət müəssisəsi modelindən imtina etməlidirlər.

Deməli, milli statuslu muzeylərin məhdud hədəf qruplarına (alimlər, profil üzrə mütəxəssislər, şagird və tələbələr) istiqamətlənmiş elit mədəniyyət müəssisələrindən yerli və əcnəbi ziyarətçilərin geniş auditoriyasını cəlb edən mədəni institutlara çevrilməsi günün mühüm vəzifələrindəndir.

Açar sözləri: milli statuslu muzey; turizm sənayesi; qapalı elit mədəniyyət müəssisəsi; ziyarətçilər; təcrübə; müasir idarəetmə formaları; kommunikasiya texnologiyaları.

Abstract: For successful integration of national museums and the tourism industry, it is important to study the experience of leading museums in the world in organizing museum activities, working with regular and potential visitors, actively using modern communication and information technologies, as well as other forms of activity and their adaptation and application in their daily work. In addition, to become attractive to the general public, national museums need to move away from the model of a closed elite cultural institution.

Consequently, the transformation of national museums from elite cultural institutions focused on limited target groups (scientists and professionals, students and students) to cultural institutions that attract a wide audience of local and foreign visitors is becoming an urgent task of the day.

Key words: national museum; tourism industry; closed elite cultural institution; visitors; an experience; modern forms of management; communication technologies.

Резюме: Для успешной интеграции национальных музеев а индустрию туризма представляется важным изучение опыта ведущих музеев мира по организации музейной деятельности, работы с постоянными и потенциальными посетителями, активное использование современных коммуникационных и информационных технологий, а также иные формы деятельности и их адаптация и применение в своей повседневной работе. К тому же, чтобы стать привлекательными для широкой публики национальным музеям необходимо отойти от модели закрытого элитарного культурного учреждения.

Следовательно, превращение национальных музеев из элитарных культурных учреждений, ориентированных на ограниченные целевые группы (ученые и профильные специалисты, учащиеся и студенты) в институты культуры, привлекающие широкую аудиторию местных и иностранных посетителей становится насущной задачей дня.

Ключевые слова: национальный музей; индустрия туризма; закрытое элитарное культурное учреждение; посетители; опыт; современные формы управления; коммуникационные технологии.

Milli statuslu muzeylərin işini böyük tarixi inkişaf yolunu keçmiş və dünya tarixinin və mədəniyyətinin çoxsaylı şedevr eksponatlarına malik olan aparıcı dünya muzeylərinin işi ilə müqayisə

etmək olmaz. Bu o qədər də düzgün deyil və milli statuslu muzeylərin fəaliyyətinin obyektiv şəklini lazımi səviyyədə əks etdirməyəcək. Bu muzeylərin fəaliyyət reallıqları nəzərə alınmadan təcrübənin təqlid edilməsi də yolverilməzdir. Lakin, muzey fəaliyyətinin təşkili, daimi və potensial ziyarətçilərlə iş üzrə dünyanın aparıcı muzeylərinin təcrübəsinin öyrənilməsi, müasir informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının aktiv şəkildə istifadəsi mühüm amillərdəndir. Eyni zamanda digər fəaliyyət növlərinin həyata keçirilməsi və onların tətbiqi və uyğunlaşdırılması həm milli statuslu muzeylərin, həm də digər mədəniyyət müəssisələrinin işçilərinin diqqəti mərkəzində olmalıdır.

Geniş auditoriya üçün cazibədar olmaq üçün milli statuslu muzeylər qapalı elit mədəniyyət müəssisəsi modelindən imtina etməlidirlər. Bir sıra tədqiqatçı-muzeyşünaslar hesab edirlər ki, "əksər muzeylər daha çox ziyarətçinin cəlb edilməsi və onlara xidmət göstərilməsi üçün mövcuddurlar" [2, s. 54] və buna görə də "muzey və onların auditoriyaları arasında qarşılıqlı əlaqə muzey kolleksiyaları qədər əhəmiyyətlidir" [3, s. 9-31].

Deməli, milli statuslu muzeylərin məhdud hədəf qruplarına (alimlər, profil üzrə mütəxəssislər, şagird və tələbələr) istiqamətlənmiş elit mədəniyyət müəssisələrindən yerli və əcnəbi ziyarətçilərin geniş auditoriyasını cəlb edən mədəni institutlara çevrilməsi günün mühüm vəzifələrindəndir.

Təəssüflər olsun ki, 2012-2017 illər ərzində ölkəni və milli statuslu muzeyləri ziyarət etmiş əcnəbi turistlərlə bağlı statistik məlumatlar göstərirlər ki, muzeylərə cəlb edilməli olan geniş auditoriya, onların fəaliyyət sahəsindən kənarda qalmışdır. Beləliklə, milli mədəniyyətin və tarixin təbliğatı üçün mühüm turist qrupu, həmçinin əhəmiyyətli maliyyə mənbəyi itirilmiş olur.

Belə ki, Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin və BMT Turizm üzrə ümumdünya təşkilatının "Səyahət və turizm. İqtisadi təsir. 2017. Azərbaycan" nəşrinin məlumatlarına əsasən 2012-2017 illərdə Azərbaycanı 12 milyona yaxın əcnəbi turist ziyarət etmişdir. Milli statuslu muzeylərin ziyarətçilərinin sayı isə, yerli ziyarətçilər də daxil olmaqla 200 min nəfər olmuşdur. Beləliklə, göstərilən turistlərdən ölkə vətəndaşları kimi ən azı yarısını çıxsaq, belə nəticəyə gəlmək olar ki, ölkəmizə gələn 120 əcnəbidən 1 nəfər milli statuslu muzeyləri ziyarət etmişdir. Şübhəsiz, əcnəbi turistlər Azərbaycanı müxtəlif məqsədlərlə və müxtəlif müddətlərə ziyarət edirlər və ölkəmizə gələn əcnəbi turistlərin əksəriyyəti üçün muzeyləri ziyarət prioritet məsələ deyil. Həmçinin, əcnəbilər üçün təyinat yeri (hərəkət edən ruh) kimi muzeyin əhəmiyyəti, yerli ziyarətçilərlə müqayisədə çox azdır. Buna baxmayaraq, yuxarıda göstərilən statistik göstəricilər milli statuslu muzeylərin real imkanlarını əks etdirmirlər. Əksinə, onlar həm auditoriya, həm də turizm şirkətləri ilə iş üzrə muzeylərin fəaliyyətlərində əhəmiyyətli çatışmazlıqların olmasına işarə edir, bu da milli statuslu muzeylərin mədəni turizm sahəsinə inteqrasiyası prosesini əhəmiyyətli dərəcədə ləngidir.

Beləliklə, bugünkü gündə ölkənin milli statuslu muzeyləri turizm marşrutlarının tam həcmdə aktiv iştirakçıları ola bilməmişlər. Muzeylərin fəaliyyəti ölkənin tarixində və mədəniyyətində olan əlamətdar günlərlə bağlı müxtəlif rəsmi tədbirlərdə iştirakı əhatə etmişdir. Ziyarətçilərin cəlb edilməsi

üzrə iş əsasən Bakı şəhərinin ümumtəhsil məktəbləri və ölkənin bir sıra ali məktəblərinin tələbələri ilə məhdudlaşmışdır. Mütəşəkkil turist qrupları tərəfindən (yerli və əcnəbi) milli statuslu muzeylərin ziyarəti epizodik xarakter daşıyırdı.

Milli statuslu muzeylərin turizm sektorunda qeyri-adekvat iştirakının səbəbləri dissertasiya tədqiqatı zamanı tərəfimizdən aşkarlanmış bir sıra amildən ibarət olmuşdur. Bu muzeylərin fəaliyyətlərinin öyrənilməsi prosesində tərəfimizdən milli statuslu muzeylərin turizm sahəsinə inteqrasiyasını ləngidən, bəzən isə məhdudlaşdıran xarici (obyektiv) və daxili (subyektiv) amillər müəyyən edilmişdir.

Xarici (obyektiv) amillərə normativ-hüquqi bazanın təkmilləşməsini aid etmək olar. Bizim fikrimizə görə, bu amil təkmilləşdirilməli və tamamlanmalı olan əsas amillərdən biridir. Cəmiyyətin sosial-iqtisadi sahəsində son illərdə baş verən dəyişikliklər və informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının muzey fəaliyyətinə təsiri qüvvədə olan qanunvericilikdə öz əksini tapmalıdır. İlk öncə bu mədəniyyət sahəsində xeyriyyəçilik işinin vergi imtiyazları və muzey fəaliyyətinin təşkili və milli statuslu muzeylərin işçilərinin işinin stimullaşdırılması üçün büdcədənkənar maliyyələşdirmə mənbələrinin cəlb edilməsi ilə bağlı muzey səlahiyyətlərinin genişləndirilməsi formasında təşviq edilməsidir. Bu vəzifənin icrası üçün bizim fikrimizə görə, "Muzeylər haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanun 24-cü maddəsinə "Dövlət muzeylərinin inkişafına yönəldilmiş subsidiyalara, xeyriyyəçilik və sponsorluğa görə hüquqi və fiziki şəxslər həmin məqsədə yönəldikləri vəsait həcmində vergidən azad olunurlar" cümləsi əlavə edilməlidir. “Muzeylər haqqında” qanunun 22 maddəsində əks olunmuş bu cümlə 2007-ci ilin iyun ayında qanundan çıxarılmışdır. Bundan başqa, Milli Məclisdə baxılan “Turizm haqqında” yeni qanun layihəsində ölkənin mədəni-tarixi və təbii irsinin rasional istifadəsi sahəsində turizm firmaları, muzeylər və digər mədəniyyət müəssisələri arasında qarşılıqlı əlaqələrin tam spektrinin tənzimləyən hüquqi müddəalar təsbit edilməlidir. Yuxarıda göstərilən müddəaların qəbul ediləsi müxtəlif ziyarətçilər qrupunun cəlb edilməsi və turizm sənayesinə inteqrasiya üzrə muzey fəaliyyətinin genişləndirilməsi üçün müvafiq hüquqi əsasları yaradacaq.

Digər mühüm məsələ dövlət tərəfindən muzey fəaliyyətinin maliyyələşdirilməsindən və büdcədənkənar vəsaitlərin cəlb edilməsinin əhəmiyyətindən ibarətdir. YUNESKO Baş konfransının 38-ci sessiyasının tövsiyələrinin 28-ci paraqrafına əsasən “muzeylərin effektiv fəaliyyəti bilavasitə dövlət və özəl maliyyələşmələrindən və lazımi tərəfdaşlıq əlaqələrindən asılıdır. Üzv ölkələr muzeylər tərəfindən öz əsas funksiyalarını yerinə yetirməklə, öz missiyasını cəmiyyətin xeyrinə həyata keçirməsi üçün imkanların yaradılması məqsədilə müxtəlif maliyyələşmə mexanizmləri arasında balansın təmin edilməsinə cəhd etməlidirlər” [1, s. 191].

Aparıcı xarici muzeylərin təcrübəsi göstərir ki, son illərdə muzeylərə maliyyə daxilolmalarının strukturu əhəmiyyətli dərəcədə dəyişmişdir: muzeyin özünün gəlirlərinin, həmçinin xeyriyyəçilik

ianələrinin və sponsorluq vəsaitlərinin həcmlərinin artması fonunda dövlət maliyyələşməsinin payı kəskin surətdə azalır və azalmaqda davam edir. Dövlət maliyyələşməsinin azalması muzeyləri büdcədənkənar maliyyələşmə mənbələrinin axtarışına çıxmağa vadar edir. Həmçinin, muzey gəlirlərinin artırılmasına həm təklif edilən muzey xidmətlərinin (ödənişli sərgilərin təşkili, mühazirə və ekskursiya fəaliyyətinin genişləndirilməsi, uşaqlar üçün tədbirlərin artırılması) genişləndirilməsi vasitəsilə ziyarətçilərlə işin aktivləşdirilməsi hesabına, həm də təsərrüfat fəaliyyətinin (muzey kafesinin işi, nəşriyyat və suvenir məhsullarının satışının artırılması və digər fəaliyyət növləri) stimullaşdırılması hesabına nail olunur. Bundan başqa, xeyriyyəçilik və sponsorluq vəsaitlərinin cəlbinə, uzun müddət ərzində mesenatlıqla məşğul olan şəxslərlə işə və digər fəaliyyət növlərinə mühüm əhəmiyyət verilir.

Ölkənin milli statuslu muzeylərinin maliyyələşməsinin xüsusiyyətlərinə gəldikdə, sabit dövlət maliyyələşməsinə baxmayaraq, mümkün analoji problemlərin qarşısının alınması və büdcədənkənar maliyyə mənbələrinin genişləndirilməsi məqsədilə onlara vəsaitlərin cəlb edilməsi üzrə kompaniyaları təşkil etmək, marketinq fəaliyyətini həyata keçirmək, ziyarətçilərlə işləmək zəruridir. Lakin, büdcədənkənar maliyyələşmə vəsaitlərinin cəlb edilməsində təcrübənin olmaması bu istiqamətdə muzey fəaliyyətinə ictimai dəstəyin göstərilməsi üzrə yeni fəaliyyət formalarının istifadə edilməsi zərurətindən xəbər verir. Həmçinin, müasir şəraitdə bu vəsaitlər ziyarətçilərin cəlb edilməsi üzrə muzey fəaliyyətinin genişləndirilməsi üçün büdcə maliyyələşməsinə əlavə kimi çıxış edəcəklər.

Daxili (subyektiv) amillərə yeni idarəçilik formalarının tətbiqini və muzey fəaliyyətinin – menecment və marketinqin təşkilini aid etmək olar. Təəssüflər olsun ki, ölkənin milli statuslu muzeyləri öz ştatında muzey marketinqi və menecmenti sahəsində müvafiq ixtisasa malik olan işçiyə və ya şöbəyə malik deyillər. Menecment və marketinq məsələləri üzrə vəzifələri yerinə yetirən bu cür şöbənin və ya işçinin mövcud olmaması əməkdaşlığın təşkili və ziyarətçilərin cəlb edilməsi üzrə həm auditoriya, həm də turizm şirkətləri ilə düzgün şəkildə qurulmuş və planlaşdırılmış iş barədə danışmaq düzgün deyil. İxtisaslaşdırılmış muzey menecerlərinin və marketoloqların milli statuslu muzeylərin ştatında olmaması onların səlahiyyətləri xaricində olan məsələdir. Muzeylərin bu ixtisasa malik olan mütəxəssislərlə təmin edilməsi mədəniyyət sahəsinə cavabdehlik daşıyan icra orqanlarının səlahiyyətlərinə aiddir. Dünyanın aparıcı muzeylərinin fəaliyyət praktikası aşkar şəkildə muzeyin işində bu cür mütəxəssislərin olmasının məqsədəuyğunluğuna işarə edir. Onların peşəkar iştirakı olmadan, milli statuslu muzeylər həm auditoriya, həm də turizm şirkətləri və digər mədəniyyət müəssisələri ilə iş qura bilməyəcəklər.

Digər mühüm məsələ milli statuslu muzeylərin gündəlik işində müasir innovasiya və kommunikasiya texnologiyalarının aktiv şəkildə istifadəsindən ibarətdir. Tədqiqat göstərdi ki, ölkənin bütün milli statuslu muzeyləri lazımi qaydada tərtib edilmiş saytlara malikdirlər ki, onların istifadəçiləri muzeyin fəaliyyəti ilə bağlı lazımi informasiyanı həmin saytlardan əldə edə bilərlər.

Azərbaycan Milli Tarixi muzeyinin (http://azhistorymuseum.gov.az), Azərbaycan Milli İncəsənət muzeyinin və Nizami Gəncəvi adına Milli Ədəbiyyat muzeyinin (http://nizamimuseum.az) saytlarının tədqiqatı göstərdi ki, muzey saytlarının strukturuna muzey tarixinin təsvir edilməsi və muzeydə saxlanılan əsas kolleksiyaların və müxtəlif məşhur eksponatların təqdimatı göstərilməklə muzeyin ziyarət edilməsi imkanı barədə informasiyanı özündə birləşdirən bölmələr, həmçinin muzeyin birinci və ikinci mərtəbəsində saxlanılan daimi ekspozisiyalar və keçirilən sərgilər barədə bölmələr əks olunmuşdur. Muzey saytının istifadəçiləri muzeyin iş vaxtı və yerləşdiyi ünvan, giriş biletlərinin qiyməti barədə məlumat əldə edə bilərlər. Belə olan halda, bizim fikrimizə əsasən daima yenilənən virtual turların mövcud olması muzey saytının istifadəçilərinin sayının artmasına səbəb olacaq. Muzeylərin Facebook və Twitter səhifələrində səhifələri var, həmin səhifələrdə muzeyin fəaliyyəti əks olunub. Lakin burada auditoriya ilə işə lazımi diqqət yetirilmir, sosial şəbəkələrdə olan səhifələrdə istifadəçilərin sayının azlığı bunun təsdiqidir.

Dünyanın aparıcı muzeylərinin fəaliyyət praktikası göstərir ki, bugünkü gündə muzeyin virtual ziyarətçilərinin sayı real ziyarətçilərin sayı ilə müqayisə olunandır. Muzey saytları muzeylər üçün öz kolleksiyaların təqdimatı və onların yeni muzey sisteminə inteqrasiyası üçün əlavə imkanlar yaradır. Muzey saytlarında yerləşdirilən informasiya irihəcmli insan auditoriyası üçün əlçatan olur (o cümlədən müxtəlif muzeylərdə işləyən mütəxəssislər üçün) ki, onlar muzeyləri müqayisə etmək, prioritetləri qiymətləndirmək, analoqları aşkarlamaq, tərəfdaşlar tapmaq imkanını əldə edirlər.

Buna əsaslanaraq, milli statuslu muzeylər, ölkənin maddi və mənəvi tarix və mədəniyyətini ifadə edən eksponatlar vasitəsilə öz fəaliyyətini populyarlaşdırmaqla virtual ziyarətçilərlə ünsiyyət üçün saytlardan və sosial şəbəkələrdən aktiv istifadə etməli, 3D formatında interaktiv virtual muzeyləri yaratmalıdırlar.

Beləliklə, ölkənin milli muzeylərinin internet şəbəkəsində aktiv iştirakı daimi ziyarətçilərlə ikitərəfli tərəfdaşlıq əlaqələrinin inkişaf formalarından biri olmaqla yeni auditoriyanın cəlb edilməsi üzrə işi təşkil edir.

Milli muzeylərin fəaliyyətinin ayrılmaz hissəsi strateji planlaşdırılma və ziyarətçilərlə iş üzrə siyasətin işlənib hazırlanması olmalıdır. Ziyarətçilərlə lazımi işin mövcud olmamasını nəzərə alaraq, dünyanın aparıcı muzeylərinin təcrübəsini və praktikasını öz fəaliyyətinə uyğunlaşdırmaqla, onlardan istifadə etmək lazımdır. Daimi ziyarətçilərlə dayanıqlı əlaqələrin qurulması milli statuslu muzeylərin fəaliyyətində birinci dərəcəli əhəmiyyətə malik olmalıdır. Daimi ziyarətçilərin, geniş auditoriyanın sayının artırılması məsələsi onların işinin keyfiyyətinin əsas meyarına çevrilməlidir. Həmçinin, bu istiqamətdə aparılan iş muzeylə auditoriya arasında mütləq əks əlaqəyə malik olmalıdır. Təbii ki, bu iş daimi olaraq PR sahəsində mütəxəssislər tərəfindən aparılmalıdır. Milli muzeylərin fəaliyyətinin öyrənilməsi prosesində aşkar edilmişdir ki, auditoriya ilə bu cür iş forması lazımi səviyyədə tətbiq

edilməmişdir. Ştatda bu ixtisasa malik mütəxəssislərin olmaması muzeylərin bütün maraqlı mədəniyyət və turizm orqanları və müəssisələri ilə işində çatışmazlıqlarla nəticələnmişdir. Müvafiq icra hakimiyyəti orqanları ölkənin profilli ali məktəblərində PR mütəxəssislərinin hazırlanmasını təşkil etməli və onların milli statuslu muzeylərin işində aktiv iştirakı üçün şərait yaratmalıdırlar. Dünyanın muzey praktikasına əsaslanaraq, demək olar ki, pablik releyşnz, bütün muzey fəaliyyətini əhatə etməklə, muzeyin inkişafına təsir edir, onun imicini formalaşdırır, onun gələcək inkişafını müəyyən edir.

Deməli, bizim fikrimizə əsasən, pablik releyşnz-dən istifadə etməklə, ölkənin milli statuslu muzeyləri keçirilən sərgilər, ekspozisiyalar və tədbirlər barədə məlumat verə bilərlər. Auditoriya ilə müxtəlif formada əlaqə saxlamaqla, muzey əməkdaşları muzey işi, kolleksiya və kataloqların təqdimat formaları, onun elmi və maarifçilik fəaliyyəti barədə onların fikirlərini öyrənə, muzeylərin turizm marşrutlarına əlavə edilməsi və yerli və əcnəbi turistlərin cəlb edilməsi üzrə turizm şirkətləri ilə tərəfdaşlıq münasibətlərinin formalarını müəyyən edə bilərlər.

Beləliklə, milli statuslu muzeylərin fəaliyyətinin hüquqi bazasının təkmilləşdirilməsi, peşəkar menecer kadrlarının cəlb edilməsi, müvafiq motivasiyanın yaradılması, müasir informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının aktiv şəkildə istifadəsi, geniş auditoriyaya istiqamətlənmiş işin lazımi qaydada təşkili sayəsində milli statuslu muzeylər ziyarətçilərin sayının əhəmiyyətli dərəcədə artmasını gözləyə bilərlər.

Elmi nöqteyi-nəzərdən tərəfimizdən milli muzeylərin mövcud mövqeyinin, hüquqi sistemin, tarixi-mədəni, təşkilat-kadr və texniki potensialın mövcudluğunun, milli muzeylərin mədəni turizm sahəsinə inteqrasiyası yollarının müəyyən edilməsinin təhlili aparılmışdır. Hazırkı mövzu üzrə empirik və faktiki materiallarının azlığına baxmayaraq, biz ümid edirik ki, əldə edilmiş nəticələr və qənaətlər yerli və əcnəbi turistlərin cəlb edilməsi üzrə milli muzeylərin işində praktiki olaraq tətbiq ediləcək.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Рекомендации об охране и популяризации музеев и коллекций, их разнообразия и их роли в обществе. Приложение IV / материалы 38 сессии Генеральной конференции ЮНЕСКО. Париж. 6 ноября 2015 г. 198 с.

2. Falk John, Identity and museums visitors experience. Left Cost Press, Wallnut Creek, USA, 2009. 179 p

3. Hooper-Greenhill E. A Changing Values in the Art Museum: rethinking communication and learning. International Journal of Heritage Studies, vol. 6, no. 1, 2000, pp. 9-31.

Sönməz MUXTAROV
Bakı Slavyan Universiteti
senmez@mail.ru

Этнопедагогические проблемы мультикультурного образования в Азербайджане.

Рост национального сознания народов населяющих нашу республику, а по статистике, в начале 90х годов XX столетия из более чем 108 народов и этнических групп проживающих в прошлом на территории СССР, более 74 наций и народностей проживало в Азербайджане.Да в нашу эпоху, эпоху мощных интеграционных народов в нашей республике проживает более 60 представителей разных национальностей и этнических групп.Независимость завоеванная народом нашей республики пробудила самосознание людей проживающих здесь, способствовала формированию новой пирамиды общественного развития в которой мультикультурное воспитание заняло особое место. Практически в каждом вузе, в каждой аудитории обучаются студенты–представители различных этнических сообществ.Многонациональное сообщество, которым является Азербайджан процессы воспитания проходят при активном межэтническом и межкультурном взаимодействии представителей больших и малых этносов, что предполагает обогащение данного процесса духовно-педагогическими ценностями всех участников межэтнического и межкультурного диалога. Это особенно важно для университетов республики в которых бок о бок получает обучение в одной аудитории молодёжь, представители не только разных национальностей, но и разных конфессий.

Реалии современной образовательной системы Азербайджана обуславливают необходимость поиска новых, более прогрессивных форм обновления теоретической и практической базы воспитания и обучения в многомерном полиэтническом пространстве. Разумеется речь идёт о сущности мультикультурного воспитания молодёжи.

В системе общеобразовательных школ под мультикультурным воспитанием молодёжи подразумевается решение педагогических задач связанные с взаимоотношением этносов и культур в пределах определённого учебно-воспитательного пространства.

Обновлённая, современная парадигма образования и воспитания, естественно тесно связана с этнизацией содержания педагогического процесса, с необходимостью учёта национальных и этнических различий их сопряжения через воспитание и духовных ценностей всех участников межэтнического и межкультурного взаимодействия.

В этом плане, принятие Министерством образования республики «Концепции мультикультурного воспитания» образовательной системой Азербайджан, обеспечил бы преимущественное положение мультикультурализма в образовательной сфере.

В «Концепции» , в частности, следовало бы выдвинуть такие положения, которые способствовали бы чёткой ориентации педагогов школ и университетов республики на решение следующих задач мультикультурного воспитания:

- пересмотр содержания образования с целью изучения культур народов населяющих нашу республику;

- усиление внимания учащихся и учителей к изучению государственного, официального и иностранных языков;

-способствовать увеличению контактов молодёжи – представителей разных национальностей.

-формирование способности преодолевать личностно-психологические барьеры в межнациональном общении.

Естественно, положения данной Концепции очеркивает большой круг проблем необходимые в решении задач мультикультурного воспитания молодёжи,которые можно успешно решить опираясь на педагогический состав учителей обладающих достаточным уровнем знаний о культуре и традициях той или другой нации или этноса проживающих в республике.

Список литературы:

1. Соловейчик С. Педагогика для всех –М., 1987
2. Сухомлинский В.А. Как воспитать настоящего человека. М.Педагогика 1990
3. Шоров И.А.Адыгская (черкесская) народная педагогика – Майкоп. 1989

İsrayıl İSGƏNDƏROV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
i.isgandarov@atmu.edu.az

Azərbaycanın inkişaf modelinin formalaşmasında icma inkişafının rolu (nümunələr əsasında)

Роль развития сообщества в формировании модели развития Азербайджана (на основе примеров)

The role of community development in the formation of Azerbaijan's development model (based on examples)

Xülasə:Məqalədə Azərbaycanın sosial-iqtisadi inkişafında icma yanaşması, onun mahiyyəti, modeli, icma inkişafının regionların inkişafına təsiri barədə təhlillər aparılmışdır. Müəllifin 2011-2015-ci illərdə Azərbaycan Kənd İnvestisiya Layihəsi vasitəsilə həyata keçirdiyi icma mikrolayihələrinin dəyər-mənfəət təhlili üzrə apardıqları araşdırmaların xülasəsi verilmiş, kəndlərin və regionların inkişafında bu layihələrin əhalinin firavanlığının artırılmasında əhəmiyyəti barədə tədqiqatların nəticələri öz əksini tapmışdır.

Açar sözlər: icma, icma inkişafı, dəyər-mənfəət təhlili.

Abstract: The analyses on community approach in the socio-economic development of Azerbaijan, its essence and model, impact of community development on regions' growth were perform in the article. The summary of the investigations was included here which were carried out by the authors for the cost-benefit analysis of the community micro-projects implemented under Azerbaijan Rural Investment Project in 2011-2015, the investigation results were also reflected with regard to the importance of these projects in improving the well-being of the population in rural and regional development.

Key words: community, community development, cost-benefit analysis

Azərbaycanın müstəqillilik dövründə inkişafının əsas xüsusiyyətlərinin təhlili göstərir ki, inkişaa təsir edən amillərdən biri və bəlkədə birincisi investisiya resurslarının ancaq mərkəzi şəhərlərə və neft sənayesinə deyil, həmçinin əyalətlərə istiqamətləndirilməsidir. Bu yanaşmanın üstünlüyü ondadır ki, investisiya bir başa kənd əhalisinin sosial şəraitinin yaxşılaşdırılması və yaşayış səviyyəsinin yüksəldilməsinə yönəldilir. Bu yanaşma isə özlüyündə Azərbaycanın inkişaf modelinin əsas üstünlüklərindən biridir. Bu üstünlüyün qorunması və davamlılığı üçün regionların inkişafına cavabdeh olan institutlar, o cümlədən dövlət orqanları və vətəndaş cəmiyyəti institutları arasında əməkdaşlığın təkmilləşdirilməsi əsas şərtlərdən biridir. Bu şərtin vacibliyi isə Azərbaycanın gələcək strategiyasını müəyyənləşdirən "Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış" İnkişaf Konsepsiyasının (http://www.president.az/files/future_az.pdf, s.34) çağırışlarından biridir. Hazırda vətəndaş cəmiyyətləri institutlarının əsas elementlərindən biri isə regionlarda əsas qruplardan olan kənd sakinləri, başqa sözlə desək kənd icmalarıdır.

Davamlı inkişafa nail olmağın əsas vasitələrindən biri vətəndaşların öz icmalarının, regionlarının və bütövlüklə ölkənin inkişafında iştirakının sistemli şəkildə həvəsləndirilməsinin dəstəklənməsidir ki, bu proses resursların müəyyənləşdirilməsi, ehtiyacların qiymətləndirilməsindən tutmuş ehtiyacların ödənilməsi üçün layihələrin həyata keçirilməsi və həyata keçirilən layihələrin təhlili və qiymətləndirilməsinə qədər davam etməlidir. Bu iştirakın əsas aləti kimi "icma inkişafı"ndan istifadə olunur. Məhz bu baxımdan icma inkişafı sosial-iqtisadi inkişaf modellərinin formalaşmasında xüsusi rol oynayır və özünəməxsus yeri vardır. İcmanın davamlı inkişafını təmin edə bilən əsas, bəlkədə yeganə tərəf isə icmanın özüdür və bu inkişaf icmaların özlərinin xarakteri, enerjisi və diqqətinə əsaslananan bir prosesdir. Təcrübə və tədqiqatlar göstərir ki, icma inkişafında davamlılığa təminat verən əsas am*illər: i) bacarıqların formalaşdırılması; ii) öyrənmə və təkmilləşdirmə və iii) prosesin fasiləsiz davamıdır.*

Azərbaycanda icma inkişafı prosesi yerli və beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən 1995-ci ildən başlasada son dövrlərdə "İctimai iştirakçılıq haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu"nun(http://www.president.az/articles/10814, maddə 1) müddəalarına uyğun olaraq aparılır və vətəndaş iştirakçılığının əsas göstərici kimi qəbul olunur. Belə ki, icma inkişafında istifadə edilən əsas modellərdən biri "6 B" modelidir, bu model icmanın sahiblik hissinin və dayanıqlığının bir başa birgə fəaliyyətlərdən asılılığını əks etdirir və bu modelin əsas elementləri aşağıdakılardır:

- **Birgə fəaliyyət- y**erli icma üzvləri özlərinin gündəliyini hazırlayaraq kənar təşəbbüskarlar və kömək olmadan onu həyata keçirmək üçün səfərbər olurlar;
- **Birgə öyrənmə-** yerli icma üzvləri və kənardan gələnlər kənardan fasilitasiya edərək fəaliyyət planı formalaşdırmaq niyyəti ilə yeni yanaşma yaratmaq üçün biliklərini bölüşür və birlikdə işləyirlər;
- **Birgə əməkdaşlıq**- yerli icma üzvləri prioritetləri və prosesi yönləndirmə cavadehliyini müəyyənləşdirmək üçün kənardan gələnlərlə birlikdə işləyir;
- **Birgə məsləhətləşmə- y**erlilərin fikirləri öyrənilir, kənardan gələnlər təhlil edir və hərəkət kursunu qərarlaşdırır;
- **Birgə razılaşma- t**apşırıqlar təşviqlərlə birlikdə qoyulur, kənardan gələnlər gündəliyin necə olacağına qərar verir və prosesi istiqamətləndirirlər;
- **Birgə seçim- y**erli adamların cəlbi simvolikdir; nümayəndələr seçilmiş, ancaq onların heç bir töhfəsi, yaxud səlahiyyəti yoxdur.

Davamlı inkişaf və iştirakçılıq bir-birilə sıx olan komponentlərdir. İcmalara proqram və layihələrin sahibkarlığını və mahiyyətini aşılamaq üçün onların qərar qəbuletmə mərhələsindəki iştirakı çox vacibdir. İnsanların, onların yaşayış səviyyəsinə təsir göstərən problemlərin həll olunmasına cəlb edilməsi, yəni iştirakın təmin edilməsi, onlarda sahibkarlıq və özünə inam hissini artırır və yeni biliklərin və təcrübələrin istifadəsinə şərait yaradır. İcma inkişafı ilə məşğul olan qurumların əsas fəaliyyətləri icmada iştiraklı münasibətləri təbliğ etmək və iştiraklı proseslərə yardım

edən təlimlər keçərək bacarıqların artırılmasıdır. Təcrübələrə əsaslanaraq qeyd etmək olar ki, davamlı və dinamik inkişafa nail olmaq üçün iştiraklı prosesləri qəbul edib, onlardan istifadə etmək çox vacib şərtlərdən biridir, bu proses həddindən artıq çətin və çox vəsait tələb edən bir proses olsa da, sonda nəticənin uzunmüddətliliyi və davamlılığı bu xərcləri doğruldur. İnsanlar, başqalarının onların problemlərini həll etməklə deyil, özləri fəaliyyət göstərərək bu problemləri həll etməklə güclənirlər. Əgər inkişaf proqramları insanların fəaliyyətləri və onların öz gələcəyini dəyişdirmək üçün etdikləri cəhdlər üzərində qurulmursa, onda bu proqramlar insanları gücləndirmir, əksinə passivləşdirir. İnkişaf o zaman baş verir ki, icmaların öz resurslarını effektiv istifadə etmək və kənarda olan vəsaitləri müstəqil əldə etmək imkanları olsun, bu vasitələrdən faydalı istifadə etmək üçün özünü tam səfərbər etmiş olsun, hər hansı bir problemlə üzləşməyə hazır olsun və bu problemləri həll etmək üçün ilk öncə özünün daxili imkanlarını müəyyənləşdirsin. İnkişaf insanların həyat tərzinə, düşüncə və vərdişlərinə aid olan bir prosesdir. İnkişafın əsas vəsait və vasitələri insanlardır, onların birliyi, yaradıcılığı, arzusu və ruh yüksəkliyidir.

Təqdim olunan çalışma (tədqiqat) müəlliflərin 2011-2015-ci illər ərzində Azərbaycan Respublikası Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi yanında Kənd Təsərrüfatı Kreditləri üzrə Dövlət Agentliyi tərəfindən həyata keçirilən Azərbaycan Kənd İnvestisiya Layihəsinin (http://azrip.net/7-azk304l-n601dir.html#) sosial təsirinin qiymətləndirilməsi və bu təsirin artırılması istiqamətində apardıqları tədqiqatların nəticəsini özündə əks etdirir.

AzKİL ölkəmizin altı regionunda aşağıdakı 3 komponentdən ibarət layihələri həyata keçiri:

A) Kənd yerlərində icma infrastrukturları və Gəlir Gətirən layihələr- İcmalar tərəfindən müəyyən olunmuş ən vacib ehtiyaclara əsasən kənd infrastrukturunun müəyyən edilməsi, layihələndirilməsi, tikintisi, bərpası, istismarı və texniki xidməti birinci komponentə daxil edilmişdir;
B) Kənd İnfrastrukturları və Gəlir Gətirən Layihələr üçün Texniki Dəstək- Layihəyə cəlb olunmuş yerli tərəfdaşların, o cümlədən İcma Qrupları, yerli Hökumət, Regional Qrant Təsdiqi Komissiyaları, Layihə Köməkçi Heyəti və Regional Əməliyyat Ofislərinin işçi heyətinin bacarıqları müxtəlif treninqlər, konfranslar, seminarlar və məsləhətlər vasitəsilə təkmilləşdirilir;
C) Layihənin İdarəedilməsi və Nəticələrin Monitorinqi-Bu komponentə tədarük, ödəmə, maliyyə idarəetməsi və eləcə də hesabat vermə, monitorinq və qiymətləndirmə işlərinin yerinə yetirilməsi üçün təcrübəli işçi heyətinin işə götürülməsi ilə birlikdə layihənin inzibati və əməliyyat nöqteyi nəzərindən maliyyələşdirilməsi və idarəetmə xərcləri daxildir.

Layihənin həyata keçirilməsində məqsəd icma yönümlü kənd infrastrukturlarına çıxışı və istifadəni artırmaq və kənd yerlərində ailələrin iqtisadi fəaliyyətlərini genişləndirməkdir. Tədqiqatın aparıldığı dövr ərzində AzKİL 1176 icma layihəsi həyata keçirmişdir ki, bura 654 yol, 174 içməli su,

71 elektrik, 30 məktəb, 43 suvarma, 63 tibb məntəqəsi, 51 drenaj, 74 abadlaşdırma və 2 piyada körpüsü, 8 uşaq bağçası və 6 pilot gəlir gətirən layihələri daxildir.

Tədqiqat ilkin baza araşdırmalarının aparılması ilə başlamışdır. Baza araşdırmalarının əsas məqsədi layihənin davamlılığına təsir edən faktorların müəyyənləşdirilməsi, təhlili və davamlılığın təmin olunması üçün təkliflərin hazırlanması olmuşdur. Bu məqsədlə araşdırma aparılacaq icmaların seçimində əsas iki faktor i) icmaların səfərbərlik səviyyəsi, ii) layihənin hədəf regionları nəzərə alınmışdır və bu mərhələ aşağıdakı vəzifələri əhatə etmişdir:

1. Həyat keyfiyyəti ehtiyaclarının müəyyənləşdirilməsi;
2. Bu ehtiyacların ən vaciblərini seçərək onların kompleks formada təhlilini aparmaq;
3. Problemin həlli istiqamətində elmi-praktiki təşviqat fəaliyyətinin perspektivlərini müəyyənləşdirmək;
4. İcmaların Mərkəzi və Yerli İcra Hakimiyyəti orqanları ilə münasibətlərinin daha da təkmilləşdirilməsi üçün təkliflər hazırlamaq;
5. Araşdırma nəticəsində müəyyənləşdirilmiş ehtiyaclar və sosial təsirin artırılması üçün tövsiyələr vermək.

Sorğuda iştirak edənlər müvafiq seçmə kvotaları əsasında seçilmiş və sorğuya ümumilikdə 217 nəfər respondent cəlb edilmişdir. Respondentlərin gender **paritetləri** (**yəni, sorğuda iştirak edən optimal say tərkibinin cinslərinə görə qorunub saxlanması**) saxlanılmaqla Azərbaycan Respublikasının Şimal, Düzən-Şirvan, Cənub və Naxçıvan bölgələrini əhatə etmişdir. Statistikaya görə sorğuda iştirak edən hər bir respondent orta hesabla 120 cavab variantını seçmiş, SMK-da orta hesabla 2000 söz ifadəsi işlənilmişdir. **İcmalar haqqında tədqiqat üçün zəruri olan aspektlər** müəyyənləşdirilmiş və aşağıdakı əsas aspektlərdən ibarət plan hazırlamışdır:

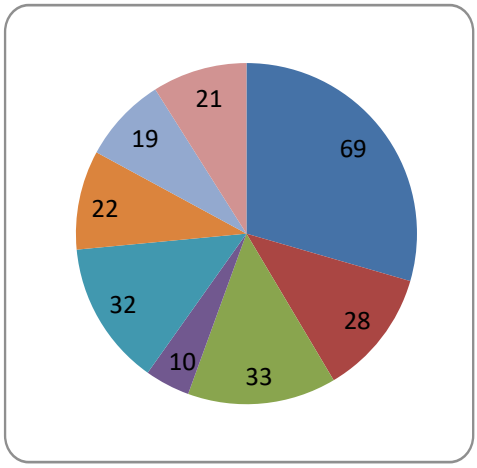
Aparılmış təhlillərə görə Azərbaycan Respublikasının kənd təsərrüfatı sektorunda səfərbər edilmiş icmalar öz təşəbbüskar fəaliyyətləri ilə digər əhali qruplarından seçilirlər. Onlar öz həyat fəaliyyətlərini daha səmərəli təşkil etmək, övladlarının perspektivlərini təmin etmək məqsədi ilə bu cür icma fəaliyyətinin verdiyi imkanların faydasını dərk edir və həvəslə səfərbər olunurlar. Bu baxımdan, həmin icmaların təsir dairəsinin genişləndirilməsi faktı digər əhali qruplarının da bu səfərbərlik prosesinə cəlb edilməsini sürətləndirir, onların məqsədyönlü formada inkişaf etmələrini zəruri edir. Bütün bunlar özünü əsasən aşağıdakı nəticələrdə göstərir:

1. **İcmaların infrastruktura çıxışı:** İcmalar, əsasən (ilk növbədə) yaşadıqları yerlərdə yol, su və qaz xətlərinin çəkilişlərində maraqlıdırlar. Belə ki, sorğu zamanı həm səfərbər olunmuşlar (82%), həm də təzə səfərbər olunanların (76%) əksəriyyəti bu prosesə qoşulmalarını məhz yuxarıda qeyd edilən amillərlə əlaqələndirmişlər. Göründüyü kimi, yolların çəkilişi və ya abadlaşdırılması, su xətlərinin yenilənməsi və bərpası, qaz xətlərinin çəkilişi ilə bağlı problemlər hələ də rayon yerlərində hamını narahat edən məsələlərdəndir. Bu problemlərin həlli istiqamətində görülən əsaslı işlərlə yanaşı, onların

kənd həyatına təsirlərinin qiymətləndirilməsi, əhalinin sosial-maddi şəraitinin dəyişilməsinin öyrənilməsi tədqiqatçılar üçün maraqlı təhlil mövzuları ola bilər.

