Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti

MÜASİR DÖVRDƏ EFFEKTİV İDARƏETMƏNİN PROBLEMLƏRİ

mövzusunda

X Respublika elmi-praktik konfransının

MATERİALLARI

Bakı şəhəri, 26 Noyabr 2025-ci il

TƏŞKİLAT KOMİTƏSİ

Sədr:
1. İlham İsa oğlu Mədətov- Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin rektoru;

Sədr müavinləri:

1. İranə Məmməd qızı Əliyeva, p.ü.e.d., prof. – ATMU-nun Elmi məsələlər üzrə prorektoru;
2. Zaur Siyavuş oğlu Bağırov, f.ü.e.d.,prof. – ATMU-nun Tədris işləri üzrə prorektoru;
3. Araz Azad oğlu Aslanlı – ATMU-nun strateji məsələlər üzrə prorektoru.

Üzvlər:

1. Məhərrəm Paşa oğlu Zülfüqarlı, t.ü.e.d., prof. – Humanitar və sosial elmlər kafedrasının professoru;
2. Bahadur Ənvər oğlu Bilalov, t.ü.f.d., dos. - Turizm və qonaqpərvərlik fakültəsinin dekanı;
3. Kənan Hüseyn oğlu Allahverdiyev, f.e.d., dos. – Sosial menecment fakültəsinin dekanı;
4. Vüqar Mehralı oğlu Nəzərov i.ü.f.d.,dos. – Biznes və menecment fakültəsinin (məktəbi) dekanı;
5. Nəsirulla Beytulla oğlu Nəsirli, f-r.e.n., dos. – Elmi tədqiqatlar və akademik təhsil mərkəzinin müdiri;
6. Əli Hamlet oğlu Musayev – Ümumi məsələlər üzrə rektor müşaviri;
7. Fərid İlham oğlu Cabbarlı – Təhsil məsələləri üzrə rektor müşaviri.

Redaksiya heyəti:

1. Azad Yəhya oğlu Məmmədov, fil.ü.e.d., prof. – İngilis dili kafedrasının professoru;
2. Minaxanım Rafiq qızı Əsədova, t.ü.e.d.,dos. – Humanitar və sosial elmlər kafedrasının professoru;
3. Rəna Polad qızı Sultanova, i.ü.e.d., prof. – İqtisadiyyat kafedrasının professoru;
4. Cənnətxan Əhməd oğlu Eyvazov, s.ü.f.d., dos. – Humanitar və sosial elmlər kafedrasının müdiri;
5. Novruz Əmirxan oğlu Quliyev, p.ü.f.d., dos. – Mehmanxana və restoran biznesi kafedrasının müdiri;
6. Hafiz Feyruz oğlu Hüseynov, f.ü.f.d., dos. – Turizm işi kafedrasının müdiri;
7. Günay Nizami qızı Qafarova, sən.ü.f.d., dos. – Humanitar və sosial elmlər kafedrasının dosenti;
8. Səkinə Abdurəhim qızı Hacıyeva, i.ü.f.d.,dos. - İqtisadiyyat kafedrasının müdiri;
9. Nazim Sədi oğlu Rüstəmov, f-r.e.n., dos. – Ümumi fənlər kafedrasının müdiri;

Mündəricat

Nəsirulla NƏSİRLİ
MÜASİR AZƏRBAYCANDA TURİZMİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ.....14

Məhərrəm ZÜLFÜQARLI
"SOSİAL BƏRABƏRLİK" İDEYASININ ANTİHUMANİST MAHİYYƏTİ.....22

BÖLMƏ 1.
TƏHSİL, MƏDƏNİYYƏT SAHƏLƏRİNDƏ İDARƏETMƏ: KORPORATİV İDARƏETMƏ VƏ HÜQUQİ MƏSƏLƏLƏR

Aynur HÜSEYNZADƏ
Bahadur BİLALOV
AZƏRBAYCANIN BÖYÜK İPƏK YOLU ÜZƏRİNDƏKİ TARİXİ-MƏDƏNİ ABİDƏLƏRİNİN TURİZM POTENSİALI.....26

Vüsalə MƏMMƏDZADƏ
DAĞLIQ QARABAĞIN İŞĞALI ZAMANI QANUNSUZ BƏRPA EDİLƏN VƏ SAXTALAŞDIRILAN ALBAN TARİXİ-MEMARLIQ ABİDƏLƏRİ.....33

Səbinə BABAYEVA
MUZEY VƏ SƏRGİLƏRDƏ HƏDƏF KÜTLƏLƏRLƏ İŞİN TƏŞKİLİ.....40

Firuzə RAŞOVA
MƏDƏNİYYƏTİN QORUNMASI VƏ İNKİŞAFINDA DÖVLƏT VƏ ÖZƏL SEKTORLARIN ROLU.....47

Ağanemət DAŞQINLI
AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA KEÇİRİLƏN BEYNƏLXALQ MİQYASLI TƏDBİRLƏRİN İQTİSADİ İNKİŞAFA TƏSİRİ.....53

Elnurə ƏLİYEVA
MƏDƏNİYYƏTİN İDARƏOLUNMASINDA EFFEKTİVLİK AMİLİ KİMİ MUZEY MENECMENTİ VƏ MARKETİNQİ.....60

Əli BABAYEV
İNNOVATİV SAHİBKARLIQ KLASTERLƏRİNİN MALİYYƏ MƏNBƏLƏRİ VƏ ONLARIN XÜSUSİYYƏTLƏRİ.....67

Nərmin HÜMBƏTZADƏ
AZƏRBAYCANDA ATƏŞGƏH ZƏRDÜŞTLİK RƏMZİ OLAN DİNİ MƏDƏNİ ABİDƏNİN ARAŞDIRILMA TARİXİ VƏ MÜASİR TURİZM SAHƏSİNDƏ YERİ.....72

Yunis BALAŞOV
İRƏVAN ŞƏHƏRİNİN TARİXİ VƏ MEMARLIQ ABİDƏLƏRİNİN TƏHLİLİ.....78

Emil ABDULLAYEV
MƏDƏNİ TURİZMİN İNKİŞAFINI ŞƏRTLƏNDİRƏN AMİLLƏR.....83

Xanımnənə XUDİYEVA
RƏQƏMSAL PLATFORMALARIN ƏDƏBİYYAT TƏDRİSİNDƏ PEDAQOJİ POTENSİALI VƏ MİLLİ DƏYƏRLƏRİN TƏBLİĞİ.....91

Rəhiməxanım HƏSƏNZADƏ
AZƏRBAYCANDA ELMİ TURİZMİN İNKİŞAFI VƏ ONA TƏSİR EDƏN AMİLLƏR.....96

Dilarə ƏHMƏDOVA
ƏLİNCƏ QALASININ TURİZM POTENSİALININ İDARƏ EDİLMƏSİNDƏ MÜASİR YANAŞMALAR VƏ DAYANIQLI İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ.....103

Elvin MƏLİKLİ
BAKIDA MÖVCUD OLAN DAHİ MUSİQİÇİLƏRİN EV MUZEYLƏRİ VƏ ONLARIN İNKİŞAF POTENSİALI.....111

Aytən ABBASOVA
MOLLA NƏSİRƏDDİN JURNALININ ƏDƏBİ-İCTİMAİ ƏHƏMİYYƏTİ.....116

Günel MİKAYILOVA
KƏLBƏCƏR RAYONUNDAKI ORTA ƏSR ALBAN QALASI – LEH VƏ ƏTRAFI.....124

Nurlan ABBASOV
MƏŞHUR TURİZM DESTİNASİYALARI.....127

Heydər SƏFƏROV
ŞAHBUZ RAYONUNDA TURİZMİN İNKİŞAFINI ŞƏRTLƏNDİRƏN AMİLLƏR.....132

Rəvan ZÜLFÜQAROV
ORDUBAD RAYONUNDA TURİZMİN İNKİŞAF İMKANLARI: TARİXİ-MƏDƏNİ POTENSİAL VƏ TƏBİİ RESURSLARIN ROLU.....137

Aysu TAHİROVA
TURİZM VƏ SAHİBKARLIĞIN SPESİFİK XÜSUSİYYƏTLƏRİ.....142

Jalə MURADOVA
"YAŞIL" İQTİSADİYYATA KEÇİD ŞƏRAİTİNDƏ TURİZMİN İNKİŞAF PROBLEMLƏRİ.....149

Gülyaz ALLAHVERDİYEVA
ALEKSANDR DÜMANIN YARADICILIQ İRSİ VƏ ONUN DÜNYA ƏDƏBİYYATINDA ROLU.....154

Qismət XASƏNMƏDOV
AZƏRBAYCANDA KƏND TURİZMİNİN İNKİŞAFINDA KORPORATİV İDARƏETMƏ MODELLƏRİNİN TƏTBİQİ İMKANLARI.....157

Nəcməddin ŞIXƏLİYEV
AZƏRBAYCAN MUZEYLƏRİNDƏ MÜASİR TİPLİ SƏRGİLƏRİN TƏŞKİLİ PRİNSİPİ.....162

Tofiq MƏMMƏDVƏLİYEV
AZƏRBAYCANDA MƏDƏNİ İRS OBYEKTLƏRİNİN EFFEKTİV İDARƏ EDİLMƏSİNDƏ HÜQUQİ-İNZİBATİ PROBLEMLƏR.....168

BÖLMƏ 2.
BEYNƏLXALQ MÜNASİBƏTLƏRİN İDARƏEDİLMƏSİNDƏ MİLLİ DƏYƏRLƏR

Nadir BƏDƏLOV
BEYNƏLXALQ MÜNASİBƏTLƏRİN İDARƏ EDİLMƏSİNDƏ MİLLİ DƏYƏRLƏRİN ROLU: NƏZƏRİ YANAŞMALAR VƏ STRATEJİ TƏSİRLƏR.....174

Sənubər CABBAROVA
AZƏRBAYCANIN QOŞULMAMA HƏRƏKATINDA SƏDRLİYİ: TARİXİ VƏ STRATEJİ ƏHƏMİYYƏTİ (2019-2023-CÜ İLLƏR).....180

Gülgün QULİYEVA
BEYNƏLXALQ MÜNASİBƏTLƏRİN İDARƏ OLUNMASINDA MİLLİ DƏYƏRLƏR.....184

Məhəbbət SEYİDOVA
MİLLİ DƏYƏRLƏRİN HƏRBİ GÜCƏ TƏSİRİ.....192

Nailə QASIMOVA
Zahid BÜNYADOV
MÜHARİBƏ VƏ MULTİKULTURAL DƏYƏRLƏR.....195

Elmar İSMAYILZADƏ
POST-MÜNAQİŞƏ İDARƏETMƏSİNDƏ BEYNƏLXALQ YARDIMLAR: BOSNİYA VƏ HERSEQOVİNA NÜMUNƏSİNDƏ SÜLH VƏ KORRUPSİYA PROBLEMLƏRİ.....199

Samir MƏMMƏDOV
AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA ALTERNATİV ENERJİ MƏNBƏLƏRİNİN TƏTBİQİNİN İQTİSADİ STİMULLAŞDILMASININ TƏMİN EDİLMƏSİNDƏ ÇƏTİNLİKLƏR.....203

Tural ƏLƏKBƏROV
SİYASİ LEGİTİMLİK İLƏ KONSTRUKTİVİST YANAŞMANIN QARŞILIQLI ƏLAQƏSİ: NƏZƏRİ TƏHLİL.....213

Elmin İSMAYILZADƏ
SƏRGİ VƏ KONQRES TURİZMİ – BEYNƏLXALQ TURİZMİN ƏSAS İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİNDƏN BİRİ KİMİ.....217

Nurlan İSAYEV
BEYNƏLXALQ ƏLAQƏLƏRİN TURİZMİN İNKİŞAFINA MƏNFİ TƏSİRLƏRİ.....223

Nigar RÜSTƏMZADƏ
BEYNƏLXALQ TƏDBİRLƏRİN TƏŞKİLİNDƏ MİLLİ DƏYƏRLƏRİN QORUNMASI VƏ HOTEL SEKTORUNDA ƏKS OLUNMASI.....227

Təbriz CƏFƏRQULİYEV
BEYNƏLXALQ TİCARƏT PROSESLƏRİ VƏ LOGİSTİK TƏNZİMLƏMƏ MEXANİZMLƏRİNİN İQTİSADİ İNKİŞAFA TƏSİRİ.....234

Rahidə ŞƏRİFOVA
CƏNUBİ KOREYANIN UZAQ ŞƏRQDƏKİ ROLU VƏ BEYNƏLXALQ ƏLAQƏLƏRİNİN ÖNƏMİ.....238

Nuranə ABBASOVA
RUSİYANIN CƏNUBİ QAFQAZDAKI DAİMİ MARAQLARI.....245

Aysel KƏRİMOVA
DİPLOMATİK DANIŞIQLAR VƏ ONLARIN İNKİŞAFI.....254

Ayla ƏHMƏDOVA
TÜRKİYƏ TƏCRÜBƏSİ ƏSASINDA AZƏRBAYCANDA KONFRANS TURİZMİNİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ.....263

Aytən SƏFƏROVA
AZƏRBAYCANIN BEYNƏLXALQ TURİZM BAZARINA İNTEQRASİYASI.....270

BÖLMƏ 3.
SOSİAL VƏ XİDMƏT SAHƏLƏRİNİN İDARƏEDİLMƏSİ

Hafiz HÜSEYNOV
İmmi HÜSEYNOVA
SOSİALYÖNÜMLÜ DÖVLƏTİN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ.....275

Aysel MƏMMƏDOVA
SƏHİYYƏ SİSTEMİNİN TƏŞKİLATİ MƏSƏLƏLƏRİ VƏ MÜASİR İNKİŞAF HƏDƏFLƏRİ.....279

Cavid MƏMMƏDOV
AZƏRBAYCANDA NƏQLİYYAT İNFRASTRUKTURUNUN TURİZMİN DAYANIQLI İNKİŞAFINDAKI ROLU.....285

Şahnaz BAXIŞOVA
MEHMANXANA MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ İNSAN RESURSLARININ İDARƏ EDİLMƏSİNİN OPTİMALLAŞDIRILMASI STRATEGİYALARI.....289

Ülkər HƏSƏNZADƏ
NAXÇIVANDA TURİZM İDARƏETMƏSİNDƏ İNNOVASİYALARIN ROLU VƏ PERSPEKTİVLƏRİ.....296

Fazil SEYİDLİ
TƏHSİLDƏ SÜNİ İNTELLEKT TƏTBİQLƏRİ: FƏRDİLƏŞDİRİLMİŞ ÖYRƏNMƏ VƏ ANALİTİK YANAŞMALAR.....301

Narxanım KAMİLOVA
TURİZMDƏ İNKLÜZİVLİYİN TƏMİNATININ SOSİAL-İQTİSADİ MÜHİTƏ TƏSİRİNİN ÜMUMİ TƏHLİLİ.....304

Mədinə QULİYEVA
DAYANIQLI TURİZM SFERASINDA İNNOVASİYALARIN ROLU.....310

Bahar TAĞIYEVA MƏMMƏDOVA
HEYDƏR ƏLİYEV MƏRKƏZİNDƏ SON 5 İLDƏ KEÇİRİLMİŞ BEYNƏLXALQ

SƏRGİLƏRİN XÜSUSİYYƏTLƏRİ.....314

Zəkayi ABBASZADƏ
TURİZMDƏ RƏQƏMSAL MARKETİNQ FƏALİYYƏTİ ZAMANI SÜNİ İNTELLEKTİN ROLU.....319

Firəngiz CƏFƏRZADƏ
AĞDAMIN TARİXİ-MEMARLIQ İRSİNİN TƏDQİQİ VƏ MƏDƏNİ ƏHƏMİYYƏTİ.....324

Mirkamil ƏLİYEV
AZƏRBAYCANDA SANATORİYA-KURORT MƏRKƏZLƏRİNİN İDARƏ OLUNMASININ MÜASİR PROBLEMLƏRİ VƏ İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ.....330