2. **Gənclərin məşğulluğu:** İcmaların yaşadıqları yerlərdə gənclərin məşğulluğunun təmin edilməsinə və asudə vaxtlarının səmərəli təşkilinə ehtiyac var. Sorğu prosesində bunlar (məşğulluğun təmin edilməsi (86%), asudə vaxtlarının səmərəli təşkili (48%), mədəniyyət-əyləncə və idman obyektlərinin açılması (42%) və s.) həm səfərbər olunmuş icma üzvlərini, həm də adi kənd əhalisini maraqlandıran, daha çox narahat edən əsas amillər kimi vurğulanırdı. Sözsüz ki, həyata keçirilən 1 və ya 2 layihə çərçivəsində bu cür problemlərin həlli mümkün deyil. Ancaq, həyata keçirilən layihələr yerli əhalinin sosial fəallığına təsir göstərməsi, resursların səfərbər edilməsi, problemlərin həllinə yeni baxışların formalaşmasına əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərmək imkanına malikdir. Hər halda, kənd əhalisi bu problemlərin həll olunmamasını kəndlərin sosial-iqtisadi inkişafına pis təsir göstərən amil kimi qiymətləndirmişdir.

3. **Ümumi icma maraqları:** Tədqiqat həyata keçirilən layihələrin nəticələrindən tək icma üzvləri deyil, onların yaşadıqları yerdə bütün əhalinin bəhrələndiyini müəyyən etmişdir. Sorğunun nəticələrinə görə həyata keçirilən layihələrdən hamının birgə bəhrələnməsi, faydalanması respondentlərin 50%-i tərəfindən qeyd edilmişdir. Səfərbər olunmuş icma üzvlərinin bu layihələrə könüllü olaraq öz töhfələrini vermələri ilk növbədə onların yaşadıqları kəndin problemlərinə biganə qalmamalarından irəli gəlir. Bu isə təkcə onların ailələri üçün deyil, həmçinin hələ də səfərbər olmağa tərəddüd edənlərin problemləri ilə düz mütənasibdir. Nümunə olaraq yandakı qrafikdə icmanın həyata keçirdiyi uğurlu layihələrin dayanaqlılığını respondentlərin əksəriyyəti layihələrin hazırlanması və icrası üzrə planlaşdırmada şəffaflığın təmin edilməsi (69%), kənd təsərrüfatı məhsullarının tədarükünün yaxşılaşdırılması (33%), yüksək səviyyəli informasiya-kommunikasiya şəbəkəsinin qurulması (22%), yaradılmış infrastruktur layihələrinin cariliyinin təmin edilməsi (21%) kimi fəaliyyətlərin həyata keçirilməsində görürlər.



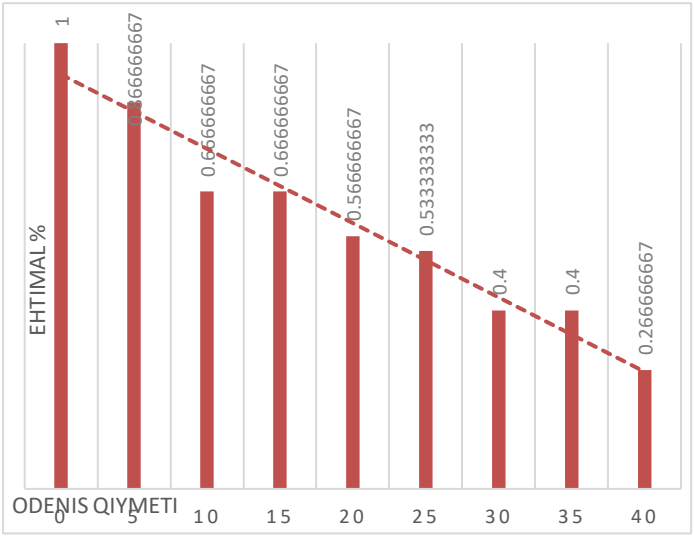
4. **Yerli hakimiyyət orqanları ilə münasibətlər:** İcmaların fəaliyyətinin yerli hakimiyyət orqanları ilə (icra nümayəndəlikləri və bələdiyyələr) sıx əməkdaşlıq şəraitində cərəyan etməsi sorğuda iştirak edənlər tərəfindən bir mənalı formada vurğulanmışdır (33-48%). Belə ki, respondentlərin əksəriyyəti icmaların layihələri həyata keçirməsi prosesində yerli hakimiyyət orqanları ilə münasibətlərində əsasən yolların vəziyyətinin yaxşılaşdığını (47%), içməli su təminatının qaydaya salındığını (48%), qaz təminatının qaydaya düşdüyünü (33%), elektrik enerjisi təminatının yaxşılaşdığını (37%), bu hakimiyyət orqanlarının layihələrə öz töhfələrini vermələri kimi dəyişikliklərə səbəb olduğunu qeyd

etmişdirlər. İş yerlərinin yaradılması imkanlarının artmasının bu münasibətlərdən asılı olmasını respondentlərin cəmi 15 %-i qeyd etmişdir.

Tədqiqatın sonrakı mərhələləri bütünlüklə icra olunan müxtəlif sosial, gəlir gətirən, infrastruktur və digər layihələrin sosial-iqtisadi faydasının tədqiqinə həsr edilmiş və müxtəlif növ layihələri əhatə etmişdir. Sosial-iqtisadi tədqiqat metodu kimi Dəyər-Mənfəət Təhlili(DMT) seçilmişdir.

Drenaj kanallarının təmizlənməsi - **Drenaj sistemin bərpası** və bu kimi bir başa maliyyə gəlirləri olmayan layihələrin DMA-nin aparılması üçün ən uyğun metod Kvota Qiymətləndirmə Metodudur(KQM). Ailələrin 15%-i ilə sorğu aparılması kifayət edir. Ödəmə həvəsi metodu ilə aparılan araşdırmaların nəticələri aşağıda qrafiklə təsvir edilmişdir.

2 "Drenaj sistemin bərpası" layihəsinin DMT aparılmış və və DMT-nin ölçülməsi üçün yuxarıda qeyd edilmiş məlumatı əks etdirən sorğu və araşdırmaların nəticələrində orta investisiya xərclərinin 61 800 AZN, gələcəkdə yaranacaq gəlir axınlarının, yəni İndiki Xalis Gəlirin(İXG) (və ya ingiliscə NPV) isə 9 milyon 800 min AZN təşkil etdiyi müəyyənləşdirilmişdir. Beləliklə bu növ layihələrdə iqtisadi gəlirlər qoyulan investisiyadan 16 dəfə çoxdur.



İrriqasiya suyu layihələrinin DMT

AzKİL tərəfindən icra olunan 2 "İrriqasiya Suyu" layihəsinin dəyər-mənfəət təhlili aparılmışdır. Layihələrin seçimi zonalar və icmalar nəzərə alınmaqla 2 zonadan- Şimal və Aran zonalarında seçilmişdir. Bu növ layihələrin DMA-ni aparmaq üçün ən azı 3 növ məlumatı müəyyənləşdirmək lazımdır. Ehtiyac və resurs olarsa, bu layihələrin ekoloji təsirinin pulla ifadəsi də bu təhlildə vacib əhəmiyyət daşıyardı. Bu faktorların suvarma suyu təminatının yaxşılaşdırılması layihələrində xüsusi rolu vardır. Qeyd olunan təsirin qiymtləndirilmə mexanizmasını cari DMA çərçivəsində vermək vaxt və resurs çatışmazlığı baxımından mümkün olmamışdır. Suvarma suyu layihələrinin DMA aparılması üçün *Layihə istismara verilməzdən əvvəl və sonra əkilən bitki növlərinin siyahısının müəyyən olunması, əkin sahələrinin və bitki növlərinə görə məhsuldarlığın müəyyənləşdirilməsi və hektara görə orta illik gəlir* kimi məlumatlar toplanılmışdır. 2 "Suvarma Suyu Təminatının Yaxşılaşdırılması" layihəsinin DMT aparılmış və DMT ölçülməsi üçün yuxarıda qeyd edilmiş məlumatı əks etdirən sorğu və araşdırmaların nəticələrində orta investisiya xərclərinin 45 080

AZN, gələcəkdə yaranacaq gəlir axınlarının, yəni İndiki Xalis Gəlirin(İXG) (və ya ingiliscə İXG) isə 2.7 milyon AZN təşkil etdiyi müəyyənləşdirilmişdir. Beləliklə bu növ layihələrdə iqtisadi gəlirlər qoyulan investisiyadan 50 dəfə çoxdur.

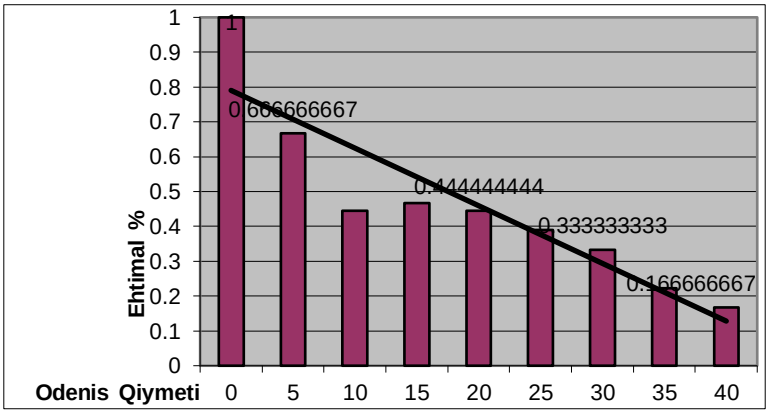
İçməli su Təminatı Layihələrinin DMA

AzKİL-2 tərəfindən icra olunan 2 İçməli su layihəsinin DMT təhlili aparılmışdır. Layihələr zonalar və icmalar nəzərə alınmaqla 2 zonadan seçilmişdir. Bunun üçün ən azı 4 növ məlumat müəyyənləşdirilməlidir. Hazırkı analiz çərçivəsində ekoloji təsiri ölçmək mümkün olmamışdır: a) ***İçməli sudan istifadə edən insanların sayı***, b)***Xəstəliklərə yoluxma barəsində məlumat, c)Suyun alınmasına və təmizlənməsinə xərclənən vəsait, d)Vaxta görə orta aylıq qənaət***- Layihədən əvvəl icma üzvlərinin içməli suyun daşınmasına sərf etdiyi vaxtın müəyyənləşdirilmiş və onun maliyyə ekvivalenti hesablanmışdır. Bir saata düşən əmək haqqı statistika komitəsinin məlumatından götürülmüşdür.

2 "İçməli Su Təminatının Yaxşılaşdırılması" layihəsinin DMT aparılmış və DMT ölçülməsi üçün yuxarıda qeyd edilmiş məlumatı əks etdirən sorğu və araşdırmaların nəticələrində orta investisiya xərclərinin 78 976 AZN, gələcəkdə yaranacaq gəlir axınlarının, yəni İndiki Xalis Gəlirin(İXG) (və ya ingiliscə İXG) isə 318 724 AZN təşkil etdiyi müəyyənləşdirilmişdir. Beləliklə bu növ layihələrdə iqtisadi gəlirlər qoyulan investisiyadan 4 dəfə çoxdur.

Tibb Məntəqələrinin tikintisi layihələrinin DMT-i

AzKİL-2 tərəfindən icra olunan 2 Tibb Məntəqəsinin dəyər-mənfəət təhlili aparılmışdır. Layihələrin seçimi zonalar və icmalar nəzərə alınmaqla 2 zonadan- Şimal və Cənub zonalarında seçilmişdir. Tibb məntəqələri üzrə layihələrin DMA-nın aparılması üçün ən uyğun metod Kvota Qiymətləndirmə Metodudur(KQM). Ailələrin 15%-i ilə sorğu aparılması kifayət edir. Sosial qruplar barəsindəki rəqəmlər bələdiyyələrdən alına bilər, alınan rəqəmlər əsasında sorğu nəticələri ümumiləşdirilə və ailəbaşına çəkilən orta xərc səviyyəsini öyrənilə bilər. ÖH metodu ilə aparılmış sorğuların nəticələri sağdakı çərçivədə öz əksini tapmışdır, 40 AZN ödəmək istəyən ailələrin sayı 15% təşkil edir, lakin 5 AZN ödəmək həvəsi olan ailələrin sayı isə 70%-ə yaxın təşkil edir. Bu isə ailələrin maddi durumunun son dövrlərdə artmasına və layihəyəyə daha çox əhəmiyyət vermələrinə dəlalət edir.



2 “İçməli Su Təminatının Yaxşılaşdırılması” layihəsinin DMT aparılmış və DMT ölçülməsi üçün yuxarıda qeyd edilmiş məlumatı əks etdirən sorğu və araşdırmaların nəticələrində orta investisiya xərclərinin 59 529 AZN, gələcəkdə yaranacaq gəlir axınlarının, yəni İndiki Xalis Gəlirin(İXG) (və ya ingiliscə İXG) isə 481 731 AZN təşkil etdiyi müəyyənləşdirilmişdir. Beləliklə bu növ layihələrdə iqtisadi gəlirlər qoyulan investisaydan 4 dəfə çoxdur.

Beləliklə, AzKİL-in Azərbaycan kəndlərində apardığı bacarıqların artırılması prosesi vasitəsilə icma problemlərinin müəyyənləşdirilməsi, prioritetləşdirilməsi, mikrolayihələrin icrası prosesi peşəkarlıqla həyata keçirilir və bu cür layihələrin icrası yaxşı təcrübə zamanı öyrənilməlidir. Bu cür layihələrin dəstəklənməsi zamanı iqtisadi gəlirlərin yüksək olmasına təsir edən əsas amillər aşağıdakılardır:

a) icmaların prosesin hər bir mərhələsində iştirakı;
b) layihələrin prioritetləşdirilməsi, icrası və davamlılığının təmin olunması üzrə bacarıqların artırılması;
c) Prosesin əvvəlində bələdiyyə, mərkəzi və yerli icra orqanlarının iştirakı;

Təcrübəli və bacarıqlı ofis və sahə heyəti AzKİL-in icma mikrolayihələrin icrasına qoyduğu investisiya özünü sosial və iqtisadi cəhətdən doğruldur, iqtisadi gəlirlər qoyulan investisiyalardan 15 dəfə çoxdur. Həmçinin tədqiqat göstərir ki, hələdə Azərbaycanın kəndlərində kiçik icma infrastruktur layihələrinin icrasına ehtiyac böyükdür, bu cür investisiya layihələri “Azərbaycan Respublikası regionlarının 2014-2018-ci illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Programı”nın qarşısına qoyduğu məqsədlərə çatmasına və tamamlanmas ına dəstəkdir.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. İsgəndərov İ, Qənbərova G, Əsgərov S, Verdiyev Ə. “İcma inkişafı və cəmiyyət münasibətlərində yeni tendensiyalar” fənn proqramı, Bakı 2014, Təhsil Nazirliyinin 654 saylı əmri ilə çap olunmuşdur.
2. http://www.president.az/articles/10814, 6 fəsil, 21 maddə- may 2017
3. http://www.president.az/files/future_az.pdf, 39 səhifə- may-2017
4. Azərbaycan Kənd İnvestisiya layihəsi, əməliyyatlar kitabı, http://azrip.net/telim-kitabi/172-399m601liyyatlar-252231252n-t601limat-kitab305.html/ - may 2017
5. http://azrip.net/7-azk304l-n601dir.html

İrina UÇAYKİNA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
i.uchaykina@mail.ru

Müasir İngilis dilində siyasi düzgünlük

Формирование принципа политкорректности на уроках английского языка

Political correctness in the modern English language

Xülasə: Siyasi düzgünlük mədəni və linqvistik fenomenlərdir. İngilis dilli ölkələrində geniş yayılmışdır. Siyasi düzəlişin leksik vasitəsi müasir ingilis dilinin sözün bir hissəsidir. Məqalədə siyasi düzgünlükdə linqvistik təsirin bəzi nümunələri təmsil olunur müasir sosietydə.

Açar sözlər: Siyasi düzgünlük, müasir hadisələr, mühüm, müxtəlif tərəflər, müasir dünya daxildir.

Резюме: В данной статье рассматривается важность формирования принципа политкорректности на уроках английского языка. При общении в современном обществе необходимо быть политкорректным и толерантным. Эти явления меняют мир, что отражается и в языках и, особенно в английском языке .Обучение политкорректности является необходимым элементом при изучении английского языка.

Ключевые слова: политкорректность, обучение, общение, глобализация английский язык, тенденции, новые явления.

Abstract: Political correctness is important cultural and lingvistic phenomena.It is widely known in the English spoken countries.The lexical means of political correctness are the part of the vocabulary of the modern English language.In the article are represented some examples of lingvistic influence on political correctness in the modern sosiety.

Key words: Political correctness, modern phenomena, are included, important,different sides,modern world.

Современные тенденции общественного развития, растущая потребность в контактах сотрудничестве и туризме на разных уровнях, предполагают не только знание английского языка в узком смысле, но и умение свободно ориентироваться в ином культурном пространстве ,умение адекватно взаимодействовать с носителями английского языка. В соответствии с требованиями Программы и Государственного Стандарта Азербайджанской Республики , страноведческие знания являются наряду с коммуникативными умениями и

языковыми знаниями одной из ведущей содержательных линий образовательного раздела" Инностранный язык ".

Без опоры на страноведческие знания, невозможно сформировать настоящую коммуникативную компетенцию. Важно для студентов, а в дальнейшем, и для специалистов в области индустрии туризма, использовать приобретенный лингвистический и социокультурный опыт в практической деятельности для:

-общения с представителями других стран, ориентации в современном политкультурном мире;

-успешного взаимодействия в различных ситуациях общения;

-ознакомления представителей зарубежных стран с культурой и достижениями Азербайджана.

В этой связи большое значение приобретает формирование политкорректности у студентов Азербайджанского Университета Туризма и Менеджмента. Политкорректность представляет особый интерес для исследования, так как содержит существенную информацию о коммуникативных нормах и традициях, о характере социально-статусных отношений в рассматриваемой коммуникативной культуре, о системе вежливости, что в свою очередь может послужить средством воспитания толерантной личности.

Воспитание толерантности обязательно для внедрения на уроках иностранного языка, так как именно толерантное отношение способствует уважению, принятию и правильному пониманию других культур, способов самовыражения и проявления человеческой индивидуальности, что необходимо для международной коммуникации.

Политкорректность состоит в том, чтобы в используемом языке избегать всего того, что могло бы быть оскорбительным для тех или иных категорий лиц по признаку расы, пола, вероисповедания, сексуальной ориентации, возраста, интеллектуальных способностей и т. д., избегая, в идеале, осмысленного высказывания вообще. По мнению ряда авторов, в англоязычных странах термин употребляется почти неизменно с иронией или неодобрением. В узком смысле под «политкорректностью» часто принято понимать идеологию, предписывающую употребление «нейтральных» терминов, заменяющих прямые названия явлений. С точки зрения сторонников этой идеологии, политкорректность должна помочь сгладить различия и противоречия в обществе, так как «свои имена» оскорбительны для тех, кого ими называют. Появление этого вида политкорректности связывают с обострением расового вопроса в Америке. Считается, что это движение началось с африканских носителей английского языка, которых возмущал его «расизм». Слово black (черный) они потребовали

заменить на слово Afro-American (афро-американец). Сейчас даже появилось слово «Non-whites», что показывает наивысшую степень политкорректности английского языка.

На «политкорректность» огромное влияние оказывают феминизм и коммерческие интересы. Феминистки протестуют против «маскулинности» (ориентации на мужчин) языка. Так, например, в английском языке названия профессий содержат слово man (мужчина): fireman (пожарный); postman (почтальон). Если следовать правилам «политкорректности», их следует заменять на «нейтральные» словосочетания: fire fighter (борец с огнем), mail carrier (разносчик почты американцы. Однако такие выражения, как Afro-American, native American вместо American Indian, стали общим местом, a flight attendant в современном языке необратимо заменил steward, stewardess. Около двадцати лет назад феминистское движение ввело слово chairperson (председатель), заменившее chairman и chairwoman: sex roles и sexual discrimination превратились в gender roles и gender discrimination Комплимент по поводу внешности или одежды женщина может расценить как sexual harassment - «сексуальное домогательство»; открывая даме дверь, предлагая донести тяжелый чемодан, вы рискуете возмутить агрессивных феминисток, убежденных в полном равенстве полов.

Возрастная дискриминация называется *Ageism*. Использование политически корректных единиц чаще всего касается уважения людей преклонного возраста., ассоциации со словом *old* не самые приятные. Поэтому не удивительно, если прочтете в статьях или услышите в публичных выступлениях такие выражения как *third age person, senior citizen*.

Возрастная дискриминация может касаться людей любых возрастных групп. Например, чаще всего она имеет место при приеме на работу. В этом случае жертвами становятся как слишком молодые люди, так и старшее поколение. Хотя, как и любой вид дискриминации, эйджизм основан на стереотипах и предубеждениях.

Всем известная квалификация авиабилетов – *economy class flight, business class flight and first class flight*-это тоже пример политически корректной лексики этой группы. Хотя, конечно же, со временем подобные словосочетания теряют функцию вуалирования.

Слова и выражения, которые предотвращают дискриминацию людей с ограниченными возможностями.

В английском языке этот вид дискриминации носит название Ableism. Этот термин можно расшифровать как совокупность стереотипов, которые лишают людей с определенными физическими недостатками возможности полностью реализовать свой потенциал. В английском языке политкорректные высказывания этой группы образуются с помощью приставки – challenged. Эта приставки начинает вытеснять когда-то вполне

приемлемые handicapped or disabled, ведь последние подчеркивают полное отсутствие той или другой физической возможности у человека.

Например, physically-challenged вместо disabled, visually-challenged вместо blind. Впрочем, очень активное использование этой приставки привело к появлению абсурдных выражений, таких как:

- metabolically challenged – dead («мертвый»),

-generationally challenged – old, young («молодой» или «старый», в зависимости от конкретной ситуации),

- conversationally challenged – boring («скучный»),

- folically challenged – bald or balding («лысый или лысеющий»).

Можно выделить два наиболее существенных аспекта политической корректности:. 1)культурно-поведенческий аспект, который тесно связан с идеологией и политикой, особенно в области образования; 2) языковой аспект политической корректности, который проявляется в поиске новых средств языкового выражения и корректировке языкового кода. Культурно-поведенческий аспект политической корректности является доминирующим. Не случайно сами идеи политкорректности зародились в США - стране, где проблемам межкультурных и межконфессиональных отношений уделяется значительное внимание.

Проявления политкорректности, толерантности являются неоспоримыми фактами, которые меняют современный мир. Как уже было сказано, они не только открывают новые перспективы, но и являются камнем преткновения для множества стран и политиков. То, к чему должен стремиться мир в целом и каждый человек в частности- это снятие культурных границ и способность видеть чужую культуру не с точки зрения собственной, а «извне», то есть выйдя за рамки понятия культуры и оценки ее с позиции родных традиций и обычаев. Пространство планеты становится более цельным, пронизанным десятками и сотнями глобальных сетей и взаимосвязей, что требует от мирового сообщества выработки совместной и общей стратегии пути к мультикультурализму. Конечно, в зависимости от множества факторов мультикультурализм будет разным и индивидуальным в каждой стране. Автор данной статьи придерживается мнения- в мире сложится единая система культур, которая не повлечет за собой бесконечные войны за ту или иную систему ценностей,но в тоже самое время,национальная культура останется важным элементом для сохранения и развития каждого народа.

Список литературы:

1. Галкин А.А. Публичная сфера и культура толерантности. - М., 2002.

2. Декларации принципов толерантности (Утверждена Резолюцией 5.61 Генеральной конференции ЮНЕСКО от 16 ноября 1995 года). // Статья 1. С. 2.

3. Культуры. Диалог народов мира // UNESCO. -1984. -№3. -С.78-82.

4. Толерантность: Материалы школы молодых ученых «Россия - Запад: философские основания социокультурной толерантности». - Екатеринбург, 2001.

5. Уолцер М. О терпимости / Пер. с анг. И. Мюрнберг. - М., 2000.

6..Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности: Коллективная монография / Отв. ред. Н.А. Купина и М.Б. Хомяков. - М., 2005.

Hafizə QULİYEVA

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

hafiza.guliyeva84@gmail.com

AZƏRBAYCAN AİLƏLƏRİNDƏ YENİYETMƏ ŞƏXSİYYƏTİNİN FORMALAŞMA XÜSUSİYYƏTLƏRİ

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЛИЧНОСТИ ПОДРОСТКОВ В АЗЕРБАЙДЖАНСКИХ СЕМЬЯХ

THE FORMATION FEATURES OF THE ADOLESCENT PERSONALITY IN AZERBAIJAN FAMILIES

Xülasə: Məqalədə yeniyetmələrin şəxsiyyət kimi formalaşmasında ailənin əvəzedilməz rolu və buna təsir edən əsas amillər: sosial durum və maddi təminatı, ailənin bütöv və ya natamam olması, ailədəki uşaqların say tərkibi, valideynlərin elm - təhsil səviyyəsi və s. araşdırılır.

Açar sözlər: ailə, yeniyetmələr, sosial-peşə statusu, natamam ailələr, çoxuşaqlı ailələr, sosializasiya.

Резюме: статье подчеркивается незаменимая роль подростков в формировании самобытности семьи и основных факторов, влияющих на нее: социальный статус и материальная безопасность, полная или неполная семья, количество детей в семье, академический уровень родителей и т. Д. исследуется.В.

Ключевые слова: семья, подростки, социально-профессиональный статус, неполные семьи, многодетные семьи, социализация.

Summary: In the article is investigated the irreplaceable role of the family in forming identity of teenagers and the main factors affecting it: social status and economical situation, full or incomplete family, number of children in the family, educational degree of parents, etc.

Keywords: family, teenagers, social-professional status, one-parent families, large families, socialization.

Ailə institunun dəyişilməsi şəraitində müxtəlif əlamətlər üzrə ayırd edilən ailə tiplərinin meydana çıxması prosesi müşahidə olunur. Əgər struktur (demoqrafik) əlaməti əsas kimi götürsək, bu zaman boşanma hesabına yaranan natamam ailələri (ana olur), nikahdankənar doğulanları və dulları, ikinci nikah əsasında yaranan ögey ata olan ailələri və s. ayırd edə bilərik. Ümumiyyətlə ailə cəmiyyətin və dövlətin tərəqqisində, xüsusən də şəxsiyyətin formalaşmasında mühüm rol oynayır. Sosioloqlar qeyd edir ki, insanın şəxsiyyət kimi formalaşmasında və sosiallaşmasında, həmçinin də xalqın milli-mənəvi dəyərlərinin nəsildən-nəsilə ötürülməsində ailə altqurum rolunda çıxış edir. Tanınmış sosioloq Parsons qeyd edir ki, ümumiyyətlə ailə cəmiyyətə qarşı dayanmır, tam əksinə, o sosiumun sabitliyini təmin edən altqurum sistemi kimi digər sosial altsistemlər və strukturlarla münasibətlər qurmaq üçün dəqiq, eyni zamanda şəxsiyyətlərarası münasibətlərin dinamikasını qorumaq üçün vacib əlaqələr formalaşdırır. O.Kont isə qeyd edir ki, ailə münasibətlərində ən əsası mənəvi-emosional ittifaqdır və ailənin də rolu fərdlə nəsil arasında vasitəçi olmaqdır[1, səh. 31].

Ailəni xarakterizə edən mühüm keyfiyyətlərdən biri də maddi təminatın səviyyəsi hesab edilir. Bu zaman ailə büdcəsinə daxil olan gəlirdən daha çox onun ailə üzvləri tərəfindən nə dərəcədə qavranılması önəmlidir. Ailə tipologiyasının differensiasiyaedici sosial əlamətləri sırasında ər-arvadın sosial-peşə statusu və təhsil səviyyəsini də qeyd etmək olar.

Belə bir sual meydana çıxır: ailənin müxtəlif sosial və struktur xüsusiyyətləri ailədəki uşaqların şəxsiyyətinə, onların sosializasiyası prosesinə necə təsir göstərir?

Son illərdə Azərbaycanda ailə strukturunun transformasiyası prosesi Avropa tendensiyalarına müvafiq getməyə başlayıb. Məsələn, Qərbdə uşaqların hər iki bioloji valideynləri, bacı və qardaşları ilə birgə yaşadığı ailələr 50%-dən də aşağıdır. 2010-cu ilin məlumatlarına görə, hər iki bioloji valideynlərin olduğu ailələr ümumi ailələrin 69%-ni, təkcə anadan ibarət ailələr 26%, atadan ibarət ailələr isə 5%-ni təşkil edir.

Azərbaycanda ailə institunun inkişafı perspektivlərini sosioloqlar iki konsepsiya - ailə böhranı və ailənin modernizasiyası aspektindən nəzərdən keçirirlər. Günü-gündən artan maraq isə belə bir sual meydana çıxarır: nikahın transformasiyası prosesi o ailədə böyüyən uşağın rifahı ilə neçə əlaqələnir? Bir valideynli və ögey valideyn olan ailələr kimi normativ strukturdan fərqlənən ailələrdə sosializasiya

funksiyasının məruz qaldığı mənfi təsir ailə institutu böhranın tərəfdaşları üçün əsas arqument rolunda çıxış edir. Amerikan alimi P.Emeytin fikrincə, bu mövqelərdən birini qəbul etmək əvəzinə ailənin inkişafının mənfi nəticələrini analiz etmək lazımdır və bundan sonra buna müvafiq yardım növləri hazırlamaq, eyni zamanda da baş verən dəyişikliklərin müsbət tərəflərini görmək məqsədəuyğundur [4, səh.9-11].

Ailə strukturunun dəyişilməsi prosesi kifayət qədər yavaş gedir. Qeyd edək ki, yeniyetmələrin əksər hissəsi biloji valideynləri ilə yaşayırlar. Indi isə biz ailənin strukturundan asılı olmadan yeniyetmə şəxsiyyətinin inkişafını nəzərdən keçirək. Boşanmaların yeniyetmələrin sosial adaptasiyasına mənfi təsiri nəinki şəxsiyyətlərarası münasibətlər çərçivəsində, eyni zamanda fəaliyyətin digər sferalarına da təsirsiz ötüşmür. Bir qayda olaraq, bu cür ailələrdə yeniyetmələrdə idrak proseslərinin ləngiməsi, təlim müvəffəqiyyətinin aşağı düşməsi və uğura can atmamaq kimi hallar meydana çıxır. Ancaq aparılan sorğunun nəticələrinə nəzər saldıqda, normativ ailələrdə böyüyən yeniyetmələr ilə tək anası olan ailələrdə böyüyən yeniyetmənin təhsil potensialı arasında əhəmiyyətli fərqlər nəzərə çarpmır.

Yeniyetmələrin bir çoxu əhalinin sosial məhdudiyyətli kateqoriyasına qarşı hər zaman mərhəmətli olmur. Məsələn, əlil insana kömək etmək istəyi 83% yeniyetmə oğlanda və 90% qızlarda, köməksiz insana yardım etmək 85% oğlan və 95% qızlarda, körpə uşağa yardım 63% oğlan və 81% qızlarda müşahidə olunur. Yeniyetmə qızlar uşaqlara oğlanlara nisbətən daha yaxşı münasibət göstərir ki, bunu da onların analıq instinkti ilə izah etmək olar. Digər göstəricilərə də nəzər saldıqda isə küçədə yaşayan evsiz birinə yazığı gəlmək və ya kömək etmək istəyi 36% oğlan və 32% qızlarda, evsiz itlərə yardım istəyi oğlanların 68%-i və qızların 87%-də müşahidə olunur. Yəni, belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, yeniyetmələr evsiz insanlara evsiz heyvanlardan daha pis yanaşırlar.

Bundan başqa, alturist yeniyetmə qrupu da ayırd edilir ki, onlar bütün göstəricilərə görə yardım etməyə və mərhəmət göstərməyə hazır olurlar (49%). Burada isə maddi təminatı yaxşı olan ailələrdəki yeniyetmə qızlar istisna təşkil edir. Köməyə ehtiyacı olanlara yardıma gəlməyən və tamamilə laqeyd olanlar isə 1% təşkil edir. Buna müvafiq olaraq da, müxtəlif ailə tiplərində böyüyən yeniyetmələrdə bu göstərici üzrə əhəmiyyətli dərəcədə fərqlər nəzərə çarpmır.

Son illərdə "əlverişsiz" ailə növlərinin sayı da artmaqdadır. Ailə rifahının əlverişsiz olmasının səbəbi isə valideynlərdə alkoqolizm, uşaqların tərbiyəsindəki nəzarətsizlik, ailədənkənar sahələrdə valideynlərin özünüinkişafa olan tələbatlarının olmaması və s. təşkil edir. Bu tip ailələrdəki valideynlər üçün bir qrupa aid olmaq və orda hansısa bir yeri tutmaq tələbatı, ətrafdakı insanların diqqətindən istifadə etmək, onların sevgi və hörmət obyekti olmaq kimi dəyərlər üstünlük təşkil edir. Onlar üçün ətrafdakı insanlarla qarşılıqlı münasibətlərə girmək sadəcə öz şəxsi qiymətləndirməsini artırmaq üçün vacibdir. Başqaları ilə qarşılıqlı münasibətlərə girmədikləri halda onlar özlərini alçaldılmış hiss edirlər. Bu səbəbdən də sıx münasibətlər onlara təhlükəsizlik hissi bəxş edir. Bu cür

insanlar valideyn olduqda isə, uşağın tərbiyəsi zamanı xaotik davranışlar nümayiş etdirir, onların davranışlarının nəticələri haqqında düşünmürlər[3, səh. 26-27].

Bu cür ailələrin fərqləndirici xüsusiyyətlərindən biri də qeyri-sabit olmalarıdır. Bu ailədə böyüyən uşağa bu və ya digər bir şeyi niyə etmələri barədə çox nadir hallarda izahat verirlər. Tərbiyə əsasən cəza və qadağalar üzərində qurulur. Nəticədə isə yeniyetmədə onun davranışını tənzimləyəcək normalar formalaşmır. Onlar daima xarici nəzarətə ehtiyac duyurlar və zamanla bu tələbat daha kəskin olmağa başlayır. Nəticədə isə yeniyetmələrdə qismən və ya tamamilə ailəni tərk etmək istəyi yaranmağa başlayır. Belə ailələrdə böyüyən yeniyetmələri daha çox onlara emosional təsir göstərən, dinamik məşğuliyyətlər cəlb edir və onlarda deviant davranışın səviyyəsi digərlərinə nisbətdə daha yüksək olur. Bu cür yeniyetmələrin davranışında başqalarına qarşı zor tətbiq etmək halları daha çox müşahidə olunur.

Əlverişsiz ailə mühitində böyüyən yeniyetmələrdə əməyə münasibətdə laqeydlik yönəlişliyi ilə rastlaşmaq ehtimalı daha çox olur. Onlar zəhmətkeşlik, səbr, inadkarlıq kimi keyfiyyətlərə daha az əhəmiyyət verirlər. Əməyə bu cür münasibətin olması fonunda isə onların fəaliyyəti hansısa məqsədə çatmaq məqsədi ilə deyil, öz davranışlarında hansısa mənfi nəticələrdən qaçmaq cəhdləri ilə tənzimlənir. Daima ətrafdakı insanlarla və sosial institutlarla qarşı-qarşıya gəlmək bu cür ailələrdə ətrafdakı insanlara (qonşulara, iş yoldaşlarına, hər hansı müəssisənin əməkdaşlarına) qarşı inamsızlığın formalaşmasına gətirib çıxarır.

Müasir cəmiyyət və yeni dövrün tələbləri yeni bir ailə forması da meydana çıxarıb ki, biz bu tip ailələri karyera tipli ailələr adlandırırıq. Bu cür ailələrdə valideynlər daima iş və karyera, maddiyyat, iqtisadi və sosial prestij ardınca qaçır. Onlar yüksək sosial status əldə etmək üçün bir-birləri ilə mübarizədə olurlar. Karyera ilə həddindən artıq məşğul olmaq, bütün diqqətini maddi təminatın yaxşılaşdırılmasına vermək, əyləncələrə oriyentasiyanın yüksək olması bu cür ailələrdə yeniyetmənin şəxsiyyətinin formalaşmasına və tərbiyəsinə şüurlu münasibətin olmamasına gətirib çıxaran amillər rolunda çıxış edir ki, bunun da nəticəsində yeniyetmədə deviant davranış meydana çıxır. Bir qayda olaraq, bu cür ailədə böyüyən yeniyetmələrdə öz yaşadığı yerin hüdudları çərçivəsində qapalı bir həyat və digər həmyaşıdlarından kənarlaşma halları müşahidə olunur.

Son illərdə mütəxəssislər diqqəti daha çox cəmiyyətdə natamam ailələrin sayının artmasına cəlb edirlər. Bu cür ailələrin formalaşmasının bir neçə səbəbi olur. Birincisi, ər-arvadın boşanması nəticəsində yaranmış ailədir. Statistika göstərir ki, son illərdə rəsmi qeydiyyata alınan göstəricilərə nəzər salsaq, on minə yaxın uşaq və yeniyetmə boşanma səbəbindən bir valideynini itirmişdir. Natamam ailənin yaranmasının ikinci səbəbi isə nikahdankənar doğumların olmasıdır ki, bu sahədə də göstəricilər günü-gündən artmaqdadır. Natamam ailələrin yaranmasının başqa bir səbəbi isə ailə başçısının ölümü ilə bağlı olur [4, səh. 13].

Natamam ailələrin problemlərindən biri də bu ailədə böyüyən yeniyetmənin tərbiyəsi və sosializasiyasıdır. Bu gün cəmiyyətimizdə hər 10 ailədən birində yeniyetmı valideynlərinin birindən məhrum olmuş olur. Bu cür ailələr ciddi maddi problemlərlə qarşı-qarşıya qaldığı üçün bu ailədə böyüyən yeniyetmələr öz həmyaşıdları ilə müqayisədə ciddi maddi çətinliklərlə üz-üzə qalırlar. Bundan əlavə, bu cür ailədə böyüyən yeniyetmələrdə valideynlərinin birinin olmaması ondan natamam şəxsiyyətin formalaşmasına, aqressiyaya, insanlara qarşı inamsızlığın olmasına, həmyaşıdları ilə münasibətlərdə çətinliklərin meydana çıxmasına gətirib çıxarır.

Müxtəlif tipli ailələrdə böyüyən yeniyetmələrin şəxsiyyətinin formalaşmasını tədqiq edərkən biz daha sonra iki istiqamətdə psixoloji diskomfort məsələsinə də nəzər salırıq: birincisi, natamam ailənin fəaliyyətində obyektiv çətinliklərə reaksiya kimi meydana çıxan təşviş və ikincisi, ailə rifahının əlverişsiz olmasının nəticəsi kimi yeniyetmələrdə formalaşan şəxsi problemlər. Birinci istiqamətdə apardığımız sorğu zamanı yeniyetmələrdə ailədəki maddi çətinliklərlə bağlı təşviş (natamam ailədə 39%, tam ailədə 22%), doğmalarının sağlamlığına görə təşviş hissi (46% və 35%), ailədə konfliktlərlə (6% və 19%) bağlı yaranan təşviş halları aşkar edilmişdir. Aldığımız faiz göstəriciləri natamam ailələrdə tam ailələr ilə müqayisədə maddi təminatın aşağı olmasını təsdiq edir. Bundan əlavə, natamam ailələrdə valideynlərinin birinin olmaması səbəbindən digər valideyninin sağlamlığına görə narahatlıq və onu itirmək qorxusu tam ailələrdəki yeniyetmələrə nisbətdə daha yüksək olur.

Təşviş formalaşdıran ikinci qrup səbəblər isə yeniyetmələrin şəxsi problemləri ilə əlaqədar olur. Onlarda qorxu valideynləri ilə aralarında baş verən münaqişələrdən (29% natamam və 19% tam ailələrdə), həmçinin də təlim proqramının mənimsənilməsindəki çətinliklərdən (24% və 15%) qaynaqlanır. Aşkar edilmişdir ki, boşanma halları yeniyetmənin valideynləri ilə konfliktə girməsinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Onlarda hər bir valideyni ilə ayrı-ayrılıqda münasibət qurmağın vacibliyindən irəli gələn yüksək həyəcanlılıq formalaşmağa başlayır. Bəzən də valideynlərinin boşanması yeniyetmənin ürəyində ata və anasına qarşı düşmənçilik hissinin yaranmasına da səbəb olur. Natamam ailədə kişi etalonunun olmaması səbəbindən yeniyetmədə identifikasiya zəif gedir və tənha ana övladında bu çatışmazlığı kompensasiya etmək üçün öz valideynlik rolunu bəzən dəyişməli olur [5, səh. 39]. Ancaq çox hallarda bu dəyişiklik faciəvi nəticələrə də gətirib çıxara bilir və nəticədə yeniyetmə həm atasından, həm də ana obrazından məhrum olmuş olur.

Beləliklə, bütün bunları nəzərə almaqla müasir cəmiyyətdə bütün növ ailələrdə böyüyən yeniyetmələrin cəmiyyətə adaptasiya olması üçün lazımı tədbirlərin görülməsi mütləqdir.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Гурко Т.А. Трансформация института семьи: постановка проблемы// Социологицеские исследования.1995.№ 10.С.81
2. Гурко Т.А. Особенности развития личности подростков в различных типах семей// Социологические исследование.2011. № 3. С. 99-101.

3. Fong M.S. The Role of Woman in Rebuiling the World Economy/ The World Bank. Washington. D.S.P.29
4. “Azərbaycan Respublikasında əhali sakinliyi və demoqrafik inkişaf sahəsində Dövlət Proqramı (2014-2025-ci illər)” // http://www.mlspp.gov.az/
5. Azərbaycan Respublikası üzrə Minilliyin İnkişaf Məqsədlərinin göstəriciləri// http://www.stat.gov.az/

Sabir ŞÜKÜROV

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

asif_31_78@mail.ru

Ermənistan-Azərbaycan Dağlıq Qarabağ münaqişəsi və multikulturalizm

Armenian-Azerbaijani Nagorno-Karabakh conflict and multiculturalism

Мультикультурализм и

Армяно-Азербайджанский Нагорно-Карабахский конфликт

Xülasə: Məqalədə müasir beynəlxalq hüququn prinsiplərinin – bərabərlik, beynəlxalq münaqişələrin sülh yolu ilə həlli, digər dövlətlərə qarşı gücdən istifadə olunmaması, onların daxili işlərinə müdaxilə edilməməsi, əsas insan hüquq və azadlıqlarına hörmətlə yanaşması, eləcə də bərabər tərəfdaşlıq prinsipi təhlil edilmişdir. Göstərilir ki, son onilliklər ərzində bu prinsiplərin kobud şəkildə pozulduğu nəticəsində beynəlxalq münasibətlərdə qarşılıqlı etimad azalması müşahidə olunur. Bu kontekstdə müstəqil və tolerant ölkə kimi tanınan Azərbaycan Dağlıq Qarabağ və ətraf ərazilərdə işğalı ilə nəticələnən 20 ildən çox davam edən erməni təcavüzünə məruz qalmışdır. Bu münaqişə beynəlxalq hüququn zəifliyinin təzahürlərindən biri olmuşdur.

Açar sözlər: Qarabağ, Multikulturalizm, hüquq, Qafqaz.

Abstract: The article deals principals modern international law – equality, peaceful resolution of international conflicts, one country’s refusal to use force against another country, non-interference to the internal affairs of states, respect people’s fundamental rights and freedom, as well as principle of equal partnership. But for the last 10 years as a result of a gross violation of the principles the decline of mutual trust and occurrence of shattering events is observed in the international relations. In this context, Azrbaijan as an independent and tolerant country more than 20 years, are facing Armenian aggression which resulting occupation of Nagorno Karabakh and and surrounding regions. This conflict has become one of the manifestations of the ineffectiveness of international law.

Key words: Caucasian, Karabakh, multiculturalism, law.

Резюме: В статье анализируются принципы современного международного права – равенство, мирное разрешение международных конфликтов, отказ одной страны от применения силы против другой страны, невмешательство во внутренние дел других государств, уважение основных прав и свобод людей, а также принцип равноправного партнерства. Указывается, что на протяжении последних десятилетий в результате грубого нарушения этих принципов в международных отношениях наблюдается снижение взаимного доверия. В данном контексте Азербайджан, как независимая и толерантная страна уже более 20 лет подвергается армянской агрессии, результатом которой стала оккупация Нагорного Карабаха и территорий вокруг него. Этот конфликт стал одним из проявлений неэффективности международного права.

Ключевые слова: Кавказ, Карабах, мультикультурализм, право.

Məlum olduğu kimi, II Dünya müharibəsindən sonra bəşəriyyətin təhlükəsizliyini, sabit inkişafını təmin etmək məqsədilə ümumbəşəri dəyərlər əsasında yeni beynəlxalq münasibətlər sistemi formalaşdırıldı. Yaradılan yeni sistemin əsasında bərabərlik, beynəlxalq münaqişələrin sülh yolu ilə həll edilməsi, bir ölkənin digər ölkəyə güc tətbiq etməsindən imtina etməsi, dövlətlərin daxili işlərinə qarışmamaq, insanların əsas hüquq və azadlıqlarına hörmət etmək, eləcə də, bərabərhüquqlu əməkdaşlıq kimi prinsiplər dayanırdı. Lakin son onilliklərdə bu prinsiplərin kobud şəkildə pozulması nəticəsində beynəlxalq münasibətlərdə qarşılıqlı etimadın azalması və beynəlxalq əməkdaşlıqda sarsıdıcı hadisələrin baş verməsi müşahidə olunur (1, s.4-8).

Beynəlxalq hüququn çox zaman elə onu formalaşdıran əsas güclər tərəfindən pozulması, müəyyən siyasi mərkəzlərin öz maraqlarını qlobal və bəşəri mənafeləri qurban verməklə təmin etmək cəhdlərinin qarşısını almalı olan mexanizmlərin səmərəsizliyi beynəlxalq münasibətlərdə etimad böhranının bariz əlamətləridir.

Biz bir müstəqil və tolerant ölkə olaraq hazırda 20 ildən çoxdur davam edən Dağlıq Qarabağ və ətraf rayonların işğalı ilə nəticələnən Ermənistanın təcavüzkar siyasəti ilə üz-üzəyik. Bu illər ərzində beynəlxalq hüququn səmərəsizliyinin də daha çox müşahidə edirik.

Bu məsələyə yanaşmada tarixə istinad vacibdir. Belə ki, İslam Qafqazda yayılanda təkallahlı dinlərə sitayiş edənləri zorla müsəlmanlaşdırmaq onun təməl prinsiplərinə zidd olduğundan ərəb işğalları dövründə Albaniyanın xristian əhalisi İslamın təsir dairəsindən kənarda qaldı. Bu proses nəticəsində ölkədə dini ayrılıq baş verdi, əhali iki qrupa bölündü: birinci qrupa bütün ölkə ərazisinə yayılmış və çoxluq təşkil edən müsəlman-türk əhali, ikinci qrupa isə əsasən Albaniyanın şimalındakı

qərb bölgələrində yaşayan xristian əhali daxil oldu. Bu da erməni və gürcü kilsələrinin xristian-alban əhalini öz dini-siyasi və etnik təsir dairələrinə salmaq uğrunda mübarizəni gücləndirdi (2,s.111-119).

Beləliklə, Azərbaycan İslamla xristianlıq arasında ən kəskin qarşıdurma meydanına çevrildi. Erməni və gürcü feodallarının Azərbaycana qarşı ərazi iddiaları dövrü başlandı. Onların yeritdiyi siyasətin mahiyyətində xristian albanları erməni və gürcü kilsələrinin təsiri altına salmaq, sonra ermənileşdirmək və gürcüləşdirmək, daha sonra isə yaşadıqları Azərbaycan torpaqlarına yiyələnmək. Bu mənfur siyasət uzun əsrlər boyu davam edib, onun nəticələri indinin özündə də təsirini saxlamaqdadır.

Erməni separatizminin ideoloqları hər imkandan istifadə edərək, Qərbə və Rusiyaya belə bir mif təlqin etməyə çalışırdılar ki, guya Azərbaycandan "islam təhlukəsi" gözlənilir. Azərbaycan-Ermənistan münaqişəsi dini zəmində baş verməsə də, Ermənistanın dini lideri I Vazgen praktiki olaraq separatçı hərəkatı qızışdıran şəxslərdən biri olmuşdur. Bu gün Qarabağ problemi artıq beynəlmiləlləşib və əslində həlli məsələsi xristian dövlətlərinin inhisarına alınıb. Hazırda xristian ölkələri Ermənistanın maraqlarına xidmət etməyən qərarlar verməkdə çətinlik çəkirlər. Bəziləri isə Rusiya və Fransa kimi açıq dəstək nümayiş etdirirlər. Bunu amerikalı tədqiqatçı Semyuel Uimz "Ermənistan: Terrorçu "xristian" ölkənin gizlinləri" kitabında aşkar yazır. O qeyd edir ki, Son 200 ilin tarixini vərəqləyəndə bir daha aydınlaşır ki, Azərbaycanın, Türkiyənin başına gələn faciələrdə erməni-qriqoryan kilsəsi xüsusi rol oynayıb. Birinci Pyotrdan başlayaraq rus çarlarına yaltaqlanan erməni keşişləri Azərbaycanın başına gələn faciələrin ən böyük müəlliflərıdir (3,s.98-112).

Xatırladaq ki, 1918-ci ildə Bakıda, Şamaxıda, Lənkəranda, Güney Azərbaycanda yüz minlərlə soydaşımızı məhv edən erməni terror dəstələrini ilhamvericisi qriqoryan keşişləriydi. Sovet dövründə "Böyük Ermənistan" ideyasının yuvası, azərbaycanlılara qarşı təxribatların, soyqırımların, işğalın planlaşdırıldığı yer məhz Eçmiədzin kilsəsi idi. Qriqoryan kilsəsi "Asala", "Krunk" kimi terror təşkilatlarını yönəldirdi.

Tolerantlıq, digər dinlərə dözümlü münasibət anlayışlarından çox uzaq olan erməni kilsəsi hər zaman bu mənfi xarakterini büruzə verib. Dağlıq Qarabağın və digər 7 rayonumuzun işğalını yönəldən erməni kilsəsi Ermənistandakı siyasi proseslərin tənzimlənməsində indi də mühüm rol oynayır. Buna baxmayaraq, Ermənistana rəğbəti olan bəzi yazı müəllifləri xristian dövlətlərin və radikal (təəssübkeş) xristian lobbilərinin diqqətlərini cəlb etmək üçün münaqişəni xristian və müsəlman dövlətlər arasındakı problem kimi səciyyələndirməyə çalışırlar. Onlar Ermənistanı müsəlman çoxluğundan ibarət İran, Türkiyə və Azərbaycan dövlətlərinin arasında yerləşən xristian ölkəsi kimi xarakterizə edirlər. Münaqişə üzrə danışıqlarda vasitəçilik missiyasını daşıyan ATƏT həmsədrləri də Ermənistana qarşı ciddi və sərt münasibət ortaya qoymağa səy göstərmirlər.

Mən bunu həmsədrlərin qorxaqlığı ilə yanaşı, onlardakı xristian təəssübkeşliyi kimi də dəyərləndirirəm. Maraqlıdır ki, münaqişənin nizamlanması üçün vasitəçilik edən və bu illər ərzində heç nəyə nail olmayan, problemin həllini ildən-ilə uzadan ATƏT, təcavüzkar Ermənistanı işğala məruz qoyduğu ərazilərdən çəkilməyə çağırmaq əvəzinə, nədən Azərbaycana qarşı sərt tələblər irəli sürür? Tarixdə ilk dəfə xristian ermənilər müsəlman türklər tərəfindən soyqırımına məruz qalmışlar" şəklində təbliğatlara geniş yer ayırmaqdadırlar. Qondarma erməni soyqırımının hər il beynəlxalq arenada dünya ölkələrinin parlamentlərinin gündəminə gətirilməsi və müzakirə edilməsi məhz bu səbəbdəndir. Azərbaycan da türk və İslam dünyasının bir parçası olduğuna görə, Ermənistan-Azərbaycan münaqişəsində əsas diqqət və dəstək Ermənistana verilməkdədir. İşin içinə xristian qardaşlığı və təəssübkeşliyi girdiyinə görə, bu dövlətlərlə Ermənistan arasındakı məsafə azalmaqda və birlikdə fəaliyyət göstərə bilməkdədirlər. Bu da yuxarıda da qeyd edildiyi kimi, Azərbaycan, xüsusilə də türklük üzərindəki beynəlxalq təzyiqləri artırmaqdadır. Əgər münaqişədə Azərbaycan lehinə qərarlar qəbul edilərsə və ya Ermənistana təzyiqlər göstərilərsə, o zaman "erməni kartı" qismən də olsa zəifləyə və "günahlardan arınma metodologiyası" iflas edə bilər. Yəni din faktoru sırf xristian ermənilərə göstərilən rəğbətdən deyil, daha çox özlərinin günah duyğularından və əbədi ləkədən qurtulmaq prinsiplərindən qaynaqlanır.

Tarixə nəzər salsaq, görərik ki, bir çox müharibələr zamanı hansısa dövlətlərin əraziləri işğal olunsa da, həmin ərazilərdə yaşayan insanların əksər hissəsi yaşayış yerlərini tərk etməyiblər. Hətta faşistlər də II Dünya müharibəsində işğal olunan ərazilərdə müasir dillə desək , beynəlxalq humanitar hüquq normalarına riayət edirdilər. Kəşmir məsələsinə nəzər salsaq, orada müxtəlif dini təriqətlərin, millətlərin nümayəndələrinin birgə yaşayış imkanlarından yararlandıqlarını görərik. Amma gəlin Ermənistanın işğal siyasətinə baxaq. Qərbi Azərbaycan torpaqlarından 200 min soydaşımız qovuldu, evləri yağmalandı, bu insanlar fiziki və mənəvi təzyiqlərə məruz qaldılar. Dağlıq Qarabağ və ətraf rayonlarda yaşayan 800 minə yaxın sakin zor gücünə, ölümdən dönərək məcburən yaşadıqları torpaqları tərk etməli oldu.

Bu gün biz bu düyünün, ərazilərimizin işğalına yol açan təcavüzün aradan qaldırılması yollarını arayırıq. Təəssüf ki, vasitəçilik missiyası adı altında bəzi dövlətlər öz maraqlarına uyğun siyasət yeridirlər. Rusiya və ABŞ münasibətləri Qafqazda sülhün əldə edilməsini əngəlləyir. Çünki Moskva bir təklif irəli sürəndə Vaşinqton orada özünün maraqlarının təhlükə altında olduğunu görür və prosesi əngəlləməyə çalışır. Yaxud da əksinə. Fransada isə ənənəvi olaraq ermənilərin mövqeyi çox güclüdür. Belə bir mürəkkəb şəraitdə sülh və yaxud müharibə seçimi də çətindir. Biz sülh istəyirik.

Bzejinskinin "Avrasiyanın Balkanları" kimi dəyərləndirdiyi Cənubi Qafqaz, XX əsrin sonlarından etibarən region və dünya gücü olmaq istəyən dövlətlərin mübarizə meydanı olub. Qara dəniz və Xəzər dənizi arasında yerləşən bu bölgə cənub-şimal və qərb-şərq enerji və nəqliyyat

xətlərinin kəsişməsi və Xəzər hövzəsi enerji mənbələrinə sahib olması baxımından böyük əhəmiyyət kəsb etməkdədir. Burada yaşayan xalqlar dillərinə görə 3 qrupa bölünür: Türk xalqları – azərbaycanlılar, qaraçaylılar, balkarlar, kumıklar, noğaylar, qumuqlar; Hind-Avropa xalqları – ermənilər, tatlar, dağ yəhudiləri, talışlar, osetinlər və ruslar; Qafqazdilli xalqlar – abxazlar, adıgeylər, çərkəzlər, kabardinlər, çeçenlər, inquşlar, ləzgilər, avarlar, darginlər, laklar, gürcülər və başqaları. İslam (şiəlik və sünnilik) və xristian dinləri əsas dinlərdir. Yəhudilik dininin nümayəndələri də mövcuddur. Bölgədəki etnik münaqişələr, təhlükəsizlik problemləri və əməkdaşlıq imkanları dəyərləndirilərkən ilk olaraq burada dini məsələyə ciddi yanaşmaq lazımdır. Bəllidir ki, Qafqazda ən çox təqibə məruz qalan din İslamdır. Burada uzun zamandan bəri baş verən münaqişələrdə ciddi müqaviməti islam dininin daşıyıcıları olublar. Xristianlar tarixən daha çox razılaşan və danışıqlara gedən olsalar da, müsəlmanlar haqqları və torpaqları uğrunda illərdir mübarizə aparırlar. Bəllidir ki, Qərb dövlətlərinin region ölkələrində, xüsusilə də Azərbaycanda və Gürcüstanda daxili siyasi hadisələrə təsir etmək üçün müdaxilələri davam edir. Bu zaman isə onlar dini amildən yararlanmağa çalışırlar. Gürcüstan və Azərbaycanda etnik rəngarənglik və dini etiqad azadlığını biz Ermənistanda görə bilmərik. Ermənilər illərdir gürcü və azərbaycanlılara qarşı ərazi iddiası irəli sürməklə yanaşı özlərini xristian dinin tam fərqli qrupu sayır və daha çox "əzabkeş" imici formalaşdırmağa cəhd edirlər.

Sözügedən fikrə də əsasən ixtilaf və mübahisə tarixinə malik olan bu regionda 50-dən çox etnik qrupun olması (bu, qismən sovet dövründə yürüdülən etnik siyasətin nəticəsidir) Qafqazda təhlükəsizlik vəziyyətini xeyli mürəkkəbləşdirir. Lakin çox təəssüf ki, aparıcı ölkələr praqmatik fikirlərini həyata keçirmək üçün "Parçala və hökm sür!" ənənəvi siyasətindən istifadə edirlər. Bu siyasətin nəticəsi olaraq Azərbaycanın və Gürcüstanın 20 faiz torpaqları işğal olunub. Rusiya Ermənistanda özünün cüzi hərbi qüvvələrini saxlamaqla regionun geosiyasi vəziyyətinə nəzarət etmək istəyir. Belə bir şəraitdə dini və milli tolerantlığın təmin olunmasının çətin olduğunu deyən qüvvələr də haqlıdırlar.

Son olaraq qeyd edək ki, multikulturalizm Azərbaycanda dövlət siyasətidir. Eyni zamanda, multikulturalizm Azərbaycanda həyat tərzidir. Biz gündəlik həyatımızda bu prinsiplər əsasında fəaliyyət göstəririk. Bu prinsiplər cəmiyyətin mütləq əksəriyyəti tərəfindən dəstəklənir, müdafiə edilir. XXI əsrdə multikulturalizmə alternativ yoxdur. XXI əsrdə ayrı-seçkilik, diskriminasiya, ksenofobiya, islamafobiya kimi xoşagəlməz meyillərə biganəlik təhlükəli fəsadlar törədə bilər. Ona görə multimədəniyyətli cəmiyyətlərin formalaşması, bu ideyaların təbliği hər bir məsuliyyətli siyasətçinin, ictimai xadimin fəaliyyətinin tərkib hissəsi olmalıdır.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Malaxov V. "Mədəni plüralizm versos multikulturalizm". "Loqos" nəşriyyatı, №5, 2000
2. Sattarov R. "Islam, State, and Society in Independent Azerbaijan Between Historical Legacy and Post-Soviet Reality - with special reference to Baku and its environs" 2009, 394 S., 12 s/w Abb., Gebunden.
3. Samuel Weems "Armenia: Secrets of a 'Christian' Terrorist State Hardcover, Published 2002 by St. John's Press 480 pages

Tural HƏSƏNZADƏ

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
reservation@sbsbbaku.com

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ КОННОСПОРТИВНОГО ТУРИЗМА
NEW OPPORTUNITITES FOR THE DEVELOPMENT OF THE EQUESTRIAN TOURISM
ATÇILIQ TURİZMİNİN İNKİŞAFI ÜÇÜN YENİ İSTİQAMƏTLƏR

Резюме. Для того чтобы понять какие различные инновации могут быть в секторе конного туризма и что владельцы бизнеса создают такие возможности, важно отметить, во-первых, как определяется конный туризм со стороны различных инвесторов в проекте, и какова роль конного сектора в контексте местного и сельскохозяйственного развития и во-вторых, что может быть подразумеваться под инновацией в конноспортивном секторе.

Интерпретация инноваций, возможность применений новшеств и инноваций в конноспортивном бизнесе напрямую связаны с пониманием того что такое конноспортивный туризм и какие услуги и продукты могут они предложить современному обществу. То как понимают и определяют специфику индустрии владельцы лошадей и разработчики новых пород, влияют на их деловую деятельность, так же, как и понимание и отношение к инновациям и к тому, как и где это возможно.

Ключевые слова: конный туризм, инновации в области конного туризма, верховая езда, информация, возможности для развития, развлечения, спортивный туризм

Abstract. In order to understand which different innovations could be in the sector of the equestrian tourism and that the business owners are creating such opportunities, it's important to mention, firstly, how the equestrian tourism is being defined from the side of the different investors in the project, and what is the role of equestrian tourism in the context of the local and agricultural

development and secondarily, what could be meant under the innovation in the sector of equestrian tourism.

Interpretations of the innovations, opportunity of the implementation of the newly things and innovations in the equestrian business directly connected with the understanding of what is equestrian tourism and what are the services and products could they offer to the modern society. The way industrial specifics are being interpreted and understood by the horse owners and new horse breed developers, impact their business activity, in the same way how the understanding and relation to the innovations and to where and how it's possible.

Key words: equestrian tourism, equestrian innovations, horse riding, opportunities for growth, information, entertainments, sport tourism

Xülasə. Atçılıq turizmi sektorunda fərqli yeniliklərin olacağını başa düşmək və biznes sahiblərinin bu cür imkanların yarandığını anlamaq üçün ilk növbədə, atçılıq turizminin müxtəlif investorların layihədən necə müəyyənləşdirildiyini qeyd etmək vacibdir. Atçılıq turizminin yerli və əkinçilik inkişafı baxımından rolu nədir və ikincisi, atçılıq turizmində innovasiya baxımından nə nəzərdə tutulmalıdır.

Yeniliklərin şərhləri, atçılıq biznesində yeni şeylərin və yeniliklərin həyata keçirilməsi imkanları, atçılıq turizminin nə olduğunu başa düşməklə və müasir cəmiyyətə hansı xidmət və məhsulları təklif edə bilmələriylə bağlıdır. Sənaye xüsusiyyətlərinin, at sahibləri və yeni atçılıq istehsalçıları tərəfindən təfsir edilməsi və başa düşülməsi, yeniliklərə dair anlayış və əlaqələrinə təsir göstərdiyi kimi, onların biznes fəaliyyətinə eyni şəkildə təsir göstərir.

Açar sözlər: atçılıq turizmi, atçılıq yenilikləri, at sürmə, böyümə imkanları, məlumat, əyləncələr, idman turizmi.

Конноспортивному сектору относятся все виды деятельностей, основанных на использовании и обладании лошадьми включая развлекательные и профессиональные виды деятельностей и продажа продуктов и услуг, относящихся к этому сектору. Таким образом, сектор конноспортивной деятельности включает широкий круг людей и бизнеса, находящихся в контакте с лошадьми: наездники, фермеры, ветеринары, инструкторы по вождению, работники конюшен, жокеи, тренеров, владельцев конюшен, специалистов по лошадиным породам, владельцев скотоводческих ранчо и полицейских на верховых лошадей. Более того, определённое количество людей, занятых в деятельности связанной с лошадьми, но без прямого физического контакта с лошадьми, например, работающих на дорожках, треках, или в изготовлении корма, страховочных компаниях и индустриях по изготовлению.

Другой связанный аспект — это роль конноспортивного сектора в определённой местности включая диверсификацию местной экономики, лошади как часть жизненного стиля, хобби, рекреация, или возможность для индивидуальных людей и семей с городских мест создать связь с природой. Развитие конноспортивного сектора, может быть частью модели развития сельского хозяйства который становится более популярным в разных частях мира.

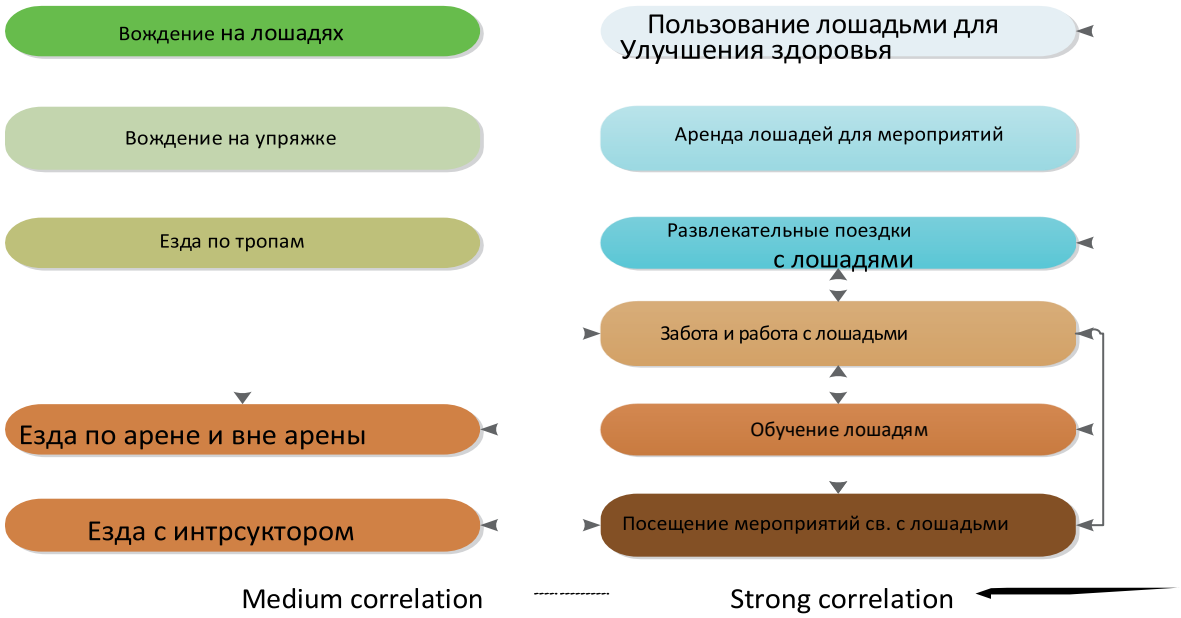
Новшества в сфере конного туризма или конноспортивной деятельности анализируются с точек зрения определений инноваций, будь то технические, маркетинговые, информационные или зрелищные инновации. Важно выделить, что хорошие практики и опыт одного определённого случая (конноспортивного бизнеса или бизнеса построек для конюшен) могут быть переведены как новшество для других ферм или бизнесов. Это значит, что инновации достаточно соотносительны, так как в одном случае хорошее решение — это новшество, но в другом – достаточно укоренившееся практика с короткой или длинной историей. Фермеры, владельцы конюшен и лошадей делятся своим опытом и перенимают хорошие практики или получают вдохновение от новшеств, которые могут быть подходящими для их бизнеса. Это включает все виды действий и моментов, связанных с конноспортивным сектором: разведение, конные виды спорта, азартные игры, рекреации, маркетинг, окружающая среда, безопасность, эргономика, сотрудничество внутри конноспортивного сектора также как с представителями других экономических действий местной или национальной экономики.

Методология для исследования. В работе используются следующие методы исследования: - описательный;

для данного исследования были изучения развития конноспортивного сектора в некоторых странах, а частности сравнений особенностей пород лошадей в Финляндии и Ирландии, особенностей пород лошадей, использующихся для спортивных и сельскохозяйственных целей, изменение в использовании лошадей на протяжении долгого периода времени. Были проведены сравнительные изучения предпочтений среди местного общества в разных странах для изучения вопросов о том насколько лошадь подходит для современного общества, какие существуют сложности в настоящем и каковы могут быть возможные решения для этих проблем. Каковы реакции местных людей в этих странах для конноспортивной индустрии? Изучения клиентов отметили тенденцию для некоторых частных групп пользование некоторыми сообщающимися услугами в современной форме. Некоторые услуги в сфере конного спорта были использованы больше, а некоторые намного меньше. Также наблюдается связь между ездой по тропам в туристических и развлекательных целях и различных действий, связанных с лошадьми – эти действия состоят из набора привлекательного для клиентов. Несмотря на то что большинство поклонников лошадей заинтересованы везде по тропам и

развлекательных действиях, они пользуются этим довольно редко- один или два раза в месяц, а некоторые даже более редко. Например, таблице показаны взаимодействия и взаимосвязи различных действий, связанных с конноспортивным туризмом.

Рисунок 1.



Результаты и их обсуждение. Бизнес не может существовать без клиентов или же если перефразировать, клиенты являются причиной существования бизнеса. Поэтому, один из основных вопросов на который нужно ответить, является вопрос о том, кто эти клиенты и как привлечь их.

Привлечение клиентов начинается с определением, кто является клиентами, и чем они интересуются. Во время планирования новых услуг, очень важно быть знакомым с запросом текущих услуг, связанных с лошадями. Это может помочь определить группы клиентов конного сектора. Обычно они связаны с услугами, которые они используют и могут быть разделены следующим образом (это обобщённое разделение и могут быть некоторые исключения для этого):

Таблица 1.

Услуги / продукты	**Тип клиентов**
Продажа Лошадей	Местные покупатели, иностранные покупатели
Места проживания лошадей	Местные владельцы лошадей
Уроки верховой езды	Местные владельцы лошадей, местные наездники, иностранные наездники
Туризм и верховая езда в развлекательных целях (включая медленную верховую езду несколько дней не спеша)	Местные верховые наездники, иностранные наездники, местные туристы, иностранные туристы
Вождение	Местные наездники, иностранные наездники, местные туристы, иностранные туристы (включая отсутствие езды)
Приключенческие верховые поездки	Местные наездники, иностранные наездники, местные туристы, иностранные туристы (включая отсутствие езды)
Шоу с лошадьми, конкуренция, гонки	Участники шоу, местные и иностранные наездники, владельцы лошадей, наблюдатели, не связанные с лошадьми

Если мы определим услуги, которые предлагаются в данный момент времени, или которые намереваются быть предложенными и группы клиентов, которые пользуются этими услугами, это может помочь нам лучше понять ожидания клиентов и, следовательно, помочь увеличить оценку предоставленных услуг.

В планировании новых услуг является очень выгодным быть осведомлённым о текущих расходах клиентов. Различные исследования клиентских предпочтений, показывают, что активные наездники в некоторых Европейских странах тратят более тысячи Евро в году для своих верховых поездок. Основную большую часть расходов для верховых наездников составляют уроки по вождению. Владельцы лошадей в тех же странах тратят примерно около шести-семи тысяч на расходы, связанные с лошадьми. Для владельцев лошадей, проживание, фермерские и ветеринарные услуги являются основными категориями расходов, которые составляют почти половину расходов. Во всех странах, есть сегмент, который отмечает важность высококвалифицированных учителей в развитии их спортивных навыков.

Разделяя рынок конноспортивного туризма в стране в различные группы текущих и потенциальных клиентов с общими характеристиками позволяет сфокусировать общие действия на сегментах, которые, скорее всего ответят на коммуникацию, будут искать услуги, и получать выгоду от большинства из них. Сегментация рынка может быть сделана, например, по географической критерии – по местонахождению – клиенты из близлежащих мест (местные

клиенты), клиенты из региона, национальные клиенты или клиенты из вашей страны и международные клиенты:

- Местные клиенты – например, владельцы лошадей, которые живут в близости и используют услуги содержания в конюшне;
- Региональные клиенты – например, наездники, которые живут в регионе и приезжают на выходных для уроков по верховой езде;
- Национальные клиенты – они могут быть, например, национальными туристами, которые приезжают для визита туристического объекта, находящегося рядом с конюшней и хотят покататься на лошадях. Национальные клиенты часто являются покупателями лошадей;
- Международные клиенты – также, как и национальные клиенты, они часто являются или туристами, или потенциальными покупателями лошадей.

Сегментация рынка также может также быть сделана в соответствии с поведением клиента – активны ли они и намерены для спортивной деятельности, нравится ли им приключенческие занятия или времяпровождение со всей семьёй.

Основой высококачественного обслуживания клиентов является формирование отношения с клиентами – отношения который индивидуальный клиент хочет получить в процессе обслуживания.

Хорошее обслуживание клиента — это способность содержать клиентов счастливо осуществляя следующие действия эффективно:

- Быть отзывчивым по отношению к клиентам
- Обращаться с ними с уважением
- Держать клиентов в курсе, и отвечать их запросам своевременно и эффективно
- Быть способным решать запросы в соответствующей манере
- Спрашивать много вопросов для того чтобы понимать нужды клиентов для того чтобы представлять самый лучший возможный сервис

Дружественное отношение и квалификация работников конюшни очень важна для клиентов. Хорошее обслуживание клиентов принимает во внимание нужды клиентов, что они считают важным, и насколько они удовлетворены.

В природе, лошади являются животными, на которых могут напасть хищники, поэтому быстрое бегство была лучшим способом выживания для лошадей. Даже несмотря на то что, лошади были одомашнены примерно около 6000 лет, поведение бегства всё ещё характерно для них. Это объясняет, почему лошади могут быть достаточно пугливы и стеснительны от

вещей, которые незнакомы для них; неопытные и в основном молодые лошади могут пугаться от громких звуков, резких движений или от окружения. Поэтому, всегда нужно учитывать во время общения с лошадьми – в конюшне, на выгоне или во время езды, все эти нюансы.

Одной из основных проблем — это адаптировать конноспортивный сектор к новому времени и поведенческим привычкам. Ведущая сила в сегодняшних молодых людях очень отличается в сравнении с прошлыми годами. Для молодых людей сегодня есть столько возможностей насчёт отдыха, и лошадь конкурирует со многими другими интересами. Очень важно идентифицировать поведенческие привычки и мотивацию молодых людей: что они хотят и что им требуется, и как они хотят проводить своё свободное время? Игнорирование и плохое знание лошадей является проблемой, связанной с конноспортивным сектором, среди частных и также профессиональных владельцев лошадей и бизнесов.

Автоматизация была воспринята как будущее для прибыльного конноспортивного бизнеса.

Важным аспектом качественных услуг является коммуникация с клиентами и маркетинговые навыки. Это было отмечено как серьёзное препятствие для развития хороших услуг. Создание и развитие качественного маркетинга, и направление для экспорта высококачественных лошадей – это очень важно. Очень важно, обучить общество тому, что лошадь не злобное животное и не нападёт. Многое может быть достигнуто в этой области с помощью сотрудничества со средствами массовой информации. Необходимость обучения общества о лошадях, их особенностях, возможностях и потенциальных услугах было особенно отмечено; можно сделать предложения для сотрудничества в этой области различных образовательных структур, таких как школы и детские садики, для того чтобы дети могли познакомиться с лошадьми и развивать интерес в этой области.

Информация для клиентов насчёт предлагаемых услуг может предоставляться веб сайтами конюшен, туристическими информационными центрами и информационными материалами, напечатанными этими центрами, но всё равно существует общий расчёт на не формальную, устную рекламу от одного клиента до другого. Новшество в этой сфере может быть создание общей информационной системы и интерактивных карт, которые могут суммировать информацию по поводу всей конноспортивной индустрии в стране.

Выводы. Подводя итоги, можно с уверенностью сказать, что для улучшения конноспортивного сектора нужно сделать многое, для того чтобы довести этот сектор до международного уровня и сделать его конкурентоспособным и интересным для общества.

Вся проблема может состоять в том, что конноспортивный сектор очень часто воспринимается как сектор, связанный с хобби, несерьёзными и неприбыльными бизнесами. Однако, у конного

сектора будут многие возможности в секторе, если они смогут справляться с изменениями в секторе.

- Частные предприниматели конноспортивного сектора должны развивать и направлять хорошие и привлекательные идеи, искать лучшие месторасположения ближе к клиентам и предлагать действия, более адаптированные к желаниям и требованиям гостей, таким как диверсированное, производство еды или разных типов жилых конюшен с более особенными услугами.
- Сектору следует улучшить конкуренцию и координацию с конноспортивным сектором для того чтобы развиться. Это важно думать вне ящика и искать сотрудничество с людьми вне сектора, которые видят вещи по-разному.
- Конноспортивные Ассоциации и организации, и конноспортивные специалисты, играют важную роль для помощи конноспортивному бизнесу для развития и работы и изменения их деловых идей, что является сложной задачей для многих владельцев лошадей.
- Сектор, нуждается для интенсивной работы с общественными и официальными отношениями к конноспортивному сектору, показывая хорошие примеры успешных предпринимателей – становиться ведущими специалистами области.
- Изучения и статистики нуждаются для того чтобы показать государственным органам насколько большое влияние оказывает сектор конноспортивного сектора на городское, при городское и деревенское общество и национальную экономику.

К тому же есть ещё один важный момент – к сожалению, есть большой недостаток знания и игнорирования среди частных и профессиональных конных предпринимательских обществ и владельцев.

Список литературы:

1. Faculty of Social Sciences, Latvia University of Agriculture, MTT, Agrifood Research Finland, Economic Research, Economics and Social Science (2013) "*GOOD PRACTICES AND INNOVATIONS IN THE EQUINE SECTOR: CURRENT TRENDS AND FUTURE OPPORTUNITIES*".

2. Верховая езда – элитное развлечение [Электронный ресурс]. – URL: http://reserv-spb.ru/ industriya-turizma-perevozki-birzhakov/ verchovaya-ezda-elitnoe-razvlechenie

3. Конный туризм в Горном Алтае [Электронный ресурс]. – URL: http:// www.altaitravel.ru/tourtypes_horse.htm.

4. Интернет-ресурс. – URL: http://www.alpindustria-tour.ru

5. Интернет-ресурс. – URL: http://www.tengri.ru

Səriyyə BAYRAMOVA

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

kemlem1315@mail.ru

Azərbaycanda sağlamlıq imkanları məhdud və əlilliyi olan insanların cəmiyyətdə yaşayış tərzinin qiymətləndirilməsi

Оценки людей с ограниченными возможностями здоровья и с инвалидностью в обществе образа В Азербайджане

Assessment of living standards of people with limited health opportunities and disabilities in Azerbaijan

Xülasə. Sağlamlıq imkanları məhdud olan insanlara qarşı xüsusi diqqət, qayğı göstərmək hər bir sağlam insanların borcu və vəzifəsidir. Onların cəmiyyətə inteqrasiyasını təmin etmək, mövcud komplekslərindən xilas olmalarına nail olmaq, eləcə də problemlərini həll etmək Azərbaycan vətəndaşlarının qarşısında duran ən vacib məsələlərdən biridir. Unutmaq olmaz ki, onların cəmiyyətdə digər insanlarla bərabər hüquqlu yaşamaq haqqı var və bu onlar üçün çox vacibdir. Bu zaman həm cəmiyyət, həm də dövlət orqanları istisnasız olaraq insanların hüquqlarının və azadlıqlarının ümumiliyini, ayrılmazlığını, qarşılıqlı asılılığını və əlaqəsini, heç bir ayrıseçkiliyə yol verilmədən təmin edilməsinin zəruriliyini dərk etməlidirlər.

Açar sözlər: insan, dövlət, sağlamlıq, cəmiyyət, qayğı, dövlət qanunları

Abstract. Society doesn’t consist of just healthy people. People with limited health opportunities are also members of society. None of the representatives of these two classes is superior to any other, nor is it at a low level. It should be borne in mind that, people with limited health opportunities and disabilities should not consider themselves the useless citizens of society. Therefore, state-level measures should be taken and regular inspections should be undertaken to implement these measures. It should not be forgotten that, the activity of people with limited health opportunities in the community depends on their social status. From this perspective, public and private enterprises should provide conditions for people with limited health opportunities and disabilities to be provided with adequate jobs and to work comfortably in these facilities, moreover the giving of social benefits and possible retirement benefits should be solved appropriately.