Kamal NOVRUZOV
TURİZMİN İNKİŞAFINDA SOSİAL MÜNASİBƏTLƏRİN ROLU.....333

Hüseyn TALIBOV
LERİK RAYONUNA TURLARIN TƏŞKİLİ.....337

Fərid KAZIMLI
AZƏRBAYCANDA QOLF TURİZM İMKANLARININ QİYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ.....343

Elvin MƏMMƏDSALAHOV
MÜHARİBƏLƏRİN TURİZM SEKTORUNA İQTİSADİ TƏSİRİ: REGİONAL VƏ QLOBAL PROBLEMLƏR.....347

Məryəmxanım CƏFƏRZADƏ
BAKI ŞƏHƏRİNİN MICE TURİZMİNDƏ REGİONAL LİDER KİMİ FORMALAŞMASI VƏ İQTİSADİ DİPLOMATİYADA ROLU.....353

Şəfiqə CƏLİLOVA
TURİZM VƏ REKREASİYA ZONALARININ YARADILMASI PROBLEMLƏRİ.....358

Leyla NURULLAZADƏ
XİDMƏT SAHƏLƏRİNDƏ DAYANIQLI TURİZM MODELLƏRİNİN TƏTBİQİ VƏ İDARƏ OLUNMASINDA PROBLEMLƏR.....362

Lalə ABBASZADƏ
NAXÇIVAN MUXTAR RESPUBLİKASINDA QIŞ TURİZMİNİN İNKİŞAFININ MÜASİR VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ.....366

Məlahət PİRİYEVA
AZƏRBAYCANDA SAĞLAMLIQ TURİZM POTENSİALININ TƏDQİQİ.....372

İlahə ƏFƏNDİYEVA
YERLİ VƏ XARİCİ TURİSTLƏR ÜÇÜN TURİSTİK TƏQVİMLƏRİN HAZIRLANMASININ SOSİAL-İQTİSADİ ƏHƏMİYYƏTİ.....379

Valeh VƏLİXANOV
AZƏRBAYCANDA ORNİTOLOJİ TURİZMİN MÖVCUD VƏZİYYƏTİNİN

QİYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ.....385

Məryəm YUSİFLİ
"TOVUZÇAY ƏTRAFI ƏRAZİLƏRDƏ SON TUNC DÖVRÜNƏ AİD QƏBİR ABİDƏLƏRİNİN TƏSNİFATI".....389

Ramazan ŞAHMƏMMƏDOV
TURİZMİN İNKİŞAFINDA YERLİ İDARƏETMƏNİN ROLU.....395

Araz KƏRİMLİ
AQROTURİZMİN İNKİŞAFI ÜÇÜN BEYNƏLXALQ QABAQCIL TƏCRÜBƏLƏRİN TƏTBİQİ.....400

Aysel YƏHYAYEVA
OTELÇİLİK SAHƏSİNDƏ BİZNESİNİN İDARƏEDİLMƏSİ.....406

Mirfatimə AĞAYEVA
TURİZMDƏ İNNOVASİYALAR VƏ İNFORMASİYA TEXNOLOGİYALARI İLƏ BAĞLI PROBLEMLƏR.....413

Samir MİRZƏYEV
HƏDDİNDƏN ARTIQ YÜKLƏNMƏNİN YARANMA SƏBƏBLƏRİ VƏ TƏKANVERİCİ AMİLLƏR.....417

Nərminə ŞABANOVA
TURİZM XİDMƏTLƏRİNİN TƏŞVİQİNDƏ İNNOVATİV YANAŞMALAR: 2024–2025-Cİ İLLƏR DÖVRÜ ÜÇÜN STRATEGİYALARIN AKTUALLAŞDIRILMASI.....424

Ayxan İSMAYILZADƏ
KƏND TƏSƏRRÜFATI İSTEHSALININ TƏNZİMLƏNMƏSİ METODLARI VƏ YOLLARI.....429

Aliyə QASIMLI
RƏQƏMSAL TRANSFORMASİYANIN MÜƏLLİM VƏ ŞAGİRD MÜNASİBƏTLƏRİNƏ TƏSİRİ.....436

Türkay ƏZİZOVA
QAÇQIN VƏ MƏCBURİ KÖÇKÜN OLAN ŞƏXSLƏRİN SOSİAL-İQTİSADİ RİFAHININ YÜKSƏLDİLMƏSİ İSTİQAMƏTİNDƏ DÖVLƏT SİYASƏTİ.....439

Gülər XƏLİLOVA
İDARƏETMƏDƏ İT-NİN TƏTBİQİ.....447

Fəridə SƏFƏROVA
LAYİHƏLƏRİN İDARƏEDİLMƏSİNDƏ KRİTİK XƏTT METODUNUN ƏHƏMİYYƏTİ VƏ MAHİYYƏTİ.....449

Vəfa ƏSGƏROVA
İNSAN RESURSLARININ PLANLAŞDIRILMASINDA VƏ TƏŞKİL EDİLMƏSİNDƏ YARANAN PROBLEMLƏR.....454

Sevda HÜSEYNLİ
İŞƏ QƏBUL ZAMANI YARANAN PROBLEMLƏR: MÜASİR ÇAĞIRIŞLAR VƏ HƏLL YOLLARI.....457

Alsu ƏLİYEVA
İNSAN RESURSLARINDA ADAPTASİYA PROSESİNİN TƏŞKİLATİ İDARƏETMƏDƏ STRATEJİ ROLU.....464

Sona CƏFƏROVA
İDARƏETMƏDƏ PSİXOLOJİ METODLARIN TƏTBİQİ VƏ TƏSİRİ: AZƏRBAYCAN NÜMUNƏSİ.....469

BÖLMƏ 4.
TURİZMDƏ QİDALANMA. QİDA MÜTƏXƏSSİSLƏRİNİN HAZIRLANMASI TƏCRÜBƏSİ

Çingiz ƏLİYEV
Hüseyn ABBASOV
KƏND TƏSƏRRÜFATINDA DAVAMLI İNKİŞAF VƏ MEYVƏ-TƏRƏVƏZ İSTEHSALINDA ÇAĞIRIŞLAR: QİDA TƏHLÜKƏSİZLİYİ KONTEKSİNDƏ YANAŞMA.....480

Çingiz ƏLİYEV
Yusif ZEYNALOV
Pakizə TANIRVERDİYEVA
Mədinə MUXTAROVA
TƏRƏVƏZ BİTKİSİ OLAN QULANÇARIN (ASPARAGUS L.) ŞİRƏSİNİN ALINMASI TEXNOLOGİYASININ İŞLƏNİLMƏSİ VƏ ONUN BİOKİMYƏVİ TƏRKİBİNİN ƏSASLANDIRILMASI.....485

Gülnar MƏMMƏDLİ
Elçin AĞAMMƏDOV
QİDA SƏNAYESİNDƏ EMAL PROSESLƏRİNİN OPTİMALLAŞDIRILMASI VƏ MƏHSUL KEYFİYYƏTİNƏ TƏSİRİ.....491

Fərid HÜSEYNZADƏ
QASTRONOMİYA TURİZMİ XİDMƏT SAHƏSİNİN İDARƏ EDİLMƏSİNDƏ MÜASİR PROBLEMLƏR.....498

Şəfa QƏHRƏMANOVA
TURŞ SÜD MƏHSULLARI.....502

Şahnigar İMAMƏLİYEVA MÜRSƏLOVA
QİDA MƏHSULLARININ DAŞINMASI VƏ SAXLANMASINA DAİR SANİTAR-GİGİYENİK TƏLƏBLƏR.....506

Zəhra QAFAROVA

MÜASİR DÖVRDƏ QİDA MƏHSULLARININ İNSAN HƏYATI ÜÇÜN TƏHLÜKƏSİZLİYİN TƏMİN EDİLMƏSİ.....509

Aytəkin PƏNAHOVA
İzzət AĞAYEV
ETİBARLI ƏRZAQ TƏMİNATI: PROBLEMLƏR, XÜSUSİYYƏTLƏR VƏ İDARƏETMƏ STRATEGİYALARI.....514

Elşad QƏRİBOV
HAZIR QİDA MƏHSULLARI TƏHLÜKƏSİZLİYİ SAHƏSİNDƏ MOBİL TƏTBİQLƏRİN YARADILMASI VƏ TƏTBİQ EDİLMƏSİ.....519

Əlibala OCAQQULİYEV
AZƏRBAYCANDA ƏRZAQ İSRAFÇILIĞI İLƏ MÜBARİZƏ STRATEGİYASININ TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ VƏ BEYNƏLXALQ TƏCRÜBƏNİN TƏTBİQİ.....526

BÖLMƏ 5.
TURİZMDƏ DİL PROBLEMLƏRİ

Əzizə MƏMMƏDOVA
AZƏRBAYCANIN MUZEY EKSPONATLARININ İNGİLİS DİLİNƏ TƏRCÜMƏSİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ.....534

Nisə QULUZADƏ
ÖLKƏ, ŞƏHƏR VƏ TƏŞKİLAT ADLARININ TURİZMDƏ MƏDƏNİYYƏT TƏMSİLÇİSİ KİMİ ROLUNUN TƏDQİQİ.....539

Leyla ƏLİZADƏ
QLOBALLAŞMA DÖVRÜNDƏ TURİZM SAHƏSİNDƏ RAST GƏLİNƏN SÖZ VƏ İFADƏLƏRİN ETİMOLOJİ 29 CƏHƏTDƏN SEMANTİK TƏDQİQİ VƏ TƏRCÜMƏSİ PRİNSİPLƏRİ.....543

Aybəniz QAZIBƏYOVA
RƏSMİ TURİZM İNTERNET SAYTLARINDA İSTİFADƏ OLUNAN TERMİNLƏRİN AZƏRBAYCAN DİLİNƏ TƏRCÜMƏ ÜSULLARI VƏ BUNUNLA BAĞLI PROBLEMLƏR.....548

Samirə ƏMİROVA
AZƏRBAYCAN VƏ İNGİLİS DİLLƏRİNDƏ ÇOX KOMPONENTLİ MARKETİNQ TERMİNLƏRİNİN FUNKSİONAL XARAKTERİSTİKASI.....553

Mehriban ALLAHQULUYEVA
TURİZM SAHƏSİ ÜZRƏ KADR HAZIRLIĞINDA MİLLİ İDENTİKLİK VƏ ƏDƏBİYYAT MƏSƏLƏLƏRİ: TURİZMDƏ DİLLƏRİN ROLU.....560

Ülviyyə BAXŞƏLİYEVA
TURİZM SAHƏSİ ÜZRƏ MÜTƏXƏSSİSLƏRDƏ DİL BACARIQLARININ FORMALAŞMASI: RUS DİLİ MƏRKƏZDƏ.....564

Təranə KAZIMOVA
MÜASİR RUS DİLİNDƏ “РОДИНА (VƏTƏN)” KONSEPTİNİN VERBALLAŞMA XÜSUSİYYƏTLƏRİ.....573

Xəyyam ABBASOV
SİNTAKTİK ÜSUL İLƏ YARANAN AZƏRBAYCAN MƏNŞƏLİ TURİZM-HOTELÇİLİK TERMİNLƏRİ.....576

İrina UÇAYKİNA
İNGİLİS DİLİNİ ÖYRƏNMƏK ÜÇÜN MOTİVASİYANIN ARTILIRMASI VASİTƏSİ KİMİ LİNQVİSTİK VƏ MƏDƏNİ MATERİAL.....580

Aidə ŞƏBİYEVA
İNGİLİS DİLİNDƏ İNKARLIQ BİLDİRƏN PREFİKSLƏRİN LEKSİK SEMANTİK TƏHLİLİ.....586

Məhbubə UMUDOVA
İNGİLİS DİLİNİN TƏDRİSİNDƏ SOSİAL MEDİADAN İSTİFADƏ ÜSULLARININ TƏDQİQİ.....589

İlahə BAĞIROVA
BEYNƏLXALQ MÜNASIBƏTLƏR (IR) TERMİNOLOJİ SİSTEMİNDƏ TERMİN ƏMƏLƏ GƏLMƏSİ.....597

Almaz ZÖHRABOVA
TURİZM BƏLƏDÇİLƏRİNİN MƏDƏNİ NİTQİNİN FORMALAŞDIRILMASI YOLLARI.....600

Mirəsgər AĞALAROV
TURİZMİN İNKİŞAFI İLƏ BAĞLI DİLLƏRİN ÖYRƏNİLMƏSİNƏ ARTAN MÜNASİBƏTİN TƏDQİQİ.....606

Tərgül ƏLİZADƏ
BREXIT METAFORALARININ BREXİT PROSESİNƏ TƏSİRİ.....611

Röya KƏLƏŞOVA
İELTS PROQRAMININ TƏDRİSİNDƏ OXU BACARIQLARININ İNKİŞAF ETDİRİLMƏSİ ÜSULLARININ TƏDQİQİ.....616

Ülkər QURBANOVA
İNGİLİS DİLİNİN TƏDRİSİNDƏ MÜASİR TƏLİM TEXNOLOGİYALARININ TƏDQİQİ.....621

Aytən MAHMUDOVA
TURİZM MATERİALLARINDA FRAZEOLOJİ BİRLƏŞMƏLƏRİN TƏRCÜMƏSİNDƏ MƏNANIN SAXLANILMASI VARİANTLARININ TƏDQİQİ.....626

Aynur NİFTƏLİYEVA
TURİZM TERMİNLƏRİNİN ALMAN DİLİNDƏ QARŞILIĞI VƏ LİNQVİSTİK TƏHLİLİ.....631

Günel HƏBİBOVA

TURİZM SEKTORUNDA MƏDƏNİ NİTQ VƏ ÜNSİYYƏTİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ..... 638

Kazım QULİYEV
TURİZM TERMİNLƏRİNİN SİNXRON TƏRCÜMƏSİ ZAMANI TƏRCÜMƏÇİNİN ÜZLƏŞDİYİ ÇƏTİNLİKLƏR VƏ ONLARIN HƏLLİ YOLLARI..... 643

Aynur HÜSEYNOVA
ŞİFAHİ NİTQ BACARIQLARININ FORMALAŞDIRILMASI ÜSULLARI..... 647

Günay MİRZƏYEVA
TURİZM SAHƏSİNƏ AİD OLAN SÖZLƏRİN MƏCAZLAŞMASI..... 654

İlham MƏDƏTOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin rektoru

Hörmətli konfrans iştirakçıları!

Hər birinizi Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetində keçirilən "Müasir dövrdə effektiv idarəetmənin problemləri" mövzusunda X Respublika Elmi-Praktik Konfransında səmimi qəlbdən salamlayır və konfransın işinə uğurlar arzulayıram.