Key words: person, state, health, society, care, state law.

Резюме. Проявлять особое внимание, заботу о людях с ограниченными возможностями - это долг и обязанность любого здорового человека. Обеспечить их интеграцию в общество, чтобы добиться от существующих комплексов, а также решить их проблемы является одним

из самых важных вопросов, стоящих перед граждан Азербайджана. Нельзя забывать, что они имеют право на существование обществе с другими людьми равноправных и это очень важно для них. При этом, либо общества, либо государственные органы в никакой дискриминации без допущения должны осознать необходимость обеспечения прав и свобод людей без исключения общность, взаимной зависимости от отношения.

Ключевые слова: человек, государства, здоровье, социум, забота, государственные законы

Dövlət tərəfindən əlillərin, o cümlədən sağlamlıq imkanları məhdud olan insanların hüquqlarının qorunması və sosial təminatının yaxşılaşdırılması istiqamətində tələb olunan işlərin görülməsinə real imkanlar və maliyyə vəsaiti olmasına baxmayaraq, yalnız kiçik miqyaslı işlər görülmüşdür. Məsələn, müvafiq pensiya təminatı, sosial ehtiyaclarının qismən ödənilməsi üçün mənzil təminatı və s. Lakin bu işlərin həcmi və əhatə dairəsi sağlamlıq imkanları məhdud olan insanların real ehtiyaclarının qarşılığında daha da artırılmalıdır. Azərbaycan Respublikasının sağlamlıq imkanları məhdud olan insanların hüquqlarının müdafiəsi və sosial təminatının yüksəldilməsi üzrə Beynəlxalq Konvensiyaya qoşulması prosesinin davamı olaraq, bir sıra səmərəli layihələr, ekspert qiymətləndirmələri və proqramlar hazırlanmışdır. Bütün bunları nəzərə alaraq, əlillərin, həmçinin sağlamlıq imkanları məhdud olan insanların hüquqlarının təmin edilməsində, onların sosial müdafiəsinin təmin olunması sahəsində dövlət siyasətinin təkmilləşdirilməsinə ehtiyac var. Bu zaman əlillərin hüquqlarının təmin olunmasındakı humanitar məsələlərlə yanaşı, bunun iqtisadi dividenti də nəzərə alınmalıdır.[1]

“İş qabiliyyətini itirmiş” əlillər və fiziki qüsurlu insanların hüquqlarının təmin edilməsi, onlara qarşı bərabərhüquqluluq prinsipininin əməl olunmasına ciddi nəzarət etməklə, onların işə qəbulu prosedurlarını asanlaşdırmaqla bir çox əlilin sosial müdafiəsi ilə bağlı problemləri aradan qaldırmaq mümkündür.

Əlillər üçün beynəlxalq və milli qanunvericiliyimizdə nəzərdə tutulmuş imtiyazlar var. Birləşmiş Millətlər Təşkilatının (BMT) əlilliyi olan insanların hüquqları barədə Konvensiyada əlillərin, sağlamlıq imkanları məhdud olan insanların hüquqlarını müdafiə və təşviq etməyə, onlara qarşı diskriminasiyanı ləğv etməyə, onların əmək hüquqlarını müdafiə etməyə, səhiyyə, təhsil və ictimai həyatda tam iştirak, ədalət məhkəməsinə çıxışa, şəxsi toxunulmazlığa, hərəkət azadlığına, şəxsi mobilliyə və s. xidmət edən qanunlar vardır. Bu günə qədər əlil insanların hüquqlarını müdafiə etmək barədə Respublikamızda da bir çox qanunlar və sərəncamlar imzalanmışdır. Ancaq təcrübə göstərir ki, bir çox idarə, təşkilat, müəssisə və firmaların da bu günkü gün bu qəbildən olan insanların hüquq və imtiyazları bilmələri üçün stolüstü məlumat kitabına ehtiyac vardır...

Statistik məlumatlardan məlumdur ki, bu gün ölkəmizdə işsizlikdən əziyyət çəkən insanlar var. Sağlam həyat sürən insanlar bu problemlə mübarizə aparır və özünü hər hansı bir işlə təmin edə bilir. Lakin fiziki imkanları məhdud olan insanlar bu problemdən daha çox əziyyət çəkir. Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi statistikasına əsasən ölkəmizdə hal-hazırda Azərbaycanda 570 min nəfər əlil var. Rəsmi statistikaya əsasən əlillər ölkə əhalisinin 5,96%-ini təşkil edir. Bunlardan da 67 min nəfəri 18 yaşadək olan uşaqlardır. Komitənin məlumatına görə, əlillərin sadəcə 5 faizi işləyir. Nəzərə almaq lazımdır ki, hər bir fiziki qüsurlu şəxsin digər insanlarla birlikdə bərabər hüquqları var. Lakin bu gün əlillərin cəmiyyətə inteqrasiyasında ciddi problemlər mövcuddur. Ən böyük problemlərdən biri də onların məşğulluğudur. Belə ki, əlillərin işlə təmin olunması kvotası haqqında qanuna əsasən, bütün idarə və təşkilatlar əmək qabiliyyəti olan əlilləri işlə təmin etməyə məcburdurlar.

Əlillərin və sağlamlığı məhdud olan insanların əmək münasibətlərində olan üstünlükləri "Əlilliyin qarşısının alınması, əlillərin reabilitasiyası və sosial müdafiəsi haqqında" Qanunun tələblərinə əsasən müəyyənləşdirilib: "Həkim-əmək ekspert komissiyasının rəyinə görə, əlilin səhhətinin peşə vəzifələrini yerinə yetirməsinə mane olduğu, yaxud başqa şəxslərin səhhəti və əmək təhlükəsizliyi üçün təhlükə törətdiyi hallar istisna olmaqla, əlillik mülahizələrinə görə, əlillə əmək müqaviləsini bağlamaqdan, yaxud əlili işdə irəli çəkməkdən imtina edilməsinə, müdiriyyətin təşəbbüsü ilə onun işdən azad edilməsinə, öz razılığı olmadan başqa işə keçirilməsinə yol verilmir. Müəssisənin ləğv edilməsi halları istisna olmaqla, müvafiq müəssisələrdə tibbi, peşə və sosial bərpa keçən şəxslərin bu müəssisələrdə olduğu müddətdən asılı olmayaraq işəgötürənin təşəbbüsü ilə fərdi əmək müqaviləsinin (kontraktının) ləğv edilməsinə yol verilmir. Siyahısı müvafiq icra hakimiyyəti orqanı tərəfindən müəyyən olunanlardan başqa, mülkiyyət formasından asılı olmayaraq müəssisə, idarə və təşkilatlarda əlillər üçün qanunvericilikdə nəzərdə tutulmuş qaydada kvota müəyyən edilir. Müvafiq icra hakimiyyəti orqanları və əlillərin problemləri ilə məşğul olan ictimai təşkilatlar müəssisə və təşkilatlarda əlillərin işlə təmin olunmasına nəzarət edirlər".

Əmək Məcəlləsində əlilliyin qrupundan, səbəbindən və müddətindən asılı olmayaraq işləyən əlillərə verilən əmək məzuniyyətinin müddəti ən azı 42 təqvim günü müəyyən edilib. Bundan başqa, əlillərə digər şəxslərə verilən ödənişsiz məzuniyyətin müddəti ilə müqayisədə daha çox, azı bir təqvim ayı müddətində ödənişsiz məzuniyyətin verilməsi nəzərdə tutulur.

Bərabər İmkanlar Mərkəzi İctimai Birliyinin sədri, sosioloq Rafiq Təmrazov: "Nazirlər kabineti tərəfindən əlillər üçün kvotaların tətbiq edilməsinə baxmayaraq, bu gün heç bir sahibkar fiziki qüsurlu şəxsləri işə götürməkdə maraqlı deyil. Burada əsas problem ondan ibarətdir ki, fiziki qüsurlu şəxslər öz hüquqlarını bilmədiyi üçün hər hansı müəssisədən iş tələb edə bilmirlər və özlərini cəmiyyətə yararsız hesab edirlər. Bunun üçün də onlar arasında maarifləndirmə işləri aparılmalıdır və qanunların verdiyi imkanlar onlara çatdırılmalıdır".

Dövlət tərəfindən əlillərə və sağlamlığı məhdud olan insanlara yönəlik xüsusi siyasət mövcuddur(3 fevral 2005-ci il tarixndə "Xüsusi qayğıya ehtiyacı olan uşaqların təhsili"nin təşkili üzrə inkişaf proqramı, 2012-2015-ci illərdə əlillərin sosial müdafiəsinin gücləndirilməsi ilə bağlı Dövlət Proqramı, 2014-2018-ci illərdə əlilliyi olan şəxslərin hüquqlarının müdafiəsinə dair Milli Fəaliyyət Proqramı, Uşaqlıq dövrünə xas olan əlilliyin erkən profilaktikası və müalicəsi üzrə 2018–2020-ci illər üçün Milli Fəaliyyət Planı və s.). Belə ki, sağlamlıq imkanları məhdud və əlilliyi olan insanların sosial vəziyyətlərinin yaxşılaşdırılması üçün müəyyən işlər görülür, mənzillərlə təmin olunurlar. Lakin əlillərin əmək fəaliyyətinin yaxşılışdırılması, peşə kurslarına cəlb olunması istiqamətində aparılan işlər öz müsbət nəticəsini göstərmir. Ümumiyyətlə əlillərin və sağlamlığı məhdud olan insanların ictimai proseslərə fəal qoşulmaları, cəmiyyətin normal üzvləri kimi qəbul olunmaları və özlərini cəmiyyətdə təcrid olunmuş hiss etməmələri üçün müəyyən addımlar atılmalıdır. Bu proseslər elə qurulmalıdır ki, əlillər öz təşkilatlarını yaratsın və özləri bu təşkilatda işləsinlər. Bu prosesdə digər fiziki qüsurlu şəxslər üçün stimul olsunlar və onlar başa düşsünlər ki, əlillər də digər insanlar kimi cəmiyyətin aktiv üzvləridir.[7]

Azərbaycanda Əmək və Əhalinin Müdafiəsi Nazirliyi hal-hazırda əlillərin və sağlamlığı məhdud olan insanların məşğuliyyətinin artırılması üçün mühüm işlər görür, amma əsas problem ondadır ki, şirkətlər, firmalar əlillərin hərəkətinə uyğun şəkildə tikilmir. Fiziki qüsurlu insanların hər hansı bir şirkətdə kütləvi şəkildə işləmələri təmin olunsa belə, bu onlar üçün müəyyən çətinliklər yaradacaq. Çünki Azərbaycanda tikilən heç bir şirkətdə, təşkilatda əlillərin işləməsi üçün şərait yaradılmayıb. Yəni bu o deməkdir ki, əlillər üçün müəyyən panduslar, qurğular, ümumiyyətlə onların işlə təmin olunması üçün şərait yaradılmayıb. Məsələn, əlil arabası ilə hərəkət edən şəxs özü təkbaşına evinə gedib, işə gələ bilməz

Əlilliyi olan şəxsləri işəgötürənlər bir sıra səbəbdən işə götürmürlər. Birincisi, onlarda belə bir qənaət formalaşıb ki, əlilliyi olan şəxslərin digərləri ilə müqayisədə məhsuldarlığı aşağıdır. İkincisi və ən vacib məqamlardan biri odur ki, onların işlə təminatı üçün əlavə xərc çəkməyə işəgötürənlərin həvəsi yoxdur. Yəni əlilliyi olan şəxslərin işlə təmin olunması üçün həmin iş yerlərinin əlilliyi olan şəxslərə uyğunlaşdırılması lazımdır. Bunun üçün müəyyən qədər xərc çəkilməlidir. İşəgötürənlər bu xərclərin çəkilməsinə həvəslə getmirlər. Əlilliyi olan şəxslərin təhsil səviyyəsi, peşə hazırlığı səviyyəsi cəmiyyətin digər üzvlərinə nisbətən müəyyən qədər aşağıdır. Belə halda işəgötürənlər əlilliyi olan şəxslərin işə götürülməsində bunları əsas gətirərək müəyyən neqativ elementlərə yol verirlər.

"Məşğulluq haqqında" qanuna əsasən, sosial müdafiəyə xüsusi ehtiyacı olan və işə düzəlməkdə çətinlik çəkən vətəndaşlar üçün mülkiyyətindən və təşkilati-hüquqi formasından asılı olmayaraq bütün müəssisə, idarə və təşkilatlarda (kvota şamil olunmayan müəssisələr istisna olmaqla) kvota üzrə xüsusi iş yerləri müəyyən edilməlidir.

Müvafiq icra hakimiyyəti orqanının göndərdiyi əlilləri, sağlamlıq imkanları məhdud olan 18 yaşınadək şəxsləri və sosial müdafiəyə xüsusi ehtiyacı olan digər şəxsləri onlar üçün kvota üzrə müəyyən olunan iş yerlərinə qəbul etməyənlər cərimə olunurlar. Bu cərimənin məbləği 1500 manatdan 2000 manatadəkdir.

Azərbaycanda sağlamlıq imkanları məhdud olan insanların cəmiyyətə inteqrasiyası və sosial vərdişlərinin təmin olunması üçün onların məşğulluğu, mənzil məişət şəraitinin yaxşılaşdırılması, müalicələrinin və istirahətlərinin təşkili istiqamətində müəyyən addımlar atılır. Hər il büdcədən də sosial proqramlara böyük vəsaitin ayrılır. Sağlamlıq imkanları məhdud və əlilliyi olan insanlara dövlət qayğısı hər sahədə özünü aydın şəkildə biruzə verir. Ən əsas da onların cəmiyyətdə yaşayış tərzinin aktivliyi üçün istirahət önəmlidir. Azərbaycanın dörd bir yanında bu qəbildən olan insanların müalicəsi, reabilitasiyası və istirahətinin təşkili üçün şərait yaradılıb.

Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin səhiyyə, sosial müdafiə və idman sahəsindəki statistikalara görə sosial xidmət müəssisələrinin adları aşağıda qey olunub:[5]

Cədvəl 1.

Ahıllar, əlillər və sağlamlıq imkanları məhdud olan uşaqlar üçün sosial xidmət müəssisələrinin siyahıs

Müəssisələrin adı	**Müəssisələrin yerləşdiyi ünvan**
1 saylı Sğlamlıq imkanları məhdud gənclərıı peşə-reabilitasiya mərkəzi	Bakı şəhəri, Ramana qəsəbəsi, Q.Qarayev küçəsi 14
Müharibə və əmək əlilləri üçün pansionat	Bakı şəhəri, Bilgəh qəsəbəsi, Hacıağa küçəsi, 24
Qoca və kimsəsizlər üçün pansionat	Naxçıvan MR, Şahbuz rayonu, Şahbuz qəsəbəsi
Pensiyaçılara ərazi sosial xidmət mərkəzi	Gəncə şəhəri, Aydınbəyov küçəsi, 76
2 saylı psixonevroloji sosial xidmət müəssisəsi	Şamaxı şəhəri, Nəriman Nərimanov küçəsi, 84
3 saylı psixonevroloji sosial xidmət müəssisəsi	Göygöl rayonu, Qırıxlı kəndi
1 saylı psixonevroloji sosial xidmət müəssisəsi	Bakı şəhəri, Buzovna qəsəbəsi, Beynəlmiləl küçəsi 20/22
1 saylı sağlamlıq imkanları məhdud uşaqlar üçün sosial xidmət müəssisəsi	Bakı şəhəri, Mərdəkan qəsəbəsi, Əzizbəyov küçəsi, 86
2 saylı sağlamlıq imkanları məhdud uşaqla üçün sosial xidmət müəssisəsi	Abşeron rayonu, Saray qəsəbəsi

Sağlamlıq imkanları məhdud və əlilliyi olan insanların cəmiyyətə inteqrasiyası mühüm məsələlərdəndir. Fiziki aktivlik, istirahət təbii ki, ilk öncə bədəndə sağlamlıq tələb edir. Həm ruhən, həm cismən sağlamlıq üçün düzgün müalicə şərtdir. Dövlət başçısı İlham Əliyevin 10 may 2018-ci il tarixli sərəncamı dövlətin bu qəbildən olan insanlara qayğısını bir daha sübut edir. **Uşaqlıq dövrünə**

xas olan əlilliyin erkən profilaktikası və müalicəsi üzrə 2018–2020-ci illər üçün Milli Fəaliyyət Planı xəstəliyin erkən yaşlarında aşkarlanıb müalicəsinə yönəlmiş plandır.

Sərəncamda da qeyd edilmişdir ki, iqtisadi potensial artdıqca səhiyyənin inkişafı üçün əlverişli şərait yaranmış və əhalinin, eləcə də uşaqların sağlamlığının qorunması problemləri ardıcıllıqla öz həllini tapmaqdadır. Əhalinin, o cümlədən uşaqların sağlamlığının qorunmasında və tibbi xidmətin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasında səhiyyənin prioritet sahələri üzrə qəbul olunmuş dövlət proqramlarının müstəsna rolu olmuşdur. Uşaqlara tibbi yardım göstərən tibb müəssisələrinin maddi-texniki bazasının yaxşılaşdırılması, onların müasir tibbi texnika və ləvazimatlarla təchiz edilməsi, yeni tibbi texnologiyaların tətbiqi, tibbi kadrların peşə səviyyəsinin artırılması və digər tədbirlər nəticəsində uşaqların sağlamlığını xarakterizə edən göstəricilərdə müsbət dinamikaya nail olunmuşdur. Uşaqlar arasında xəstələnmə və ölümün səviyyəsi azalmışdır. Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi məlumatına əsasən:[5]

Cədvəl 2.

İllər	**Perinatal dövrdə ölənlərin sayı**	**o cümlədən:**		**Perinatal ölümün əmsalı (hər 1000 nəfər diri və ölü doğulana)**
		ölü doğulanlar	**7 günədək ömür sürənlər**	
2008	1486	735	751	9,7
2009	1530	709	821	10,0
2010	1662	690	972	10,0
2011	1704	645	1059	9,6
2012	1695	550	1145	9,7
2013	1705	576	1129	9,8
2014	1528	551	977	8,9
2015	1510	629	881	9,1
2016	1291	569	722	8,1

Statistikadan da göründüyü kimi perinatal ölüm sahəsində ilbəil nəticələr müsbət yönümlü dəyişir. Bu da dövlətin səhiyyə sahəsində qayğısının nəticəsidir.

Milli Fəaliyyət Planının məqsədi və əsas vəzifələri

1. Milli Fəaliyyət Planının məqsədi antenatal, neonatal və sonrakı dövrlərdə uşaqlarda risk amillərinin və xəstəliklərin erkən mərhələdə aşkar edilərək sağlamlıq imkanlarının məhdudluğu səviyyəsinin azaldılmasıdır.
2. Milli Fəaliyyət Planının əsas vəzifələri aşağıdakılardan ibarətdir:

3. 2.1. anadangəlmə inkişaf qüsurları ilə müşahidə olunan doğuş hallarında sistemli perinatal nəzarətin aparılması;
4. 2.2. erkən aşkarlanma, profilaktika və erkən müdaxilə xidmətlərinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi;
5. 2.3. az çəki ilə doğulmuş və inkişaf qüsuru olan uşaqların tibbi nəzarətdə saxlanılması məqsədi ilə registrin yaradılması;
6. 2.4. əlilliyi olan şəxslərə və sağlamlıq imkanları məhdud olan uşaqlara xidmət göstərən tibb müəssisələrinin maddi-texniki bazasının gücləndirilməsi, onların müasir standartlara uyğunlaşdırılması;
7. 2.5. erkən aşkarlanma, profilaktika və erkən müdaxilə xidmətləri göstərən tibb müəssisələrində kadrların bilik səviyyəsinin artırılması;
8. 2.6. uşaqlarda sağlamlıq imkanları məhdudluğunun azaldılması üçün erkən aşkarlanma, profilaktika və erkən müdaxilə xidmətləri ilə bağlı maarifləndirmə işinin gücləndirilməsi.[2]

Milli Fəaliyyət Planının həyata keçirilməsindən gözlənilən nəticələr

- uşaqlıq dövrünə xas olan əlilliyin erkən aşkarlanması, profilaktikası və erkən müdaxilə xidmətlərinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi;
- uşaqların sağlamlıq imkanlarının məhdudluğunun və əlillik səviyyəsinin azaldılması;
- uşaqlıq dövrünə xas olan əlilliyin erkən aşkarlanması, profilaktikası və erkən müdaxilə xidmətləri işçilərinin biliklərinin artırılması.[2]

Sağlamlıq imkanları məhdud və əlilliyi olan insanların cəmiyyətdə aktiv həyat tərzinin formalaşdırılması üçün ilkin olaraq onların iş şəraiti və istirahətlərinin təşkili təmin olunmalıdır. Bunun üçün isə onların rahar hərəkət etmələri üçün uyğun infrastrukturun yaradılması əsas şərtlərdəndir. Hərəkət zamanı yolda çətinlik çəkməmələri üçün yol kənarlarında arabalar üçün səkilərə müəyyən maili quruluş verilməlidir. Həmçinin iritutumlu nəqliyyat vasitələrindən istifadə edə bilmək üçün avtobuslarda xüsusi quraşdırılmış qurğular olmalıdır. Xüsusi kateqoriyalı insanların çalışdığı və ya istirahət etdiyi müəssisənin aşağı mərtəbəsində onlar üçün xüsusi şərait yaradılmalı və rahat hərəkətləri təmin edilməlidir.

Nəticə olaraq onu qeyd etmək olar ki, dövlət proqramlarından, sərəncam və fərmanlardan, onların icra olunma vaxtından və dəqiqliyindən gözləntilər böyükdür. Özəl və dövlət müəssisələri bu proqramların icrasına təşəbbüs göstərərsə problemlər tez bir zamanda həllini tapar. Vaxtaşırı olaraq, bu istiqamətdə qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi üzrə işlər daim aparılmalı və əlillərin, o cümlədən sağlamlıq imkanları məhdud olan insanların hüquqlarının təmin edilməsi sahəsində dövlət orqanlarının effektivliyi artırılmalıdır, iş mexanizmləri təkmilləşdirilməlidir.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. "Əlillərin sosial müdafiəsi" haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu
2. "Uşaqlıq dövrünə xas olan əlilliyin erkən profilaktikası və müalicəsi üçün 2018-2020- ci illər üçün Milli Fəaliyyət Planı"
3. Dərgahov V.S. Rekreasiya-turizm ehtiyatları. Bakı,2008
4. Ветитнев А.М., Кусков А.С. Лечебный туризм. М.,2010
5. http://www.stat.gov.az
6. http://www.cesd.az (yanvar-2016)
7. http://www.prezident.az

Firuza RASHOVA
Azerbaijan Tourism and Management University
firuza.rash@gmail.com

Multiculturalism and cultural diversity in modern nation state

Мультикультурализм и культурное разнообразие в современном национальном государстве

Müasir milli dövlətdə multikulturalizm və mədəni müxtəliflik

Резюме: В течение последних лет политика столкнулась с различными требованиями признания культурного и этнического множества, прибывающего из групп граждан, культурных и этнических меньшинств. В этом отношении у интереса к проблемам мультикультурализма есть увеличение и на ученом и на общественном уровне. С одной стороны, есть либеральные теории, продвигающие мультикультурализм как модель защиты культурных прав, имеющих ее источник в универсальном праве человека. С другой стороны, культурный релятивизм демонстрирует, что либеральное понятие этнического государства проигнорировало идею культуры как системы и где культурные различия предназначены как изменения, существующие рядом. Цель статьи состоит в том, чтобы критически исследовать эти два понятия мультикультурализма и указать на их дилеммы в обращении к равенству в мультикультурных обществах.

Ключевые слова: *мультикультурализм, культурное разнообразие, плюрализм, этнические различия, толерантность*.

Xülasə: Son illər ərzində etnik plüralizmin tanınması üçün siyasət mədəni və etnik azlıqlar qrupunun müxtəlif tələbləri ilə toqquşur. Bu baxımdan multikulturalizm məsələlərinə maraq həm elmi

həm də ictimai səviyyədə artmışdır. Bir tərəfdən multikulturalizmi mədəniyyət hüquqlarını müdafiə edən model kimi təbliğ edən liberal nəzəriyyələr var. Digər tərəfdən, mədəniyyət relativizmi göstərir ki, etnik dövlətin liberal anlayışı mədəniyyət ideyasını bir sistem olaraq görməmişdir və mədəni fərqlərin yan-yana mövcud dəyişiklikləri nəzərdə tutulub. Bu məqalənin məqsədi multikulturalizmin bu iki anlayışını tənqidi şəkildə araşdırmaq və multikultural cəmiyyətlərdə bərabərliyin mövcudluğu üçün onların dilemalarını qeyd etməkdir.

Açar sözlər: *multikulturalizm, mədəni müxtəliflik, plüralizm, etni tolerantlıq, etnik fərqlər.*

Abstract: In recent years the policy has faced various requirements of recognition of the cultural and ethnic set arriving from groups of citizens, cultural and ethnic minorities. In this regard interest in problems of multiculturalism has an increase both on the scientist and at the public level. On the one hand, there are liberal theories advancing multiculturalism as model of protection of the cultural rights having her source in universal human right. On the other hand, the cultural relativism shows that the liberal concept of the ethnic state has ignored the idea of culture as systems and where cultural distinctions are intended as the changes existing nearby. The purpose of article consists in critically to investigate these two concepts of multiculturalism and to point to their dilemmas in the appeal to equality in multicultural societies.

Key words: *multiculturalism, cultural diversity, pluralism, ethnic differences, tolerance*

The issue of multiculturalism has been broadly discussed on both scientific and public level. During some past decades a multiculturalist perspective has been adopted by public policy framework in order to deal with cultural diversity. The idea of multicultural society has its roots in nation-states, throughout their histories, when confronted with international migration such as, i.e., Canada, The United States and Australia. These states are conventionally referred to as examples of various forms of multicultural society, accommodated through nation states public policies. Still, the issue of multiculturalism includes severity of different problems, which take new shapes according to the different political circumstances where they manifest themselves. Western European countries lately recognized the need to react to the cultural diversity brought in by immigrants as a consequence of their immigration and integration policies. Multiculturalism has been seen as the root of possible international ethnic conflicts and discords. Most of the scientist and researchers identified the problem of multiculturalism as a challenge to liberal democratic system and to civil society. The cultural aspects of international migration have been studied in the light of several thematic issues, starting from religious, ethnic and linguistic diversity, in order to describe case studies and specific issues on a local level. As we can observe, lot of research has been done in the field, but there are still problems of integration, and continuous cultural misunderstandings and integration policies are not quite

innovative. This cultural turn in social research redressed the period when culture, in its variety of elements, did not gain the researchers attention in processes such as state formation and political legitimation.

To what extent can a pluralistic society include immigrants, who do not accept society's principles, without disintegrating itself? On the other side, how can states integrate immigrants, who have completely different ethnic origin, cultural principles and religion? These are two crucial questions, which Giovanni Sartori asks in the preface of its book "Pluralismo, multiculturalismo e estranei. Saggio sulla societámultietnic".

In more recent times the issue of multicultural society in political philosophy has been very closely related to the question of liberal society and liberal nation-states. Liberal society, according to its definition, is there to guarantee individuals' universal rights for freedom and autonomy. Modern nation states have so far been inclined towards promoting unifying and inclusive policies, and their aim still is to promote equality among citizens in regard to their civil rights in social and political life. In practice, these political demands have usually manifested themselves into assimilation policies meant to safeguard integration of diverse cultural groups. Recognition of an individual on a national level, acknowledged through a set of given cultural and linguistic stereotypes and political symbols, has been considered as an essential step towards the acquisition of a citizenship in a nation state. Promised equality among citizens presented by modern liberal and welfare states also influences the content of strategies that minority groups assume towards a state's political institutions (resistance as a result of exclusion or assimilation). Achieving equality in accessing civil rights often meant for individuals from different cultural groups to gain the status of full citizens, and thus join the spiral of national identification. Cultural nationalists hold that a democratic society could solve the problem of integration only via shared national culture, thus making out of a nation an indispensable entity and reconcile nationalism with normative political activity.

Increasing cultural diversity, which we can observe in modern nation state since the beginning of the nineties of the last century, has focused our attention to the promotion of rights for different cultural groups. However, it appears that the recognition of the rights for cultural groups would lead to a denial of liberal rights for the individual, hence the new neo-liberal theories attempt to reconcile the autonomous and universal right of liberalism with those of different cultural groups residing in one state. The right for the culture and the so called right for the recognition (where individuals are recognized as members of groups through which their rights are applied) appears to constitute the basis for neo-liberal forms of pluralism and multiculturalism. Following these ideas, it seems that multiculturalism deliberates over two interconnected issues in contemporary society: cultural diversity and politics of recognition. Cultural diversity is often taken for granted by the multiculturalist, in order to give an answer to ethnic conflicts or clashes. On the other hand, political movements fighting for

recognition of their cultural identities are justified in the optics of multiculturalism and should be taken into consideration.

The basic premises of multiculturalism, promoted by Will Kymlicka, are that membership in a cultural community is essential to our personal identity and provides individuals with the necessary framework to exercise their true liberty. In Kymlicka's theory cultural recognition and identity are values belonging to all human beings, and they are also a premise for our individual autonomy. The attempts of multiculturalism to guarantee individuals' rights, mainly consisting in the possibility to change their own cultural identity, lead us to conclude that these rights are embodied in internal principles holding for any community.

Also Charles Taylor's politics of recognition has its roots in communitarian liberalism. Its central notion, the recognition of cultural rights of groups, should be guaranteed equally to each group, because all culture shaves an equal value. The concept of 'recognition', firstly used in the philosophy of German Idealism to reflect upon the inter-subjective formation of individual identities, through confrontation and interaction with other(s), have now become the key concept for the consideration on what appeared to be a series of socio-cultural movements and struggles. Such politics of recognition is not interested in affirmative action, reducing the inequalities and redefining equal opportunities for all; its goal is rather the formation of 'differentiated citizens', and of a state with sensibility for a difference. The main issue of policies designed under the influence of the politics of recognition is that they lead to divisions among citizens. In both cases, either affirmative action or politics of recognition lead to a reaction, where discriminated groups claim the same advantages given to other groups, while those groups with strong cultural identity claim for more privileges at the expenses of non-supported cultural groups. Such backlashes keep alive a discriminative behavior of disadvantaged groups or groups which are not accepted, or which are denied by a community.

Michel Walzer would ascribe these two actions to different types of liberalism. One type of liberalism is mostly concerned with liberal rights of individuals, in this way wishing to create a neutral state. A second kind of liberalism, which permits one or more nations to flourish on the account of other nations, while the rights of citizens, who are engaged in civil life, are, preserved.

As Baumann shows, multiculturalism cannot ask individuals whether they perceive themselves to be identified enough with their culture, in order to be recognized as politically or socially equal. The question of the moral relevance for the cultural rights observed in multicultural theories of Will Kymlicka or Charles Taylor, in order to justify other political or social actions, makes out of cultural recognition a matter of universal human rights and, consequently, the possible goal of political struggle for reaching equal representation. Nonetheless, the politics of recognition by defending the recognition of cultural rights of groups as a matter of fact creates spaces for producing and sharpening differences and their establishment in a community's social and political dimensions.

Therefore, the multicultural theory proposed by Kymlicka and the neoliberal multiculturalist researchers has been criticized, as it would not propose any solution towards a conciliation of cultural/ethnic differences with political institutions, but it would rather create distance and increase the political relevance of these differences. Following this logic, multiculturalism would not bring to the unity of different cultural groups in one state, but rather to social dissolution and further differentiation. Such sort of multiculturalism turns into a non-tolerant policy, denying the mutual recognition and integration, and it leads to the so called "balkanization" of societies. The cultural diversities of various groups are therefore radicalized into political programs, and society is politically and socially increasingly polarized.

The idea that economic development would help liberate individuals from their fixed roles and identities could explain why modern liberal theory, has been inclined to ignore the question of cultural diversity. Still, nowadays neo-liberal economists express a certain degree of confidence when promoting the theses according to which markets are gradually going to weaken particular forms of identity. Such a view bears some resemblance to past modernization theories; dominant liberal tradition downplayed the relevance of cultural diversity, in order to treat this issue as an irrelevant element, without any effect on the normative condition of social justice. Nonetheless, the new arguments of neoliberal multicultural theories promote the tolerance and integration models for cultural differences, in order to re-establish the state neutrality. As Raz puts it "to do one's best to help or hinder the parts in an equal degree".

A plural society should therefore be promoted, but it is not specified how to build its social unity, when dealing with different identities. The general presuppositions are that the principle of citizenship will guarantee the equality among citizens, both in civil rights and duties. Such principle of citizenship expects the state to show neutrality towards cultural and ethnic differences. Under the influence of the latest developments, especially during the nineties of the 20th century, related to more and more visible cultural diversification and development from national to multinational, the above mentioned premises were adjusted in order to fit the new scenario. The thesis of an equal citizenship has adjusted to the new character of nation states, by recognizing new national minorities and cultural groups. However, the main obstacle for the proposed models of integration is that it is necessary to will it, in order for it to exist. As Rusconi puts it: "To be a citizen does not mean to use social goods in the form of subjective rights, but also to take a responsibility to cooperate to their formation". The danger in integration of citizens who do not see this responsibility towards a state and towards other citizens implies that we can create differentiated citizenship based on a refusal of a state, which does not recognize cultural or ethnic differences. Such an idea of a differentiated citizenship was proposed during the nineties in the liberal multicultural theories by Will Kymlicka and Iris Young.

Citizenship is then presented less as a system for attributing rights and more as a political field, meant to redefine the symbolic boundary markers for national identity. As a consequence, different symbolic labels that a nation attributes to immigrants directly influence the distribution of material sources towards them and their potential for mobilization and participation. We can so conclude that migration and immigration do not mainly lead to cultural or ethnic miscellany, which was assumed in the theory of "melting pot", but they rather result in cultural solidity of different groups. Such processes do not refer much to multiculturalism intended as pluralism of cultures, but to multiculturalism of difference instead, which presents cultural peculiarities of different groups rooted in a perception of cultures as closed and clearly delimited units, as Baumann notices.

A second remark, pointed out by many researchers during the last ten years, is whether the demand for recognition of cultural differences is really connected to existing cultural diversity, or whether it only represents the will of cultural groups for adjusting social and political inequalities. As John Rex reflects "The politics of multiculturalism can induce a process of "minorization" coming from culturally different members of society; immigrants use their cultural differences as a marker in order to deal with social and political inequities". The interdependence of politics of recognition and redistribution in contemporary politics cannot be only the result of the assimilation policies of nation states towards minorities, but also of the fact that cultural differences did not have their real political relevance. People cannot live apart from their culture and any culture cannot be constituted apart of differences. Those who live within a specific cultural system usually are not aware of their cultural difference or do not perceive them as a problem, in order to use them as politically claimed values or rights. Some researchers though emphasize the fact that, if an individual or a group want to demand their own culture as a right, they first have to detach themselves from their culture. The capacity for culture is not inherent to individuals as such, but it originates from collective social life as, so to speak, concomitancy of social character typical of human interactions. This means that there are no limits to different kinds of social groups or relations that could generate their own cultural identity. It does not matter which character these groups have either naturally or consciously formed. Therefore, different small societies can reform themselves as "cultures" in order to be politically competitive in the contemporary world. Turner demonstrates this process in cases of identity politics of subcultural groupings in first-world societies. He concludes his anthropological critique to multiculturalism in claiming that "A significant point of this critique do not regard only the false acquaintance of theory of culture, but furthermore intentions of multiculturalism. Under the influence of current historical and theoretical context, multiculturalism became a program not just for equalization of relations among existing cultural groups and identities, but as well for liberation and encouragement of the processes of creating new ones.

The complex analysis of cultural groups' political claims for social and economic benefits, and for the recognition of their specificity has been developed by Seyla Benhabib in her book The claims of culture. Equality and diversity in a global era. She reminds us that the essentialization of group definitions has met with indisputable critique, but nevertheless she carefully endorses group-based policies, such as affirmative action, that aim to redress past and present discrimination and disadvantage. She perceives conceptual and political tensions between an acceptation of a strict individualism and any form of equality, and in the end calls for a renewed liberalism to include the group differences that have claimed public voice in many democratic societies in the last thirty years. If we agree that the value of culture for political liberalism is in its being an enabling condition for individuals' choice, then no differentiation can be allowed between different cultures or cultural values. It is individuals and groups who determine through their choice the value of any cultural loyalty. Analytically observing in liberal multicultural theory a social space then becomes some kind of a neutral container for cultural diversity, social practice and historical memories.

For cultural relativists cultural claims matter; they are understood as important claims about equality. Cultural relativism perceives the contextual nature of the principle of justice and equality, under the influence of the discourse, which arises in contemporary society, where differences among cultures are represented as differences among closed and internally consistent wholes. This assumption gives impression that a culture coincides with a society, which in turn coincides with a nation. In this way it was ignored the fact that cultures and the individual's association to them can extend beyond the boundaries of a single nation state.

The risk of multiculturalism to fall in the propositions of cultural relativism lies indeed in the premises that every group has its own and distinct but equal values and cultural patterns. Therefore, no one could validly object to beliefs or actions of any group, because these actions and beliefs reflect their worldview. The moral equality among different groups, and the presupposition that all groups possess their own sovereign perspective on right and wrong, have been the most criticized point of cultural relativism. According to the relativists, cultures are morally incommensurable, each with their own ethical perspective. The transformation of such thesis into practical state policies would lead to a moral acceptation of different forms of authoritative regimes, genocides, ethnic cleavages.

The intuition that some aspects of cultural relativism are true derives from certain features of modern world, and also from knowledge that the variability of human cultures is as old as human culture itself. Our increasing knowledge of other cultures multiplies also our sense of relativity. The communication between different cultural groups and attempts to understand each other is only an interpretation and a process of making sense of meanings. In doing so, the confrontation among different cultures produces not only a community of conversation, but also a community of interdependence, as pointed out by Seyla Benhabib. The central insight that meaning must be first

interpreted and understood from a standpoint of its producers, takes us to important moral implications. Universal moral norms exist all over the world, but in the perspective of cultural relativism they a recon text dependent.

There is still very little research done on this theme but, for example, studies from Brubaker (1992) or Ireland (1994) showed how different national forms of participatory mechanisms shape political activities of immigrants, and such studies have proven to be very productive. Both Brubaker and Ireland came to similar results; they tried to prove that culturally similar groups of immigrants mobilize differently in different countries. This opened a discussion whether cultural/ethnical recognition is really the main reason for political claims of culturally different groups, and it led to reconsidering cultural diversity as a problematic category. Such assumptions consequently affirm the thesis that multiculturalism does not use culture as an end but as the means to solve political and social inequities in contemporary society.

According to Seyla Benhabib, cultures permit varying degrees of differentiation between the moral, which concerns what is right or just for all, the ethical, which concerns what is appropriate for us insofar as we are members of a specific collectivity with its unique tradition and history, and the evaluative, which concerns what we individually or collectively hold to be valuable.

The risk for multiculturalism to rely on cultural relativism can transform multiculturalism into an ideology based on moral appeals to national cultures as majorities. This is the main reason why cultural relativism aims for reviewing the claims for cultural recognition on the basis of specific cultural and political contexts. These premises shall justify the right for culture as the central point of multiculturalism. But as Hans Vermeulen and Slijper remind, the intrinsic value we ascribe to culture should be independent from our assessments, because this means that all cultures also have an equal value. On account of these presuppositions, political science should reconsider the concept of culture as more relational, dialogical and context dependent with an internal interdependency of its individual elements.

The question between universalism and cultural relativism of values seems to be the decisive ground on which the theories of multiculturalism are developed. These two points of view oscillate between two different concepts of social equality within a society. Therefore, multiculturalism, which oscillates between these two principles, cannot be developed as a political theory or a policy paradigm, but it is a mere context-dependent device, used to integrate new immigrants into a workforce, in order to maximize the goals for economic efficiency of a given state. Both relativism and liberalism are merely the political voices of one possible form among others, with no valid claim for superiority. For example, Bhiku Parekh holds that a fair framework for a multicultural society can be arrived at only through ‘an institutionalized dialog’, to which the liberal outlook is only one among others.