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti olaraq biz idarəetmə elminin müasir çağırışlara cavab verən tədqiqatlarla zənginləşdirilməsinə daim xüsusi diqqət yetiririk. Tədqiqat mədəniyyətinin gücləndirilməsi, bu istiqamətdə beynəlxalq təcrübənin öyrənilməsi və tətbiqi universitetimizin strateji prioritetləri sırasındadır. Əminik ki, bu konfrans çərçivəsində təqdim olunacaq elmi məruzələr, panel müzakirələr və fikir mübadiləsi idarəetmə nəzəriyyəsi və praktikasının inkişafına yeni impuls verəcəkdir.

Müasir dünyanın dinamikliyi, sürətlə dəyişən sosial-iqtisadi proseslər, rəqəmsal transformasiyanın qloballaşması və idarəetmə sistemlərinin daim yenilənməsi zərurəti qarşısında biz elmi bazanın möhkəmləndirilməsinin hər zamankından daha vacib olduğunu görürük. Effektiv idarəetmə anlayışı artıq yalnız ənənəvi idarəçilik çərçivələri ilə məhdudlaşmır, bu anlayış çeviklik, innovativlik, analitik düşüncə, strateji yanaşma və müasir texnologiyaların inteqrasiyası kimi çoxqatlı elementləri özündə birləşdirən geniş bir sistemə çevrilmişdir.

Bu istiqamət üzrə universitetimizdə X Respublika Elmi-Praktik Konfransının keçirilməsi təkcə ardıcıllığın göstəricisi deyil, bu, eyni zamanda universitetimizdə idarəetmə elminə olan marağın, akademik müzakirələrin dərinləşməsinin və yeni elmi istiqamətlərin formalaşmasının bariz nümunəsidir. Məhz bu səbəbdən bu tədbirin hər yeni buraxılışı universitetimizin elmi ictimaiyyəti üçün vacib bir platformaya çevrilmiş, müxtəlif sahələri təmsil edən tədqiqatçı və praktiki mütəxəssislərin ideya mübadiləsi üçün geniş imkanlar yaratmışdır.

Hörmətli iştirakçılar konfransın mövzusunun aktual olmasının əsas səbəblərindən biri də cəmiyyətimizin bütün sahələrində səmərəli idarəetmə mexanizmlərinə artan ehtiyacdır. Dövlət idarəçiliyindən biznes sektoruna, turizm sənayesindən təhsil sisteminə qədər hər bir fəaliyyət sahəsində qərar qəbul etmənin elmi əsaslara söykənməsi, davamlı inkişaf yanaşmalarının tətbiqi və resursların rasional idarəsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu baxımdan, müasir texnologiyaların tətbiqi, rəqəmsallaşma, yüksək ixtisaslı mütəxəssislərin yetişdirilməsi və idarəetmədə innovativ metodlardan istifadə artıq zərurətə çevrilmişdir.

Konfrans "Təhsil, mədəniyyət sahələrində idarəetmə: Korporativ idarəetmə və hüquqi məsələlər", "Beynəlxalq münasibətlərin idarə edilməsində milli dəyərlər", "Sosial və xidmət sahələrinin idarə edilməsinin müasir problemləri", "Turizmdə qidalanma. Qida mütəxəssislərinin hazırlanması təcrübəsi", "Turizmdə dil porblemləri" adlı bölmələr üzrə dinləmələr həyata keçirərək, işini davam etdirəcəkdir.

Bugünkü tədbir bizə həm nəzəri biliklərimizi genişləndirmək, həm də mövcud problemlərin praktiki həll yollarını birgə müzakirə etmək imkanı yaradır. Əminəm ki, dəyərli alimlərimizin və tədqiqatçılarımızın təqdim edəcəyi elmi nəticələr ölkəmizin idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsində faydalı ola biləcək yeni təkliflər formalaşdıracaq və "Müasir dövrdə effektiv idarəetmənin problemləri" istiqamətində qarşıya qoyulan bir sıra məsələlərin uğurlu həllinə müsbət təsir göstərəcəkdir.

Diqqətinizə görə təşəkkür edirəm!

Nəsirulla NƏSİRLİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
fizika-riyaziyyat elmləri namizədi, dosent
n.nasirli@atmu.edu.az

MÜASİR AZƏRBAYCANDA TURİZMİN İNKİŞAF PERESPEKTİVLƏRİ

Xülasə: *Bu məqalədə müasir Azərbaycanda turizmin inkişaf perspektivləri, dövlət siyasəti və strateji prioritetlər təhlil edilir. Turizm sektorunun qeyri-neft iqtisadiyyatının əsas istiqamətlərindən biri kimi formalaşması, qəbul edilmiş dövlət proqramları və strateji yol xəritələri kontekstində araşdırılır. Məqalədə Azərbaycanın zəngin tarixi-mədəni irsi, o cümlədən İçərişəhər və Qobustan Dövlət Tarixi-Bədii Qoruğu kimi beynəlxalq əhəmiyyətli abidələrin turizm potensialı xüsusi vurğulanır. Eyni zamanda Şahdağ Turizm Mərkəzi kimi müasir turizm infrastrukturu layihələrinin mövsümiliyin aradan qaldırılmasında rolu qeyd olunur.*

Pandemiyadan sonrakı dövrdə turizm sektorunun bərpası, turist axınının artım dinamikası, regionlarda məşğulluğun yüksəlməsi və azad edilmiş ərazilərdə turizm imkanlarının genişləndirilməsi əsas perspektiv istiqamətlər kimi təqdim edilir. Məqalədə həmçinin kənd, ekoloji, sağlamlıq, qış və mədəni turizmin inkişaf potensialı təhlil olunur və dayanıqlı turizm modelinin formalaşdırılmasının əhəmiyyəti vurğulanır.

Açar sözlər*: Turizm; qeyri-neft sektoru; dayanıqlı inkişaf; turizm strategiyası; mədəni irs; kənd turizmi; qış turizmi; sağlamlıq turizmi; rəqəmsallaşma; regional inkişaf; Şahdağ Turizm Mərkəzi; İçərişəhər.*

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN MODERN AZERBAIJAN

Abstract: *This article examines the development prospects of tourism in modern Azerbaijan, focusing on state policy, strategic priorities, and economic diversification. Tourism is analyzed as one of the leading sectors of the non-oil economy. Special emphasis is placed on Azerbaijan's rich historical and cultural heritage, including internationally recognized sites such as Icherisheher and Gobustan State Historical and Artistic Reserve.*

The role of modern tourism infrastructure, particularly the Shahdag Tourism Center, is highlighted in addressing seasonality and promoting winter tourism. The paper also discusses the post-pandemic recovery of the tourism sector, increasing tourist arrivals, regional employment growth, and the tourism potential of the liberated territories. The study concludes that sustainable, competitive, and innovation-driven tourism development is essential for strengthening Azerbaijan's position in the global tourism market.

Keywords: *Tourism; non-oil sector; sustainable development; tourism strategy; cultural heritage; rural tourism; winter tourism; medical tourism; digitalization; regional development; Shahdag Tourism Center; Icherisheher.*

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННОМ АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Резюме: *В статье рассматриваются перспективы развития туризма в современном Азербайджане, государственная политика и стратегические приоритеты в данной сфере. Туризм анализируется как одно из ключевых направлений диверсификации ненефтяного сектора экономики. Особое внимание уделяется богатому историко-культурному наследию страны, включая такие объекты*

международного значения, как Ичеришехер и Гобустанский государственный историко-художественный заповедник.

Подчеркивается роль современных туристических комплексов, таких как Шахдагский туристический центр, в развитии зимнего туризма и снижении сезонности. Анализируются последствия пандемии, динамика восстановления туристического потока, рост занятости в регионах, а также туристический потенциал освобожденных территорий. Делается вывод о необходимости формирования устойчивой, конкурентоспособной и инновационной модели развития туризма.

Ключевые слова: *Туризм; ненефтяной сектор; устойчивое развитие; туристическая стратегия; культурное наследие; сельский туризм; зимний туризм; медицинский туризм; цифровизация; региональное развитие; Шахдагский туристический центр; Ичеришехер.*

GİRİŞ

Azərbaycanda turizm sahəsində böyük işlər həyata kecirilir. Dövlət orqanları və özəl sektorun birgə əməkdaşlığı sayəsində, turizm sektorunu daha da inkişaf etdirmək üçün səylər göstərilir. Bu məqsədlə, Azərbaycanın turizm bazarındakı payını artırmaq və ölkəni daha çox sayda turistlər üçün cəlbedici bir məkan halına gətirmək məqsədli bir çox inkişaf strategiyaları hazırlanıb və həyata keçirilir.

Dünyada əməkqabiliyyətli əhalinin 8 faizi turizm sahəsində və onunla bağlı iqtisadiyyat sahələrində fəaliyyət göstərir. Bəzi ölkələrinin gəlirlərinin yarıdan çoxu bu sahənin payına düşür. Turizm sektoru iqtisadiyyatın daimi xarakter daşıyan ekoloji baxımdan zərərsiz və tükənməyən sahəsi kimi böyük perspektivlərə malikdir. Bəs əlverişli təbii-coğrafi vəziyyəti, böyük turizm potensialı olan Azərbaycanda bu sektor hansı perspektivlər vəd edir? Bu sahədə hansı irəliləyişlər, hansı problemlər var? Bunu aydınlaşdırmağa çalışacağıq.

ƏSAS HİSSƏ

"2010-2014-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı"nda turizm sektoru qeyri-neft sektorunun prioritet sahəsi kimi təsbit edildi. Rəsmi elan olunan hədəf Azərbaycanda turizmin ÜDM-də payını 2008-ci ildəki 0,8%-dən 2025-ci ilədək 3%-ə çatdırmaq idi. Artıq 2020-ci ilədək bu hədəfə nail olunmuşdu. Lakin pandemiyanın başlaması bütün dünyada olduğu kimi, Azərbaycanda da bu sektorun fəaliyyətini iflic vəziyyətə gətirdi. Pandemiyadan sonrakı dövrdə turzim sektorunun inkişafı üçün imkanlar genişlənir. Artıq əksər ölkələr quru sərhədlərini açaraq turist qəbul etməyə başlayıblar. 2025-ci ilin turizm mövsümünün qızğın çağında Azərbaycanın quru sərhədlərinin bağlı qalması ölkəyə turist axınını zəiflədir.

Azərbaycan hələ qədim dövrlərdə Böyük İpək Yolu üzərində mühüm dayanacaq kimi tanınan bir ölkə olmuşdur. Antik müəlliflərin məlumatlarına görə Böyük İpək Yolunun ən fəal hərəkətli trasslarından biri Qafqaz Albaniyasının ərazisindən (Müasir Azərbaycan Respublikasının ərazisində yerləşən qədim dövlət) keçirdi. Filosof və tarixçi Strabon bu yol haqqında ilk dəfə müfəssəl surətdə ətraflı məlumat verdiyindən, bu yol elmi dairələrdə Strabon yolu kimi daha məşhurdur. Strabonun yazdığına görə hind mallarının böyük əksəriyyəti Orta Asiya ərazisindən keçərək çaylarla Gürgan (Xəzər) dənizinə, sonra dəniz vasitəsilə Albaniyaya və Kir (Kür) çayı ilə İberiyaya (Şərqi Gürcüstan), oradan isə Pont Evksinskiyə (Qara dənizə) aparılırdı. Böyük İpək Yolu trassları üzərində yerləşən şəhərlərin mühüm rolu qeyd olunurdu 1.

Statistik məlumatlara istinadən deyə bilərik ki, 2022-ci ildə Azərbaycana dünyanın 178

ölkəsindən 1602,3 min və ya əvvəlki illə müqayisədə 2 dəfə çox əcnəbi və vətəndaşlığı olmayan şəxs səfər edib. 2022-ci ilin yanvar–noyabr aylarının ötən ilin eyni ayları ilə müqayisədə 2,1 dəfə artım müşahidə edilib. Azərbaycana səfər edən xarici vətəndaşlar içərisində ilk yerlərdə ardıcıl olaraq Rusiya, Türkiyə və İran respublikalarından gələnlər üstünlük təşkil edib.

"Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritəsinin başlıca istiqamətləri"nin təsdiqi və bundan irəli gələn məsələlər haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 16 mart tarixli 1897 nömrəli Sərəncamına əsasən 8 əsas və 3 yardımçı olmaqla, 11 sektor üzrə Azərbaycan iqtisadiyyatının təfsilatlı inkişaf planlarının işlənilməsi məqsədi ilə işçi qrup yaradılaraq, 2020-ci ilədək iqtisadi inkişaf strategiyasının və tədbirlər planının, 2025-ci ilədək olan dövr üçün uzunmüddətli baxışın və 2025-ci ildən sonrakı dövr üçün hədəf baxışın hazırlanmasına dair müvafiq tapşırıqlar verilmişdir.

Məlumdur ki, ötən il keçirilən Azərbaycan Turizm Sammitində xarici və daxili turizm üzrə növbəti 4 ilə hesablanmış hədəflər açıqlanıb. Növbəti 4 il üçün turizmin hərtərəfli inkişafına yönəlmiş 10 əsas təməl istiqamət üzrə hədəflər müəyyənləşdirilib. Bu hədəflər həm də "Azərbaycan Respublikasının 2022-2026-cı illərdə sosial iqtisadi inkişaf Strategiyası"nda nəzərdə tutulan məqsəd və tapşırıqların icrasına istiqamətlənib. Əsas məqsəd Azərbaycanı dayanıqlı, əlçatan və keyfiyyətli turizm destinasiyasına çevirməkdir. Əsas hədəflərdən biri 2026-cı ildə Azərbaycana səfər edən əcnəbilərin sayını 4 milyon nəfərə, ölkə daxilində turizm səfəri edən yerli vətəndaşların sayını isə 6 milyon nəfərə çatdırmaqdır.

Azərbaycanın ən məşhur turistik əhəmiyyətli abidələri: Şəki Xan Sarayı, Nuhun qəbri, Naxçıvan diyarı, Qubanın Xınalıq kəndi, Qəbələ üzüm bağları, Talış dağları və s. turistləri çox maraqlandıran məkanlardır. Azərbaycanda mövcud olan qoruqları ziyarət edənlərin sayında son illərdə artım müşahidə edilir. Azərbaycanda 28 tarixi qoruq var ki, onların 14-ü tarixi-mədəniyyət qoruğu, 8-i tarixi-memarlıq, 2-i tarixi-bədii qoruqdur. Təkcə Yanardağ həm tarixi-mədəniyyət, həm də təbiət qoruğu olaraq fəaliyyət göstərir. Qobustan Dövlət tar-ix-bədii qoruğu, Nardaran tarix-mədəniyyət qoruğu, Keşikçidağ Dövlət Tarix-Mədəniyyət Qoruğu, Lahıc Tarix-Mədəniyyət Qoruğu, "Çıraqqala" Tarixi-Memarlıq Qoruğu, "Şabran şəhəri" Tarixi Qoruğu, "Avey" Dövlət Tarix-Mədəniyyət Qoruğu və s. dövlət səviyyəsində qorunur və müfahizə olunur. Qoruqların fəaliyyəti müasir tələblər səviyyəsində təşkil edilir. Ziyarətçilərin qoruqları rahatlıqla ziyarət etmələri üçün müvafiq infrastrukturun yaradılmasından tutmuş, elmi tədqiqatların aparılmasına qədər ən müxtəlif istiqamətlərdə tədbirlər həyata keçirilir. Qoruqların bir qismindən turizm məqsədləri üçün istifadə edilir.

Son illər Azərbaycanın bölgənin lider dövlətinə çevrilməsi dünyanın ən məşhur firma və şirkətlərinin, brendlərinin ölkəmizə diqqətinin artmasına səbəb olub. İqtisadi inkişaf nəticəsində turizm sektoruna da xüsusi dövlət qayğısı, o cümlədən sahibkarlıq fəaliyyətinə əlverişli mühitin yaradılması dünyanın tanınmış otel şirkətlərinin də ölkəmizə axınını gücləndirib. Əgər bu gün "Four Seasons", "Fairmont", "Mariott", "Hilton", "Kempinski", "Jumeirah", "Shera-ton", "Hyatt" kimi dünyanın səkkiz aparıcı otel brendi Bakıdadırsa, artıq bu ölk-əmizin inkişafının bir göstəricisidir. Belə brendlərə yalnız dünyanın ən inkişaf etmiş şəhərlərində təsadüf olunur. Bakıda beşulduzlu otellərin sayı durmadan artır. Beşulduzlu otellərdə rahat və gözəl yerləşmə, yüksək xidmət və cazibəli interyer diqqəti cəlb edir.

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti tərəfindən "Yanardağ" Dövlət Tarix-Mədəniyyət və Təbiət Qoruğu, "Atəşgah məbədi" Dövlət Tarix-Memarlıq Qoruğu, "Keşikçidağ" Dövlət Tarix-Mədəniyyət Qoruğu və "Xınalıq" Dövlət Tarix-Memarlıq və Etnoqrafiya Qoruğu yaradılıb. "Qobustan" Milli Tarix-Bədii Qoruğu ərazisində qoruğun yeni inzibati binası tikilmiş və müasir texnologiyalarla təchiz edilmiş ekspozisiyası yaradılmışdır. Əlbəttə ki, bu gün abidələrin qorunması təmin edilmiş, əraziləri abadlaşdırılmış və yeni turizm marşrutları müəyyən olunmuşdur. Bu qoruqlar müasir tələblərə cavab verən turizm obyektlərinə çevrilməkdədir. Ötən il bu və ya digər qoruqları ziyarət edənlərin 162 798 nəfər xarici, 178 455

nəfəri yerli vətəndaş olub.

İnkişaf etmiş sivil dünyanı maddi abidələri, yeraltı və yerüstü sərvətləri ilə heyrətləndirən Azərbaycanda yay turizmi ilə yanaşı, qış turizm bazasının yaradılması mövsümilik anlayışını aradan qaldırmaqla davamlı turizmə nail olmağa şərait yaratdı. Şahdağ qış-yay turizm kompleksinin yaradılması Azərbaycanın qış turizminin inkişafında uğurlara gətirmiş oldu. Dünyadakı bu tipli komplekslərdən müasirliyi və universallığı ilə fərqlənən kompleks Şahdağ qış-yay turizm kompleksi müasir tələblərə cavab verir. Azərbaycanda yol, nəqliyyat və digər infra-strukturun müasirləşdirilməsi turizmin inkişafına yol açıb.

Statistik rəqəmlərə nəzər salsaq görərik ki, bu ilin yanvar-avqust aylarında Azərbaycana dünyanın 183 ölkəsindən 1343,7 min və ya əvvəlki ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 33,8 faiz çox əcnəbi və vətəndaşlığı olmayan şəxs gəlib. 2022-ci ilin yanvar-avqust ayları ilə müqayisədə MDB ölkələrindən gələnlərin sayı 1,6 dəfə artaraq 549,4 min nəfər, Avropa İttifaqına üzv ölkələrdən gələnlərin sayı 37,8 faiz artaraq 67,6 min nəfər, körfəz ölkələrindən gələnlərin sayı 10,2 faiz azalaraq 228,4 min nəfər olub. Azərbaycanda turizmin inkişafı respublikamıza xarici vətəndaşların cəlb edilməsi ilə yanaşı, həm də bölgələrdə əmək məşğulluğunun artması, yeni iş yerlərinin açılması baxımından da sərfəlidir. Bu isə dövlət siyasətinin prioritet məsələlərindən biridir.

2016-cı ildə səyahət və turizm sənayesinin Azərbaycanın ümumi daxili məhsuluna (ÜDM) birbaşa təsiri 1 milyard 437,3 milyon dollar, yaxud hesabat dövründəki ÜDM-in ümumi həcminin 4,1 faizi qədər olub.[2] Ümumiyyətlə, turizm və səyahət sənayesinin məşğulluğa tam təsiri 2016-cı ildə 609 min iş yeri, yaxud əhalinin ümumi məşğulluğunun 13,2 faizi qədər təşkil edib[2].

Azərbaycandan YUNESCO-nun Ümumdünya mədəni irsi obyektlərinin siyahısına Şirvanşahlar Sarayı və Qız Qalasının yerləşdiyi İçəri şəhər və Qobustan Dövlət Tarixi-Bədii Qoruğu daxil edilib.[3] Azərbaycanın populyar turist məkanlarından Bakı bulvarı, Fəvvarələr meydanı, Atəşgah, Yanardağ, Şəki xan sarayı, Möminə Xatun türbəsi, Heydər Əliyev Mərkəzi, həm də ölkənin ən böyük xizək kurortu olan Şahdağ Turizm Mərkəzini qeyd etmək olar.[4][5][6]

Azərbaycan Respublikası Prezidenti İlham Əliyevin 1 sentyabr 2016-cı il tarixli "Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafı ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında" sərəncamına əsasən Turizm Şurası yaradıldı. Şura turizm sahəsinin inkişafı ilə bağlı Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi ilə yanaşı, digər dövlət qurumları arasında koordinasiya funksiyasını yerinə yetirir.[7] 2016-cı ildən xarici turistlərin Azərbaycanda daha çox alış-veriş etmələrinə müsbət təsir edən "Tax free" sistemi tətbiq oludnu.

Strateji baxışımız Azərbaycanı yerli və beynəlxalq turistlərə qeyri-adi təcrübələr təqdim edən, əlçatan, dayanıqlı və keyfiyyətli turizm destinasiyasına çevirməkdir.

Azərbaycanda turizmin inkişaf strategiyası aşağıdakı əsas prinsiplərə əsaslanır:

1. Turizm əsaslı iqtisadi artım ilə keyfiyyətli xidmət və turizm resurslarından dayanıqlı istifadə edilməsi ehtiyaclarını uzlaşdırmaq məqsədilə keyfiyyət və kəmiyyət yanaşmalarının balanslaşdırılması;

2. Təbii və mədəni irsin mühafizəsi, eləcə də ətraf mühitin qorunmasını hədəf alan məsuliyyətli planlama və idarəetmə təcrübələrinin tətbiqi;

3. Dövlətin sosial-iqtisadi inkişafa dair milli strategiyası ilə uyğunluğun təmin edilməsi;

4. Kənd yerlərində dayanıqlı və inklüziv inkişafın təşviqi yolu ilə Bakı və bölgələr arasında inkişaf fərqlərinin azaldılması;

5. Dövlət-özəl tərəfdaşlığının təşviqi və Azərbaycanın regional səviyyədə rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması;

6. Yerli sakinlər tərəfindən istər yerli, istərsə də beynəlxalq ziyarətçilərə müxtəlif məxsusi turizm təcrübələrinin təqdim edilməsi məqsədilə mövcud yerli resurslardan istifadə

edilməsinə diqqət ayrılması;

7. Qabaqcıl beynəlxalq təcrübənin əsas götürülməsi və beynəlxalq əməkdaşlıqdan maksimum fayda əldə edilməsi. Bu strategiyada qarşıda duran əsas məqsədlər:

• Turizm sahəsində dövlət idarəetməsinin effektivliyini və tənzimləmə potensialını artırmaq;

• Turizm sənayesinin milli gəlirə, məşğulluq səviyyəsinə və tədiyyə balansına müsbət təsirini artırmaq;

• Regionlararası inkişaf fərqlərini aradan qaldırmaq və tarazlı inkişafa nail olmaq məqsədilə kiçik və orta sahibkarlıq (KOS) subyektlərini dəstəkləmək;

• Beynəlxalq əlçatanlıq və açıqlıq siyasətini təşviq etmək;

• Turizm sahəsində innovasiya və rəqəmsallaşmaya dəstək vermək;

• Turizm məhsullarının şaxələndirilməsinə və mövsümiliyin azaldılmasına xidmət etmək;

• Peşə və ali təhsil məktəblərində aparılan əsaslı islahatlar yolu ilə insan resurslarının keyfiyyətinin artırılmasına töhfə vermək;

• Bazar araşdırması əsasında marketinq və brendinq fəaliyyətlərini optimallaşdırmaq.

Azərbaycanda turizmin inkişafı strategiyası çərçivəsində müəyyən edilmiş strateji baxışa nail olmaq və mövcud problemləri aradan qaldırmaq məqsədilə 9 təməl prioritet müəyyən edilmişdir:

1. turizm sahəsində dövlət idarəetməsi;
2. tənzimləmə potensialı;
3. destinasiyanın inkişafı, mədəni irs və icmalar;
4. brend, marketinq və kommunikasiya;
5. turizm məhsulları və təcrübələri;
6. rəqəmsallaşma, texnologiya və innovasiya;
7. data əsaslı təhlil və tədqiqat;
8. turizmdə innovasiyalar və dövlət-özəl tərəfdaşlığı;
9. insan resurslarının inkişafı.

Dayanıqlılıq, təhlükəsizlik, özəl sektorun cəlb olunması, əlçatanlıq və inklüzivlik hər bir strateji prioritetdə nəzərə alınması vacib olan ümumiləşdirici faktorlardır.

Hazırda dünya ölkələri arasında iqtisadi əlaqələrin sürətlə inkişaf etdiyi bir dövrdə turizm xarici iqtisadi fəaliyyətin ən dinamik inkişaf edən sahələrindən birinə çevrilib. Ölkənin müxtəlif bölgələrində turizmin fərqli növlərinin, sağlamlıq, qış, mədəni, işgüzar, ekoturizm və kənd turizmi kimi növlərinin inkişafına ciddi təsir göstərib. Turizm sektorunda göstərilən xidmətlərin yalnız kəmiyyət göstəriciləri baxımından deyil, keyfiyyət baxımından da təkmilləşdirilməsi, turistlərin məmnunluq səviyyəsinin artırılmasına nail olmaq üçün ixtisaslı kadrların hazırlanması prosesi davam etdirilir.

Ölkə başçısının məqsədyönlü və balanslı xarici siyasəti, uğurlu daxili siyasəti nəticəsində Azərbaycan bu gün dünya üzrə ən təhlükəsiz və sabit ölkələr sırasındadır. Bu amil isə müasir dünyada turistlərin səyahət seçimi etməsində ən əsas göstəricidir.

Azərbaycana səfər edən xarici vətəndaşlar içərisində ilk yerlərdə ardıcıl olaraq Rusiya, Türkiyə və İran gəlir. Sonrakı sıralamada Səudiyyə Ərəbistanı, Gürcüstan, Hindistan, Pakistan, BƏƏ, Qazaxıstan və digər ölkələr növbələşir.

Vergi Məcəlləsinə edilən dəyişikliyə əsasən, Azərbaycanda tibbi xidmətlərdən istifadə edən tursitlər ödədikləri əlavə dəyər vergisini (ƏDV) tam olaraq geri ala biləcəkləri ilə bağlı qərar qəbul edilmişdir. Burada məqsəd tibbi məqsədlər üçün ölkəyə xaricdən gələn turistlərə əlavə stimulun verilməsidir. Türkiyə, İsrail, Almaniya, Rusiya insanların tibbi ehtiyaclarını ödəmək üçün üz tutduqları ölkələrdir. Azərbaycan tibb sahəsini inkişaf etdirə bilsə, bu ölkəyə böyük tibbi turizm axınına gətirib çıxarda bilər. Turistlərin hamısı digər ölkələrə tarixi abidələr

və dənizlərə görə getmir. Həm də böyük miqyasda tibbi, təhsil ehtiyaclarını ödəmək üçün gedirlər. Böyük Britaniya təhsil turizmində qabaqcıl ölkələrdən biridir.

Turizmi daha da inkişaf etdirmək üçün aşağı büdcəli hava yolları şirkətlərinin paytaxt Bakı ilə yanaşı, bölgələrdə, regionlarda olan hava limanlarına uçuşlarını təşviq etmək lazımdır. Artıq 5 ildən çoxdur ki, azad olunmuş ərazilərdə turizmin inkişafı istiqamətində də müvafiq işlər görülür, tədbirlər həyata keçirilir. Ötən müddət ərzində Qarabağ və Şərqi Zəngəzurda otel və mehmanxana komplekslərinin tikilib istifadəyə verilməsi bunun əyani sübutudur.

Azərbaycanın kifayət qədər turizm potensialı, imkanları, eyni zamanda perspektivləri var. Çünki respublikamızın əlverişli iqlimi, relyefi, dəniz, dağ, çaylar, meşə massivləri mövcuddur. Bütün bunlarla yanaşı ölkəmizdə müxtəlif millətlərin nümayəndələri yaşayır, zəngin tarixə, mədəniyyətə, incəsənət və milli mətbəxə malik ölkəyik. Yəni Azərbaycana səfər edən istənilən xarici turist qısa müddət ərzində bütün bu sadaladığım nümunələri görə bilər. Bəzən elə olur ki, Azərbaycanın bir tərəfində qar yağanda, digər bölgəsində hava Günəşli olur.

Qış turizm potensialımız da böyükdür və hər il dekabrın 15-dən martın sonuna qədər Azərbaycanda 3 ay 15 günlük qış turizm mövsümü mövcud olur. Bildiyiniz kimi hazırda ölkədə 3 xizək qış turizm kompleksi mövcuddur. Bunlara Qusarda Şahdağ, Qəbələdə Tufandağ, Naxçıvanda Ağbulaq qış turizm kompleksləri daxildir.

İndiki halda xarici turistlər Azərbaycana daha çox istirahət, tətil üçün gəlir. Müəyyən bir qism turist isə sağlamlıq turizminin imkanlarından yararlanmaq üçün ölkəmizə üz tutur. Bunlar daha çox keçmiş ittifaq ölkələrindən olan vətəndaşlardır. Hansı ki, həmin illərdən onlarda istər Naftalan, istər Naxçıvan Duz Dağ Kompleksi barədə məlumat olub və bu gün də həmin komplekslərin faydasını görmək üçün keçmiş ittifaq ölkələrindən olan vətəndaşlar Azərbaycana gəlir. Yerdə qalanlar isə təbii ki, istirahət məqsədilə Azərbaycana gələnlərdir.