William Galston, on the other hand, argues that universalism is universally valid as a political container for multiculturalism, but adds that it must be a form of liberalism which tolerates also non-liberal cultures and practices within its jurisdiction. The issue of social equality seems to be crucial to establish the limits of cultural and social participation of citizens.

Each state based on democratic values should guarantee some equal possibility to its citizens to participate on decision making processes. What is not clearly established is what kind of equality we should be talking of: social equality, equality in political participation or the recognition of cultural differences. Nancy Fraser argues that redistribution and claims for recognition on one side, and the contemporary struggle driven by them on the other, constitute two mutually interconnected but distinct and irreducible paradigms of justice. These two paradigms focus on different forms of injustice and inequality in a society. The first one, the redistribution paradigm, focuses on socioeconomic injustice and economic marginalization. The second one, the recognition paradigm, focuses on injustices and inequalities of cultural character. In his observations Fraser points out that struggles for cultural recognition, which can be addressed by changing our cultural patterns of interpretation and communication, have their distributive consequences as the social and political status of non-recognized cultural groups' changes. Such changes can result in the improvement of their social and economic position but, on the other hand, they can lead to their exclusion.

As I tried to show in this paper, an important observation regarding neo-liberal multicultural theories concerns its capacity to guarantee social cohesion at the same time with individuals' liberal rights. On the other hand, multiculturalism, based on the premises of cultural relativism, which claims that all cultures are morally incommensurable and all the cultural specificities are context dependent, and all the culturally based tradition, habits cannot be morally judged from the position of other culture, exclude the possibility of formation of universal standards for co-habitation of different cultures or their integration into one state. The position of cultural relativist is hard to maintain in the in the framework of nation states built on a cultural majority of one dominant cultural group.

Taking into consideration these observations, I believe that social redistribution of goods and the equity in the access to these goods and the claims for cultural recognition are interconnected problems, which cannot be separated in future research on integration of various cultural differences into one political unit. The debate over cultural identity and its recognition is a complex one, because it has to take into a consideration moral values of cultures. And because it presents with a repeating problem, stating that there is no ultimate supremacy meant to decide about the moral hegemony of one cultural group over another. Therefore, we should readdress this discourse within its more analytical framework, by means of diminishing the overemphasizing concentration on cultural recognition, and to observe the problems of multicultural society in its complex way, in their mutual relation with social and public movements.

Bibliography:

1. Fraser, Nancy. 2001. Recognition Without Ethics. Theory, Culture and Society, Vol. 18, No. 2: 21–41.
2. Galston, W. 2002. Liberal Pluralism: the implications of value Pluralism for political theory and practice. Cambridge: Cambridge University Press
3. Honneth, Axel. 1996. The struggle for recognition: The moral grammar of Social Conflict. Cambridge: MITPress
4. Ireland, Patrick. 1994. The Policy Challenge of Ethnic Diversity. Immigrant Politics in France and Switzerland. Cambridge, MA: Harvard University Press
5. Kymlicka, Will. 1995. Multicultural Citizenship. Oxford: Oxford University Press
6. Parekh, Bhibu. 2000. Rethinking multiculturalism: Cultural diversity and political theory. Cambridge: Cambridge University Press
7. Rusconi, Gian Enrico. 1996. Multiculturalismo a Cittadinanza Democratica, Teoria Politica 1996 vol. 3
8. Sartori, Giovanni. 2005. Pluralismus, multikulturalismusapristěhovalci. Dokoran 2005
9. Tamir, Yael. 1993. Liberal Nationalism. Princeton, NJ: Princeton University Press
10. Taylor, Charles. 1992. The Politics of Recognition. In Multiculturalism: Examining the Politics of Recognition pp. 25-74, Princeton, NJ: Princeton University Press
11. Turner, Terence. 1991. Representing, Resisting, Rethinking: Historical transformations of Kayapo Culture and Anthropological Consciousness. In Colonial Situations: History of Anthropology vol. 7: 285-313. Madison: University of Wisconsin Press
12. Turner, Terence 1993. ‘Anthropology and Multiculturalism: What is anthropology that Multiculturalists Should Be Mindful of It?’ Cultural Anthropology 8(4):411-429
13. Vermeulen, Hans and Boris Slijper 2002. ‘Multiculturalism and Culturalism. In A. Devic (ed.) Nationalism, Regional Multiculturalism and Democracy. Center for European Intergation Studies, SEE2:7-42
14. Walzer, Michael. 1994. in Gutmann, Amy (ed.) Multiculturalism: Examinig the Politics of Recognition. Princeton: Princeton University Press.

Səmayə ABBASBƏYLİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
s.abbasbeyli@atmu.edu.az

Azərbaycanda hava yolu nəqliyyatının mövcud vəziyyəti
The current state of air transport in Azerbaijan
Текущее состояние воздушного транспорта в Азербайджане

Xülasə: Nəqliyyatın əldə etdiyi ən qabaqcıl ölçü şübhəsiz olaraq hava yolu nəqliyyatıdır. Yüksək texnologiya sayəsində, havayolları dəmir yollarından sonra ən təhlükəsiz və vaxta qənaət edən nəqliyyat növüdür. Bütün bunlara baxmayaraq isə hava yolları hələ də ən bahalı nəqliyyat növüdür. Hava nəqliyyatının həm sürət, həm rahatlıq, həm də daşıma qabiliyyəti nəzərə alınmaqla turizmlə sıx əlaqəsi var.

Son illərdə Azərbaycanın turizmə verdiyi əhəmiyyəti nəzərə alaraq, nəqliyyat sektorunun alt sistemi olan hava yolunun da inkişafı vacibdir.

Açar sözlər: nəqliyyat, Azərbaycan, hava yolu nəqliyyatı, turizm.

Abstract: Transportation is arguably the most advanced size reached by airline industry. Despite all these airlines are the safest and most time-saving type of transportation after railways. Despite all this, airlines are still the most expensive transportation. Considering the characteristics such as speed, comfort and carrying capacity of air transport, it seems that it is closely related with tourism.

Considering the importance that Azerbaijan has given to tourism in recent years, the development of the airline, which is the subsystem of the transportation sector, is also important.

Key words: transport, Azerbaijan, air transport, tourism

Резюме: Без сомнения, воздушный транспорт является одним из самых передовых видов транспорта. Благодаря высокой технологии воздушный транспорт после железнодорожного является самым безопасным и экономичным видом транспорта. Несмотря на все эти факты, он остается самым дорогим видом транспорта. Учитывая скорость, удобство и перевозочные способности воздушный транспорт тесно связан с туризмом.

Ввиду внимания, которое уделяет Азербайджан в последние годы туризму, очень важно развитие воздушного транспорта как подсистемы транспортного сектора.

Ключевые слова: транспорт, Азербайджан, воздушный транспорт, туризм

Azərbaycanın son zamanlarda gözlə görüləcək qədər inkişaf etməsi, MDB ölkələri arasında IV böyük iqtisadiyyata sahib olması və hava yolları, turizm sahəsində yaratdığı sayısız fürsətlər, inkişaf

etməkdə olan bazarı ilə daha çox diqqət çəkməsi dünya şirkətlərini Bakıda ofis açmağa sövq etmişdir. Turizm və hava yolları satış və marketinq sahəsində dünya liderlərindən sayılan "Aviareps" şirkəti beynəlxalq bazarda fəaliyyətini genişləndirərək Bakıda ofisini açmışdır. "Aviareps" Bakı ofisi ümumi satış agenti kimi artıq "Singapore Airlines" ("Singapur Hava Yolları", 2017-ci il aprel ayından etibarən) və "Avis Rent a Car" (avtomobil icarəsi) şirkəti üçün çalışmağa başlamışdır

"Azərbaycan Hava Yolları" (AZAL) böyük aviadaşıyıcı və MDB ölkələrinin aviasiya cəmiyyətinin liderlərindən biridir. Hava yolunun ümumi marşrut şəbəkəsi 25 ölkədə 40 istiqamətdən ibarətdir.

AZAL 23 hava gəmisindən ibarət ən yeni təyyarə parkına malikdir. Azərbaycanın mülki aviasiyasının təyyarələri Beynəlxalq Mülki Aviasiya Təşkilatının (İCAO) standartlarına tamamilə uyğundur, AZAL isə ən nüfuzlu mülki aviasiya təşkilatının - Beynəlxalq Hava Nəqliyyatı Assosiasiyasının (İATA) üzvüdür. AZAL`ın mərkəzi Bakıda, beynəlxalq standartlara cavab verən Heydər Əliyev Beynəlxalq Hava Limanında yerləşir. 2000-ci ildə "Azərbaycan Hava Yolları" ilk Boeing 757-200 model təyyarələr almışdır. Azərbaycanın təyyarə parkında Boeing 757; 767-300; 787-8 Dreamliner, Airbus 319; A320; A340-500, Embraer ERJ 170-100LR; ERJ 190-100 tipli təyyarələr vardır.

2016-ci ildə "Pegasus", "Iraqi Airways", "Fly Baghdad", "ATA Airlines", "Air Cairo" və "Komaviatrans" hava yolu şirkətləri Azərbaycana səfərlərə başladı.

2016-ci ildə Azərbaycana Ərəb ölkələrindən turistlərin sayında kəskin artım ili olaraq tarixə keçdi. Belə ki, Ərəb ölkələrindən gələnlərin sayı 8 dəfə sadəcə Birləşək Ərəb Əmirliklərindən (BƏƏ) gələnlərin sayı 33 dəfə artdı. 2016-cı ildə 12 ölkənin (Körfəz ölkələri, Çin, Cənubi Koreya, Yaponiya, Sinqapur, Malayziya, İndoneziya) vətəndaşlarına viza verilməsi təmin olundu.

Ölkəmizə turizmin inkişaf etməsi və gələn turistlərin sayında artımlar olduğu üçün Azərbaycanın "Silk Way Airlines" hava yolu və ABŞ`ın Boeing aviasiya şirkəti 10 ədəd "Boeing-737 MAX" sərnişin təyyarəsinin alınmasına dair müqavilə imzalayıbdır. Azərbaycanın aldığı müasir təyyarələr 189 sərnişin üçün dizayn edilmişdir. Bu təyyarələr çox səmərəli və təhlükəsizdir. Azərbaycana müasir "Boeing-737 MAX" təyyarə gətirilməsinə dair müqavilə 2016-ci il yay ayında İngiltərədə "Farnborough Airshow – 2016" beynəlxalq aviasiya salonu çərçivəsində əldə edildi. İlk iki yeni nəsil təyyarə 2018-ci ilin sonuna qədər, geri qalanları isə 2020-ci ilin sonuna qədər gətiriləcək. Proqram çərçivəsində alınan təyyarələrin toplam dəyəri 1 milyard ABŞ dollarıdır. Bu, Azərbaycanın özəl qurumlarının fəaliyyəti və inkişafı tarixində ən böyük layihədir

Azərbaycanda 20 hava 20 hava limanı olmasına baxmayaraq, günümüzdə Azərbaycanda 5 beynəlxalq hava limanı fəaliyyət göstərir. Bunlar; Heydər Əliyev Beynəlxalq Hava Limanı, Naxçıvan Beynəlxalq Hava Limanı, Gəncə Beynəlxalq Hava Limanı, Lənkəran Beynəlxalq Hava Limanı, Qəbələ Beynəlxalq Hava Limanı.

Aviasiyanın son 10 ildə sürətli bir şəkildə inkişafı bir çox müvəffəqiyyətlərə səbəb oldu. Bunun nəticəsidir ki, hər il ölkəmizdə öz xidmətlərini təklif edən havayolu şirkətlərinin sayı artır. Bunlardan Türk Hava Yolları, Lufthansa, Qatar Airways göstərilə bilər.

Azərbaycanın hava yolu nəqliyyatında ən böyük problemlərdən biri Azərbaycan Hava yollarında qiymətlərin digər hava yollarına nisbətən yüksək olması idi. Son olaraq bununla bağlı 2016-cı ildə Azərbaycan Havayolları özünün aşağı büdcəli markası olan "AZAL JET"i yaratdı. Bunun yaranması da turizm baxımından əhəmiyyətli bir yerə sahib oldu. 28 mart 2016-cı il tarixindən etibarən 13 məşhur istiqamətlərə uçuşlar başlandı. 15 mart 2017-ci ildən isə xaricdən bölgələrə (Moskvadan Gəncə və Qəbələyə) uçuşlar başlandı. Bu uçuşların qiyməti Moskva-Gəncə və ya Moskva-Qəbələ (bir istiqamət) 49 Avrodan başlayır və baqaj daşıma qiyməti hər kiloqram üçün 2 Avro olaraq qərarlaşdırılmışdır

2017-ci ildə isə "Azərbaycan Hava Yolları" (AZAL) İdarə heyətinin iclasında Azərbaycanın aşağı büdcəli havayolunun yaradılması qərarı alındı. Yeni aşağı büdcəli havayoluna "Buta Airways" adı verildi. Həmçinin AZAL "Buta Airways"`ın donanmasına 7 ədəd "Embraer" sərnişin təyyarəsi vermişdir.

Aşağı büdcəli hava yolları sadəcə Azərbaycanda deyil bütün dünyada yayılmışdır. Türk hava yollarının alt brendi olan "Pegasus" ve "Atlas Jet"də Azərbaycan bazarına maraq göstərir.

Azərbaycanda çarter səfərlər adətən böyük turoperatorlar tərəfindən bayram günləri (Yeni il, Novruz bayramı), yay aylarında istirahətə gedənlərin çoxluğunu nəzərə alaraq tətbiq edilir. Adətən bu səfərlər Novruz bayramı və Yeni il ərəfəsində Bakı-Dubay istiqamətində, yay aylarında isə Bakı-Dubay, Bakı-Antalya, Bakı-Bodrum, Bakı-İzmir, Bakı-Dalaman istiqamətlərində təşkil edilir. Bu səfərlər Azərbaycan Hava Yolları, Türk Hava Yolları, Fly Dubay havayolları vasitəsilə həyata keçirilir. Bu tipli mövsümi çarter səfərlər Bakı Heydər Əliyev adına Beynəlxalq Hava Limanı vasitəsilə bərabər, Gəncə Beynəlxalq Hava Limanı və Qəbələ Beynəlxalq Hava Limanlarından edilir.

AZAL uçuşlarında baqaj daşınmasına endirimlərdə təklif edir. AZAL və "AZALJET" reysləri ilə uşuş edən sərnişinlər velosipedi onun ölçülərinə va ağırılığına görə əlavə ödəniş etmədən daşıya bilərlər. Əlavə olaraq, sərnişinlər Dubay-Bakı uçuşlarında televizoru hava yolu və hava limanı qaydalarına riayət edərək, ölçüləri və ağırlığına görə ödəniş etmədən, vahid qiymətə (110 dirhəm) keçirdə bilirlər. Qış mövsümü ilə bağlı hava yolu səfərlərində bir dəst xizək vəya snowbord`un daşınmasına görə əlavə ödəniş alınmır.

2016-cı ildə Bakı Hava limanı 2,5 milon sərnişinə xidmət göstəribdir. Onlardan 1,5 milyonu AZAL aviaşirkətini seçmişdir.

Azərbaycan respublikasının yerli hava yolu şirkəti olan AZAL`a dövlət dəstəyi olaraq sərmayə ayrılır. 2017- ci ildə dövlət büdcəsindən 10 010,0 min manat təşviq üçün ayrıldığı görülür. Bu mənbə 2015-ci ilin büdcəsinin icrasından 933,0 min manat və ya 10,3% artıq olduğu görülür.

Cədvəl 1.

Nəqliyyat sektoru yük və sərnişin daşınması xərcləri

	2011	2012	2013	2014	2015
Cəm	1,031,842	1,129,791	1,283,570	1,528,679	1,652,826
Dəmir yolu	167,414	187,582	146,455	223,751	201,976
Dəniz yolu	100,461	105,050	107,496	119,029	154,817
Avtomobil yolu	252,081	299,079	350,949	415,678	485,611
Hava yolu	511,886	538,080	678,670	770,221	810,422

Mənbə: www.stat.gov.az, 20.04.2017.

Cədvəldə`də görüldüyü kimi aparılan araşdırmalar nəticəsində ən çox pul mənbəyi hava yoluna xərclənmişdir. Daha sonra isə avtomobil yolu və dəmir yollarına sərmayə qoyulmuşdur.

Cədvəl 2.

Nəqliyyat növünə görə xidmət göstərilən sərnişin sayı (2011-2015).

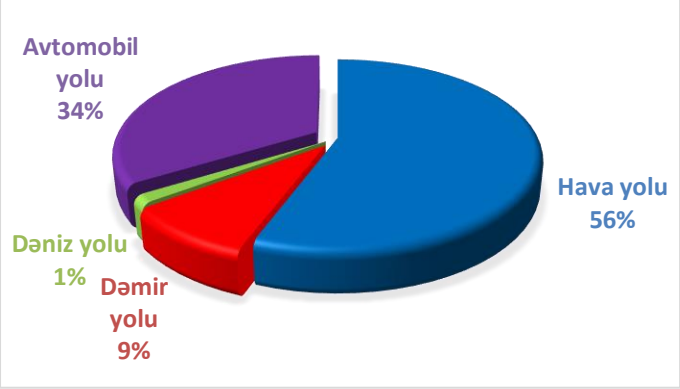
	2011	2012	2013	2014	2015
Cəm	76876	97431	91961	91698	61965
Dəmir yolu	184	244	340	57	-
Dəniz yolu	16	-	-	58	20
Avtomobil yolu	28007	35196	23575	21311	20450
Hava yolu	48669	61991	68046	70272	41495

Mənbə: www.stat.gov.az, 20.04.2017.

Cədvəl 2`də görüldüyü kimi aparılan araşdırmalar nəticəsində ən çox hava yollarında sərnişinlərə xidmət göstərilmişdir. Bu statistik göstərici Azərbaycanda hava yollarının önəmini bir daha ortaya qoyur**.**

Şəkil 1.

Azərbaycana səyahət edənlərin nəqliyyat növlərinə görə seçimi



Mənbə: www.stat.gov.az, 20.04.2017

2015-ci ildə Azərbaycana səyahət edənlərin ən çox hava yolu nəqliyyatına üstünlük verdikləri Şəkil 1`də görülür.

Strateki yol xəritəsində 2025 ilinə qədər Azərbaycanın olduğu bölgə içərisində ən hərəkətli hava limanlarından birinə sahib olması məqsədi qarşıya qoyulmuşdur. Bununla Avropanın böyük şəhərlərini əhatə edən birbaşa uçuşların sayısının 100`ə çatması hədəflənir. 2020-ci ildə toplamda 8500 olmaq üzrə, birbaşa turizm sektorunda 6100 yeni iş yerinin açılması Strateji yol haritası`nda 2025 yılına kadar Azerbaycan'ın bulunduğu bölge içinde en hareketli hava limanlarından birine sahip olması amacı karşıya konulmuştur. Bununla Avrupa'nın büyük şehirlerini kapsayan doğrudan uçuşların sayısının 100'e ulaştırılması hedefleniyor. 2020 yılında toplamda 8500 olmak üzere, doğrudan turizm sektöründe 6100 yeni iş yerinin açılması nəzərdə tutulur.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. H.Suavi.Ahipaşaoğlu, İ.Arıkan, Seyahat İşletmeleri Yönetimi ve Ulaştırma Sistemleri, Ankara, 2003
2. Fariz Hüseynov, “Mədəniyyət” qəzeti, 2016/
3. http://azertag.az/store/files/Strateji_yol_xeritesi/Turizm_s%C9%99nayesinin_inki%C5%9Faf%C4%B1na_dair_strateji_yol_xeritesi.pdf
4. http://www.stat.gov.az.

Aytən MƏMMƏDOVA

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

ayten405@gmail.com

Turizm marketinqinin ölkə iqtisadiyyatına faydaları

The benefits of tourism marketing to the country economy

Преимущества маркетинга туризма в экономике страны

Xülasə: Bu məqalədə turizm sektoru üçün önəmli olan turistik məhsul və onun bazarda özünə yer tapmasından bəhs edilmişdir . Məqalədə ümumi olaraq turistik məhsulun istehsalçıdan istehlakçıya gedən yolu araşdırılmış həmçinin effektiv üsullardan bəhs edilmişdir. Muasir dövrdə turistik məhsula olan ehtiyac və həmin ehtiyacın ödənilməsi üçün görülən müasir marketinq texnologiyaları öyrənilmişdir. Həmçinin məqalədə turizm imkanlarının tanıdılmasında mövcud olan problemlər, mövcud vəziyyət və çıxış yollarının müəyyən edilməsi haqqında araşdırma edilmişdir. Məqalədə əsas məqsəd turizmin tanıdılması və turizm marketinq strategiyasının inkişafı üçün turizm potensial

imkanlarından maksimum dərəcədə istifadə edərək ölkə vətəndaşları üçün yüksək səviyyəli, müasir turizm xidmətlərinin göstərilməsi yollarının müəyyən edilməsindən ibarətdir.

Açar sözlər: Turistik məhsul , Turizm marketinqi tətbiqi , Turizm marketinqi faydaları.

Резюме: В статье рассказывается о туристском продукте, являющемся важном для туристического сектора, и занятии им позиций на рынке. В статье в целом исследован путь, который туристский продукт проходит от производителя до потребителя, а также рассказано об эффективных способах. Изучена потребность в туристском продукте в современное время и современные маркетинговые технологии, применяемые для удовлетворения этой потребности. Также в статье исследованы текущие проблемы, текущая ситуация в популяризации туристских возможностей и определение путей выхода. Основной целью статьи является популяризация туризма и определение путей оказания гражданам страны высококачественных современных туристических услуг путем максимального использования потенциальных туристских возможностей для развития маркетинговых стратегий в туризме.

Ключевые слова: Туристический продукт , применение туристического маркетинга, преимущества маркетинга туризма.

Abstract: This article describes the touristic product that is important for tourism sector and its place in the market. Generally, the way of touristic product from the manufacturer to the consumer was researched, as well as effective methods were described. The need for touristic products in modern era and modern marketing technologies which meet that need were studied. There was also done a research on the identification of the problems existing in promoting tourism opportunities, current situations and solutions. The main purpose of the article is to identify the ways to provide high-quality, up-to-date tourism services for the citizens of the country using the tourism potential to the maximum level for promoting tourism and improving the tourism marketing strategy.

Key words: touristic product , use of tourism marketing, the benefits of tourism marketing.

Turizm sektorunda marketinq fəaliyyətləri XIX əsrin sonlarında qonaqlama və səyahət idarəçiliyi ilə birlikdə İngiltərə, daha sonra Avropa qitəsində başlamışdır. Turizm marketinqinin sistemli bir şəkildə öyrənilməsi 1950-ci illərdə Avropada başlamışdır.

Marketinq, məhsulun bazarda istehlakçı ilə qarşılaşması və bir-birlərinə uyğunluğudur. Turizm marketinqi də turistik xidmət və ya məhsul ilə turizm bazarı meydana gətirir. Turistik xidmət göstərən firmalar ; qonaq qarşılama və yemək-içmək xidmətlərini göstərən firmaları, səyahət agentliklər daxil, bir-birilərinə dəstək verən şirkətlər olaraq üç əsas qrupda birləşirlər. Turizm bazarı isə, ümumiyyətlə coğrafi anlamda ifadə edilərək milli və beynəlxalq turizm bazarı deyə ikiyə ayrıla bilər. Bazardakı

müştərilər turist deyə adlandırılır. Turizmin marketinqində məhsuldan çox xidmətin marketinqindən danışılır. Turizmdə göstərilən xidmətlər müxtəlif insanların birgə fəaliyyətinin nəticəsidir.

Turizm marketinqi turistik mal və xidmətlərin birbaşa və ya dolayı yolla istehsalçıdan, son istehlakçı olan turistə axışı və yeni turistik istehlak ehtiyaclarının və tələblərinin yaradılması və qarşılanması ilə əlaqədar fəaliyyətlərin bütünüdür.

Turizm marketinqi turizm təklifinin turizm tələbinə uyğunluğunu təmin etmək şərtilə istehlakçı tələblərinin nəzərə alınmasıdır.

Turizm marketinqi yerli turizm təşkilatları və ya turoperatorlarının, milli və beynəlxalq səviyyələrdə turist ehtiyaclarını maksimum təmin etməyə istiqamətli sistemli və uyğun səylərindən meydana gəlir.

İnsanların boş vaxtlarını səmərəli istifadə etmək məqsədiylə və yaxud da iş, ailə, yığıncaq məqsədlərilə bir bölgədə, ölkədə və ya xaricdə səyahət etmə istəyi və ehtiyacı turizm şirkətlərinin yaranmasına səbəb olmuşdur. Bu şirkətlərin məqsədi istehlakçı olan turist qruplarına ən uyğun mühitdə, ən yaxşı maliyyə şərtləri ilə xidmət etməkdir. Turizm marketinqi, turist ehtiyaclarını qarşılayacaq mal və xidmətlərin turistə təqdim edilməsi ilə əlaqədar səylərdir. Otellərin məqsədi, gəlirlə birlikdə, müştərilərin ehtiyaclarını qarşılamaq və onları məmnun etməkdir.

Turizm marketinqinə başqa bir tərif vermək olar: "Turistik mal və xidmətlərin birbaşa və ya turagentlik və turoperatorların köməyilə yerli və beynəlxalq planda, istehsalçıdan son istehlakçı olan turistə axışı və yeni turist istehlak ehtiyaclarının yaradılması ilə əlaqədar sistemli fəaliyyətlər bütünüdür".

Digər məhsul və ya xidmətlərə nisbətdə turizmin daha əhəmiyyətli xüsusiyyət daşıması, bu sahənin inkişafını daha lazımlı hala gətirmişdir. Turizm məhsulu, digər mal və xidmətlərdən fərqli olaraq muxtəlif qurumlar tərəfindən tamamlanan bir mürəkkəb məhsul xüsusiyyətinə malikdir. Turistik məhsula yaranan tələb də ictimai və siyasi dəyişikliklərə qarşı həssas olub böyük bir elastiklik göstərər.

Turizm məhsulun daşınmaz (otel) və anbar edilə bilməz xüsusiyyətdə olması, turistik xidmətlərin yerində istehlak edilməsi nəticəsini meydana gətiri. Turizm mövsümü sonunda otel, hava limanı və digər bəzi təsisləri başqa bir bölgəyə daşımaq mümkün deyil. Turizm marketinqi insanların səyahətə olan ehtiyaclarını qarşılamaq məqsədiylə, turizm şirkətlərinin öz strategiyalarını qurmaq üçün sərf etdikləri tutarlı səylərin bir məhsulu olaraq özünü göstərir.

Son illərdə iqtisadi dəyişikliklər və yeni texnologiyaların inkişafı, şirkətlərin xidmət və məhsullarını marketinqində və həmçinin rəhbərliklərində əhəmiyyətli bir dəyişikliyə səbəb olmuşdur.

İnformasiya texnologialarındakı inkişaflar, istehlakçı davranışlarındakı dəyişmələr, tələbdə meydana gələn dəyişikliklər və digər faktorlar şirkət rəhbərlərinə müştəriləri gözləmək zamanının keçdiyini, artıq müştəriləri tapmaq və onları özlərinə cəlb etmək lazım olduğunu meydana çıxarmışdı. Bu faktor restoran, otel qədər, bir səyahət agentliyi üçün də vacibdir. Marketinq anlayışının dəyişməsində başlıca 3 əhəmiyyətli faktor vardır :

1. İstehsalın lazımlı olduğu (tələb təklifdən çox olsa) istehsal cəmiyyətindən istehlak cəmiyyətinə (tələb təklifdən çox olmadığında) keçiş əhəmiyyətlidir. Hər şeydən əvvəl əldə olan məhsul və xidmətlərin tez bir zamanda isehlak etdirilməsinə çalışmaq. Bu vəziyyətdə, otel sektorunda, satış funksiyası prioritet mövqeyə keçir. Eyni zamanda bazarın ehtiyacına görə istehsal etmək və dağıt lazımdır. Digər tərəfdən tələbə uyğun olmadıqda çətinliklər yaranır. Bu keçid, marketinq anlayışında meydana gələn inkişafı vurğulayır.

2. Rəqabətin yaranması aşağıdakı şəkil ola bilər. Bənzər və ya ekvivalent məhsullar təqdim edən və ya eyni kateqoriyadakı firmalar arasında ortaya çıxan rəqabət (Məhsul rəqabəti) Hilton Sheraton otelləri və ya Mc Donalds firmaları kimi, bənzər məhsullar təqdim edən dəyişik sektorların firmaları arasında meydana gələn rəqabət; birləşmiş otel zəncirləri, könüllü zəncirləşmələr, ictimai turizm məqsədli sektor, digər qruplaşmalar kimi. Eyni istifadə məqsədli lakin dəyişik məhsullar təqdim edən müxtəlif sektor firmaları arasında rəqabət, məsələn otellər, mövsümi mənzillər, tətil kəndləri, ayrı otellər vs. Bu növ məhsullar üçün, quruluş yeri və xarici görünüşlər çox bənzər ola bilər lakin bu funksionallıq baxımından öz aralarında davamlı rəqabət içindədirlər. Yerli bazardan beynəlxalq bazara doğru irəliləmə ilə ortaya çıxan rəqabət. Xarici turist bir çox yerlər arasından seçim şansına malikdir: London, Paris, Roma, Brüksel, Madrid, Türkiyədəki İstanbul, İzmir, Antaliya ilə rəqabət halındadırlar.

3. Dəyişikliklər - Yeniliklər : Həyatda meydana gələn yeniliklər, qlobal inkişafç həyat səviyyəsinin yüksəlməsi, istehlakçıların yemək-içmək tələblərindəki dəyişikliklər, seçki etmə imkanını, şansını artırır. Bu səbəbdən yuxarıda bəhs edildiyi kimi qloballaşan dünyada iqtisadi və texnoloji dəyişikliklər idarəçilik anlayışını dəyişdirmişdir. Bu dəyişiklik nəticəsində turizm idarə olunmasında və buna bağlı olaraq turizm marketinqində köklü dəyişikliklər olmuşdur.

Turizm marketinqi ilə bağlı fəaliyyətin məqsədlərini ümumi marketinq məqsədlərinə uyğun olaraq aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq mümkündür [1, s.65].

- Mövcud bazarı qorumaq, başqa sözlə şirkətə və ya ölkəyə məxsus turizm tələbini ən azından eyni səviyyədə qoruyub saxlamaq;
- Bazarda potensial tələbi dəyişkən tələbə çevirmək, yəni turist ola biləcək, lakin bunu hələ olmamış kütləni turizmə çəkmək;

- Yeni bazarlar yaratmaq, öncdən məlum olmayan, niş olan və ya yetərincə qiymətləndirilməmiş bazarlara girmək, başqa şirkətlərə və ölkələrə istiqamətlənmiş turizm tələbini seçərək turizm məhsullarının bazar hüdudlarını genişləndirmək;
- Turizmin çatdırılması mövzusunda digər şirkətlərlə etibarlı və mənfəətli idarəetməni inkişaf etdirmək;
- Gəzinti turizmini tətil turizmindən ayırmaq;
- Turizm mərkəzlərinin infrastrukturlarını və cəmiyyətlə bağlı təchizatlarını yaxşılaşdırmaq;
- Yataqların doluluq nisbətini yüksəltmək;
- Turizm istehsal sisteminin istifadəsini rasionlaşdırmaq;
- Qiymətlərlə xidmətlər arasında münasib əlaqə yaratmaq;
- Təklifi daim olaraq turistlərin dəyişkən özəlliklərinə uyğunlaşdırmaq;
- Turizm reklamının tezliyini artırmaq və yaxşılaşdırmaq.

Ümumi olaraq desək, turizm marketinqi ilə əlaqədar səylər satışları artıraraq əldə edilən gəlirin yüksəldilməsi məqsədini daşıyır. Müasir marketinq anlayışı daxilində bu məqsədi reallaşdırmaq yolu isə mövcud və potensial istehlakçının ehtiyaclarını düzgün müəyyənləşdirərək və onu ən üst səviyyədə təyin edərək mənfəətlə təmin etməkdir.

İnternetin turizm müəssisəsi üçün yaratdığı imkanları qısa olaraq aşağıdakı kimi göstərə bilərik [3: s286].

- Şəbəkə marketinqinin həyata keçirilməsi;
- Təklif etdiyi xidmətin «On-line» rejimi üzərindən satılması;
- Ərazicə uzaq olan müştərilərlə əlaqə yarada bilinməsi;
- Ucuz kommunikasiya vasitələri ilə əlaqəyə çıxış (elektron poçt, rəqəmli telefon, videotelefon, və s.);
- İnternetin köməyi ilə biletlərin satılması, otel nömrələrinin bronlaşdırılması.Səmərəli reklamın həyata keçirilməsi:
- Elektron sərgilərdə, yarmarkalarda, sərgilərdə və s. iştirak;
- Uzaqdan qeyri-nəqd hesablaşmaların həyata keçirilməsi;
- 365 gün, 24 saat operativ iş rejimi;
- Potensial əməkdaşların axtarılması;
- Müəssiəsənin ictimaiyyətlə aparılan əlaqələrinin yüksək keyfiyyətlə və sürətlə aparılması;
- Müəssisənin korporativ saytının yaradılması və onun İnternetdə yerləşdirilməsi.

Turizm marketinqinin faydaları.

Turizm sənayesində istehsal edilən məhsul və xidmətlərin marketinqində sənaye məhsullarının marketinqindən bəzi fərqli xüsusiyyətləri var. Bunları əsas göstəriciləri ilə alt qruplarda toplasaqda turizm sənayesində diferensiallıq xüsusiyyəti yaradır [2 ; s42]

1) Adi istehlak məhsulu və xidmətlərindən fərqli olaraq turizm məhsulu iki ayrı səviyyədə bazara çıxarılır. Bunlardan birincisi, milli və ya regional rəsmi turizm təşkilatlarının ümumi olaraq ölkəyə və ya bölgəyə turizt cəlb edə bilmək məqsədilə həyata keçirdikləri marketinq fəaliyyətidir. Bunlar, hər hansı bir turizm məhsulunun birbaşa satışına istiqamətlənmiş olmayan ölkənin və ya bölgənin bazarada tanıdılması, turistin razı salınması və ölkənin turizm cəlbediciliyinin ümumi və uyğun imicinin yaradılması məqsədilə həyata keçirilən fəaliyyətdir. Bu məqsədləri həyata keçirmək üçün milli rəsmi turizm təşkilatı ölkə daxilində və xaricində turistə düzgün və ətraflı məlumatlar verərək turizm tanıtma büroları şəbəkəsini qurmaq və turizm məhsulunun cəlbedicilik, rahat əldə edə bilmə və təsis cəhətdən yaradılmasına köməklik göstərir.

2) Turizm marketinqinin ikinci xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, bazara çıxarılan məhsul və xidmətlərin əksəriyyətini anbarlaşdırmaq olmur. Hər hansı bir satışın həyata keçirilməsi üçün xidmət göstərmə tutumu yaradılır və hazır saxlanılır. Bu tutumun istifadə edilməyən bir qismi başqa vaxt üçün saxlanıla və ya anbarlaşdırıla bilməz.

3) Turizm məhsulu olaraq satılan xidmətlərin həm anbarlaşdırıla bilməməsi və həm də "əmək-tezlik" məhsullar olmaları səbəbindən bir-birindən fərqli xüsusiyyətləri vardır. Xidmət göstərən insan ilə turist arasındakı xidmət təqdim etmə prosesi məhsullarda olduğu kimi hər dəfə eyni tərzdə deyil, müxəlif tərzlərdə həyata keçirilir.

4) Məhsullar istehsal edilib bir müddət sonra satıldığı və istehlak edildiyi halda xidmətlər birinci satılır, istehsal ilə istehlak daha sonra eyni zamanda həyada keçirilir. Xidmətlər xidməti təqdim edəndən ayırmaq mümkün deyil. Bu səbəbdən müəyyən bir zamanda birdən çox bazarda satıla bilməz.

5) Turizm sənayesində əksər mal və xidmətlər mürəkkəb məhsul xüsusiyyəti daşıyır. Turist fərqli xidmətləri bir bütün olaraq tələb edir. Tələbin bağlılığı səbəbindən birinin təklifi digərinin təklifinə təsir göstərir.

6) Turizm sənayesində pərakəndə satış səviyyəsində bir marka imicinə bağlılıq olduqca zəifdir. Turizm bazarında gerçək məhsul əsasən turizm cəlbediciliyi yüksək olan bölgə, sağlamlıq mənbəyi, idman, mədəniyyət və ya iş mərkəzidir. Tələbi yaradan bu amillərin yanında çatdırılma və ya yerləşdirmənin idarəedilməsi markanın imicinə təsir etmə baxımından daha əhəmiyyətsiz hesab edilir.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Marketinqin əsasları – Filip Kotler, Bakı-1993

2. Artun, Halk Kültürünün Uluslararası İlişkilerde Ülkelerin Tanıtımına Katkısı, 2003

3. https://www.pegem.net/dosyalar/dokuman/122194-20110628142425-inalirisezgin.pdf

Elmira HACIYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
e.hajiyeva@atmu.edu.az

Mədəni turizm mədəni irsin təbliği faktoru kimi
Культурный туризм как фактор распространения культурного наследия
Cultural tourism as a factor of cultural heritage propagation

Xülasə: Mədəni turizm, turizmin dinamik sürətdə inkişaf edən növlərindən biridir. Mədəni irs mədəni turizmin əsas obyektidir**.** Mədəni irs keçmiş dövrlərdən bu günümüzə qədər gəlib çatmış hər şeydir. Turizm mədəni turizmin qorunmasında və onun təbliğində mühüm rol oynayır. Mədəni turizmin inkişafı təkcə mədəni cəhətdən deyil, həm də sosial və iqtisadi baxımdan da əhəmiyyət kəsb edir.

Açar sözlər: turizm, mədəniyyət, mədəni turizm, mədəni irs, dəyərlər, adət-ənənələr, memarlıq və tarixi abidələr

Резюме: В последние годы культурный туризм является одним из быстро растущих видов туризма. Культурное наследие является основным объектом культурного туризма. Культурное наследие - это все, что сохранилось от прошлых периодов до наших дней. Культурный туризм играет важную роль в защите и поощрении культурного наследия. Развитие культурного туризма имеет значение не только с точки зрения культуры, но и экономического и социального.

Ключевые слова: туризм, культура, культурный туризм, культурное наследие, ценности, традиции, архитектура и исторические памятники

Abstract: In recent years, cultural tourism is one of the rapidly growing tourism types. Cultural heritage is a main object of cultural tourism. Cultural heritage is everything which survived from past periods to the present day. Cultural tourism plays important role in the protection and promotion of cultural heritage. Development of cultural tourism has an importance not only from cultural point of view, but also economic and social

Key words: tourism, culture, cultural tourism, cultural heritage, values, traditions, architecture and historical monuments

Getdikcə artan qlobal rəqabət şəraitində yaranan texnoloji, iqtisadi və siyasi dəyişikliklər çərçivəsində turizm sektorundakı istehlak nümunələrində də dəyişikliklərin baş verməsi müşahidə edilməkdədir. Bu dəyişikliyin nəticəsi olaraq, xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələr öz turizm məhsullarını diversifikasiya etməklə dünya turizm bazarının payını artıra biləcəklər. Turistlər səyahət etdikləri zaman təkcə dəniz, qumla kifayətlənmir, həmçinin, fərqli xüsusi maraq dairələrini də üstün tutular. İstirahət, əyləncə, sağlamlıq, din, idman kimi amillərlə yanaşı mədəniyyət də insanların turizmə meyl etmələrinə təsir göstərən faktorlardan biridir. Xüsusilə, son illərdə mədəniyyət faktoru insanların səyahət etmək üçün əsas motivlərdən birinə çevrilib. Ümumdünya Turizm Təşkilatının məlumatlarına görə, mədəni turizm ən çox inkişaf etməkdə olan turizm növləri arasında yer tutur. Dünya miqyasında inkişaf etməkdə olan başlıca sektorlardan biri olan turizmin mədəni irsin qorunması və marketinqində önəmli rol oynayır. Tarixi və mədəni turizm bütün turizm növlərini özündə birləşdirir, bəşəriyyətin mədəniyyəti haqqında məlumatların əldə edilməsi baxımından əhəmiyyətli olmaqla yanaşı dərketmə cəhətdən də bir turizm növü kimi dünyada məşhurdur [1,s. 5].

Mədəni turizmin inkişafı iqtisadi, sosial və mədəni baxımdan böyük əhəmiyyətə malikdir. Mədəni turizm – təbii, tarixi-mədəni abidələr, muzey, teatr, ictimai tikililər, xalqların həyatı və adət-ənənəs ilə tanış olmaq məqsədilə edilən səyahətdir [2,s. 32].