Azad edilmiş ərazilərdə turizmin inkişafı istiqamətində atılan addımlar Qarabağı, Şərqi Zəngəzuru daha cəlbedici edir. Ölkə prezidentinin rəhbərliyi ilə bütün bunlar nəzarətdə saxlanılır və dəqiq, hesablanmış plana uyğun şəkildə layihələndirilir, addımlar atılır, təməllər qoyulur. Mehmanxanalar kifayət qədər yüksək sürətlə tikilir, hətta fəaliyyətə başlayan da var. Buna misal, son günlərdə Zəfər bayramı çərçivəsində, işğaldan azad olmuş ərazilərə kifayət qədər axın oldu, tələb yarandı. Kifayət qədər sürətlə həm aşağı büdcəli, həm də orta və yüksək kateqoriyalı qonaq evləri və mehmanxanalar tikilir, hətta fəaliyyətə başlayan da var. Bununla yanaşı, sanatoriyalar tikilir, kanat xətləri çəkilir. Bir sözlə bölgənin yenidən inkişafı, sürətli bərpası prosesi gedir. Bu proseslə birlikdə Azərbaycanda turizmin inkişafı istiqamətində fəaliyyət göstərən qurumlar səfər etdikləri ölkələrdə keçirdikləri görüşlərdə, tədbirlərdə və sərgilərdə Azərbaycanın ayrılmaz bir parçası olan Qarabağ və Şərqi Zəngəzurun turizm potensialını təbliğ etmək, videoçarxlar nümayiş etdirmək, bukletlər paylamaq və Qarabağla bağlı olan turpaketləri onlara təqdim etməklə cəlbediciliyi artırmaq fəaliyyətlərini davam etdirirlər. Artıq bir neçə ölkədən xarici turist qəbul etməyə başlanılmışdır. Təbii ki, ilk növbədə qardaş ölkə olan Türkiyədən daha çox turist qəbul edilir. Digər ölkələrdən olan vətəndaşlar da Qarabağa turist kimi səfər etmək istəklərini ifadə edirlər və onların da istəkləri təmin edilir. Gələn il keçiriləcək müxtəlif turizm sərgilərində də Şuşanın, xüsusilə də Qarabağın, Şərqi Zəngəzurun turizm potensialı təbliğ ediləcək, video çarxlar, şəkillər, fotolar, bukletlər, braşurlar və tur paketlər təqdim olunacaq.

Açığını deyim ki, əvvəl Azərbaycanda turizm mövsümü deyəndə yalnız yay aylarını nəzərdə tuturduq. Ancaq hazırda mövsüm anlayışı aradan qalxıb və yay turizmi ilə yanaşı qış turizminin də inkişaf etdirilməsi gündəlikdədir.

Azərbaycanda turizm sahəsinin inkişafı üçün bir sıra addımlar atılmalıdır. Bu addımlar arasında turizm infrastrukturunun cəlbediciliyinin artırılması tədbirlərinin və xidmətlərinin təkmilləşdirilməsi, turizm təşkilatlarının təşviqi, turizm məhsullarının və tədbirlərinin tanıtımı, turizm sahəsinin qanuni və maliyyə təminatının gücləndirilməsi, turizm məhsullarının və

tədbirlərinin diversifikasiyası və turizm sahəsində təcrübəli işçilərin sayının artırılması sayıla bilir. Bu addımların hər biri turizm sahəsinin inkişafına ciddi dəstək verir və ölkənin iqtisadiyyatı, sosial mühit və digər sahələrin inkişafına dəstək verə bilər. Bununla birlikdə, turizm sahəsinin inkişafı üçün daha da güclü bir strateji və praktiki addımların atılması vacibdir. Statistikalar da göstərir ki, turizm sahəsinin inkişafı ölkənin iqtisadiyyatını canlandırır və daha çox məşğuliyət imkanı yaradır. Bu səbəblərə görə, turizm sahəsində daha da fokuslanılmalı və inkişaf etdirmək üçün gərəkli addımlar atılmalıdır. Bu addımlar, turizm sahəsinin inkişafında ölkənin potensialını genişləndirərək, turistlərin ölkəyə cəlb edilməsi və turizm sektorunun daha da inkişaf etməsi üçün əhəmiyyətli rol oynayacaqdır.

Xəzər sahili çimərlik turizmi, qarlı dağlarımız qış turizmi, dağlıq rayonlarımız dağ və ekstremal turizm, biri-birindən gözəl kəndlərimiz kənd və ya aqrar turizm, Azərbaycanın qədim tarixini özündə əks etdirən tarix-memarlıq abidələrimiz mədəni turizm, müalicəvi neftimiz və iqlimimiz müalicə-sağlamlıq turizmi, milli parklarımız və meşələrimiz ekoturizm, regionlardakı olimpiya kompleksləri və idman qurğuları idman turizmi, ziyarətgahlarımız dini turizmin, bənzərsiz mətbəximiz qastronomiya turizminin inkişaf etdirilməsi üçün imkan verir. Fikrimcə, hazırda mövcud olan turizm növlərindən yalnız kosmik turizmi çıxmaq şərtilə, qalanları Azərbaycanda inkişaf etdirmək və gəlir əldə etmək mümkündür. Hesab edirəm ki, bu növlərin içərisində ən böyük potensiala malik olanı kənd turizmidir. Ölkədə 4253 kənd yaşayış məntəqəsi var ki, bunun da böyük əksəriyyəti yaşıllıqlar qoyununda və ya dağlıq ərazilərdə yerləşən kəndlərdir. Bu baxımdan, Azərbaycanda kənd turizminin inkişaf etdirilməsi üçün potensial var. İnternet vasitəsilə seçilmiş kəndlərin yaşayış evləri barədə informasiyanın yerləşdirilməsi ilə yanaşı, kəndin təbiəti adət-ənənələri barədə informasiya vermək işin xeyirinə olar. Regionlarda turizmin inkişaf etdirilməsi yeni iş yerlərinin açılması, həmin ərazilərdə yerli əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsi məqsədini də daşıyır. Bu baxımdan, əhalinin turizm sektorunda işləmək bacarıqlarının inkişaf etdirilməsi üçün bəzi məsələlərə diq-qət yetirilməlidir.

Dünya əhalisi arasında səyahətə maraq artdıqca, turizm sektoru dayanıqlı inkişaf imkanlarına malik sahələr arasında üstün mövqeyini qoruyub saxlayır. 2022-ci ildən sonra qlobal turizm sektoru üçün pandemiyadan sonrakı dirçəliş dövrü başladı, sərhədlər yenidən açıldı və koronavirusun səngiməsi bu sahədə əvvəlki aktivliyin bərpasına gətirib çıxardı. 2022-ci ildə Avropa və Orta Şərqə turist axını 2019-cu ilin göstəricisinin 80 faizinə çatdı. Amerika qitəsi pandemiyadan əvvəlki ziyarətçilərin təqribən 65 faizini bərpa etdi. 2022-2032-ci illər arasında dünya üzrə səyahət və turizm sahəsində ÜDM-in ildə orta hesabla 5,8 faiz artacağı və ümumi iqtisadiyyatın ildə gözlənilən 2,7 faiz artımını üstələyəcəyi proqnozlaşdırılır. Azərbaycanda da iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi və qeyri-neft sektorunun təşviqi baxımından xüsusi əhəmiyyətə malik olan turizm sahəsinin inkişafı diqqətdə saxlanılır. 2003-2022-ci illərdə ölkədə mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrin sayı 7,6 dəfə artaraq 727-yə çatıb, bu obyektlərin birdəfəlik tutumu isə 5,9 dəfə artıb. Bu illər ərzində Azərbaycanda turizm sektorunda məşğul olanların sayı 21 milyon 9 mindən 87 milyon 9 minə yüksəlib. Bu, 4 dəfə artım deməkdir. Ölkəmizdə turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə sahəsində yaradılan əlavə dəyər 2003-cü ildəki 35 milyon manatdan, 20 ildə 76,6 dəfə artaraq 2023-cü ildə 2 milyard 684 milyon manata çatmışdır.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin dəstəklənməsi istiqamətində vergi qanunvericiliyində dəyişikliklər edilməsi turizm sahəsində fəaliyyət göstərən sahibkarlıq subyektlərini də əhatə edir. Bu dəyişikliklərlə regional turizmin inkişaf etdirilməsi və sabit vergi xərclərinin azaldılması məqsədilə turizm subyektlərinə (mehmanxana, hotel və sanatoriyalar) vergi güzəştləri nəzərdə tutulmuşdur. Bu məqsədlə Bakı, Sumqayıt, Xırdalan şəhərləri və Abşeron rayonu istisna olmaqla, respublikanın digər şəhər və rayonlarında mehmanxana, hotel və sanatoriya fəaliyyətində istifadə edilən daşınmaz əmlaka görə əmlak vergisinin 2024-cü il

yanvarın 1-dən 3 il müddətinə 75 faiz azaldılması regional turizmə dəstək və biznes üzərindəki sabit vergi xərclərini optimallaşdırmaq imkanlarını təmin edəcək.

"Azərbaycan Respublikasının 2022-2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyası"na uyğun olaraq, Turizm sahəsinin davamlı inkişafını təmin etmək məqsədilə strateji, institusional və maliyyələşmə mexanizmlərinin gücləndirilməsi nəzərdə tutulub. Bunun üçün ölkədə beynəlxalq əhəmiyyətli tədbirlərin keçirilməsi, turizm potensialının genişləndirilməsi üçün marketinq və kommunikasiya planının icrası, hədəf turizm bazarları ilə nəqliyyat-kommunikasiya əlaqələrinin şaxələndirilməsi və təkmilləşdirilməsi kimi bir çox tədbirlər həyata keçiriləcək. İşğaldan azad edilmiş bölgələrimizin turizm potensialının reallaşdırılması, Qarabağ və Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonlarının yenidən dirçəldilməsi nəticəsində bu region turizm biznesi üçün cəlbedici, turistlər üçün keyfiyyətli və rəqabətli xidmətlər təklif edən rekreasiya destinasiyası olacaq. Bütün bunlar isə qarşıdakı dövrdə ölkəmizin turizm xəritəsini daha da zənginləşdirməklə yanaşı, iqtisadiyyata və sosial rifaha faydasını daha da artıracaq.

NƏTİCƏ

Aparılan təhlillər göstərir ki, Azərbaycan turizm sahəsində mühüm inkişaf mərhələsinə qədəm qoymuşdur. Dövlət proqramları, strateji yol xəritələri və institusional islahatlar nəticəsində turizm qeyri-neft sektorunun aparıcı istiqamətlərindən birinə çevrilmişdir. Tarixi-mədəni irsin qorunması, müasir infrastrukturun yaradılması, regionlarda turizm imkanlarının genişləndirilməsi və azad edilmiş ərazilərin turizm dövriyyəsinə cəlb olunması ölkənin turizm xəritəsini daha da zənginləşdirir.

Bununla yanaşı, xidmət keyfiyyətinin artırılması, insan resurslarının peşəkarlıq səviyyəsinin yüksəldilməsi, rəqəmsallaşma və innovasiyaların tətbiqi, beynəlxalq nəqliyyat əlaqələrinin genişləndirilməsi kimi məsələlər prioritet olaraq qalır. Dayanıqlı və inklüziv inkişaf prinsiplərinə əsaslanan turizm siyasəti Azərbaycanın beynəlxalq turizm bazarında rəqabət qabiliyyətini artırmaqla yanaşı, regionların sosial-iqtisadi inkişafına, məşğulluğun artmasına və ümumi rifahın yüksəlməsinə mühüm töhfə verəcəkdir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Strabon, Antik Anadolu Coğrafyası: 12 - 13 - 14 (Geographica) Arkeoloji ve Sanat Yayınları, 382 sf.
2. "Azərbaycanın 6 milyardlıq gəliri". istipress.com. 30 mart 2017 tar-ixində arxivləşdirilib. İstifadə tarixi: 7 oktyabr 2025.
3. "Azerbaijan UNESCO World Heritage Sites – Heritage". www.worldheritagesite.info. İstifadə tarixi: 7 oktyabr 2025.
4. "Azərbaycanda turizm məkanları". www.e-gov.az. 11 mart 2018 tar-ixində orijinalından arxivləşdirilib. İstifadə tarixi: 7 oktyabr 2025.
5. Drescher, Cynthia. "10 things to do in Baku". www.independent.co.uk. 13 sentyabr 2017 tarixində arxivləşdirilib. İstifadə tarixi: 6. oktyabr 2025.
6. Gould, Kevin. "Baku and beyond: a road-trip around Azerbaijan". www.theguardian.com. 11 mart 2018 tarixində arxivləşdirilib. İstifadə tarixi: 6. oktyabr 2025.
7. "2016-cı il Azərbaycanın turizm sektorunda mühüm yeniliklər və islahatlarla yadda qalacaq". azertag.az. 3 yanvar 2017 tarixində arxi-vləşdirilib. İstifadə tarixi: 6 ok-tyabr 2025.

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

"SOSİAL BƏRABƏRLİK" İDEYASININ ANTİ-HUMANİST MAHİYYƏTİ

"Mülkiyyəti tamamilə ortadan qaldırmaq, ... şəxsi təşəbbüs qüvvəsini zorakı şəkildə aradan qaldırar. Sosial həyat irəliləmədən düşər, insanlar bəsit ibtidaiyə doğru dönərlər: aləmin nizamı pozular."

M.Ə.Rəsulzadə [3, s.39-40]

Sovet rejimi dövründə bolşevik təbliğatının əsas istiqamətlərindən biri sosial bərbərlik ideyasından ibarət idi. Bu ideya ilk baxışdan əhalinin aşağı təbəqəsi üçün cəlbedici görünsə də, cəmiyyətin inkişafına mane olan anti-hümanist mahiyyətə malik idi.

Azərbaycan dövlət müstəqilliyini bərpa etdikdən sonra dərsliklərdə hələ də sosial bərabərlik ideyasını təbliğ edən sovet dövründən qalma bəzi mövzular hələ də qalmaqdadır. Belə mövzulardan biri Azərbaycan tarixi kitablarında qalmaqda davam edən "Məzdəkilər hərəkatı" mövzusudur.

Azərbaycan tarixinin sovet dövründə təhrif olunmuş, obyektiv tədqiq olunmamış mövzularından biri məhz "Məzdəkilər hərəkatı" mövzusudur. Bu problemin obyektiv tədqiqi, problemə alternativ yanaşmanın ortaya qoyulması əvvəlki illərdə olduğu kimi bu gün də aktualdır.

Azərbaycan tarixinə aid dərsliklərdə "Məzdəkilər hərəkatı" barədə əsasən aşağıdakı məzmunda məlumat verilir: *"Sasanilərin dövründə feodal zülmünün güclənməsi Məzdəkilər hərəkatanın (481-528) baş verməsi ilə nəticələndi. Məzdəkilər hərəkatı Mani təliminə əsalanırdı. Lakin fərq onda idi ki, Mani təlimində xeyrin şər üzərində qələbəsi mükünsüz hesab edilirdisə, Məzdəkilər xeyrin şər üzərində qələbəsinə inanırdılar.*

Məzdəkilər sosial bərabərlik, əmlak bərabərliyi uğrunda mübarizə aparırdılar. Onlar belə hesab edirdilər ki, maddi nemətlər Allah tərəfindən yaradıldığından, onlar insanlar arasında bərabər bölünməlidir. Məzdəkilər varlıların əmlakını alıb kasıblar arasında bölüşdürürdülər. Bu fikirlər o zaman aşağı kütlə tərəfindən müsbət qarşılanırdı.

Sasani hökmdarı I Qubad ona tabe olmayan mərkəzdən qaçan qüvvələri cəzalandırmaq üçün Məzdəkilərdən istifadə etmək qərarına gəldi. O, Məzdəkiləri müdafiə edib, taxıl anbarını açaraq onların ixtiyarına verdi.

Bu məsələ barədə mənbələrdə qeyd olunur ki, Məzdək V əsrin 80-cı ilində, Zərdüşt dinini yenidən təbliğ etməklə, öz zəmanəsinin feodal istismarına qarşı qalxmış xalq üsyanının başçısı olmuşdur.

İran şahı, Firuzun oğlu Qubad, Zərdüşt dinini təbliğ edən Məzdəkin tərəfdarı idi və onun dinini qəbul etmişdi. Qubadın oğlu Nuşirəvan, hiyləgər bir yəhudinin qurduğu kələyin nəticəsində, Məzdəki və onun on iki minlik qoşununu bir gecədə, xüsusi üslubda qazılmış quyulara başları üstə yuvarladaraq basdırıb. Ondan sonra, öz atası Qubadı da zəncirləyərək hakimiyyəti ələ keçirir. Məzdək amansızlıqla qətlə yetirildikdən sonra, onun arvadı, Xadənin qızı Xorrəmə iki adamla, İranın mərkəzi şəhəri olan Mədaindən qaçıb Rey yaxınlığına gəlir və orada camaatı ərinin məzhəbinə dəvət etməyə başlayır. Camaat onlara, Məzdəkin arvadının adı ilə bağlı olan "xorrəmdinlər" ləqəbini verdilər.

Məzdəkilər hərakatı məğlub olsa da feodalizmin problemləri qaldığına görə sonradan feodal zilmünə qarşı üsyanlar müxtəlif dövrlərdə davam etmişdi. [2, s.42-43]

Bir sıra müəlliflərin Məzdəkizm ideologiyasını "Unudulmuş kommunizm", Məzdəki isə "Kommunizmin babası" [6;7] adlandırması, fikrimizcə, sovet hakimiyyəti illərində bu hərəkata doğma münasibətin, təbliğ olunmasının əsl səbəbini başa düşməyə imkan verir.

Bəzi qərb tarixçilərin insanlar arasında bərabərlik, mülkiyyətin ləğv edilməsi və ailə institutunun dağılması ideyasını irəli sürdüyünə görə Məzdəki dünya tarixində ilk sosialist hesab edirlər. [4;8]

Sovet rejimi Məzdəki feodal zülmünə qarşı mübarizə aparmış, xalqın azdlığı uğrunda canını fəda etmiş bir qəhrəman kimi, onun yaratdığı məzdəkizm ideologiyasını isə xalqın istək və arzularını tərənnüm edən, xalqı feodal zülmündən qurtarmağın yollarını göstərən bir ideologiya kimi uzun illər təbliğ etmişdir. Lakin faktlar bunun əksini sübut edir. Tarixi mənbələr göstərir ki, Məzdək feodal zülmü altında inləyən xalqın xilaskarı, qəhrəmanı deyil, xalq hərəkatından öz şəxsi məqsədləri üçün məharətlə istifadə etmiş bir saxtakar olmuşdur. O özünü saxta yolla peyğəmbər elan etməklə Sasanilər dövlətinin paytaxtı və ona yaxın ərazilərdə 47 il fəaliyyət göstərməyə nail olub. Məzdək sosial bərabərlyi, əmlak bərabərliyini, qadınların ümumiləşdirilməsini təbliğ etməklə cəmiyyəti özbaşınalığa və xaosa sürükləmişdir. O, kommunist ideologiyasının istinad etdiyi lümpenlərin, evi, ailəsi olmayan aşağı təbəqənin dəstəyini qazanaraq cəmiyyəti pozğunluğa, anarxiyaya və daş dövrünə xas olan materaitlığa doğru geri aparmağa çalışmışdır. Bu ideologiya insanlar arasında azad rəqabətin aradan qaldırılmasını, istedadlı ilə istedadsız, işgüzarla tənbəl arasında fərq qoymamağı təbliğ edirdi. Ona görə də bu ideyanı yalnız tüfeyli, işləmədən, zəhmət çəkmədən başqası hesabına yaşamağa çalışan insanlar həvəslə qəbul edirdi. Bu ideya cəmiyyətdə şəxsiyyətli insanların formalaşmasının qarşısının alınmasına, ələ bağımlığın təbliğinə xidmət edirdi.

Sovet dövrünün xalq yazıçısı İlyas Əfəndiyev ilk dəfə 1985-ci ildə "Azərbaycan" jurnalının 11-ci sayında çap olunmuş iki hissədən, on beş şəkildən ibarət olan "Xurşidbanu Natəvan" pyesində Məzdək kommunist rejiminə xas şəkildə təbliğ olunur. Pyesdə Xurşidbanu Natəvan Qacar şahzadəsi ilə görüşündə Sasani hökümdarı Xosrov Ənuşirəvan Adilin insanlar arasında bərbərlik və xoşbəxtlik təbliğ edən Məzdəki edam etdirməsini kəskin tənqid edir.

Professor H. İmanov həmmüəllif olduğu əsərdə Məzdəkilər fərqli şəkildə xarakterizə olunur: "Məzdəkilər...İcma üzvləri arasında azad nigah əlaqələri yaratmağı təmin edirdilər...Qadınların ümumiliyi, ata-qız, qardaş-bacı nigahlarına rəvac verirdilər. Məlumdur ki, Sasani padşahı...məzdəkiliyi məcburi surətdə öyrənməyi, "atanın öz qızlarına, qardaşların bacılara evlənməsini"əmr etmişdir". [1,s.140-141]

Məzdəkizm "Hər insan üçün bir günlük ərzaq ehtiyatı, il boyu cəmi bir paltar" prinsipini irəli sürüb. Bundan başqa Məzdək qeyd edirdi ki, məmləkətdə insanlar arasında düşmənçiliyin əsas səbəbini "qadın və xəzinə" dir. Bunların ümumi olacağı təqdirdə faci ələrin 5 səbəbi - qəzəb, paxıllıq, intiqam, ehtiyac, hərislik aradan qalxacaq. [5]

Məzdəkizmin qadın ümumiliyi tələbi insanlığa zidd olan, əxlaq hissini aradan qaldıran insanlara deyil heyvanlara uyğun bir tələbdən başqa bir şey deyil. Çarlz Darvin yazırdı: "İnsanı heyvandan fərqləndirən ən güclü xüsusiyyət əxlaqi hiss və ya vicdandır." [6;7]

Tarixi faktlar sübut edir ki, məzdəkizm və kommunizm ideologiyalar arasında ümumi, oxşar cəhətlər çoxdur. Bəs bəşəriyyəti inkişafa deyil, geriliyə sürükləməyə çalışan, tərəqqiyə, insanlığa zidd olan əmlak bərabərliyini, sosial bərabərlik və qadın ümumiliyi ideyasını, çox nigahlılığı özündə əks etdirən bu ideologiyaların alternativi varmı? Fikrimizcə, məzdəkizm və kommunizm ideologiyalarının alternativi uzun illər insanların təcrübədən keçirib, ürəkdən qəbul etdikləri müasir demokratik mərkəzçi, sol və sağ mərkəzçi ideologiyalardır. Bu ideologiyalar məzdəkizm və kommunizm ideologiyalarından fərqli olaraq insanların hüquq bərabərliyini, mülkiyyət hüququnu, təknigahlılığı, ikili ailəni və digər humanizm dəyərləri

müdafiə edərək bəşəriyyətin inkişafına xidmət edirlər.

NƏTİCƏ

Yekun olaraq belə nəticəyə gəlmək olar ki, Məzdəkin irəli sürdüyü sosial bərabərlik, əmlak bərabərliyi, o cümlədən qadın ümumiliyi ideyası cəmiyyətin inkişafına xidmət etməmiş, əksinə cəmiyyəti, insanları çoxnigahlığın, ekzoqamiyanın höküm sürdüyü ibtidai icmanın üst paleolit dövrünə, matriarxatlığa qaytarmağa xidmət edirdi.

Əslində Məzdəkin "maddi nemətləri və insanları Allah yaratdığından, maddi nemətlər insanlar arasında bərabər bölünməlidir" fikir o zaman əhalinin aşağı təbəqəsi tərəfindən müdafiə edilsə də, cəmiyyətin inkişafına zidd bir fikir idi. Bolşeviklər də bu fikri dəstəkləndiklərinə görə sovet rejimi uzun müddət yaşaya bilmədi. Kommunistlərin hakimiyyətdə olduğu Çin Xalq Respublikası məhz kommunist ideologiyasındakı xüsusi mülkiyyətə düşmən mövqedən imtina etdikdən, kiçik və orta sahibkarlığa geniş imkanlar yaratdıqdan sonra sürətlə inkişafa nail olmuşdur. Bu kimi faktlar sübut edir ki, insanların mülkiyyətə olan meylini məhv etməklə deyil, bu meylin inkişafına şərait yaradılması ilə cəmiyyətinin tərəqqisinə nail olmaq mümkündür.

İnsanın təbiətində xüsusi mülkiyyətə meyl olduğundan buna qarşı çıxmaq cəmiyyətin inkişafına mane olmaq, cəmiyyəti faciələrə sürükləməkdən başqa bir şey deyil. Cəmiyyətin inkişfı üçün insanların sosial bərbərliyi deyil, hüquq bərabərliyi təmin edilməli, insanlara bərabər imkanlar yaradılmalıdır. Faktlar sübut edir ki, yalnız insanların xüsusi mülkiyyətə olan meylini inkişaf etdirən, ona şərait yaradan, azad rəqabəti təmin edən və insanların mülkiyyət toxunulmazlığının qarantı olan dövlətlər inkişaf edə, firavan cəmiyyət qura billərlər.

Qadınların ümumiləşdirilməsi isə bəşəriyyəti gələcəyə deyil, ibtidai-icma dövründəki materixat dövründəki çoxnigahlığa qaytarmaqdan başqa bir şey deyildi. İkili ailənin qorunub möhkəmləndirilməsi dövlətin, cəmiyyətin inkişafı üçün zəruridir. II Dünya müharibəsinin sonuna yaxın ərazisinə iki atom bombası atılmış Yaponiya müharibədən sonra yapon ailəsini möhkəmləndirməklə iqtisadiyyatını bərpa etmiş və müsir yüksək inkişafa nail olmuşdur.

Fikrimizcə, Azərbaycan tarixi fənni proqramında yer almış Sasanilər imperiyası dövründə Azərbaycandan kənarda Sasani imperiyasının paytaxtı Mədai şəhəri və onun ətafında baş vermiş "Məzdəkilər hərəkatı" mövzusu obyektiv araşdırılmalı, bu mövzunun Azərbaycan tarixinə nə dərəcədə aid olub-olmaması aydınlaşdırılmalıdır. Hətta hazırda bir sıra sol radikal, kommunist yönümlü müəlliflərin də bir çoxu Məzdəkilər hərəkatının Azərbaycana aid olmadığını, İran ərazisində baş verdiyini düzgün olaraq qeyd edirlər. Fikrimizcə sovet hakimiyyəti illərində kommunist ideologiyasının təbliği üçün istifadə olunmuş bu mövzunun Azərbaycan Respublikasının tədris proqramından və dərsliklərdən çıxarılması məsələsinin də müzakirəsinə ciddi ehtiyac var.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. İmanov H.,Əhmədov A., Əhmədli M. "Etnik dinlər və dünya dinləri" Bakı 2003, 372 s.
2. Mədətov İ., Zülfüqarlı M. Azərbaycan tarixi. Dərslik. Bakı 2018, 500 səh.
3. Rəsulzadə M.Ə. Əsrimizin Siyavuşu. Bakı, "Mücrü", 2021, 63 s.
4. Tural Həmid Azərbaycan solunun qısa tarixi – I hissə. 16 Dekabr 2022, https://azlogos.eu/azərbaycan-solunun-qisa-tarixi-i-hissə/
5. МАЗДАКИЗМ "Православной энциклопедия" ttps://www.pravenc.ru/text/2561224.html
6. https://ru.citaty.net/tsitaty-ob-istorii/
7. http://mudroslov.com

8. Bradley, M. (2008). Iran and Christianity: historical identity and present relevance. Bloomsbury Publishing.

Bölmə 1

Təhsil və mədəniyyət sahələrində idarəetmə: Korporativ idarəetmə və hüquqi məsələlər

Aynur HÜSEYNZADƏ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
baş müəllim
aynur.huseynzade@atmu.edu.az

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

AZƏRBAYCANIN BÖYÜK İPƏK YOLU ÜZƏRİNDƏKİ TARİXİ-MƏDƏNİ ABİDƏLƏRİNİN TURİZM POTENSİALI

Xülasə: *Məqalədə Azərbaycanın Böyük İpək Yolu üzərində yerləşən tarixi-mədəni abidələrinin turizm potensialı araşdırılır. Həmçinin abidələrin müasir turizm sisteminə inteqrasiyası, onların qorunması, idarəedilməsi və dayanıqlı inkişaf baxımından əhəmiyyəti qiymətləndirilir. Analitik, müqayisəli və statistik təhlil metodlarından istifadə edilərək Qəbələ, Şəki, Gəncə, Bakı və Naxçıvan kimi əsas turizm mərkəzləri üzrə faktiki vəziyyət və inkişaf dinamikası öyrənilmişdir. UNESCO-nun Dünya İrsi Siyahısına daxil edilən obyektlərin iqtisadi və sosial təsirləri, həmçinin regionda həyata keçirilən dövlət proqramları təhlil olunmuşdur. Nəticələr göstərir ki, İpək Yolu üzərində yerləşən abidələrin müasir turizm bazarına inteqrasiyası yalnız turizmin inkişafını deyil, həm də mədəni irsin qorunmasını stimullaşdırır.*

Açar sözlər: *Böyük İpək Yolu, mədəni irs, turizm potensialı, dayanıqlı inkişaf, abidələrin qorunması*

THE TOURISM POTENTIAL OF HISTORICAL AND CULTURAL MONUMENTS OF AZERBAIJAN ON THE GREAT SILK ROAD

Abstract: *This article comprehensively examines the tourism potential of historical and cultural monuments of Azerbaijan located on the Great Silk Road. The importance of the monuments in terms of their integration into the modern tourism system, their protection, management and sustainable development is also assessed. Using analytical, comparative and statistical analysis methods, the actual situation and development dynamics of the main tourism centers such as Gabala, Sheki, Ganja, Baku and Nakhchivan are studied. The economic and social impacts of the objects included in the UNESCO World Heritage List, as well as state programs implemented in the region, are analyzed. The results show that the integration of monuments located on the Silk Road into the modern tourism market stimulates not only the development of tourism, but also the preservation of cultural heritage.*

Keywords: *Great Silk Road, cultural heritage, tourism potential, sustainable development, preservation*

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫХ ПАМЯТНИКОВ АЗЕРБАЙДЖАНА НА ВЕЛИКОМ ШЕЛКОВОМ ПУТИ

Резюме: *В статье рассматривается туристический потенциал историко-культурных памятников Азербайджана, расположенных на Великом Шелковом пути. Оценивается значение памятников с точки зрения их интеграции в современную систему туризма, их охраны, управления и устойчивого развития. С использованием методов аналитического, сравнительного и статистического анализа изучены фактическое положение и динамика развития основных туристических центров, таких как Габала, Шеки, Гянджа, Баку и Нахчыван. Проанализированы экономические и социальные воздействия объектов, включенных в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, а также государственных программ, реализуемых в регионе. Результаты показывают, что интеграция памятников, расположенных на Шелковом пути, в современный рынок туризма стимулирует не только развитие туризма, но и сохранение культурного наследия.*