Mədəniyyət anlayışı sənət, dil, tarix, din, memarlıq abidələri, həyat tərzi kimi amilləri özündə birləşdirir. Bir bölgənin tarixi və mədəni dəyərlərinə maraq göstərən turistlər yeni insanlarla tanış olmaq, yeni yerlər kəşf etmək və fərqli mədəniyyətləri öyrənmək üçün ölkələrə səyahət edirlər. Beləcə turistlər fərqli millətlərə aid mədəni dəyərləri yerindəcə görüb, tanımaq fürsəti əldə edirlər. Turistlərin mədəni irsə göstərdikləri maraq nəticəsində gündəmə gələn mədəni turizm əvvəllər tarixi məkanların və onların qalıqlarının, muzeylərin ziyarət edilməsi ilə formalaşmağa başlamış, son dövrlərdə isə turistlərin maraq və ehtiyaclarına paralel olaraq ənənəvi memarlıq, musiqi-rəqs növləri, sənətkarlıq nümunələri, sərgi və festivallar əhəmiyyət qazanmışdır. Mədəni turizmin digər aspektləri sənətçilər, yazıçılar, şairlər, mühüm insanlar və s.dir.

Turizm araşdırmaları və nəşrlərində mədəni turizm turizm növü kimi adlandırılır və tarixi-mədəni yerləri gəzmə kimi təyin edilir. Mədəni turizm mədəniyyət cəhətdən fərqli olan yerləri görmək, itmiş həyat tərzlərini müşahidə etmək və keçmiş mədəniyyətlərə aid tarixi əsər və abidələri gəzib görmək kimi fəaliyyətləri özündə əks etdirir. Mədəni turizm turizmin dinamik surətdə inkişaf edən növlərindən biridir. Mədəni turizmi turizmin digər növlərindən fərləndirən əsas cəhət onun öyrənmək funksiyaya malik olmağıdır. Bu baxımdan mədəni turizm təkcə s məkan və abidələrin ziyarət edilməsi deyil, ziyarət edilən məkandakı həyat tərzinin öyrənilməsidir.

Mədəni turizmdən bəhs edərkən mədəni irs anlayışının vurğulanması qaçınılmaz faktordur. Mədəni irs mədəni turizmin əsas obyektidir. Mədəni irsin böyük əhəmiyyətə malik olması səbəbi ilə əlaqədar olaraq turizm UNESCO-nun 1980-ci ildə Monreal şəhərində təşkil edilmiş konfransında

mədəni sfera kimi qəbul edilmişdir. Bu konfransda turizmin təbliğat-təşviqatının həyata keçirilməsi və inkişaf etdirilməsi məqsədilə dövlətləri özlərinin inzibati, pedaqoji və informasiya strukturları, həmçinin, turoperatorlar vasitəsilə mədəni irslə əlaqəli məqsədyönlü tədbirləri həyata keçirməyə dəvət edən nizamnamə qəbul edilmişdir. Bu məsələ ilə məşğul olan bütün mütəxəssislərə mədəni irsin xarakteristikasına müvafiq olaraq xüsusi maarifləndirmənin əhəmiyyətinə diqqət göstərmək tövsiyə edilmişdir. Belə ki, mədəni irslə əlaqəli biliklər mədəni turizmin hər bir strategiyanın hazırlanması prosesinin ilk mərhələsidir.

Mədəni irs keçmiş dövrlərdən bu günümüzə qədər gəlib çatmış hər şeydir. Cəmiyyətlərin keçmişdən gətirdiyi sərhədsiz sayda dəyər və adət-ənənələrin heç də hamısı mədəni irs deyildir. Dəyər və adət-ənənələrin mədəni irs adlandırılması üçün onlar cəmiyyət tərəfindən mənimsənilməlidir. Qismən daha qədim mənbələr, diqqət cəlb edən, qürur duyulan faktorlar kimi qəbul edilən dəyərlər mədəni mirasi əks etdirir. Başqa sözlə, turizmdə mədəni miras anlayışı kənd ərazilərini, təbii və tarixi binaları, sənət əsərlərini, adət-ənənələri nəsildən-nəslə keçən əsərlərin qorunub saxlanılması ilə yanaşı onların gənc nəsillərə onlar haqqında informasiyaların ötürülməsindən ibarətdir.

Mədəni irs daşıdıqları xarakterik dəyərləri vasitəsilə müxtəlif cəmiyyətlərdən olan insanları cəlb etnmə gücünə malikdir. Mədəni irsin mədəni turizm baxımdan nəzərə alınmaqla turizm məhsullarına çevirmək üçün potensial mənbələr olduğunu deyə bilərik. Mədəni turizm inkişaf etdiyi yerlərin tarixi və mədəni mirasının qorunmasında təsiredici mövqeyə malik olduğu kimi iqtisadi cəhətdən də gəlirlər təmin edir.

Ölkə ərazisində turizmin inkişaf etdirilməsi üçün əsas təkanverici qüvvə infrastrukturun yaradılmasıdır. Lakin qeyd etmək lazımdır ki, turizm infrastrukturunu inkişaf etdirərkən ərazinin tarixi görünüşünə zərər dəyməməli, məhv edilməməlidir. Hər bir yeni yaradılmış turizm mərkəzi milli adət-ənənənələrə, xüsusiyyətlərə uyğun olmalıdır və eyni zamanda, özünəməxsusu görünüşü olmalıdır. Milli xəzinə kimi qəbul edilən təbii və ənənəvi məkanların, mədəni abidələrin, insan yaradıcılığının tarixini qorumaq və bərpa etmək lazımdır.

Turistlərin mədəni turizmə meyl etmələrinin səbəbləri aşağıdakılardır:

- Digər ölkələrdəki insanların necə yaşadıqlarını, işlədiklərini və əyləndiyini görmək, onların adət-ənənələri və dinlərini tanımaq,
- Fərqli mədəniyyətlər haqqında məlumat əldə etmək,
- Xəbər və məlumat kimi öyrənilənləri daha yaxşı başa düşmək üçün,
- Tarixlə məkanlarla (ibadətgahlarla, tarixi yerlərin qalıqları və s.) tanış olmaqla sanki həmin tarixə səyahət etmək və s.

Tələb-təklif arasında tarazlığın təmin edilməsi digər turizm növlərində olduğu kimi mədəni turizmdə də vacib faktordur. Çimərlik turizmində kütlədən bezən, göstərilən xidmətdən narazı qalan

turistin başqa çimərlikdən razı qalması mümkündür. Lakin mədəni turizmdə turistin belə bir seçimi yoxdur. Bu əsərlərin çoxu dünyada tək və unikal xüsusiyyətlərə malikdir.

Mədəni turizm bölgə əhalisinin öz dəyər və tarixi mədəniyyət izlərini daşıyan qalıqlara sahib olmağının təşviqatını həyata keçirməklə yanaşı bu mədəni irsin qorunub saxlanılması üçün də mənbəyi təmin edir. Bu səbəbdən mədəni turizm dəstəklənməli və təşviq edilməlidir. Son dövrlərdə alıcılıq qabiliyyəti yüksək, təhsilli insanların fərqli mədəniyyətləri öyrənmək istəyi turizmin bu növünün inkişafını zəruri edir. Ancaq mədəni turizmin inkişafı üçün aşağıdakı prinsipləri nəzərə almaq məqsədəuyğundur:

- Tarixi-mədəni və təbii mühit dəyərləri müəyyənləşdirilərək inventar hazırlanmalıdır,
- Mədəni irs turizm marketinqində yer almadığı halda mədəni turizm reallaşa bilməz. Başqa sözlə, mədəni irsə aid məhsullar turizm məhsuluna çevrilməli və onların marketinqi həyata keçirilməlidir,
- Mədəni irsin qorunması böyük əhəmiyyət kəsb edir. Xüsusilə, mədəni irs məhsullarının istifadəsi zamanı meydana gələ biləcək zərərlərin, dəyişikliklərin davamlı olaraq bir inventarla izlənilməsini təmin etməklə onların qorunub saxlanılması prinsipi mənimsənilməlidir, Bununla yanaşı mədəni irsin qorunması üçün xüsusi vəsaitlərin yaradılması, habelə qeyri-hökumət qurumlarının və nəzarət orqanlarının mütəşəkkil şəkildə fəaliyyət göstərməsi labüddür,
- Qorunub-saxlanılma prinsipi inkişaf etdirilərkən üstünlük yerli mədəniyyətə və yerli insanlara verilməli, yerli maraq mədəni irsə yönəldilməlidir,
- Ənənəvi xüsusiyyətlər qorunmalı, yerli əhali turizm barədə maarifləndirilməli, turizm sahəsində dövlət-özəl sektor əməkdaşlığı çərçivəsində yerli idarəçiliyin, qeyri-hökumət təşkilatlarının və digər əlaqəli qurum və təşkilatların geniş iştirakı ilə mədəni turizm inkişaf etdirilməlidir.

Mədəni turizmi davamlı və ardıcıl yanaşma ilə inkişaf etdirməyi hədəfləyən zaman tarixi məkanların mədəni turizmin, həm subyekti, həm də hədəfi olduğunu vurğulamaq lazımdır. Turizm tarixi məkanlarda iqtisadi dəyər yaradaraq mədəni mirasa investisiya qoyuluşunu təşviq edərək, yerli məkanlara və xidmətlərə dəstək verərək, yerli ənənələrə, önəmli günlərə və məhsulların həyat dövranının daha da uzadılmasına kömək etməklə fayda təmin edir. Digər tərəfdən mədəni turizm düzgün şəkildə idarə edilmədiyi halda yerli əhalinin məkan hissi, yaşayış yeri ilə əlaqəli qavrayışını zədələyər və mədəni kimliyindən uzaqlaşmasına, mədəni irsin və adət-ənənələrin əmtəələşməsinə səbəb olur.

Mədəni turizmin komponentləri aşağıdakılarıdr:

- Ziyarətçilər: ehtiyac və gözləntiləri, rahatlıqları,
- Sektor: turizm fəaliyyətində iştirak edən tərəflərin gəlir problemi,
- Cəmiyyət: yerli əhalinin həyat keyfiyyətinə və dəyərlərinə hörmət,
- Mühit: mədəni və ətraf mühitin qorunması.

Mədəni turizm hal-hazırda bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə olan, tamamlayan 3 istiqamətlər üzrə inkişaf edir:

1. Mədəniyyət və mədəni irs barədə informasiyalar,
2. Mədəniyyətin qorunması və dirçəlişi,
3. Mədəniyyətlərarası dialoq.

Müasir dünyada mədəni turizmin rolu çox böyükdür. Mədəni turizm cəmiyyətin bütün sahələrini, o cümlədən, mədəniyyət, iqtisadiyyat və sosial həyatı da əhatə edir. Turizmin inkişaf intensivliyi və miqyası, əsasən, ölkənin mədəni, təbii potensialının dəyəri və mədəni irsinin dünya ictimaiyyəti tərəfindən tanınmasından asılıdır. Hal-hazırda məhz mədəniyyət və mədəni irs dünya ictimaiyyətinin ölkəyə qarşı münasibətini, həmin ölkənin cəlbediciliyini yalnız ictimai münasibətlər və turizm noqteyi-nəzərdən deyil, həmçinin, biznes cəhətdən də müəyyən edir. Məhz buna görə də yerli turizm təşkilatları ərazinin tarixi potensialı haqqında informasiyaların yayılması, dünyaya tanıdılması istiqamətində tədbirlər həyata keçirməlidirlər.

Mədəni turizm mədəni irsin müəyyən zərərlərə (dəyər itirməsinə) məruz qalmasına və ya qorunmasına (dəyər qazanmasına) səbəb ola bilər. Mədəni turizmin bu təsirləri mərkəzi və yerli səviyyələrdə turizm siyasətində nəzərə alınmalıdır. Mədəni turizm destinasiyalardakı məhsul və ziyarətçilərin müxtəlifliyini artıra bilər.

Tarixi və mədəni irs aşağıdakı kateqoriyalara bölünür:

1. Əsasən, turistlər tərəfindən istifadə edilən (festivallar, çıxışlar, abidələr). Ərazinin musiqi potensialı mədəniyyətin cəlbedici amillərindən biridir. Bəzi ölkələrdə musiqi turistlərin cəlbedilməsi faktoru kimi əsas rol oynayır. Hər il məşhur musiqi festivalları minlərlə iştirakçıları cəlb edir. Əksər sanatoriya-kurort müəssisələri öz qonaqlarına animasiya xidmətləri (axşam əyləncə proqramları çərçivəsində təşkil edilmiş folklor gecələri və konsertlərində milli musiqlərin nümayişi) də göstərir. Xalq musiqlərini lentə alan audio vasitələrin əksər turizm mərkəzlərində satışı turistlərin xalqın mədəni iris ilə tanış olması üçün mükəmməl vasitədir. Dünyanın fərqli yerlərindən turistləri cəlb edəcək turizm məkanlarında ənənəvi mədəni tədbirlərin həyata keçirilməsi məqsədəuyğundur.
2. Qarışıq istifadə edilənlər (daha az əhəmiyyətli tarixi abidələr və muzeylər, teatrlar və s.)
3. Əsasən, yerli əhali tərəfindən istifadə edilənlər (mülki tikililər, dini və mədəni mərkəzlər, kinoteatrlar, kitabxanalar və s.). Ərazinin ədəbi abidələri cəlbedicliyi digər mədəni abidələrlə müqayisədə azdır, lakin buna baxmayaraq turizm üçün əhəmiyyətli motiv və eləcə də müxtəlif turist proqramları və marşrutlarının təşkili üçün əsasdır. Ədəbi əsərlər ölkə və onun mədəniyyəti haqqında təəssürat yaradır. Yaxşı təchiz olunmuş kitabxanaların mövcud olduğu otellərdə turistlər üçün nəzərdə tutulmuş əyləncə proqramları çərçivəsində ədəbi bədii gecələrin təşkili məqsədəuyğundur.

Mədəniyyət potensial turistləri səyahət etməyə motivasiya edən ən güclü amillərdən biridir. Buna görə də mədəni irsin qorunması və onun səmərəli istifadəsi turist axınlarının davamlı olaraq cəlb edilməsi və konkret turizm yerinin məşhurluğunun saxlanılması üçün müəyyən əhəmiyyət kəsb edir.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. "Tarixi və mədəni turizm" E. İsmayılova. - Bakı : Səda nəşriyyatı, 2017. - 272 s,
"Turizmin əsasları" B.Ə.Bilalov, Ç.G.Gülalıyev, QHT Nəşriyyatı, Bakı 2015, 492

2. "Issues in cultural tourism" M. Smith . - 3th ed. - Londan : Routledge , 2016. - 288 p,

3. "Kültür turizmi. Turizm ve kültür politikaları" F. Pekin. - İstanbul : İletişim Yayınları, 2011. - 348 s.,

4. "Туризм" В.А.Квартальнов "Финансы и Статистика"- Москва 2006 335 с.

Aytəkin KAZIMOVA

Azərbaycan Turizm və Menecment Universteti

kazimova.1201@mail.ru

Turizm sahəsində xidmət keyfiyyətinin artırılması üzrə turizm peşə təhsilinin rolu

Роль профессионального образования в сфере туризма в повышении качества туризма в туризме

The role of tourism vocational education in improving quality of service in tourism

Xülasə: Tədqiqat işinin əsas məqsədi: Ölkə iqtisadiyyatının əsas gəlir mənbəyi olan turizm sahəsində kadr çatışmazlığı probleminin aradan qaldırılması üçün turizm peşə təhsilinin əhəmiyyətini göstərmək və onun daha da inkişaf etdirilməsi məqsədi ilə xarici təcrübənin rolunun qiymətləndirilməsidir. Tədqiqat işi nəzəri müddəaların alınması, müqayisəli təhlil və məntiqi ümumiləşdirmə kimi tədqiqat üsulları əsasında yerinə yetirilmişdir. Tədqiqatın nəticəsində respublikada fəaliyyət göstərən turizm peşə təhsili müəsissələrində tədris olunan təhsilin böyük bir hissəsinin nəzəri biliklərə əsaslandığı müəyyən edilmişdir. Tədqiqatın məhdudiyyətləri: daha geniş praktik informasiya tələb etməsidir. Tədqiqatın praktik əhəmiyyəti: turizm sahəsində təhsil sistemi üzrə tədqiqatlar aparan və bu sahədə çalışan mütəxəssislərin elmi və əməli biliklərinin zənginləşdirilməsində müsbət rol oynaya bilər.

Açar sözlər: Avropa Birliyi, peşə təhsili, nəzəri bilik, praktiki təcrübə, kadr hazırlığı, əməyin intensivliyi.

Резюме: Существенный аспект бизнеса чтобы подчеркнуть важность профессионального образования в областъ туризма в целях устранения проблемы дефицита людских ресурсов в сфера туризма, которая является основни источником зкономики, а также роли иностранного опыт для дальнейшего развитсия. Тематицеская исследование проводилось на основа методологии, такой как полоцение теоретических положений, всесторонний аналис и агрегация**.** В реэулътате исследования было установлено что значителъная образования в профессионалъх учебных эаведениях туризма, основывается на теоретических энаиех. Окраничен на рекламу; более обширная практическая информачия практическая значимость: может сыграть позитивную роли в обогащении научных и практических знаний специалистов, работающих в облас титурзма.

Ключевые слова: Европейский Союз, профтех образование, теоретические знания, практический опыт, подготовка кадров, трудоемкий.

Abstract: The basic aim of exploration In tourism sector which is the source of main income in economic country for eliminating the problem of staff default, to show the sufficiency of education of tourism and the aim of developing is to estimate foreing experience of role. Exploration accomplished base on to get theoretical regulations, comparatively analysis and summarise of logical. It defined that most of educational institution has been based on theoretical, knowledgein outcomes of exploration. Limitation of exploration; to demand more practice informasion. The practice suffiency of exploration; It can take positive part of the expert in this sector and to explore education system in tourism sector whose enriching science and scientific knowledge.

Key words: European Union, vocational training, theoretical knowledge, practical experience, staff training, labor-intensive

Giriş. Turizm bazarında ən çox rastlanan problemlərdən biri ixtisaslı kadr çatışmamazlığıdır və turizm təhsil sistemi də bu problemin aradan qaldırılması üçün hər il sayı artan ixtisaslı kadr yetişdirir. Turizm təhsil sisteminin bir istiqaməti də turizm peşə təhsilidir. Ümumi olaraq peşə təhsili, milli təhsil sisteminin bütünlüyü içində sənaye, kənd təsərrüfatı və xidmət sektorları ilə birlikdə bütün peşə və texnixi təhsil xidmətlərinin planlanması, araşdırılması, inkişaf etdirilməsi, təşkilatı ilə rəhbərlik, nəzarət və təhsil fəaliyyətlərinin bütünündən təşkil olunmaqdadır.

Turizm peşə təhsili turizm bazarı üçün əsasən alt səviyyə üzrə işçi qüvvəsi hazırlayır.

1.Turizm peşə təhsili və beynəlxalq təcrübə

1.1 Peşə təhsilinin ümumi əsasları və turizm peşə təhsili

Təhsil, ümumi olaraq, şəxsin yaşadığı toplumda istedadını, tutumlarını və müsbət dəyərdəki digər davranış formalarını inkişaf etdirdiyi proseslər toplamı olarak tanımlanmaqdadır. Təhsil, eyni

zamanda toplumun inkişaf səviyyəsini göstərən, inkişafın əsasını təşkil edən bir element olan, toplumdakı ziyalı təbəqənin miqdarını artıran, bu insanların xarakterlərini yüksəltən, milli birliyi təmin edən mühüm göstəricidir.

Peşə təhsili, milli təhsil sisteminin bütünlüyü içində sənaye, kənd təsərrüfatı və xidmət sektorları ilə birlikdə bütün peşə və texnixi təhsil xidmətlərinin planlanması, araşdırılması, inkişaf etdirilməsi, təşkilatı ilə rəhbərlik, nəzarət və təhsil fəaliyyətlərinin bütünündən təşkil olunmaqdadır.

Dünya üzrə turizm təhsili sahəsində ən vacib məsələlərdən biri, pəşə təhsilidir. Ümumiyyətlə peşə təhsili, "bir toplumdakı şəxslərin pəşə sahibi ola bilmələri üçün və peşənin tələb etdiyi biliyi, bacarığı və praktiki tətbiq etmə qabliyyətlərini qazandıraraq, şəxsin bacarıqlarının fiziki, intelektual, sosial və iqtisadi yönlərdən inkişaf prosesi" olaraq başa düşülməkdədir.

Turizm peşə təhsilinin məqsədlərini aşağıdakı kimi sıralaya bilərik. [5]:

- Təhsil yolu ilə nəzəri və praktiki biliklərlə əlaqə qurmaq,
- Turizm sektorunun inkişafına müsbət təsir göstərmək,
- Turizm sektoruna peşəkar mütəxəssis yetişdirmək,
- Turizmin iqtisadi inkişafda yerini və vacibliyini anlatmaq,
- Vətəndaşda müsbət bir turizm şüuru yaratmaq,
- Turistik müəssisələrdə çalışanların məlumat bazasını və bacarıqlarını artırmaq,
- İnsanların turizmə olan marağını artırmaq,
- Təcrübəli turizm təlimçiləri yetişdirmək.

Turizm peşə təhsilinin vacibliyini aşağıdakı kimi ifadə etmək olar [11 s.1-18].

- Turistin gözlədiyi xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsi; Təhsil almış insan ünsürünün kifayətliliyi, turistin gözlədiyi səviyyədə xidmət almasını təmin edir.
- Güclü rəqabət mühiti; kəskin rəqabətin yaşandığı dünya turizm bazarlarına standarta uyğun gələn və keyfiyyətli turistik mal və xidmətlə girə bilmək üçün həm ümumi olaraq toplumun turizmin vacibliyini qavraması, həm də kifayət qədər keyfiyyətli kadrın olması lazımdır. Keyfiyyətli kadrın yetişdirilə bilməsi isə, ancaq keyfiyyətli turizm təhsili ilə mümkündür.
- Turizm müəsissələrinin əməyə yoğun olması; turizmin üst quruluş resusrlarını təşkil edən əsas ünsürlərdən olan müəsissələrin, istehsal etdiyi və satışa təqdim etdiyi məhsulların əməyə yoğun olması, bu müddətdə vəzifə alan şəxslərin işlərinin mütəxəssisi olması, digər bir ifadə ilə ixtisaslı xüsusiyyət daşımalarını tələb edir. Çalışanların bu müddətdəki faydaları, şübhəsiz ki, sahələri ilə əlaqəli aldığı təhsil ilə mütənasib olacaqdır.

1.2 İnkişaf etmiş ölkələrin turizm peşə təhsili sisteminin strukturu

Dünya üzrə turizm təhsili sahəsində ən vacib məsələlərdən biri, peşə təhsilidir. Ümumiyyətlə peşə təhsili, "bir toplumdakı şəxslərin pəşə sahibi ola bilmələri üçün və peşənin tələb etdiyi biliyə, bacarığa və praktiki tətbiq etmə qabliyyətlərinə yiyələnərək, şəxsin bacarıqlarının fiziki, intelektual, sosial və iqtisadi yönlərdən inkişaf prosesi" olaraq tanımlanır.[1 s.1-10]

Avropa birliyinə üzv olan ölkələr arasında turizm peşə təhsili sahəsində tarazlığı qorumaq üçün və kadrların iş performanslarının müqayisəsinə istiqamətlənən fəaliyyətlər hədəflənir. Aİ ölkələrində təhsil ilə bağlı maliyyə "Sosial Fond" tərəfindən dəstəklənir. Üzv ölkələr arasında əsas məqsəd ortaq diplomun tanınmasıdır. Ancaq müxtəlif təhsil və mədəni amillərdən dolayı bu prinsipləri həyata keçirməkdə çətinliklə qarşılaşırlar .[6]

Avropa Birliyi ölkələrində turizm sahəsində verilən peşə təhsili üzv ölkələrdəki təhsil proqramları ilə əlaqəlidir. Avropa birliyi ölkələrində peşə təhsili 3 mərhələdə gerçəkləşməkdədir, bunlar;

1) Firmalarda təcrübə-Peşə təhsili: Bu təhsil mərhələsi ilə ölkədəki ticarət palataları yaxından maraqlanmaqdadır.

2) Peşə təhsili verən məktəblərdə təhsil: Təhsilin ilk və orta mərhələsininin ikinci pilləsindən sonrakı gənc insanlara istiqamətlənən bu proqramlar sahəyə tətbiq olunacaq uyğun meyarlı ara işçi yetişdirməyi hədəfləyirlər.

3) Təhsil kursları: Peşə məktəblərində təhsilini başa vurmayanlara və ilk pillədə təhsil almaq istəyən yetkin insanlara istiqamətlənir.[13]

Avropa Birliyinə üzv olan ölkələrdə turizm sahəsində təhsil alan tələbə sayısı sektorun ehtiyyacını diqqət mərkəzində tutaraq hər il müəyyən sayıda tələbə qəbul etməkdədir. Bu ölkələrdə tələbələr peşə məktəblərində yarısı nəzəri, yarısı da praktiki təhsili əhatə edən bir prosesdən keçməkdədir. Məsələn 2 illik bir peşə təhsilində tələbələr müddətin yarısını, yəni bir ilini müəssisələrdə bir başa olaraq iş başında təcrübəli və ixtisaslı monitorların himayəsi altında keçirməkdədirlər. Bu məktəblərə alınan tələbələr daha əvvəl ixtisas seçimlərini etmiş, daha doğrusu seçim etmələrinə şərait yaradılmış, gələcəkdəki peşələrinin düzgün və səhv, asant və çətin yönlərini bilən bir kütləni yaratmaqdadır. Bu sahədə dövlət siyasətinin bir istiqaməti olaraq, hər müəsissə hər il müəyyən sayıda ucuz işçi qüvvəsi anlamına gələn tələbəni könüllü olaraq qəbul edib, öyrətmək məcburiyyətindədirlər. Hətta bu siyasət gərəyi tələbə qəbul edən hər bir müəsissədə könüllü tələbə ilə bir, ya da birdən artıq monitor adlanan ixtisaslı təlimatçı məşğul olmalıdır. Bütün bu fəaliyyətlər Avropa Birliyi ölkələrində "Əsas Turizm Peşə Təhsili" çərçivəsində əhatə olunur. Avropa Birliyində turizm peşə məktəblərində turizm təhsili ümumi olaraq "Otelçilik, Qastronom, Səyahət və Çatdırılma, Banket və Salon" branşlarına ayrılaraq tədris olunur.[12 s. 113-136]

Türkiyədə turizm peşə təhsili formal və geniş peşə təhsili olmaq üzrə iki formada tədris olunur. Geniş turizm təhsili- toplum tərəfindən turizm anlayışının qavranılmasını, təbii resursların qorunulmasını izah edən, turistə qarşı barəbər və keyfiyyətli xidmət etmənin əxlaq və tərbiyyəsini verməyi, qonaqpərvərliyə əsaslanan bir davranış forması yaratmağı hədəfləyən turizm təhsil növüdür.[2 s.92-96]

Formal turizm təhsili isə turizm sektorunun dəyişik fəaliyyət sahələri üçün savadlı, bacarıqlı, istedadlı, səmərəli kadrlar yetişdirməyi hədəfləyən təhsil növüdür.[3 s. 143-155]

2. Ölkə üzrə turizm peşə təhsilinin mövcud vəziyyəti

2.1 Azərbaycan Respublikasında fəaliyyət göstərən turizm peşə təhsili müəsissələri

Ümumi olaraq Azərbaycan da turizm üzrə təhsil sistemi orta ixtisas təhsili, ümumi təhsilin bazasında peşə ixtisas təhsili və ali təhsil mərhələlərindən ibarətdir.

Bakı Turizm Peşə Məktəbi Azərbaycan Turizm və Menecment Universtetinin nəzdində Azərbaycan Respublikasını Prezidentinin qərarı ilə yaradılmışdır. Peşə məktəbinin yaradılması Prezidentin 20 iyul 2011-ci il tarixli, 1644 nömrəli Sərəncamı ilə "Azərbaycan Respublikasında 2011-ci ilin "Turizm ili" elan edilməsi ilə bağlıdır. Azərbaycan Respublikasının Maliyyə Nazirliyi 2012-ci ildən başlayaraq artıq Bakı Turizm Peşə Məktəbinin fəaliyyəti ilə bağlı xərclərin maliyyələşdirilməsi ilə dövlət büdcəsinin xərclərinin müvafiq bölmə və paraqrafında Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi üçün vəsaitin nəzərdə tutulmasını təmin etmişdir. Bakı Turizm məktəbində hal hazırda 13ixtisas üzrə mütəxəssis hazırlanır.[9]

Bakı Turizm peşə məktəbindən əlavə Qəbələ turizm və otelçilik üzrə peşə tədris mərkəzi insan əməyi yoğun olan turizm sahəsi üçün ixtisaslı kadr hazırlayır. Qəbələ Turizm və Otelçilik peşə tədris mərkəzi Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabinetinin 14 oktyabr 2008-ci il tarixli 241 N-li qərarına əsasən Qəbələ rayonunda fəaliyyətə başlamışdır. Tədris Mərkəzi müasir tələblərə cavab verən 3 mərtəbəli tədris korpusu , oğlan və qız tələbələr üçün ayrı olaraq 2 mərtəbəli yataqxana, iclas zalı, yeməkxana, laboratoriya, tələbələrin istehsalat təcrübəsi keçməsi üçün servis otaqlarından ibarətdir. Bunlardan əlavə üçüncü mərtəbədə 19 sinif otağı, kitabxana, müəllimlər otağı, fənn kabineti və s. ibarətdir.[7]

Qəbələ Turizm və Otelçilik üzrə PeşəTədris Mərkəzi Təhsil Nazirliyinin 2009-2010- cu il qərarı ilə artıq tələbə qəbulu elan etmişdir. Bu qəbul prosesi Təhsil Nazirliyinin şagird qəbulu planına əsaslanır. Qəbul planına uyğun olaraq tədris mərkəzində əsas təhsil bazasından 45 tələbə barmen-bufetçi, ofisiant peşələrinə yiyələnirlər. Hal-hazırda mərkəzdə 160 nəfər təhsil alır.[8]

2.2 Turizm peşə təhsilinin çatışmayan cəhətləri və həlli yolları

Ölkəmizin turizm peşə təhsil sisteminin Avropa Birliyinə üzv olan ölkələrdə verilən turizm peşə təhsili ilə müqayisə etdikdə ölkəmizin həmin ölkələrin təhsil sistemini uyqulaması üçün xeyli yol

qət etməli olduğunu görürük. Necə ki, Avropa Birliyinə üzv olan ölkələrdəki turizm təhsil sisteminin strukturunu incələdikdə Azərbaycan ilə arasında gözə çarpacaq dərəcədə olan fərqlilikləri görürük. Bu fərqliliklər ümumiyyətlə turizm sahəsində təhsil verən məktəblərin keyfiyyətləri və tiplərinin sayısı ilə əlaqəlidir.[10]

Ölkəmiz də turizm sahəsi üzrə təhsildə əsasən nəzəri biliklərə üstünlük verilir. Lakin Avropa Birliyinə üzv olan ölkələr və dünyanın digər inkişaf etmiş ölkələrində turizm sahəsində təhsil nəzəri biliklərlə yanaşı, praktiki bililikləri də əhatə edir. Çünki,verilən təhsilin uğurlu olması təkcə nəzəri biliklə kifayətlənmir, peşəkar mütəxəssis yetişdirmək üçün nəzəri biliklə yanaşı praktiki biliklərə də yer vermək lazımdır. Onu da qeyd edim ki, turizm sahəsi sənayenin çox dinamik bir sahəsi olduğu üçün bu sahə üzrə verilən təhsilin də dinamik bir struktura malik olması tələb olunur. Eyni zamanda həmin ölkələr də turizm sahəsində peşəkar mütəxəssis hazırlığında turizm təhsil ocaqları ilə turizm müəsissələri birlikdə qarşılıqlı əlaqədə olurlar. Bizim ölkə də isə təhsil müəssisələri ilə şirkətlər təhsil sahəsində heç bir vaxt birgə fəaliyyət göstərməyiblər. Ölkəmizdə turizm sahəsində verilən təhsilin, tələbələrin istehsalat təcrübə keçirmək üçün göndərilən yerin bir-biri ilə uyumlu olmasını tələb edir. Eyni zamanda onu da qeyd edim ki, Avropa Birliyinə üzv olan ölkələrdə və digər inkişaf etmiş ölkələrdə ümumi təhsil prosesinin böyük bir hissəsini tələbələr müəsissədə təcrübədə olur, lakin bizim təhsil sistemin də təcrübə prosesinə çox az müddət ayrılır.

Nəticə. Turizm sahəsi yuxarıda da qeyd olunduğu kimi insan əməyinə əsaslanan bir sənaye sahəsidir. Eyni zamanda insanların getdikcə boş zamanlarının artması səbəbindən və digər amillərdən dolayı səyahət etməyə maraq göstərirlər. Bunun nəticəsidir ki, turizm bazarın da kadr çatışmamazlığı yaranır. Peşə təhsili və ümumi turizm təhsili turizm bazarı üçün bütün tələbləri özündə əks etdirən kadr hazırlayır.

Azərbaycanda tədris olunan peşə təhsili əsasən nəzəri biliklərə söykənir. Lakin avropa ölkələrində və Türkiyədə peşə təhsili həm nəzəri, həm də praktiki biliklər əsasında tədris olunur.

Azərbaycanda turizm peşə təhsili almış məzunun turizm sahəsində iş tapmamasının əsas səbəbi praktiki təcrübəsinin az olması ilə əlaqələndirilir. Bu problemin aradan qaldırılması üçün turizm peşə təhsili müəsissələr ilə turizm şirkətləri birlikdə kadr hazırlığı prosesində eyni səviyyədə iştirak etməlidirlər. Yetişdirilən kadrı həm təhsil müəsissəsi, həm də şirkət öz birgə fəaliyyətlərinin nəticəsi kimi görməlidirlər.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. İ. Mısırlı, Turizm sektorunda Meslek standartları və məsləki belgelendirmə sistemi, Ankara 2001, səh. 1-10
2. K.Öztaş, Turizmde kalifiye eleman açığı ve meslek yüksek okullarının etkinliğinin artırılması, Ankara 1995, səh. 92-100

3. M.Sarışık, Turizm sektöründe meslek sahibi olmaya yönelten etkenler: meslek yüksekokulu öğrencilerine yönelik bir çalışma, İstanbul 2007, səh. 143-160
4. İ.Güneş, Türkiye'de turizm eğitim ve öğretiminin temel sorunları, İzmir 1997, səh.99-105
5. http:// www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18665 giriş tarixi: 28.03.2018
6. http://www.globaleducationfirst.org/files/EdFirst_G29383UNOPS_ lr.pdf giriş tarixi: 28.03.2018
7. https://az-az.facebook.com › Yerlər › Baku, Azerbaijan. giriş tarixi: 29.03.2018
8. www.qebeletedrismerkezi.com. giriş tarixi: 29.03.2018
9. *edu.gov.az/az/page/72/302. giriş tarixi: 29.03.2018*
10. https://apa.az/.../pese-tehsili-haqqinda-qanun-layihesinin_giriş tarixi: 29.03.2018
11. Y.Kılıç, Turizm Sektörü İstihdamının Eğitim Durumu ve İnsangücü Planlaması, İstanbul 2014, səh.1-18
12. Heslin, P.A, Conceptualizing and evaluating career success. Journal of Organizational Behavior,2006, səh. 113–136

Coşqun HÜSEYNOV

Azərbaycan Turizm vəMenecment Universiteti

cosqunhuseynov1995@gmail.com

Azərbaycanda müalicə-sağlamlıq müəssislərinin təhlili

Анализ лечебно-оздоровительных учреждений в Азербайджане

Analysis of healthcare institutions in Azerbaijan

Xülasə: Məqalədə ölkəmizdə fəaliyyət göstərən müalicə-sağlamlıq müəssisələrinin müasir vəziyyəti, müalicəvi imkanları, yerləşdiyi ərazinin coğrafi şəraiti, göstərdiyi xidmətlər, turistlərin cəlb olunması istiqamətləri öz əksini tapmışdır. Burada Abşeronda olan sanatoriyalar, həmçinin regionlarda olan müalicə-sağlamlıq müəssisələri təhlil olunmuş və fəaliyyət istiqamətləri göstərilmişdir.

Açar sözlər: kurort, müalicə-sağlamlıq, müalicəvi palçıqlar, balneoloji ehtiyatlar, sanatoriya,SPA.

Резюме: В статье отражено текущее состояниелечебно-оздоровительных учреждений, действующих в нашей стране, его целебный потенциал, географические условия территории, предоставляемые услуги для привлечения туристов.Были проанализированы санатории в Апшероне, лечебно-оздоровительные учреждения в регионах, а также указаны направления их деятельности.

Ключевые слова: курорт, лечебное оздоровление, лечебные грязи, бальнеологические ресурсы, санаторий, спа.

Abstract: The article covers current situation, treatment opportunities, geographic conditions, services, directions of tourist attraction of healthcare institutions functioning in our country. Health resorts of Absheron, including healthcare institutions of different regions have been analyzed and their activity fields have been described.

Key words: Health resort, healthcare institutions, medicinal mud, balneologicalreserves, sanatorium, SPA.

Kurort (alm. Khur — müalicə və Ort — yer) – müalicə, tibbi bərpa, xəstəliklərin müalicəsi, orqanizmin bərpası və yaxşılaşdırılması üçün təbii müalicə resursları və infrastrukturu olan müəssisədir. Müalicə və xəstəliklərin profilaktikası üçün kurortda təbii müalicə resurslarından istifadə olunur – müalicəvi iqlim, mineral sular, müalicə palçıqları, duzlu sulu göllər, həmçinin digər təbii obyektlər və s. Təbii vasitələrlə müalicə çoxillik elmi araşdırmalara və təcrübəyə əsasən təşkil edilmişdir. Kurortlar əsasən müalicə-sağlamlaşdırma yerlərində (təbii müalicə resurslarına malik olan ərazilər və müalicənin və xəstəliklərin profilaktikasının təşkili üçün yararlı ərazilərdə) inşa edilir.

Sanatoriya-kurort turizmi əhalinin iki sinfi üzrə xidmət göstərir [6]:

I.Qrup – 35-50 yaş arası insanlar. Bu öz biznesini qurmuş və kifayət qədər maddi vəsaitə sahib olan və bu vəsaiti öz sağlamlıqlarının möhkəmləndirilməsində və bərpa olunmasında sərf edən insanlar qrupudur.

II.Yaşlı qrup insanlar və xəstəliklə mübarizə aparan digər insanlar. Bu insanların isə başlıca məqsədi müəyyən sağlamlıq problemlərinin təbii vasitələrlə müalicə olunmaqla həll edilməsinə çalışmasıdır.

Sanatoriya-kurort müəssisələrinin başlıca xüsusiyyətlərinə aşağıdakılar daxildir [7]:

- Sanatoriya-kurort müəssisələrində müalicə və sağlamlığın bərpasının bir həftədən bir aya qədər davam etməsi. Bu baxımdan kurort müalicə müəssisələri uzunmüddətli turizm fəaliyyətinə daxil edilir. Kurort müalicə müəssisələrində posientlərə qoyulmuş diaqnozdan asılı olaraq onlardan istifadə müddəti dəyişir.
- Sanatoriya-kurort müəssisələrində xidmətlərin qiyməti digər turizm növlərinə nisbətən yüksək olur. Bunun da səbəbi müalicə və sağlamlığın bərpasının uzunmüddətli olması, tibbi diaqnoza uyğun müalicənin aparılmasıdır. Əksər ölkələrdə kurort müəssisələrinin rentabelliyini təmin etmək üçün sosial turlara üstünlük verilir. Belə sosial turların təşkili daha çox yerli əhaliyə istiqamətlənir.

- Kurort-müalicə müəssisələrində mövsümülük probleminin olmaması. İqlim-dəniz kurortlarından başqa, digər balneoloji və palçıqla müalicə kurortlarında mövsümülük az müşahidə olunur. Bəzi ölkələrdə balneoloji kurortlar mövsümlərarası dövrdə daha çox fəaliyyət göstərir. Kurort-müalicə müəssisələrində mövsümülüyü aradan qaldırmaq üçün müxtəlif kütləvi tədbirlər həyata keçirilir.
- Sanatoriya-kurortlara olan tələbat əsasən orta və yaşlı nəsil arasında formalaşır. Buna görə də sanatoriya xidmətlərindən istifadə daha çox fərdi tələbatlar arasında formalaşır. Bu baxımdan sanatoriya-kurort xidmətlərinə tələbat ilboyu formalaşa bilir.

Azərbaycanda həm ənənəvi, həm də müasir müalicə imkanları mövcuddur. Ölkədə isti və mineral bulaqların sayı minlərlədir və bunlardan İstisu, Turşsu, Badamlı, Qalaaltı, Şıxburnu, Suraxanı suları ən tanınmış müalicəvi su mənbələrindəndir. Eləcə də Azərbaycanın ən mühüm kurort resurslarından biri Naftalan neftidir. Naftalan neftindən yel xəstəliyinin, damarlarda və hərəkət orqanlarında olan xəstəliklərin, həmçinin maddələr mübadiləsinin pozulması, dəri və ginekoloji xəstəliklərin müalicəsi zamanı istifadə olunur. Eyni zamanda Naxçıvan Muxtar Respublikası nadir duz dağı ilə çox məşhurdur. Ölkədə fəaliyyət göstərən müalicə-sağlamlıq müəssisələrinin əksəriyyəti kurort səhmdar cəmiyyətinə məxsus olsa da, son beş ildə yeni kurort sağlamlıq mərkəzləri tikilmişdir. Bu müalicə müəssislərinin bəzilərini təhlil edək.

"Bilgəh" kardioloji sanatoriyası. Bakının Bilgəh qəsəbəsində yerləşir. "Kurort" Qapalı Səhmdar Cəmiyyətinin tabeliyindədir."Sanatoriya yeni texniki avadanlıqla təchiz olunmuş müalicə-diaqnostika bazasıdır. Sanatoriyanın korpus və kottecləri müasir tələblərə cavab verən otaqlardan ibarətdir. Sanatoriya 1 əsas dörd mərtəbəli korpus, 2 iki mərtəbəli korpus və 5 bir mərtəbəli və iki mərtəbəli kotteclərdə yerləşdirilmiş 442 çarpayıya malikdir. Sanatoriyada 44 iki nəfərlik bir otaqlı yarım lüks, 4 bir otaqlı bir nəfərlik lüks, 49 iki nəfərlik iki otaqlı lüks, 6 dörd nəfərlik üç otaqlı lüks nömrələr, 8 iki nəfərlik iki otaqlı lüks kotteclər, 20 üç nəfərlik iki otaqlı seksiyalar, 48 bir otaqlı iki nəfərlik sadə yerləşdirilmə nömrələr, 12 iki nəfərlik bir otaqlı nömrələr var. Sanatoriyada tam müalicə olunmaq üçün qonaq minimum 18 gün burada qalmalı və lazımi prosedurlardan keçməlidir. Qiymətləri münasib olan bu sanatoriyada yerli əhali bütün il ərzində müalicə olunurlar və tam xidmət almaq imkanları vardır [4].

Sanatoriyada funksional müalicə-diaqnostika şöbəsi, biokimya və klinik laboratoriya, fizioterapiya, psixoterapiya, stomatologiya, ginekologiya otaqları və müalicəvi vanna şöbəsi fəaliyyət göstərir. Həmçinin, sanatoriyanın 400 nəfərlik qış klubu və konsert zalı, 450 nəfərlik yeməkxana, kitabxana, idman meydançası, trenajor meydançası, tennis kortu, narın qumlu çimərliyi vardır.

"Günəşli" nevroloji sanatoriyası. Paytaxtdan cəmi 35 km aralı, Abşeron yarımadasının ən mənzərəli yerlərindən biri olan Mərdəkan qəsəbəsində yerləşir. "Kurort" Qapalı Səhmdar Cəmiyyətinin tabeliyindədir. "Günəşli" nevroloji sanatoriyası əsəb sistemi xəstəliklərinin təyini və müalicəsi üçün müalicə-diaqnostika bazasıdır.

Sanatoriyanın korpusları müasir tələblərə cavab verən yeni təmirdən çıxmış otaqlardan ibarətdir. Burada 49 iki yerlik iki otaqlı lüks, 95 bir otaqlı iki yerlik və 15 bir yerlik bir otaqlı nömrələr var. Sanatoriyanın ümumi tutumu 640 yerlikdir. Yay fəslində yeniyetmə və uşaqlar üçün 140 yerlik şöbə ayrılır, qış aylarında isə sanatoriyada yaşlılar üçün ambulator-kurs müalicəsi həyata keçirilir. Hazırda sanatoriyada il boyu fəaliyyət göstərməklə xəstələrə xidmət edə biləcək 231 yer vardır. Sanatoriyada bir növbədə 500-dək adam istirahət edə bilir[5].

"Günəşli" sanatoriyasında müalicə amili təbii müalicəvi yod-bromlu mineral sular, müalicəvi palçıq və iqlimdir. Sanatoriyanın ixtisaslaşması əsəb sistemi xəstəliklərinin müalicəsidir. Sanatoriyanın 328 yerində qaçqınlar yerləşdirilmişdir. Sanatoriya gələn pasientlərə əsəb sistemi xəstəliklərinin müalicəsini və insanların istirahətinin təşkilini həyata keçirir.

"Abşeron" sanatoriyası. Abşeron yarımadasında, Mərdəkanın səfalı yerlərindən birində yerləşir. Abşeron sanatoriyası 1949-cu ildə neft sənayesi işçiləri üçün inşa edilmişdir. "Kurort" Qapalı Səhmdar Cəmiyyətinin tabeliyindədir. Sanatoriyada başlıca təbii müalicə amili şəfalı palçıqlar hesab olunur. Sanatoriya ətrafı yaşıllıqlarla örtülü olan 2 korpusdan və geniş müalicəvi diaqnostika mərkəzindən, zəngin və müxtəlif çeşidli, o cümlədən pəhriz yeməkləri təklif edən yeməkxanadan, mədəniyyət mərkəzi və kitabxanadan ibarətdir. Əvvəllər cəmi 50 çarpayısı olan sanatoriya qısa müddətdə genişləndirilmiş və buradakı çarpayıların sayı 350-yə çatdırılmışdır. Hazırda sanatoriya öz gücünün yarıya qədəri həcmində fəaliyyət göstərə bilir. Sanatoriya 731 nəfər xəstə qəbul etmək imkanına malikdir [4].

Sanatoriyanın ixtisaslaşması mədə-bağırsaq xəstəliklərinin müalicəsi istiqamətindədir. Bununla yanaşı, digər xəstəliklərin müalicəsində də bu palçıqların müsbət təsiri vardır. Məsələn, buraya mədə-bağırsaq xəstəlikləri ilə yanaşı, osteoxondroz, əl və ayaq ağrıları, şəkərli diabet xəstələri də müraciət edirlər. Sanatoriyada müalicə məqsədilə qablaşdırılmış mineral sular, müalicəvi palçıqlar işlədilir, fizioterapiya, müalicəvi gimnastika, massaj, parafin və iqlimlə müalicə prosedurlarından istifadə edilir.

"Qaranquş" sanatoriyası. Abşeron yarımadasının şimal-şərq sahilində yerləşmiş Mərdəkanda ixtisaslaşdırılmış sanatoriyalar (kardioloji, nevroloji, qastroenteroloji, uroloji), pansionat, kurort poliklinikası, sanatoriyalarda müalicə-diaqnostika kabinetləri, su müalicəxanaları, iqlim müalicəsi üçün binalar, müalicə hovuzları vardır. "Qaranquş" sanatoriyası Mərdəkan qəsəbəsində, klinik biokimya laboratoriyası olan diaqnostika bazasıdır. "Qaranquş" sanatoriyası böyrək və sidik yolu xəstəliklərinin müalicəsi üzrə ixtisaslaşmışdır. "Kurort" Qapalı Səhmdar Cəmiyyətinin tabeliyindədir. Sanatoriyada əsas müalicə amili gətirilən "Qalaaltı" müalicəvi suyudur. Bu, soyuq, az minerallaşmış hidrokarbonatlı-kalsium-natrium-maqneziumlu sudur. "Qalaaltı" suyu "Naftusi" suyundan fərqlənmir. Sanatoriya 3 korpusdan, müalicə mərkəzindən, yeməkxana və kütləvi mədəni tədbirlərin keçirilməsi üçün mədəniyyət mərkəzindən ibarətdir.

Xəstələr yodlu-bromlu vannalar qəbul edir, fizioterapiya proseduraları aparılır, mədə-bağırsaq yuyulur, massaj edilir. "Qaranquş" sanatoriyasının profili həzm orqanları, böyrək və bununla bağlı sistemin müalicəsidir.

"Qaranquş" sanatoriyası 498 xəstə qəbul etmək imkanına malikdir. Hazırda sanatoriya il boyu fəaliyyət göstərməklə eyni vaxtda 100 xəstə qəbul etmək imkanına malikdir. Sanatoriyada son illərdə xidmətin səviyyəsi yüksəlmişdir. Sanatoriyanın ərazisində uzun illər istifadəsiz qalan 3 saylı yataq korpusunda aparılan yenidənqurma işlərinin nəticəsində müasir tələblərə cavab verən və 36 çarpayıdan ibarət yataq korpusu fəaliyyət göstərir [4].

"Şıx" sanatoriyası. "Şıx" sanatoriyası Bakıda, Xəzər dənizi sahilində yerləşir. "Kurort" Qapalı Səhmdar Cəmiyyətinin tabeliyindədir. Sanatoriya əsasən dayaq oynaq sistemi xəstəliklərinin müalicəsi üzrə ixtisaslaşmışdır. Hələ sabiq sovetlər vaxtında fəaliyyətə başlayan bu tibb ocağında indiyədək minlərlə insan şəfa tapmışdır. Müstəqilliyimizin ilk dövrlərində, yəni 1990-cı illərdə məlum səbəblər ucbatından milli səhiyyəmizin müvəqqəti tənəzzülə uğramasına baxmayaraq bu müəssisə dağılmadı və qısa zamanda bu sahədə dəyişikliklər baş verdi. Səhiyyə ocaqlarının əksəriyyəti, o cümlədən "Şıx" sanatoriyası ənənəsini qoruyub saxladı. "Şıx" sanatoriyasının yaranması XX əsrin ortalarına təsadüf edir və onun maraqlı tarixi vardır [5].

Sanatoriyada müxtəlif xəstəliklər üzrə müayinə və müalicə aparılır, ayrı-ayrı şöbələrdə həyata keçirilən ənənəvi və qeyri-ənənəvi müalicə üsulları, müasir avadanlıqlar, peşəkar mütəxəssislər, bacarıqlı həkimlər bura gələnlərə yüksək səviyyədə səhiyyə xidmətini təklif edir.

Sanatoriya ərazisində yerin 2 min metr dərinliyindən hidrogen-sulfidli termal isti su çıxır ki, onun da hərarəti 80 dərəcəyə yaxındır. Müalicə müddətində bir sıra müasir müayinə və müalicə metodlarından istifadə edilir. "Şıx" sanatoriyasında çıxan hidrogen-sulfidli su dünyada tanınan müalicəvi sulardandır, çünki onun tərkibində hidrogen-sulfiddən əlavə 50-dək kimyəvi element var. Eyni zamanda tərkibindəki neft maddələri də müalicəvi xüsusiyyətə malikdir. Müalicəvi sudan əsasən oynaq xəstəliklərində, osteoartrozlarda, osteoxandrozlarda, radikulitin xroniki formalarında istifadə olunur. Artridlərdə, əsəb sistemi və ginekoloji xəstəliklərdə də tətbiq edilir. Su müalicə yerlərində xəstələr hidrogen-sulfidli mineral vannalar qəbul edir, həmçinin, fizioterapiya, massaj, müalicə idmanı kabinetləri vardır. Sanatoriyanın profili hərəkət orqanları xəstəliklərinin müalicəsidir. Sanatoriyada kükürdlü termal mənbələrdən müalicə məqsədi üçün istifadə edilir. Şıx sanatoriyası il boyu fəaliyyət göstərir.

Sanatoriya 200 nəfərlik yerə malik olsa da, burada eyni vaxtda 100 xəstə qəbul etmək imkanı vardır. Sanatoriya əsaslı təmir olunmuş və müasir avadanlıqlarla təchiz edilmişdir. Burada yenidənqurma işləri aparılmış və yeni özəl müalicə kabinələri təşkil edilmişdir [5].

Suraxanı balneoloji kurort yeri mineral suları və müalicəvi palçıq mənbələri ilə ölkədə məşhurdur. Əsas müalicə vasitəsi sulfidli-xloridli-natriumlu mineral sulardır. Burada dayaq-hərəkət orqanlarının, periferik sinir sistemi, ginekoloji və s. xəstəliklərə tutulanlar müalicə olunur. "Suraxanı" tibbi bərpa mərkəzi 2014-cü ildə Abşeronun Suraxanı rayonu ərazisində yaradılmışdır. Burada müalicəvi - 2 kükürdlü suyu olan quyu vardır. Quyulardan su soyuq halda çıxır. Burada olan kükürdlü vannalar oynaq ağrılarında mühüm müalicəvi təsirə malikdir. Sanatoriya 14 çarpayıdan və ambulator xəstələr üçün istirahət otaqlarından ibarətdir[4]. Burada insanlar kükürdlü vannalardan əlavə, fizioterapiya, hirudoterapiya, refleksoterapiya, ozonoterapiya, zərbə-dalğa terapiyası, maqnitterapiya, balneoterapiya, palçıqla müalicə, vakum terapiya, naftalan aplikasiyası, parafin aplikasiyası xidmətlərindən istifadə edirlər. Suraxanı Tibbi Bərpa Mərkəzində zəlilər vasitəsilə aparılan hirudoterapiya yüksək müalicəvi xüsusiyyətə malik olmaqla həyata keçirilir. Zəli insult və infarkt xəstəliklərinin ən yaxşı profilaktik üsullarından biri sayılır.

"Suraxanı" Tibbi Bərpa Mərkəzində insanlara müalicəvi paketlər təqdim olunur. Bu paketlər 10 günlük olur və qiyməti 450 manata başa gəlir. Həmçinin həkim müayinəsinə əsasən pasientin sağlamlıq vəziyyətinə görə bəzi prosedurların sayını azaltmaq və ya artırmaq olur.

Qalaaltı kurort kompleksi. Qalaaltı kurortu Böyük Qafqazın şimal-şərq yamacında, sıx meşəliklər əhatəsində yerləşir. Əsas müalicə vasitəsi eyni adlı bulaqdan axan mineral sudur, azca neft və kükürd qazı qoxusu verir. Hidrokarbonatlı-kalsiumlu-maqneziumludur. Minerallaşma dərəcəsi təqribən 0,8 *q/l,* temperaturu 13°C-dir. Tərkibində həll olmuş üzvi maddələr (fenol, alifatik turşular, bitum və s.) və bir çox mikroelementlər vardır. Qalaaltıda qaraciyər, öd yollarının iltihabı və s. xəstəliklərə tutulanlar müalicə olunurlar. İqlim və landşaftın cəlbediciliyi funksional sinir xəstəliklərinin müalicəsinə yaxşı təsir göstərir.

Hazırda "Qalaaltı" sağlamlıq istirahət zonası yenidən qurulmuş, sanatoriyanın ərazisi genişləndirilmiş, müasir standartlara cavab verən "Qalaaltı Hotel SPA"-nın tikintisi aparılmışdır. Ölkənin turizm potensialına öz töhfəsini verən "Qalaaltı Hotel SPA" sağlamlıq-istirahət mərkəzi 7 hektar sahədə salınmış və 2014-cü ildə inşası tamamlanmışdır. Qalaaltı kurort müalicə kompleksində 240 nömrə vardır [11]. Hər tərəfdən meşə ilə əhatə olunmuşdur. Truskavetsə nisbətən Qalaaltıda şaxtalı və küləkli günlərin sayı azdır, eləcə də yağıntı 213mm, orta illik rütubət 6,7 faiz aşağıdır. Bunlar onu deməyə əsas verir ki, xəstələrin müalicəsi üçün "Qalaalti"nın iqlimi daha əlverişlidir.

"Yengicə" sağlamlıq və istirahət kompleksi. Kompleks Qəbələ rayonunda yerləşir və öz fəaliyyətinə 2008-ci ildən başlamışdır. Ümumi tutumu 50 çarpayı olan kompleks 21 termal sularla müalicə vannasından ibarətdir. Qeyd edək ki, əlavə olaraq 5 mərtəbədən ibarət 180 yerlik bina tikilmişdir [53]. Dəri, revmatizm, sümük və oynaq xəstəliklərinin müalicəsi "Yengicə" SPA kompleksində uğurla aparılır [13]. Müalicə-sağlamlıq mərkəzində kompleks xidmətlərin təklif

olunması, SPA və əlavə yerləşmə xidmətlərinin mövcudluğu onun cəlbediciliyini artırır. Bununla yanaşı Qəbələ rayonuna gələn kütləvi turist axınlarına qeyd olunan kompleks kurort xidmətlərinin təklif olunması sanatoriyanın əsas hədəfi sayılır.

İstisu "Fatimeyi-Zəhra" şəfa sanatoriyası. Masallı şəhərindən 13 km aralı məsafədə, Dəmbəlov dağının ətəyində, Viləş çayının sahilində yerləşir. Burada təbii halda çıxan isti suyun tərkibində hidrogen-sulfid, natrium-xlor kalsium, maqnezium-hidrokarbonat və hər litrində 30 mq yod var. Yerin çox dərin qatlarından 60 dərəcədən də yuxarı isti halda çıxan məhlul xəstəlikləri dərman maddələrindən istifadə etmədən sağaldır. İstisu "Fatimeyi-Zəhra" şəfa sanatoriyası hələ sovet dövründə müalicəvi mənbələri ilə tanınırdı. Sanatoriyada istifadə edilən mineral su revmatizm, dəri xəstəlikləri, böyrək, qaraciyər və öd kisəsi xəstəlikləri, qadın xəstəlikləri və s. müalicəsində yararlı sayılır. İstisu "Fatimeyi-Zəhra" şəfa sanatoriyasına Azərbaycan Respublikasının Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi tərəfindən lisenziya verilmişdir.

2008-ci ilin iyun ayında istifadəyə verilən "Duz-Dağ" Sanatoriya Kompleksində müayinə, müalicə və istirahət üçün hər cür şərait yaradılmışdır. Sanatoriya binası zirzəmi ilə birlikdə 7 mərtəbədən ibarətdir. Yeni təyinatlı səhiyyə-sağlamlıq müəssisəsində yerləşən 165 otaqda 287 nəfər üçün normal şərait yaradılmışdır. Bundan əlavə, hər biri iki otaqdan ibarət olan 7 kottec inşa olunmuşdur. 22 otaqdan ibarət iki mərtəbəli korpus isə müalicə şöbəsi üçün nəzərdə tutulmuşdur. Sanatoriya binasında üzgüçülük hovuzu, iclas zalı, sauna, idman zalı, tennis kortu, massaj otaqları və yeməkxana yerləşir. Təbii şəfa ocağı gün ərzində 250 xəstəni qəbul etmək imkanına malikdir [4].

"Darıdağ" balneoloji müalicəxanası. "Darıdağ" balneoloji müalicəxanası Culfa şəhərindən 8 km şimal-şərqdə Darıdağın ətəyində, okean səviyyəsindən 900 m yüksəklikdə, "Darıdağ" mineral su yatağı ərazisindədir. Bu ərazidə beş bulaqda ümumilikdə 32 mexaniki quyu vardır. Müalicəxana mineral su yatağının əsasında 1978-ci ildə yaradılmışdır. "Darıdağ" mineral suyu ilə müxtəlif ürək-damar sistemi xəstəlikləri, dayaq-hərəkət orqanları, periferik əsəb sistemi, dəri, ginekoloji və s. xəstələr vanna qəbul etməklə müalicə alir. Müalicəxanaya şəfa tapmaq üçün qonşu İran və Türkiyədən çoxlu sayda xəstələr gəlir. 1991-ci ildən Darıdağ balneoloji müalicəxanasında ödənişli formada xidmət göstərilir. Darıdağ Arsenli Su Müalicəxanası 2005-ci ildə müasir tələblərə uyğun yenidən qurularaq istifadəyə verilib. Həkim, müayinə otaqları və qapalı hovuzlardan ibarət olan müalicəxanada xəstələrin müayinəsi, müalicəsi və istirahəti üçün hərtərəfli şərait yaradılıb. Həkim və müayinə otaqları yeni mebel dəstləri ilə təchiz edilib, hovuzlarda döşəməyə mərmər plitələr düzülüb, havalandırma və işıqlandırma sistemləri quraşdırılıb.

Bu turizm növü məkanları müalicə ilə yanaşı, xüsusi qulluq və digər xidmətlər də təklif edir. Ümumiyyətlə, sağlamlıq üçün səyahət edən turistlər daha çox həftəsonları və digər vaxtlarda ölkə daxilində və ya xarici ölkələrdə xüsusi sağlamlıq kursları keçməyə və yaxud müxtəlif təbii üsullarla

müalicələr almağa üstünlük verirlər. Beynəlxalq miqyasda kurort-müalicə mərkəzləri geniş xidmətlər təklif edən yerləşmə, sağlamlıq, istirahət məkanı kimi səciyyələnir. Bu xidmətlər kurortların yeni texnologiyalardan istifadə etməsi, bəzilərinin kliniki turizm xidmətləri təklif etməsi, müalicə və sağlamlığın bərpasına yönəldilən kasmetoloji xidmətlər, qeyri-ənənəvi üsullarla sağlamlığın bərpasını qeyd etmək olar [3].

Nəticə. Ölkədə kurort-müalicəvi turizm sahəsində xidmətlərin yüksəldilməsi, beynəlxalq miqyasda rəqabət qabiliyyətinin artırılması üçün aşağıdakı xüsusiyyətləri qeyd etmək olar:

-Regionda kurort-müalicə turizmində xidmətlər təklif edən ən yaxın turizm destinasiyalarının formalaşması və onun rəqabət imkanlarının artmasına səbəb olmuşdur.

- Kurort xidmətləri üzrə müalicəvi sağlamlıq turizm paketlərinin hazırlanması və burada bütün əsas müalicə xidmətlərinin nəzərə alınması;
- Kurort-müalicə xidmətləri təklif edən destinasiyalarda turistlərin asudə vaxtının təşkili üçün müxtəlif müddətləri əhatə edən animasiya proqramlarının tərtibi;
- Balneloji, iqlim kurort resurslarının daha çox cəmləşdiyi ərazilərdə müalicə-sağlamlıq mərkəzlərinin təşkili.

Ədəbiyyat siyahısı:

1.“Azərbaycan kurortları” Dövlət Proqramı haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin sərəncamı. Azərbaycan Respublikasnın Qanunvericiliyi toplusu. II cild, Bakı: “Avrasiya press”, 2011.

2.“Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”. Azərbaycan Respublikasnın Qanunvericiliyi toplusu. XI cild, Bakı: “Avrasiya press”, 2017.

3.Dərgahov V.S., Kərimov R.N., Azərbaycanda kurort-müalicə turizmi:inkişaf tarixi, müasir vəziyyət, problemlər və respektivlər, BDU. AMEA,Coğrafiya İnstitutu. Azərbaycan Coğrafiya Cəmiyyətinin əsərləri. XVII cild. Bakı,2011, Səh. 182-191.

4. Soltanova H.B., Qasımov M.S., Ağasiyev Ə.R. Azərbaycanın kurort təsərrüfatı. Bakı 2017, 215 s.

5. “Kurort” Səhmdar Cəmiyyətinin 2010-2016-cı il hesabatları Bakı: 2016, 159 s.

6. Ветитнев А. М., Кусков А. С. Лечебный туризм, Москва: «Форум», 2010. 356 с.

7. Ветитнев А.М., Журавлева Л.Б. Курортное дело. Учебное пособие.- М.: КНОРУС, 2006, 528

8. Драчева, Е. Л. Специальные виды туризма. Лечебный туризм М. : КНОРУС, 2010. – 151 с.

9. http: //www.stat.gov.az/source/tourizm 2017

10. http:www.unwto.world tourism barometr 2016

11. http:www.qalaalti-hotel.az

Nailə ŞIXƏLİYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
nailashixali@gmail.com

Mədəniyyət və turizm : "Mədəni Turizm"

Culture and Tourism : "Cultural Tourism"

Культура, туризм : "Культурный туризм"

Xülasə : İnsan və məkan arasında müxtəlif əlaqələr quran coğrafiya, həm mədəniyyət, həm də turizm ilə sıx bağlıdır. Ətraf mühitin fərqlilikləri mədəniyyətlə yanaşı, cəmiyyət və ətraf mühitə də təsir edir və qarşılıqlı olaraq onların təsirinə məruz qalır. Fərqli mühitlərdə fərqli mədəniyyətlərin ortaya çıxması, mədəniyyətləri tanıma istəyini gündəmə gətirmiş və bu vəziyyət əylənmə-istirahət etmə tələbi ilə birlikdə turizmin inkişafi etməsinə, coğrafiya, mədəniyyət və turizm arasındakı münasibətin güclənməsinə səbəb olmuşdur.

Açar sözlər : *turizm, mədəniyyət, coğrafiya, mədəni turizm, milli-mədəni, turistlər, turist məhsulu*

Abstract : Geography explores human and nature relations from different perspectives, it is closely related to tourism and culture. Culture reflects differences in natural environment, it influences and is influenced by natural environment. As a result of occurrence of different cultures in different natural environments, people demand to experience in different cultural environments and this leads tourism development of recreational demand.

Key words : *tourism, culture, geography, cultural tourism, national-cultural, tourists, tourism product*

Резюме: География исследует перспективы человека и природы, она тесно связана с туризмом и культурой. Культура отражает различия в природной среде, и на нее влияет природная среда. В результате появления различных культур в разных природных условиях, люди хотят жить в непринужденной обстановке.

Ключевые слова: туризм, культура, география, культурный туризм, национально-культурные, туристы, туристический продукт.

Bu gün insanlar qədim mədəniyyətlərin izlərini görmək istəməklə yanaşı, öz mədəniyyətlərindən əlavə hal-hazırda dünyaya geniş şəkildə yayılmış olan yeni mədəni hadisələrə də maraq göstərməyə başlamışlar. Təbiətin şərtlərinə bağlı qalmadan turizmi bütün dünyaya yaymaq, turizmə bir dinamizm qazandırmaq ölkə mədəniyyətini yerli və xaricilərə tanıtmaq, qorumaq, keçmişə

və gələcəyə sahib çıxmaq üçün mədəni turizmin inkişaf etdirilməsi önəmli bir üstünlük əmələ gətirməkdədir. Dünyadakı turizm anlayışı dəyişməyə başlamış, təbiət ilə bütünləşmə, ölkələrin qədim mədəniyyətlərinin izlərini yerində görmə, həyat tərzləri, inancları, əl sənətkarlığı nümunələri, əyləncə növləri ilə tanış olmaq cəlbedicilik əldə etmişdir.

Mədəniyyət anlayışından istifadə antropoloqlar tərəfindən XIX əsrin sonlarında genişlənməyə başlamışdır. İlk dəfə bu anlayışı ingilis antropoloq Edvard Burnett Teylor söyləmişdir.Teylor mədəniyyəti insanın, cəmiyyətin bir üzvü olaraq qazandığı bilgi, inanc, sənət, hüquq, əxlaq, adət-ənənə, vərdişlərin məcmusu olaraq bildirmişdir.XX əsrin sonunda isə mədəni turizm kütləvi hal almağa başlamış, növbəti əsrə kimi daha da məhşurlaşmışdır

Mədəniyyət keçmiş nəsillərdən miras olaraq alınır, qorunur və sonrakı nəsillərə də miras olaraq ötürülür.1982-ci ildə UNESCO tərəfindən təşkil edilən "Dünya Mədəniyyətləri siyasəti" konfransında mədəniyyətin sadəcə incəsənət və ədəbiyyatdan ibarət olmadığını, eyni zamanda xalqların yaşam tərzlərini, insanın təməl haqlarını, dəyərlərini, adət-ənənələrini və inanclarını da əhatə edən anlayış kimi qələmə vermişlər.Mədəniyyət, doğru olsa da, olmasa da, keyfiyyət və fərqliliklə yanaşı, həm də turizm, ticarət və kütləviliklə də əlaqələndirilir. Burada mədəni turizmin qarşılıqlı bir münasibət əsasında qurulduğu, həm mədəniyyət, həm də turizm olmadan mövcud olmayacığı unudulmamalıdır.Mədəniyyət və turizm arasındakı münasibət; mədəniyyətin turizmə yol açması və turistlərin gedib gəzdikləri yerlərin mədəniyyətinə təsirləri müxtəlif formalarda özünü göstərir. Bu gün dünyada nəqliyyat sahəsində baş verən inkşaf və qloballaşma insanların fərqli mədəniyyətləri görmə, öyrənmə, tanıma marağını sürətləndirərək, mədəni turizmi əmələ gətirmişdir. Mədəni turizm festival, folklor, teatr, sərgilər kimi mədəni tədbirlərə qatılmaq, tarixi-mədəni yerləri və cəmiyyətlərin həyat tərzlərini görmək məqsədilə həyata keçirilən səfərlərdir.

Birləşmiş Millətlər Ümumdünya Turizm Təşkilatı bildirir ki, hazırda dünyada ən çox inkişaf etməkdə olan turizm növlərinin içərisində mədəni turizm birinci yerdədir. Mədəni turizm bir cəmiyyətin adətlərini, ənənələrini, mədəni ehtiyatlarını digər ölkələrin nümayəndələrinə təqdim etmək, göstərmək üçün ən böyük üstünlük kimi hesab olunur [1].

Mədəni turizmlə əlaqədar hazırda 500-dən çox açıqlama mövcuddur. Məsələn Romada bu turizm növü kənd təsərrüfatı ilə eyniləşdirilsə də, dünya ölkələri (əsasən də Avropa ölkələri), mədəni turizmdən külli miqdarda maddi vəsait əldə edərək, ölkələrə xarici valyuta axınını artırırlar.

Mədəni turizmin təməlini təşkil edən mədəni turizm ehtiyatları bir sıra amilləri özündə birləşdirir ki, misal olaraq, tarixi-memarlıq abidələri, mədəni irs nümunələri, arxeoloji abidələr, dini abidələr, mədəniyyət müəssisələri və muzeylər, arxitektur abidələr və müasir şəhərsalmaları göstərmək olar [3]. Mədəni turizmin bəzi xüsusiyyətləri vardır ki, müxtəlif mədəniyyətlərlə tanışlıq, xarici ölkələrdə keçirilən mədəni tədbirlərdə, folklor festivallarında iştirak etmək bunlardandır. Qeyd etdiyimiz xüsusiyyətlərdən əlavə, ona təsir edən amilləri də göstərə bilərik.

Mədəni turizmə təsir edən amillərə təbii-coğrafi, iqtisadi, sosial, siyasi, demoqrafik, texnoloji, ekoloji aid edilir.Mədəni turizm özündə bütün turizm növlərini birləşdirir, həmçinin dünya mədəniyyətləri haqqında məlumatların əldə olunması baxımından faydalı olmaqla yanaşı, dərketmə baxımından da bir turizm növü kimi məhşurdur.

Mədəni turizmin özəlliklərini sıralayıb, onu digər turizm növlərindən ayıran cəhətlərini aydınlaşdıraq :

Cədvəl 1.

Hər ölkənin mədəni dəyərləri özünəməxsusdur.
Maddi-mənəvi mədəni dəyərlər turizm vasitəsilə maddi dəyər qazanır.
Mədəni turizm ölkənin birbaşa və dolayı reklam vasitəsidir.
Mədəni turizmdə müvsümilik amili yoxdur. Turizmin zamana və məkana yayılmasında müsbət təsir göstərir.
Mədəni turizm yaxşı planlama, marketinq və təşkilatçılıq tələb edir.
Mədəni turizm, turizmdə tələb-təklif tənzimlənməsində mühüm gücə sahibdir.
Turist məhsulunda dünya markası yaratmada ən təsirli rolu mədəni qaynaqlar oynayır.

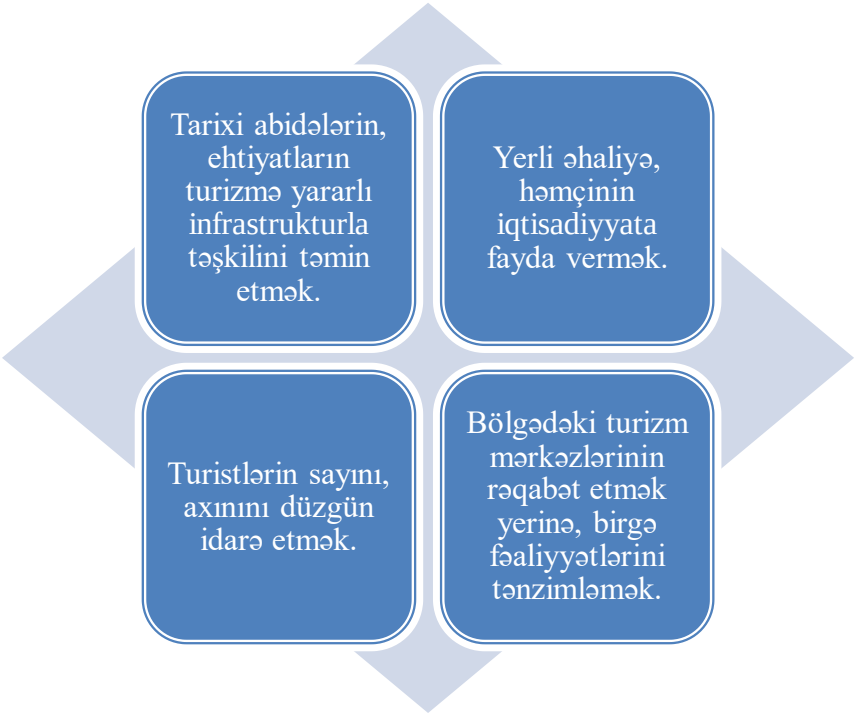
Son illərdə baş verən sosial dəyişikliklər, mədəni turizmin inkişafında önəmli rol oynayır. Hazırda geniş söylənilən fikirlər arasında modern həyat tərzinin insanın sadəcə gündəlik ehtiyaclarını ödədiyi və keçmişlə, qədim mədəniyyətlərlə bağlı təcrübələr qazandırmadığı yer alır. Buna görə də mədəni turizmə olan ehtiyac turistlərdə günü-gündən artmaqda davam edir.Mədəni turizm müasr dövrdə qloballaşma ilə yanaşı yenidən önəm və dəyər qazanmışdır. Mədəni turizmdəki məhsulların təməlini mədəni ehtiyatlar əmələ gətirir. Mədəni turizmin ehtiyatlarını qruplaşdırsaq, mədəniyyət və incəsənət nümunələri, tarixi və mədəni miraslar və bir ölkənin özünəməxsus nümunələri (sırf o ölkəyə məxsus) olmaqla üç əsas qrupa bölə bilərik. Avropa Turizm İnstitutu, mədəni turizmin bölgənin iqtisadiyyatı, cəmiyyəti və mədəniyyəti üçün əmələ gətirdiyi faydaları, həmçinin yaratdığı mənfi halları aşağıdakı kimi sıralanmışdır :

Cədvəl 2.

Müsbət cəhətlər :	**Mənfi cəhətlər :**
Bölgəyə özəl təbii və mədəni mirasın, adətlərin mədəni turizm qaynağı olaraq istifadəsinə zəmin yaradır.	Kütləvi tələblər bölgəyə həddindən artıq axın yarad bilər ki, bu da mədəniyyət nümunələrinə, tarixi abidələrə güclü nəzarət edilməzsə, zərərli ola bilər.
Tələb müxtəlifliyi ilə yanaşı, yeni iş yerləri yaradır.	Güclü turist axınının olması bölgənin (ərazinin) ətraf mühitinin çirklənməsinə səbəb ola bilər.
Mədəni turizmə qatılanlar (turistlər) yüksək satınalma gücü səbəbilə bölgə üçün yüksək iqtisadi dəyər əmələ gətirir.	Bölgənin yerli əhalisi ilə bura gələn xarici turistlər arasında mentalitet fərqlilikləri səbəbilə bəzi münaqişələrin yaranması halları baş verə bilər.

Mədəni turizmin inkişafı məqsədilə bir düstür çıxarmalı olsaq, bunu "Mədəniyyətini və tarixi miraslarını qoru, ziyarətçilərinlə (turistlərlə) paylaş və turizmin iqtisadi faydalarından payını al!" kimi ifadə edə bilərik [5].Yuxarıda göstərdiyimiz düsturdan yola çıxaraq formalaşdıracağımız milli-mədəni turizm planlaması isə aşağıdakı qrafik əsasında işlənib hazırlanılmalıdır :

Şəkil 1.



Turizm üçün mədəni məhsul anlayışı vardır ki, bu məhsullar turistləri müxtəlif turizm destinasiyalarında maddi mədəniyyət nümunələrini, mədəni dəyərləri, milli-mədəni amilləri görmək üçün bu bölgəyə cəlb edir. Mədəni abidələr mədəni turizmin əsas bazasını təşkil edir və 2 əsas hissəyə bölünür : əsl mədəni abidələr və turistlər tərəfindən tələb edilən mədəni ehtiyatlar. Əsl mədəni abidələrə bölgənin mədəniyyətlə bağlı olan obyektləri, memarlığın, ədəbiyyatın, musiqi və incəsənətin

müxtəlif qolları, mədəni sənayedə olan mədəni məhsullar, məsələn, moda, kino, ərazidə məskunlaşan yerli sakinlərin həyat tərzləri və s. aiddir.Turistlər tərəfindən tələb edilən mədəni ehtiyatlara isə beynəlxalq, yerli, regional və ölkə əhəmiyyətli tarixi abidələri göstərə bilərik.Beynəlxalq əhəmiyyətli abidələrə misal olaraq, UNESCO-nun Tarixi Mədəni Abidələr Siyahısına daxil edilən abidələri, regional və ölkə əhəmiyyətli abidələrə ölkənin tarixini özündə əks etdirən, memarlıq üslubuna görə fərqlənən tarixi abidələri, yerli əhəmiyyətli abidələrə isə kurqanlar, yerli muzeylər və diyarşünaslıq qoruqları göstərilə bilər.

Mədəni turizmə aid olunan mədəni nümunələr istifadə edilə bilmə xüsusiyyətinə görə bir çox tədqiqatçılar tərəfindən bir neçə növə bölünür. Bu növlər irs turizmi, ekomədəniyyət turizmi, tematik turizm, kreativ turizm, art (incəsənət) turizm, hadisə turizmi, sərgi turizmi kimi səciyyələndirilir [3].

Mədəni turizmə qatılmaq istəyən hər bir turisti motivasiya edən müəyyən mədəni qaynaq və ehtiyatlar mövcuddur ki, onlar sırf bu amilləri araşdırıraraq mədəni turizm destinasiyasını səyahət edəcəkləri yer kimi özlərinə seçirlər. Mədəni turizm iştirakçılarının motivasiya vasitələrinə misal olaraq biz, nəsildən-nəslə keçən mirasları, memarlıq nümunələrini, tarixi hadisələr və məhşur insanlar, inanclar, sənaye və ticarət, qastronomik özəllikləri, incəsənət və digər mədəni fəaliyyətləri, tematik fəaliyyətləri və s. göstərə bilərik [4]:

Cədvəl 3.

Motivasiya amilləri :	**Nümunələr :**
Nəsidən-nəslə ötürülən milli miraslar.	Arxeoloji yerlər və muzeylər
Memari çoxçeşidli nümunələr.	Qədim tikinti qalıntılar, məhşur tarixi abidələr, tarixi kənd və qəsəbələr
Tarixi hadisələr və məhşur insanlar.	Dil, ədəbiyyat əsərləri
İnanclar.	Dini bayramlar, məscidlər, kilsələr
Sənaye və ticarət.	Mağazalar, bazarlar, alış-veriş mərkəzləri
Qastronomik özəlliklər.	Milli mətbəx nümunələri
İncəsənət nümunələri.	Teatr, filmlər, sərgilər, əl sənətkarlığı nümunələri, festivallar, qalereyalar, musiqi və rəqslər (folklor, modern)

Nəticə. Coğrafiya, mədəniyyət və turizm arasındakı münasibət olduqda güclüdür və bu münasibət mədəni turizm əmələ gətirir.Bir bölgəni digərlərindən fərqləndirən xüsusiyyətlərinin düzgün şəkildə təqdim olunmasının və hansılardan, nə formada yararlanıb, turizm məqsədli istifadə edilə biləcəyinin aydınlaşdırılmasında coğrafiya olduqca böyük rola sahibdir. Coğrafiyanın diqqətə alınmadığı, lakin turizmin canlandığı bölgələrdə yerli coğrafi özəlliklərin bütövlükdə gözardı edildiyi,

bu şəkildə bölgə xüsusiyyətlərinin və mədəniyyətinin eroziyaya uğradığı, istənilən nəticələrin alınmadığı görülmüşdür.