Ключевые слова: *Великий Шелковый путь, культурное наследие, туристический потенциал, устойчивое развитие, охрана памятников*

GİRİŞ

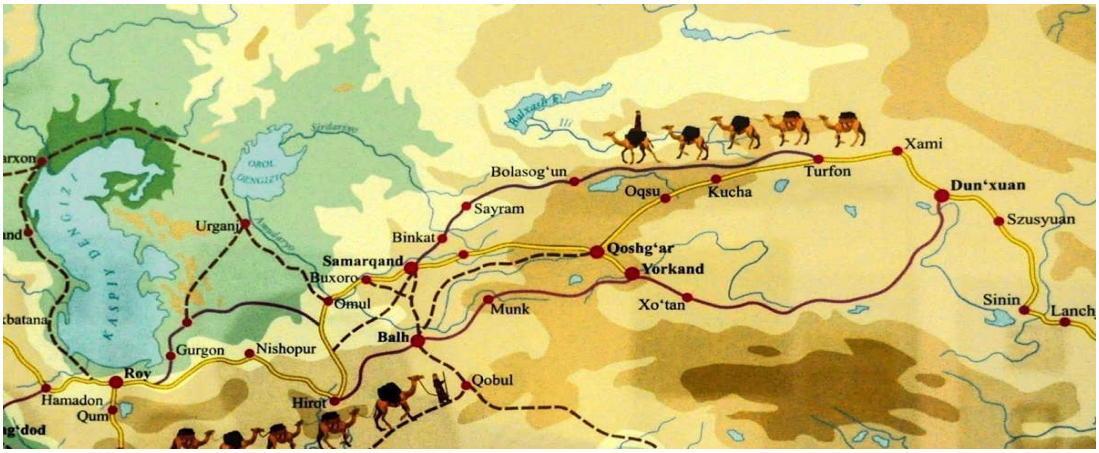
Böyük İpək yolu dünya tarixində bəşəriyyətin iqtisadi, mədəni və siyasi inkişafında mühüm rol oynamış beynəlxalq karvan yolları sistemidir. Bu yol Asiya ilə Avropanı birləşdirərək ticarət mübadiləsini, elmin, dinin və mədəniyyətin yayılmasını təmin etmişdir. Azərbaycan isə bu qlobal yolun əsas həlqələrindən biri kimi tarix boyu Şərqlə Qərbi birləşdirən körpü rolunu oynamışdır. Ölkəmizin bu mövqeyi həm qədim, həm də müasir dövrdə strateji əhəmiyyət daşıyır.

Böyük İpək yolu eramızdan əvvəl II əsrdə Çin imperiyasının təşəbbüsü ilə formalaşmış və Şərqi Asiyadan başlayaraq Orta Asiya, İran, Qafqaz və Anadoludan keçməklə Avropaya qədər uzanmışdır. Əsas məqsəd ipək, ədviyyat, qiymətli metallar və digər malların daşınması idi, lakin bu yol ticarətdən daha artıq — elmi, dini və mədəni biliklərin ötürülməsi vasitəsinə çevrildi.

Azərbaycan bu sistemin mühüm hissəsi kimi həm Qafqaz regionunda, həm də Xəzər dənizi vasitəsilə Orta Asiya və Avropa arasında əlaqə rolunu oynamışdır. Azərbaycanın əlverişli coğrafi mövqeyi onun Böyük İpək yolundakı rolunu müəyyənləşdirmişdir. Ölkə Qafqaz dağlarının cənub ətəklərində və Xəzər dənizinin qərb sahilində yerləşir. Bu mövqe Asiya ilə Avropanı birləşdirən ən qısa tranzit marşrutlardan biridir.

Tarixi mənbələrə görə, İpək yolunun Azərbaycanın ərazisindən keçən iki əsas istiqaməti olmuşdur:

1. **Cənub marşrutu** – Çin → Mərkəzi Asiya → İran → Naxçıvan → Təbriz → Gəncə → Tiflis → Qara dəniz;
2. **Şimal marşrutu** – Dərbənd → Şamaxı → Bakı → Xəzər dənizi vasitəsilə Xəzəryanı limanlar.



Bu yollar vasitəsilə Azərbaycan həm Şərqdən, həm də Qərbdən gələn tacirlər üçün mühüm tranzit qapısına çevrilmişdir.

Azərbaycan ərazisində yerləşən Bərdə, Gəncə, Şamaxı, Təbriz, Naxçıvan və Bakı şəhərləri Böyük İpək yolunun əsas mərkəzləri idi. Bu şəhərlərdə karvansaralar, bazarlar, sənətkarlıq mərkəzləri fəaliyyət göstərirdi. Məsələn, Bərdə "Qafqazın ticarət paytaxtı" adlandırılırdı; burada Bizans və Ərəb tacirləri ilə geniş mübadilə aparılırdı. Şamaxı isə ipəkçilik və toxuculuq sənəti ilə tanınırdı. İpək istehsalı ölkənin həm daxili, həm də xarici ticarətində aparıcı yer tuturdu.

Azərbaycanın iqlimi və flora şəraiti ipəkqurdu bəsləmək üçün əlverişli olduğundan ipəkçilik xalq təsərrüfatının əsas sahələrindən birinə çevrilmişdi. İpək yolunun Azərbaycan ərazisindən keçməsi ölkəmizin elmi və mədəni həyatına dərin təsir göstərmişdir. Bu yol vasitəsilə müxtəlif xalqlar arasında bilik mübadiləsi baş verirdi. Azərbaycanlı alimlər və mədəniyyət xadimləri – Nəsirəddin Tusi, Məhəmməd Füzuli, Qütbəddin Şirazi və başqaları Şərq və Qərb elmi ənənələrinin sintezində mühüm rol oynamışlar. Həmçinin, Azərbaycanın memarlıq abidələrində – karvansaralarda, körpülərdə və qala tikililərində bu beynəlxalq mədəni əlaqələrin izləri bu gün də qalmaqdadır.

XXI əsrdə "Bir kəmər – bir yol" təşəbbüsü (China Belt and Road Initiative) qədim İpək yolunun müasir formasını yaratmaq məqsədi daşıyır. Azərbaycan bu layihənin əsas iştirakçılarından biridir. Bakı–Tbilisi–Qars dəmir yolu, Bakı Beynəlxalq Dəniz Ticarət Limanı, Ələt azad iqtisadi zonası, həmçinin "Şimal–Cənub" və "Şərq–Qərb" nəqliyyat dəhlizləri ölkəmizi beynəlxalq logistik mərkəzə çevirir.



Bununla yanaşı, Azərbaycan mədəni və turistik baxımdan da İpək yolunun bərpasına töhfə verir. UNESCO-nun "İpək yolları: dialoq və mədəni mübadilə marşrutları" proqramında ölkəmiz fəal iştirak edir.

ƏSAS HİSSƏ

Azərbaycanın Böyük İpək Yolu üzərində yerləşən abidələri müxtəlif dövrlərə aid olmaqla, həm maddi, həm də mənəvi irsi təmsil edir. Bunlara Qəbələ arxeoloji qoruğu, Şəki Xan Sarayı, Nizami məqbərəsi, İçərişəhər kompleksi və Möminə Xatun türbəsi daxildir. Şəki Xan Sarayı UNESCO-nun Dünya İrsi Siyahısına daxil edilmişdir və illik 150 mindən çox turist tərəfindən ziyarət olunur. Qəbələ arxeoloji kompleksi isə həm yerli, həm də xarici arxeoloqlar üçün tədqiqat məkanı olmaqla yanaşı, tədris turizmi üçün də əhəmiyyətlidir.

Naxçıvanda yerləşən Möminə Xatun türbəsi və Yusif ibn Küseyr türbəsi memarlıq baxımından bənzərsizdir və turizm potensialının artmasına səbəb olmuşdur. Ölkəmizin Böyük İpək yolu üzərindəki tarixi abidələr aşağıdakılardır:

Bakı şəhəri üzrə - İkimərtəbəli karvansara, Şah Səfi karvansarası, Kiçik karvansara, Qaraçı karvansarası, Multani karvansarası, Buxara karvansarası, Qız Qalası, İçəri şəhər, Şirvanşahlar sarayı, Bazar meydanı, Cümə məscidi, Çin məscidi, Molla Əhməd məscidi, Hacı Bani məscidi, Xanlar məscidi, Mədrəsə məscid, Təkiyə, Gileyli məscidi, Həzrəti Əli məscidi, Ağa Mikayıl hamamı, Hacı Bani hamamı, Ağa Zeynal hamamı, Qasım bəy hamamı, Dördbucaqlı qala.

Sumqayıt (Corat qəsəbəsi) üzrə - Şah Abbas karvansarası, Cümə məscidi, Gülxatun məscidi, Hacı Kiçikbəy məscidi, Hacı Hümbət məscidi, Hacı Məcid hamamı, Hacı Əmrulla hamamı.

Naxçıvan Muxtar Respublikası üzrə - Sədərək karvansarası, Fərhad evi və yaxud Ağ karvansara, Xaraba Gilan karvansarası, Culfa karvansarayı, Camaldın karvansarası, Cuğa karvansarası, Cuğa körpüsü, Ziya-ül Mülk körpüsü, Tağmar qalası,Əlincə qalası.

Şəki şəhəri üzrə - Aşağı Karvansara, Yuxarı Karvansara, Şəki xan sarayı, Ömər Əfəndi məscidi, Cümə məscidi.

Gəncə şəhəri üzrə - Uğurlu Xan karvansarası, İmamzadə türbəsi, Şah Abbas məscidi, Bağmanlar məscidi, Qazaxlar məscidi, Cavad xan türbəsi, Cavadxan dəftərxanası, Comərd

Qəssab türbəsi.

Bərdə şəhəri üzrə - Bərdə türbəsi, Bəhmən Mirzə Qacar türbəsi, İmamzadə türbəsi, İbrahim məscidi.

Böyük İpək yolu üzərində olan və bu gün də turistlərin diqqətini çəkən aşağıdakı abidələr xüsusi qeyd edilməlidir:

Qəbələ qədim Qafqaz Albaniyasının paytaxtı olmuş və e.ə. IV əsrdən başlayaraq mühüm strateji mərkəz kimi formalaşmışdır. Burada yerləşən Qəbələ Qala Yeri, Çuxur Qəbələ arxeoloji kompleksi, Dəmirqapı məbədi kimi abidələr Böyük İpək Yolunun mühüm dayanacaqları sayılır.

Qəbələnin turizm potensialı həm də təbii mühitlə tarixi irsin harmoniyasından qaynaqlanır. Regionda 2010-cu ildən etibarən dövlət vəsaiti hesabına bir sıra konservasiya işləri həyata keçirilmişdir.

Şəki şəhəri XVIII əsrdə formalaşmış memarlıq ansamblı ilə tanınır**. Şəki Xan Sarayı (1797, memar Hacı Zeynalabdin)** Şərq memarlığının incilərindəndir və 2019-cu ildə UNESCO-nun Dünya İrsi Siyahısına daxil edilmişdir. Şəki karvansaraları və qədim ticarət məhəlləsi Böyük İpək Yolu dövründə tacirlər üçün strateji istinad nöqtəsi olmuşdur. Şəki bu gün "İpək Yolu turizm marşrutu"nun ən aktiv seqmentlərindən biridir.

Gəncə Azərbaycanın ən qədim şəhərlərindən biridir və orta əsrlərdə Böyük İpək Yolunun əsas dayanacaqlarından biri olmuşdur. **Nizami Gəncəvi məqbərəsi (XII əsr, memar Məhəmməd ibn Əbülfəzl)** həm mədəni, həm də dini turizmin əsas obyektlərindəndir. Bundan başqa, İmamzadə Kompleksi (XIV əsr) və Gəncə Qalası kimi abidələr regionun turizm xəritəsində mühüm yer tutur. 2023-cü ildə Gəncə şəhəri "Böyük İpək Yolu irs şəhəri" statusu ilə beynəlxalq siyahıya daxil edilmişdir.

Bakı həm tarixi, həm də müasir dövrdə Qafqazın əsas liman şəhəri kimi Böyük İpək Yolunun dəniz hissəsində mühüm rola malik idi. **Qız Qalası (XII əsr) və İçərişəhər Kompleksi** UNESCO-nun Dünya İrsi Siyahısına daxildir və şəhərin turizm brendinin əsasını təşkil edir**. Şirvanşahlar Sarayı Kompleksi (XV əsr)** memarlıq baxımından İslam renessansının nümunəsidir.

Naxçıvan qədim Azərbaycan sivilizasiyasının beşiyi hesab olunur. **Möminə Xatun Türbəsi (1186, memar Əcəmi Naxçıvani) və Yusif Küseyir oğlu Türbəsi (XII əsr)** memarlıq tarixinin şah əsərləridir. Regionda həmçinin Alıncalı Qalası, Qarabağlar Türbəsi kimi abidələr də Böyük İpək Yolu dövrünə aid mədəni irs nümunələridir.

Son onilliklərdə Azərbaycanın turizm sektoru dövlət siyasətinin prioritet istiqamətlərindən birinə çevrilmişdir. Dövlət Turizm Agentliyinin məlumatına görə, 2024-cü ildə ölkəyə gələn xarici turistlərin 28%-i mədəni turizm məqsədilə səyahət etmişdir (DTA, 2024).

Qrafik 1. Turist axınının bölgələr üzrə dinamikası (2020–2024)

İl	Bakı	Şəki	Gəncə	Qəbələ	Naxçıvan
2020	120,000	45,000	38,000	42,000	30,000
2021	150,000	52,000	44,000	50,000	34,000
2022	190,000	60,000	49,000	56,000	39,000
2023	220,000	71,000	58,000	65,000	47,000
2024	245,000	83,000	70,000	72,000	55,000

Bununla yanaşı, infrastrukturun qeyri-bərabər inkişafı, bərpa işlərinin yetərli maliyyələşdirilməməsi və regionlarda kadr çatışmazlığı kimi problemlər qalmaqdadır. Şəki və

Qəbələdə turizm xidmətləri yüksək səviyyədə olsa da, Gəncə və Naxçıvanda bu sahədə bəzi çətinliklər mövcuddur. Bəzi abidələrdə bərpa işləri müasir texnoloji tələblərə cavab vermir, nəticədə mədəni irsin orijinallığına təsir göstərir. Turist məlumat mərkəzlərinin çatışmazlığı və abidələr haqqında çoxdilli məlumatların məhdudluğu da turizm axınını azaldan amillərdəndir.