Bütün dünyada 3S turizmi hökmranlığı qorunsa da, son illərdə fərqli və yeni araşdırmalar gündəmə gəlir. Turizmin təməlini əmələ gətirən təbii və mədəni varlıqların yer üzündə dəyişik ətraf mühit, bölgə və ölkələrdə varlığı coğrafiya, mədəniyyət və turizmi bir araya gətirir və bu münasibət əsasında yeni turizm növləri yaranır. Yeni turizm növlərinin yaranması isə birbaşa olaraq turizm potensiallı ölkələrə turistlərin cəlb olunmasına, turizmin inkişafına gətirib çıxarır.

Ədəbiyyat siyahısı :

1. Bilalov B., "Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi", Bakı, 2006
2. Hüseynov İ., Əfəndiyeva N., "Turizmin əsasları", Bakı, 2007
3. İsmayılova E., "Tarixi və mədəni turizm", Bakı, 2017
4. Aksoy A., Enlil Z., "Kültürel Miras Yönetimi", Anadolu, 2017
5. Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel turizm, Gözde Emekli http://dergipark.gov.tr/download/article-file/56784

Tural HACIYEV

Azərbaycan Turizm və Menecment Universteti

turalhajiyev8@gmail.com

Özəl markaların (Private Label) inkşaf tendensiyaları

(UDC, M31)

Маркетинговые стратегии брендов Private Label

Private Label brands marketing strategies

Xülasə: Tədqiqatın əsas məqsədi; Qida sektorunda yer alan özəl markalı məhsullar və bu məhsulların Azərbaycan üçün önəmini göstərməkdədir. Tədqiqat işi, elmi abstraksiya və sistemli, statistik təhlil əsasına yerinə yetirilmişdir. Tədqiqatın nəticəsi olaraq, ölkəmizdə pərakəndəçilik üzrə olan boşluqlar və son dövrlərdə baş verən iqtisadi hadisələri nəzərə alsaq, pərakəndəçilərə düzgün strategiyaların seçilməsində köməkçi olacaqdır. Məqalənin əsas məqsədi məhz bu boşluqların ön plana çıxarılması və praktiki həllərin təklif edilməsidir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri, daha geniş araşdırma tələb edir. Tədqiqatın praktik əhəmiyyəti, satış sahəsində çalışan mütəxəssislərin elmi biliklərinin zənginləşməsində müsbər rol oynaya bilər. Tədqiqatın elmi yeniliyi və orijinallığı, pərakəndə sahəsi üzrə resurs qıtlığına dəstək olmasıdır.

Açar sözlər: pərakəndə, özəl marka, müştəri, ucuz, məhsul, market, məhsul kateqoriyası.

Резюме:В этой статье показано важность продукции частных марок в пищевой промышленности и их значение для Азербайджана. Исследования проводились на основе научной абстракции и систематического статистического анализа. В результате исследования, Принимая во внимание пробелы в розничной торговле и недавние экономические события в нашей стране, эта статья поможет розничным торговцам выбрать правильные стратегии.

Основная цель статьи - поставить эти пробелы на передний план и предложить практические решения. Ограничения исследований требуют более широкого исследования. Практическое значение исследования может сыграть положительную роль в обогащении научных знаний профессионалов, работающих в розничной торговле. Научные инновации и оригинальность исследования - поддержка дефицита ресурсов в розничном секторе.

Ключевые слова: розничная торговля, частный ярлык, клиент, дешевый продукт, рынок, категория продукта.

Abstract: This article shows the importance of private label products in the food industry and their importance for Azerbaijan. Research was carried out on the basis of scientific abstraction and systematic, statistical analysis. As a result of the research, The article will help the retailers to pick the right strategy considering the latest economic events and voids in the retail market of our country. The main purpose of the article is to put these gaps into the foreground and offer practical solutions. The practical importance of the research can play a positive role in enriching the scientific knowledge of professionals working in retail. Research restrictions require a wider research. Scientific innovation and originality of the research are the support of resource scarcity in the retail sector.

Key words: retail, private label, consumer, cheap, product, market, product category, service, store.

Giriş. Hazırki dövrdə satış sektorunda ciddi rəqabət yaşanmaqdadır. Ərazi, məhsul seçimi həmçinin müştərilərə göstərdikləri xidmətlər və qiymət alternativləri ilə rəqabət üstünlüyü əldə etməyə çalışan pərakəndəçilər, artıq yalnız özlərinə aid olan özəl markalı məhsullara da yönəlməkdədirlər. Pərakəndəçilərin özlərinə aid olan və sadəcə öz şəbəkələrində satışa təqdim etdikləri məhsullar özəl markalı məhsullar adlanır. Qeyd edək ki, bu cür məhsullar müxtəlif ölkələrdə müxtəlif terminlərlə adlandırılmaqdadır. (özəl marka, mağaza markası, market markası və.s.) Ölkəmizdə isə bu markalar əsasən özəl markalar olaraq tanınmaqdadır. Hər bir pərakəndəçi özəl markalarla birlikdə marketinq və istehsal xərclərini daha aşağı çəkərək bazar payını artırmaq haqqında düşünə bilər.

Ölkəmizdə pərakəndəçilər tərəfindən yaradılan özəl markalı məhsullarla bağlı resurs qıtlığını nəzərə alsaq bu məqalə bir çox pərakəndəçilərə istiqamət verə biləcək yazı olacaqdır.

1. Özəl markalar və üstünlükləri nədən ibarətdir

Özəl markalar müxtəlif pərakəndə şəbəkələrində istifadə olunan marka siyasətidir. Şirkətlər bu markalar vasitəsi ilə istehsal xəttini, məhsul keyfiyyətini, bazar qiymətini və pərakəndə satışlardakı intensivliyi nəzarətdə saxlayaraq daha sərfəli qiymətlərə məhsullar təqdim edirlər. Ümumiyyətlə özəl markalar adı altında satılan məhsullar digər qlobal markalara nisbətən 10-15% daha ucuz təklif olunurlar. Bunun əsas səbəbi isə reklam və marketinq xərclərini minimuma endirilərək məhsulun maya dəyərinin aşağı salınmasıdır ki, bu da özəl marka məhsullarının analoji məhsullara nisbətən bazara daha ucuz təqdim edilməsinə imkan yaradır. Bu mexanizm isə alıcı təbəqələrinə görə müəyyənləşdirilir. Bunun nəticəsi olaraq keyfiyyəti saxlamaqla alıcıların tələblərinə uyğun məhsullar satışa təqdim edilir.

Dünya bazarında da ölkəmizdə olduğu kimi özəl marka məhsullarına olan tələb artmaqdadır. Son illərdə bu artımın statistik göstəricisinin 17% təşkil etdiyi qeydə alınmışdır. Özəl markalar pərakəndəçilər üçün sadəcə rəqiblərə deyil, həmçinin istehsalçı firmaların tanınmış markalarına qarşı da rəqabət aparmağa imkan verir.

Özəl Markalar pərakəndəçilər və istehsalçılar üçün bir sıra üstün imkanlar yaratmaqdadırlar ki, bunları da aşağıdakılar olaraq göstərə bilərik;

Pərakəndəçilər üçün

- İstehsal xərclərinin olmaması
- Vasitəçilərin olmaması ilə məhsulun ucuz başa gəlməsi
- Reklam, mövqeləndirmə kimi marketinq xərclərinin daha səmərəli istifadə olunması
- Bazar qiymətlərinə təsir etmə imkanı
- Pərakəndəçinin gələcək üçün istehsal gücünün formalaşması və.s.

İstehsalçı müəsisə üçün müsbət tərəflər

- İri həcmli satışların gerçəkləşməsi
- İstehsal prosesinin davamlılığı
- İstehsal həcminin böyüməsi
- İstehsal xəttinin artırılma imkanları və.s.

Həmçinin bu cür məhsullar müştərilər üçün də əla seçimlər təklif etməkdədir. Belə ki, qiymətin əsas rol oynadığı bazarlarda özəl markalara olan tələb sürətlə artmaqdadır. Özəl markalı məhsulların istehsalı üçün pərakəndəçilər bir sıra vacib suallara cavab axtarmaqdadırlar. Aparılan araşdırmaya görə bu məhsulların əsas hədəf kütlələri qiymətə qarşı daha duyarlı, marka dəyərinə maraq göstərməyən və daha çox orta gəlirli insanlardır. Həmçinin digər bir araşdırmaya görə geniş tərkibli ailələr də bu cür məhsullara daha çox üstünlük verməkdədirlər. [1]

2.Özəl Markalar üzrə məhsul kateqoriyaları və statistik göstəricilər

Dünya pərakəndə şəbəkələri üzrə özəl markalı məhsulların payı nəzərə çarpacaq dərəcədə artmaqdadır. Belə ki, bu məhsulların inkişaf tendensiyasını ələ alsaq, 2002- ci il üçün bir sıra ölkələrdə özəl markaların bazar payı aşağıdakı cədvəldə göstərilmişdir. Qeyd edək ki, İsveçrə bazarında özəl markalar məhsul kateqoriyalarının 97%- ni təşkil edir. **Cədvəl 1.**

Ölkələr	Özəl markalı məhsulların bazar payı
ABŞ	15%
İngiltərə	40%
Belçika	40%
Almaniya	40%
İspaniya	40%
İsveçrə	54%
Türkiyə	13%

[2]

Bundan başqa bu ölkələrdə özəl markaların əsas məhsul kateqoriyaları süd və süd məhsulları, kağız, dondurulmuş məhsullar üzrə yer almaqdadır.

Araşdırmalara əsasən özəl markalı məhsullar hər məhsul kateqoriyası üzrə müxtəlif dərəcədə effektli olurlar. Məsələn, Amerika bazarında süd və süd məhsulları, dondurulmuş məhsullar özəl markaların əsas hədəf kateqoriyalarını təşkil etməkdədir. Bunun əksinə olaraq sağlamlıq və gözəllik sektoru üzrə hazırlanan özəl markalar alıcılar tərəfindən üstünlük verilməyən məhsul kateqoriyalarıdır ki, bunun da əsas səbəbləri məhsulun imici, tanınma dərəcəsinin daha az olmasıdır. Bundan başqa beynəlxalq təcrübələrdə yüksək riskli məhsul kateqoriyaları üzrə də özəl markalar istehsal edilməkdədir. [3]

Həmçinin Ailawadi və Keller tərəfindən aparılan digər bir araşdırmaya görə özəl markaların daha yüksək paya sahib olduğu məhsul kateqoriyalarında pərakəndəçilər qlobal markalara nisbətən daha çox mənfəət əldə etmə imkanına sahib olmaqdadırlar. Buna görə də özəl markalar effektiv olduğu məhsul kateqoriyaları üzrə daha az reklam kampaniyaları və təşviq vasitələrindən istifadə edən qlobal markalar qarşısında qiymət amilinin gətirdiyi üstünlüklə daha çox bazar payına yiyələnməkdədirlər. Göstərilənlərlə yanaşı özəl markalı məhsulların uğurlu ola bilməsinin ən əsas göstəricisi isə məhsulun istehlakçı qrupları tərəfindən qavranılan keyfiyyət səviyyəsidir. [4]

Özəl markalı məhsulların marketinq strategiyalarında digər önəmli faktorlardan biri də qiymət qoyma strategiyalarıdır. Sistemli olaraq yanaşsaq bu tip markalar əsasən aşağıdakı qiymətləndirmə strategiyalarına sahib olmaqdadırlar; [5]

- Normal qiymətləndirmə strategiyası, qlobal markalarla müqayisə aparmadan ənənəvi məhsul qiymətləndirmə növüdür.

- Yüksək qiymətləndirmə strategiyası, istehsal edilən özəl marka qlobal markalara nisbətən daha keyfiyyətli olduğu halda bu tip qiymətləndirmə metdodundan istifadə edilməkdədir. Bu zaman özəl markaların satış qiyməti qlobal markalardan daha yuxarı təyin edilir.

- Rəqabətcil qiymətləndirmə strategiyası, keyfiyyət göstəriciləri qlobal markalarla yaxın olduğu təqdirdə pərakəndəçilər özəl markaların qiymət aralığını həmin markalara yaxın bir yerdə qərarlaşdırmağa çalışırlar.

- Fərqli qiymətləndirmə strategiyası, daha çox alıcı kütləsi cəlb etmək məqsədi ilə pərakəndəçilər özəl markaların qiymətlərini qlobal markalarlara görə daha aşağı olaraq təyin edirlər. Bu zaman qarşıya çıxan əsas problem isə ucuz təklif edilən məhsulun müştəri beynində keyfiyyətsiz təəssürat yaratmasıdır.

- Aşağı qiymətləndirmə strategiyası, bu tip qiymətləndirmə strategiyası məhsulun istehsalı üçün çəkilən xərclərdən daha aşağı satılması ilə nəticələnməkdədir ki, bunun da əsas səbəbi özəl markalı məhsulların satış kuponları ilə birlikdə bazara təqdim edilməsidir.

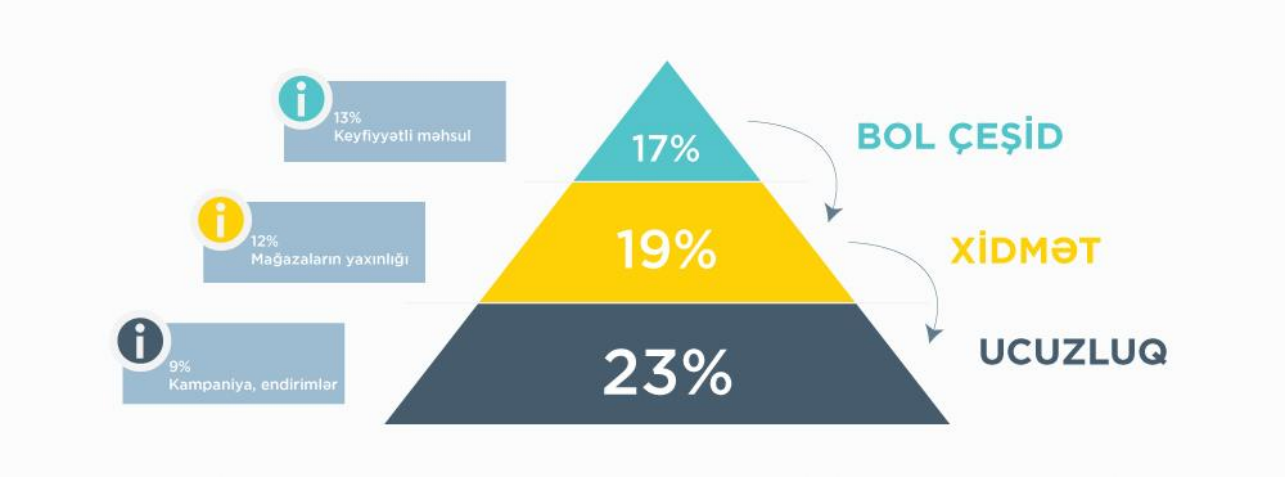
- Endirimli qiymətləndirmə strategiyası, məhsulun satışı zamanı eyni məhsulun ikincisinin pulsuz olaraq təklif edilməsidir.

3.Azərbaycan qida pərakəndəçiliyi sektorunda özəl markaların yeri

Son illər ərzində Azərbaycan pərakəndə bazarının vəziyyətinə diqqət etsək kiçik məhəllə mağazalarının sayında ciddi azalma, şəbəkə tipli mağazalar üzrə isə artım olduğu müşahidə edilməkdədir. Ölkəmizdə şəbəkə tipli mağazaların artan rəqabəti nəticəsində xüsusən də son dövrlərdə özəl markalara yönəlməsi açıq aydın nəzərə çarpmaqdadır.

Sosial şəbəkə üzrə tərəfimizdən aparılan kiçik həcmli ictimai sorğuya əsasən istehlakçıların alış-veriş zamanı əsas üstünlük verdiyi kriteriyalar arasında ucuz qiymət və keyfiyyət amillərinin yer alması milli bazar kontenti üzrə özəl markaların önəmini artırmaqdadır. (Qeyd, ictimai sorğuda 170 nəfər iştirak etmişdir ki, bunların da 104-ü kişi, 66-ı isə qadınlardan ibarət olmuşdur.) [6]

Şəkil 1.



Ümumi olaraq Azərbaycan pərakəndə bazarında özəl markaların yaranması prosesi 2010-cu illərdən etibarən pərakəndə şəbəkələrinin artan rəqabət mühitində daha çox bazar payı əldə etməyə çalışması ilə yaranmağa başlamışdır. Ölkəmizdə özəl markaların ən çox istifadə edilən kateqoriyaları qida, təmizlik, süd və süd məhsulları üzrədir. [7]

Hətta özəl markaların inkişafı bütün dünyada olduğu kimi bizdə də kəskin endirim bazarının yaranmasına gətirib çıxarmışdır.

Belə ki, 2016- cı ildə Azərbaycan bazarına daxil olan Oba marketlər şəbəkəsi əsasən özəl markaların satışını həyata keçirir. Məlumat üçün bildirək ki, Oba marketlər şəbəkəsi 700- ə qədər gündəlik tələbat məhsulunu müştərilərinə təqdim edir. [8] Həmçinin Al Marketlər şəbəkəsi də özəl marka ağırlıqlı məhsul kateqoriyalarına üstünlük verməkdədir.

Bundan başqa MASTERO, TAC, Günaydın, Hes kimi markalar da diskaunt şəbəkələrdə bazara təqdim olunan özəl marka məhsullarına nümunə olaraq göstərilə bilər.

Həmçinin NES markalı su və un məhsulları sadəcə Neptun marketlərində satılmaqdadır. [9] Bundan başqa Azərbaycan pərakəndə şəbəkəsinin əsas adlarından olan Bazarstore şəbəkəsi öz istehsal qrupu olan bu cür məhsullara "öz məhsullarımız" adını verməkdədir. Qeyd edək ki, Bazar, Bazar Home, Alfa, Life, Antique, Excellence kimi özəl markalar məhz Bazarstore supermarketlər şəbəkəsi tərəfindən satışa çıxarılan bu cür məhsul növlərinə aiddir və supermarket şöbələrində üstünlük verilən məhsullar siyahısındadırlar. [10]

Nəticə. İldən – ilə artan pərakəndəçi sayı və bununla bağlı olaraq rəqabətin artması, həmçinin müştərilərin daha ucuz lakin daha keyfiyyətli məhsullara üstünlük verməsi özəl markalı məhsulların önəmini daha da artırmaqdadır. Son dövrlərdə xüsusən də 2016- cı ildən etibarən diskaunt bazarının formalaşması ölkəmizdə pərakəndəçilərin özəl markalara yönəlməsinə təkan vermişdir. Göstərilən vəziyyətdə satış şəbəkələri daha üstün rəqabət mövqeyi əldə etmək üçün özəl markalı məhsullara yönəlməlidirlər. Pərakəndəçilər özəl markaların satışına başlamazdan əvvəl aşağıdakı addımları izləməli və prosesə nəzarət etməlidir;

- Hədəf kütləsinin təyin edilməsi
- Özəl markanın tətbiq olunacağı məhsul kateqoriyasının müəyyən edilməsi
- Qiymət strategiyasının təyin edilməsi
- Tətbiq olunacaq özəl markanın təşviq vasitələrinin müəyyən edilməsi

Ölkəmizdə son dövrlərdə baş verən devalvasiya prosesləri ümumi alıcı kütləsinin daha ucuz məhsullara yönəlməsinə gətirib çıxarmışdır ki, özəl markalar da bu şəraitdə satış şəbəkələrinə rəqabət üstünlüyü təmin edə biləcək əsas vasitələrdəndir. Bu səbəblə də pərakəndəçilər, qlobal markalarla keyfiyyət yarışına girə biləcək və bu markalardan daha ucuza təklif ediləcək özəl markalar yaradaraq ölkə iqtisadiyyatının inkişafına müsbət təkan vermə imkanına sahibdirlər.

Sonda qeyd edim ki, ölkəmizdə alıcı davranışlarının əsas hərəkətverici qüvvəsi qiymət olduğu üçün yaxın illər ərzində özəl markaların rəflərdə daha çox gözə çarpacağına əmin ola bilərik.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Kevin Lane Keller, “Understanding Retail Branding- Conseptual İnsights and Research Priorities”, Journal of Retailing s.336

2. Alan Dick, “How Consumers Evaluate Store Brands, Pricing Strategy and Practice”- s.8-20

Alan M. Field, “Rise of Private Labels”, Gulf Shipper s.10, Clare Nishikawa and Jane Perrin, “Private Labels Growth Global”, Consumer Insight s.24

3. Daniel A. Shenin, “Pricing Store Brands Across Categories and Retailers”, Journal of product and Brand Management

4. Cuma Akbay and Eugene Jones, “Food Consumption Behaviour of Socioeconomic Groups for Private Labels and National Brands”, Food Quality and Preference, İssue 16

5. Ronald W. Cotteril, “Assesing the Competitive İnteraction Between Private Labels and Natioan Brands” The Journal of Business, s.124-129

6. Pentaqram.com, http://pentaqram.com/perakende-oyunlari-2017/

7. Supermarketinq.net, http://supermarketinq.net/az/whats_it/?id=134

8. Obamarket.az, www.obamarket.az/ about

9. Neptun.az, http://neptun.az/aksiyalar/20170309114546246.html

10. Bazarstore.az, http://www.bazarstore.az/oz-mehsullarimiz

Gülər ƏLİYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
gulerchik@mail.ru

Классификация рекреационных ресурсов и их возможности использования для курортного туризма

Rekreasiya resurslarının təsnifatı və onların kurort turizmində istifadəsi üçün imkanları

Classification of recreational resources and opportunities their use for resort tourism

Резюме: В статье анализируется концепция рекреационных ресурсов, классификация, структура, теории в этой области, перспективы курортного туризма, а также показан распространение природных рекреационных ресурсов и территориальная организация в Азербайджане.

Ключевые слова: рекреация, аэротерапия, рекреационные ресурсы, бальнеология, минеральные воды, лечебно-оздоровительный туризм.

Xülasə : Məqalədə rekreasiya resurslarının konsepsiyası, təsnifatı, quruluşu, bu sahədəki nəzəriyyələr, kurort turizminin perspektivləri, həmçinin Azərbaycanda təbii rekreasiya resurslarının və ərazi təşkilatının yayılması təhlil edilir.

Açar sözlər : rekreasiya, aeroterapiya, rekreasiya resursları, balneologiya, mineral sular, mualicə-sağlamlıq turizmi.

Abstract : The article analyzes the concepts of recreational resources, classification, structure, theories in this area, the prospects of resort tourism as well as the distribution of natural recreational resources and territorial organization in Azerbaijan.

Key words : recreation, aerotherapy, recreational resources, balneology, mineral waters, medical and health tourism.

Рекреационные ресурсы оказывают влияние на территориальную организацию рекреационной деятельности, на формирование рекреационных районов и центров, на их специализацию и экономическую эффективность. Но это влияние не прямое. Оно опосредуется социально-экономическими факторами и, прежде всего, объемом и структурой рекреационных потребностей.

В качестве природных предпосылок рекреации выступают, прежде всего, природно-территориальные и аквальные комплексы различных рангов, их компоненты и отдельные свойства, в том числе такие, как аттрактивность, контрастность и ритм ландшафтов, возможность преодоления препятствий, географическая специфика, экзотичность, уникальность или, наоборот, типичность, размеры и формы природных объектов и их визуально-географическое положение.

Это значит, природные рекреационные ресурсы, с одной стороны, входят в состав природной среды в качестве ее компонентов (водные ресурсы – часть гидросферы, минеральные ресурсы – часть литосферы), с другой стороны они – составная часть социально-экономической жизни общества. При этом, природные тела, явления, процессы и отдельные элементы рельефа часто выступают то как условия рекреационной деятельности, то как ресурсы. Это имеет решающее значение для понимания механизма превращения природных условий в ресурсы[5].

Так, например, исходя из определения «природные ресурсы» вообще, говорить о климатических ресурсах в частности можно лишь в том случае, если известна продолжительность периода с комфортными для рекреационной деятельности погодными условиями, проявляющимися на конкретной площади. Только в этом случае мы можем считать, что перешли от понятия «климатические условия» рекреационной деятельности к понятию «рекреационно-климатические ресурсы». Например, морской пляж, не будучи предварительно исследован и оценен с точки зрения возможного его использования, является природным объектом, элементом ландшафта, одной из форм рельефа аккумулятивного берега. Но как только специалисты определили количество возможных посещений этого пляжа в течение летнего периода (число дней с температурой воды +17^{o}C и выше), данный пляж может рассматриваться как рекреационный ресурс.

Рекреационные ресурсы состоят из трех групп: А – интенсивно используемые, Б – экстенсивно используемые и В – неиспользуемые[7].

Появление у общества новых потребностей вызывает изменение структуры спроса на территорию, выдвигаются на передний план отрасли-лидеры, которые получают преимущественное право на «отбор» для себя ресурсов территории. Это может иметь место и тогда, когда пригодные для данного вида использования территории заняты другими угодьями. С такими явлениями приходится сталкиваться при рекреационном освоении территории, когда возникает необходимость сооружения учреждений отдыха на землях, занятых сельскохозяйственными и другими объектами. Изъятие их для функции оздоровления означает, что на какой-то момент сельскохозяйственные фонды (например, виноградники)

становятся рекреационными ресурсами территории, а после вложения новых средств и труда они переходят в категорию рекреационных фондов.

По определению, данному рекреационным ресурсам Т.В. Николаенко к ним относятся компоненты природной среды и феномены социокультурного характера, которые, благодаря определенным свойствам, могут быть использованы для организации рекреационной деятельности.

По мнению В.А. Квартальнова рекреационные ресурсы – часть туристских ресурсов, представляющая собой природные и антропогенные геосистемы, тела и явления природы, артефакты, которые обладают комфортными свойствами и потребительской стоимостью для рекреационной деятельности и могут быть использованы для организации отдыха и оздоровления определенного контингента людей в фиксированное время с помощью существующей технологии и имеющихся материальных возможностей[8].

Можно встретить и такое определение, где под рекреационными ресурсами понимается совокупность компонентов природных комплексов и объектов историко-культурного наследия, формирующих гармонию целостности ландшафта, прямое или опосредованное потребление которых оказывает благоприятное воздействие, способствует поддержанию и восстановлению физического и духовного здоровья человека.

Они обладают рядом свойств. *Во-первых,* они историчны, то есть могут видоизменяться по мере роста рекреационных потребностей, технико-экономических и социальных возможностей. Например, становятся рекреационными ресурсами (объектами туристского показа) болота, промышленные предприятия, старая техника и оборудование и др. *Во-вторых,* они территориальны, то есть занимают большие площади; отдых как социально-экономическое явление уже сейчас требует территорий, почти равных используемым сельским и лесным хозяйством. *В-третьих,* обладают организующей ролью, способствуя формированию особых рекреационных пунктов, районов и зон, имеющих ту или иную специализацию, набор рекреационных предприятий от туристских маршрутов[7].

Соответственно, выделяют 2 типа рекреационных ресурсов – природные и культурно-исторические.

Под природными рекреационными ресурсами понимаются природно-территориальные комплексы, их компоненты и свойства, такие как привлекательность (аттрактивность), контрастность и чередование ландшафтов, экзотичность, уникальность, размеры и формы объектов, возможность их обзора.

- *материальные* – все средства производства и материальные ценности общества (памятники истории и культуры, предприятия всех отраслей народного хозяйства), могущие удовлетворять познавательные потребности людей;
- *духовные* – достижения общества в государственно-общественной жизни, науке, культуре, искусстве.

Для рекреационных ресурсов характерна социокультурная пространственная и временная относительность, контрастность с привычной средой обитания человека и сочетание различных природных и культурных сред. Рекреационным ресурсом является чуть ли не любое место, отвечающее следующим двум критериям: 1) место отличается от привычной среды обитания человека; 2) место является сочетанием двух и более различных в природном отношении сред[8].

Статистически наиболее привлекательными являются краевые зоны, стык различных сред (вода – суша, лес – поляна, холм – равнина и т. п.). В идеале, наиболее привлекательны стыки предельного количества контрастных сред: горы + море + разнообразная культурная среда. Потребности социокультурного освоения территорий – это основная причина и фактор превращения совокупности тех или иных свойств территории в рекреационные ресурсы.

С емкостью природных ресурсов связано понятие «рекреационный потенциал». Рекреационный потенциал – отношение между фактической и предельно возможной численностью туристов, определяемой исходя из наличия рекреационных ресурсов. Можно также определить рекреационный потенциал как способность территории принять определенное (предельное) количество рекреантов, при котором не происходит нарушения состояния природного и экологического равновесия.

Из определения рекреационных ресурсов по И.В. Зорину и В.А. Квартальнову, во-первых, не ясно, почему они часть ресурсов туристских, что в них не входит, во-вторых, где в этом определении их важнейшая часть – культурно-исторические рекреационные ресурсы. По-видимому, авторы под рекреационными ресурсами понимают только природную составляющую. В этой же работе, поясняя понятие "ёмкость рекреационных ресурсов" (по сути природных!), рассматривается "нагрузка антропогенная". Нагрузка антропогенная не имеет норм, определяемых "в целях недопущения нарушения экологического состояния природной среды", т. к. это реальная нагрузка, которая может быть ниже, равна или быть больше предельно допустимой и называется она в туризме рекреационной нагрузкой (антропогенная нагрузка – нарушения природы при любой деятельности человека, не только рекреационной). Предельно допустимые рекреационные нагрузки не "определяются в соответствии с

законодательством Российской Федерации", т. к. они различны для каждого ландшафта, а имеющиеся нормативы касаются единичных случаев, например пляжей, природоохранных зон.

В настоящее время имеется необходимость составления территориальных балансов отдыха – современного и перспективного, с помощью матрицы, где по одной из осей расположены районы «потребления отдыха» с разбивкой внутри каждого района на возрастные и социальные группы населения, а по другой – районы «производства отдыха» с разбивкой на формы рекреации. Данная методика была разработана более 20 лет назад и на настоящий момент является актуальной и необходимой процедурой.

Туризм основан на целевом и разумном использовании туристских ресурсов. Суть туристских ресурсов – объекты туристского интереса, которые потенциально способны удовлетворять потребности людей, возникающие в процессе туризма. Там, где нет каких-либо туристских ресурсов – туризм не может быть в принципе. Отдельные туристские ресурсы предполагают лишь туризм в ограниченных масштабах, поскольку в данном случае посещение объектов туристского интереса может быть связан с опасностью для жизни человека, или этот интерес имеет кратковременный ресурс по каким-либо показателям, чаще всего временным.

Туристские ресурсы создают возможность расширения производства туристского продукта, определяемую активами, запасами, внутренними резервами туристской организации, а также природными и социальными условиями, в которых она действует – совокупностью природных, оздоровительных, культурных и иных ресурсов, способных удовлетворять различные запросы и потребности туристов. Туристские ресурсы доступны для ознакомления и использования независимо от формы собственности, если к тому нет наложенных в установленном законом порядке ограничений.

Туристские ресурсы количественно ограничены и качественно дифференцированы, следовательно, выступают как экономическое благо, как товар, требующий значительных затрат на воспроизводство. В экономическом плане туристские ресурсы выступают как факторы производства туристского продукта, так как их дифференциация порождает различия в результатах хозяйственного использования.

Существуют также и другие разновидности рекреационных и туристских ресурсов. В частности, выделим в своей работе такие виды ресурсов как природные лечебные и туристские информационные. *Природными лечебными ресурсами* являются рекреационные ресурсы, предназначенные для лечения и отдыха населения, относящиеся к особо охраняемым природным объектам и территориям, имеющим свои особенности в использовании и защите. *Туристские информационные ресурсы* представляют собой информацию о территории, ее

истории, культуре, природе и людях, полученную туристами непосредственно во время путешествия, в ходе подготовки к нему или по прошествии некоторого времени[1].

Однако для того, чтобы эти объекты были бы реально использованы в целях туризма, необходима надлежащая инфраструктура и индустрия туризма, которая обеспечит: доведение до туриста информации о данном туристском объекте, необходимой и достаточной для уверенной мотивации выбора путешествий именно в эту местность и к этому объекту; достаточно комфортную и безопасную доставку туриста к этой местности; размещение; питание; развлечение.

Под туристским впечатлением следует пониматькомплекс эмоций, в общем случае положительных, и душевного и физического состояния туриста,возникший или достигнутый им в результате потребления туристских услуг (работ), приобретения туристских товаров, потребления туристского продукта.

Туристское впечатление возникает при совершении экскурсии, посещении красивых природных ландшафтов, посещении аттракционов, ресторанов, проживании в отеле и др. Туристское впечатление о туристских ресурсах и туре в целом складывается из многих компонентов. Поскольку туризм, в основной своей направленности, предназначен для удовлетворения потребности человека в отдыхе и развлечении, то человек, покупающий туристские услуги, естественно планирует или подразумевает получение положительных эмоций в процессе познания, оздоровления, осуществления приключений и др.

Целостность понимается как взаимосвязь всех ресурсов: объектов питания, гостиничного хозяйства, транспорта и мн. др. *Емкость* туристских ресурсов заключается в возможности включать в себя ресурсы и других сфер экономики, не имеющих тесного контакта с туризмом. *Устойчивость* туристских ресурсов в масштабах национальной экономики означает ненарушение экономического баланса. То есть туристской индустрией используются те природные условия и ресурсы, которые остались невостребованными другими отраслями народного хозяйства, поэтому не происходит пересечения интересов. *Надежность* в туристской сфере определяется в первую очередь социально-политическими условиями. *Привлекательность* – основное свойство туристских ресурсов. Именно она делает объект предметом туристского показа. *Уникальность* туристского объекта может вызвать интерес человека, проживающего в любой точке земного шара, придает ему мировое значение, статус.

Существует три основных типа оценивания природных ресурсов: медико-биологический, психолого-эстетический и технологический.

Медико-биологический тип отражает воздействие природных факторов на организм человека, их комфортность. Ведущую роль при этом играет оценка рекреационных климатических ресурсов[4].

Под климатом понимают многолетний режим погоды, свойственный для данной местности. Его воздействие на человека может проявляться через конкретную погоду, под которой понимается комплекс взаимосвязанных и взаимообусловленных метеорологических явлений (состояние нижнего слоя тропосферы в данное время на определенной территории).

Особое внимание уделяется состоянию организма человека как ответной реакции на погодные условия. Климатологи и курортологи при оценке климата большое значение придают не только физическим сторонам погоды, но и ее эмоциональному фону.

Другой эффективный метод медико-биологической оценки климатических ресурсов – метод комплексной климатологии, исходит из влияния всего комплекса метеорологических условий на организм человека, в том числе "погоды суток", "погоды момента", контрастности смен погоды. Использование "погоды суток" мотивировано суточным ритмом функций организма человека, зависящих от суточного хода погоды.

Азербайджан считается территорией с природными ресурсами которая можна использоваться для целей восстановления, профилактики и лечения.Территория Азербайджана является одной из стран которая богатых курортами. Предприятия, предоставляющие отдых и лечение в таких районах, имеют все возможности (санатории, дома отдыха, школы-интернаты, бальнеологические и грязелечебницы, курортные поликлиники, реабилитационные центры и т. д.) для организации санитарно-защитных зон и другой курортной инфраструктуры.

Климатические условия республики очень разнообразны. Это разнообразие связано прежде всего с тем, что территория Азербайджана расположена в районе, где расположены мягкие и субтропические климатические зоны [2].

Климатическое районирование с курортных целей прежде всего рассматривается как естественный фактор влияющий на спа-процедуры и отдых. Поэтому географы часто предпочитают климатическое ландшафтное зонирование.

В целом климатическое лечение в стране имеет благоприятные природные условия для восстановления здоровья. Летний комфорт в горной и горной местности Шеки, Габалы, Шамахи, Исмаилли, Губы, Гусара, Гой-Гола, Гадабая, Товуза, Лерика, Шахбуза благоприятен и обогащен кислородом, позволяет организовать медицинский туризм.

Одним из основных лечебных факторов в санаторно-курортном комплексе являются бальнеологические ресурсы

Бальнеологические курорты в основном используются природными минеральными и термальными водами. В мире насчитывается восемь групп минеральной воды, каждая из которых имеет доступ к лечебным свойствам в Азербайджане [3].

Температура азербайджанской минеральной воды составляет 4-64^0 градусов. Источники минеральных вод, расположенные вблизи заснеженных Шахдаг, Халинаг, Туфандаг, имеют самые низкие температуры. Минеральные ресурсы более высокой температуры в Азербайджане - Готурсу, Донузутан в Масаллинском районе[3].

В нашей стране насчитывается более 1500 источников минерально-термической воды. Основные источники минеральной воды в нашей стране расположены в Гаджиганде, Истису, Туршсу, Шуше, Нафталане, Бадамли, Сирабе, Вайхире и других местах.

Источники минеральной воды сосредоточены в основном в горных районах. На Апшеронском полуострове также есть источники минеральной воды с множеством эффектов для здоровья. Их можно найти в минеральных водах Сураханского, Сабунчинского и Шихскогоноса..Источники минеральных вод, которые имеют много других ингредиентов с йодом, бром и терапевтические эффекты, превратили Абшерон в курортный город. В Мардакане, Бузовне, Шуваляне, Загульбе, Пиршаги и других уголках Апшерона есть много курортных санаториев на основе лечебных источников минеральной воды.

Как правило, происхождение и физико-химические свойства минеральных вод, способы их использования для целей лечения и профилактики внешнего и внутреннего применения, применения, медицинских инструкций и рекомендаций изучаются бальнеологией, частью медицины. Бальнеологические курорты используются для предотвращения различных заболеваний из природных и искусственных минеральных вод различного происхождения.

Бальнеология широко используется в грязи и масле для целей лечения.Грязевые вулканы можно найти во многих частях мира.Однако, 1/3 грязевых вулканов сосредоточено в 16 000 км2 в Азербайджане.

Вульканская грязь успешно используется при лечении ряда заболеваний - нервной системы, кожи и суставов. Следует отметить, что ни одна вулканическая грязь не используется в медицине.Использование вулканического грязи для терапевтических целей должно быть подтверждено в медицине. Лекарственная грязь в Азербайджане распространена в озёрах Боюкшор и Масазир в Абшероне. К сожалению, в стране нет отдельного спа-санатория и

санатории на основе этих лечебных грязей..Но во многих санаториях нашей страны это лекарство широко используется.

Одним из бальнеологических факторов в Азербайджане является нафталановая нефть. Нафталанское масло является одним из исключительных средств для лечения нервных, гинекологических, урологических и кожных заболеваний, в том числе заболеваний печени, суставов и мягких тканей, связанных с доспехами.Лекарственное масло извлекается из источников, расположенных в Нафталане.

Ниже перечислены некоторые из курортов, которые мы используем для лечения рекреационных ресурсов для целей медицинского туризма:

-Изучить механизм и причины нарушений здоровья на рекреационном уровне (психические и физические аномалии, синдром хронической усталости и т. д.);

-Разработка методов улучшения здоровья через климат, физическую, бальнеологию, психотерапию, питание и другие рекреационные и рекреационные объекты.;

-Развитие прогноза эффективности рекреации. Реформирование очень эффективно в улучшении здоровья в хорошем состоянии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Dərgahov V.S. Rekreasiya-turizm ehtiyatları, Bakı: MBM , 2008, 209 s.

2. Əyyubov Ə.C. Azərbaycan SSR-nin kurort və istirahət yerlərinin iqlimi. Bakı 1987, 93 s.

3. Soltanova H.B., Qasımov M.S., Ağasiyev Ə.R. Azərbaycanın kurort təsərrüfatı. Bakı 2017, 215 s.

4. Ветитнев А. М., Кусков А. С. Лечебный туризм, Москва: «Форум», 2010. 356 с.

5.Мироненко Н.С., Пирожник И.И., Твердохлебов И.Т. Теоретические основы рекреационного районирования, М.: 1989, 356 с.

6.Преображенский В.С., Квартальнов В.А. Основные концепции и модели рекреалогии./Теоретические проблемы рекреационной географии. М.: 1989, 324 с.

7.Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Рекреационная география. М.:2005, 503 с.