Cədvəl 1. Azərbaycanın Böyük İpək Yolu üzərindəki tarixi abidələrin təsnifatı

№	Region	Abidənin adı	İnşa tarixi	Memarı	UNESCO statusu
1	Şəki	Şəki Xan sarayı	1797	Hacı Zeynalabdin	Bəli
2	Bakı	Qız Qalası	XII əsr	Naməlum	Bəli
3	Naxçıvan	Mömınə Xatun Türbəsi	1186	Əcəmi Naxçıvani	Xeyr
4	Gəncə	Nizami Məqbərəsi	XII əsr	Məhəmməd ibn Əbülfəzl	Xeyr
5	Qəbələ	Qala Yeri	e.ə. IV əsr	Naməlum	Xeyr

Azərbaycanın Böyük İpək Yolu turizm modelini inkişaf etdirmək istiqamətində Gürcüstan, Özbəkistan və Qazaxıstan kimi ölkələrin təcrübəsindən bəhrələnməsi vacibdir. Məsələn, Özbəkistanda Samarkand və Buxara şəhərlərində "İpək Yolu İrs Qoruqları" adlı inteqrasiya olunmuş turizm klasterləri yaradılmışdır. Bu modelə əsasən, abidələr bərpa edilir, yerli icmalar turizm fəaliyyətinə cəlb olunur və gəlirin bir hissəsi mədəni irsin qorunmasına yönəldilir. Azərbaycan üçün də bu yanaşma dayanıqlı turizm idarəçiliyi baxımından effektiv ola bilər. Bundan başqa, Gürcüstanın Mtsxeta şəhərində tətbiq olunan "ağıllı turizm" sistemi – turistlərin mobil tətbiq vasitəsilə abidələr haqqında məlumat alması və bələdçi xidmətlərinə çıxış əldə etməsi – Azərbaycanın Şəki və Qəbələ kimi bölgələrində də tətbiq oluna bilər.

Cədvəl 2. Seçilmiş abidələrin turizm potensialı göstəriciləri

No	**Abidə**	**Illik ziyarətçilər (təxminən**	**Turizm obyektləri**	**Potensial xal (1-10)**
1	Şəki xan sarayı	150,000	Ekskursiyalar, muzey	9
2	Qız qalası	200,000	Muzeylər, turizm informasiya mərkəzi	10
3	Mömınə xatun türbəsi	50,000	Məlumat lövhələri	7
4	Nizami Gəncəvi məqbərəsi	80,000	Abidəyə giriş	8
5	Qədim Qəbələ arxeologiya şəhəri	30,000	yol	6

Azərbaycanın Böyük İpək Yolu marşrutları üzrə turizm potensialının səmərəli istifadəsi üçün bir sıra addımlar atıla bilər. Birincisi, abidələrin rəqəmsal xəritələrinin və 3D modellərinin hazırlanması ilə turizmin tədris və virtual formatlarda inkişafı mümkündür. İkincisi, yerli icmaların turizm gəlirlərindən birbaşa faydalanması üçün sosial sahibkarlıq layihələri təşviq edilməlidir. Üçüncüsü, abidələrin beynəlxalq səviyyədə tanıdılması üçün İpək Yolu üzrə vahid

brendin yaradılması məqsədəuyğundur. Bundan əlavə, regionlar üzrə turizm infrastrukturunun balanslı inkişafı və bərpa işlərinin UNESCO standartlarına uyğun aparılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu tədbirlər həm mədəni irsin qorunmasına, həm də iqtisadi gəlirlərin artmasına şərait yaradacaqdır.

NƏTİCƏ

Tədqiqatın nəticələri göstərir ki, Azərbaycanın Böyük İpək Yolu üzərində yerləşən tarixi-mədəni abidələri ölkənin turizm inkişafının əsas dayaq nöqtələrindən biridir. Bu abidələrin qorunması və müasir turizm sisteminə inteqrasiyası Azərbaycanın beynəlxalq imicinin formalaşmasına xidmət edir. Lakin dayanıqlı inkişafın təmin olunması üçün kompleks idarəetmə mexanizmləri və elmi əsaslandırılmış bərpa siyasətləri vacibdir. Gələcəkdə İpək Yolu marşrutlarının rəqəmsallaşdırılması, tematik turların yaradılması və yerli icmaların prosesə aktiv cəlbi turizm sektorunun rəqabət qabiliyyətini artıracaqdır. Beləliklə, Böyük İpək Yolu irsinin qorunması yalnız mədəni deyil, həm də sosial-iqtisadi dəyərə malik milli prioritetdir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Respublikasının Dövlət statistika komitəsi, Azərbaycanda turizm, statistik məcmuə, 2025, https://stat.gov.az/menu/6/statistical_yearbooks/source/tourism_2025.pdf
2. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi, Azərbaycan Respublikasının turizm strategiyası 2023-2026, https://www.tourismboard.az/az/strategy
3. Əliyev Asəf, Həziyev Yadulla , Vəliyev Səyyad, Əliyev Şahin, Nəqliyyat dəhlizləri və Azərbaycanın tranzit potensialı //ELMİ İŞ Beynəlxalq Elmi Jurnal. 2024 / Cild: 18 Sayı: 12 / səh. 9-13
4. Əmrahov Mais, Böyük İpək yolu, dərs vəsaiti, Bakı, Mütərcim nəşriyyatı,2011, 93 səh.
5. Əzizov Şamil, "Bir kəmər, bir yol təşəbbüsü"nü şərtləndirən amillərin reallaşmasının sosial-iqtisadi səmərəliliyi,// "Kooperasiya" elmi-praktiki jurnal, №1 (68)-2023, səh.172-181
6. Əzizov Şamil "Bir Kəmər, bir yol" təşəbbüsünün gözlənilən təsirləri.// Innovasiyali iqtisadiyyat və menecment №2, 2023, səh. 80-88
7. Frankopan Peter, The Silk roads: A New History of the World, Bloomsbury and the Diana logo are trademarks of Bloomsbury Publishing Plc First published in Great Britain 2015, 644 səh.
8. Hansen, V. (2012). The Silk Road: A New History. Oxford University Press. 305 səh.
9. İsayev Elburus, Böyük İpək yolu və Naxçıvan, Bakı,Elm və təhsil nəşriyyatı,2012, 214 səh.
10. Isakov Hakim, "Böyük ipək yolu"nun bərpasi siyasəti və Azərbaycan Respublikasinin sosial-iqtisadi və mədəni inkişaf perspektivləri (1991-2005-ci illər),Tarix üzrə elmlər doktoru elmi dərəcəsi almaq üçün təqdim olunmuş dissertasiyanın avtoreferati, Bakı,2018,43 səh.
11. Seyidov Elçin, Azərbaycan Respublikası müasir İpək yolu qurşağında, //Geostrategiya jurnalı, 24 iyun 2020
12. Soltanova Həbibə, Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı, Bakı, 2015, 475 səh.
13. The 21st Century Maritime Silk Road-Tourism Opportunities and impacts// https://www.untourism.int/global/publication/21st-century-maritime-silk-road-tourism-opportunities-and-impacts.

14. Ulusel Rahid, Mədəniyyətlərin İpək Yolu//«Dirçəliş XXI-əsr».–2009.-№139-140, Səh.115-128.
15. UNESCO. (2019). World Heritage List: The Silk Roads Heritage Corridors. https://whc.unesco.org/en/list/

Vüsalə MƏMMƏDZADƏ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
Sənətşünaslıq üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
vusalememmedova@mail.ru
vusala.mammadzada@atmu.edu.az

DAĞLIQ QARABAĞIN İŞĞALI ZAMANI QANUNSUZ BƏRPA EDİLƏN VƏ SAXTALAŞDIRILAN ALBAN TARİXİ-MEMARLIQ ABİDƏLƏRİ

Xülasə: *Dağlıq Qarabağın erməni vandalları tərəfindən məhvə məhkum edilən maddi-mədəniyyət abidələri tariximizin daş yaddaşı kimi əvəzolunmaz milli sərvətimizdir. Bu abidələr təkcə maddi-mədəniyyət deyil, həm də mənəviyyat tariximizin "arxiv" səhifələridir. Dağlıq Qarabağın tarixi abidələrinin darmadağın edilməsi isə mədəniyyət və mənəviyyat tariximizin daşlaşmış yaddaşının silinməsi kimi təhlükəylə üzləşmişdi.*

İşğal dövründə bir çox abidələrimiz dağıdılmış, talan edilmiş, dağıda bilmədiklərini isə "ermənileşdirməklə" dəyişikliklər aparmışdılar. Qarabağ və onun ətrafında olan rayonlarda dini ibadələri qriqorianlaşdıran ermənilər, ermənileşdirə bilmədikləri abidələri yerlə yeksan etmişdilər. Azərbaycanın tolerant ölkə olaraq ərazisində yaşayan müxtəlif dini məzhəbə malik xalqlara və onların ibadətgahlarına göstərdikləri qayğı danılmaz faktlarla göz qabağındadır. Bakı şəhərinin mərkəzində "Erməni kilsəsini" göstərmək olar ki, Azərbaycan dövləti digər dini abidələrə göstərdiyi qayğını həmin kilsəyədə göstərir. Azərbaycan dövləti nəinki Azərbaycan ərazisindəki kilsə və digər tarix-memarlıq abidələrinin bərpasını həyata keçirir, həmçinin ölkə xaricində də bir çox dünya mədəni irsinə daxil edilən tarixi abidələrin bərpa və konservasiyasında yaxından iştirak edir.

Azərbaycan çoxmillətli və tolerant bir ölkə olduğundan burada aborgenlərin azsaylı xalqların dini abidələrinə, etiqad yerlərinə və mədəni dəyərlərinə hörmət edildiyi kimi, eynilə azsaylı xalqların da aborgenlərin yəni, azərbaycanlıların milli-mədəni dəyərlərinə hörmət hissi də qarşılıqlı təbliğ olunmalıdır. Bir qayda olaraq millətlər və xalqlar arasında birinin digərinin mədəniyyətinə hörmət hissinin təbliğ edilməsi və inkişaf etdirilməsi gündəmdən düşməməli, günün ən vacib məsələlərindən biri olmalıdır. Beləliklə xalqlar və millətlər arasında birinin digərinin mədəniyyətinə hörmət hissi artdıqca, xalqların biri-birinə olan hörmət və ehtiramı da artıracaqdır.

Silahlı münaqişə zamanı mədəni sərvətlərin qorunması haqqında Haaqa Konvensiyası hər bir xalqın mədəni irs üçün böyük əhəmiyyət kəsb edən obyektlərin müdafiəsinə dair ən mühüm hüquqi qaydalar toplusudur. Qarabağ müharibəsi zamanı bu ərazidə mövcud olan daşınar və daşınmaz mədəniyyət nümunələrinin ermənilər tərəfindən talan edilməsi bu konvensiyanın tələblərinə tamamilə ziddir. 1954-cü il Konvensiyasının 4-cü (3) maddəsinə müvafiq olaraq razılığa gələn tərəflər mədəni sərvətlərə qarşı hər hansı bir formada istənilən oğurluq, qarət və ya qanunsuz mənimsəmə aktını, həmçinin qeyd edilən sərvətlərə qarşı istənilən vandalizm aktlarını qadağan etmək, yol verməmək, zərurət yarandıqda isə qarşısını almaq öhdəliyi götürür.[1,s.3]

Azərbaycan dövləti işğaldan azad edilmiş abidələrin bərpasında UNESKO-ya daxil olan üzv dövlətlərdən biri kimi, abidələrin bərpasında Beynəlxalq əhəmiyyətli belə bir təşkilatdan yardım tələb etməlidir. Həmçinin, Azərbaycan tərəfi 28 il işğal altında saxlanılan ərazilərin bərpası üçün, zərər görmüş tərəf kimi Ermənistan hakimiyyətindən dəymiş ziyanın ödənilməsi tələbini Beynəlxalq təşkilatlar qarşısında qaldırmalıdır.

Açar sözlər: *Tarixi-memarlıq, alban dövrü, saxtalaşdırılmış abidə, kilsə, məbəd, xaç daşları, bərpa, konservasiya.*

ALBANIAN HISTORICAL-ARCHITECTURAL MONUMENTS ILLEGALLY RESTORED AND DAMAGED DURING THE OCCUPATION OF NAGORNO-KARABAKH

Abstract: *The material and cultural monuments of Nagorno-Karabakh, which were condemned to destruction by the Armenians, are our irreplaceable national wealth as a stone memory of our history. These monuments are not only material and cultural, but also "archive" pages of our spiritual history. The destruction of historical monuments of Nagorno-Karabakh was faced with the threat of erasing the fossilized memory of our history of culture and morality.*

The article states that the Azerbaijani state not only carries out the restoration of churches and other historical and architectural monuments in the territory of Azerbaijan but also takes an active part in the restoration and conservation of historical monuments included to many World Cultural Heritage outside the country. The peoples of different faiths and their temples living in its territory of Azerbaijan as a tolerant country are evident with undeniable facts. The "Armenian church" can be seen in the center of Baku city, in which the state of Azerbaijan shows the care it shows to other religious monuments. As Azerbaijan is a multi-ethnic and tolerant country, just as aborigines respect the religious monuments, places of faith and cultural values of minority peoples, the same feeling of respect for the national-cultural values of the aborigines, that is, Azerbaijanis, should also be promoted. Thus, as the sense of respect for one's culture among peoples and nations increases, it will also increase the respect and esteem of one's another.

Keywords: *Historical-architectural, Albanian period, falsified monument, church, temple, cross stones, restoration, conservation.*

НЕЗАКОННО ВОССТАНОВЛЕННЫЕ И ФАЛЬСИФИЦИРОВАННЫЕ АЛБАНСКИЕ ИСТОРИКО-АРХИТЕКТУРНЫЕ ПАМЯТНИКИ В ПЕРИОД ОККУПАЦИИ НАГОРНОГО КАРАБАХА

Резюме: *Материально-культурные памятники Нагорного Карабаха, обречённые на уничтожение армянскими вандалами, являются незаменимым национальным достоянием, каменной памятью нашей истории. Эти памятники представляют собой не только образцы материальной культуры, но и "архивные" страницы истории нашей духовности. Разрушение исторических памятников Нагорного Карабаха создало угрозу стирания окаменевшей памяти истории нашей культуры и духовности.*

В период оккупации многие из наших памятников были разрушены и разграблены, а те, которые не удалось уничтожить, подвергались изменениям путём их «арменизации». В Карабахе и прилегающих районах армяне подвергали религиозные святыни григорианизации, а памятники, которые не поддавались арменизации, сравнивали с землёй. Неоспоримым фактом является забота Азербайджана как толерантного государства о народах, проживающих на его территории и

принадлежащих к различным религиозным конфессиям, а также об их культовых сооружениях. В качестве примера можно привести «Армянскую церковь» в центре города Баку, о которой Азербайджанское государство заботится так же, как и о других религиозных памятниках. Азербайджанское государство осуществляет реставрацию не только церквей и других историко-архитектурных памятников на своей территории, но и активно участвует в восстановлении и консервации многих исторических памятников, включённых в мировое культурное наследие, за пределами страны.

Поскольку Азербайджан является многонациональной и толерантной страной, здесь, наряду с уважением к религиозным памятникам, местам поклонения и культурным ценностям коренных и малочисленных народов, должно взаимно пропагандироваться и уважение со стороны этих народов к национально-культурным ценностям коренного населения — азербайджанцев. Как правило, пропаганда и развитие уважительного отношения народов и наций к культуре друг друга не должны сходить с повестки дня и должны оставаться одной из важнейших актуальных задач. Таким образом, по мере роста уважения к культуре друг друга будет усиливаться и взаимное почтение между народами и нациями.

Гаагская конвенция о защите культурных ценностей в случае вооружённого конфликта является важнейшим сводом правовых норм по защите объектов, имеющих большое значение для культурного наследия каждого народа. Разграбление армянами движимых и недвижимых культурных ценностей, существовавших на этой территории во время Карабахской войны, полностью противоречит требованиям данной конвенции. В соответствии со статьёй 4 (пункт 3) Конвенции 1954 года договаривающиеся стороны обязуются запрещать, предотвращать и, при необходимости, пресекать любые акты кражи, грабежа или незаконного присвоения культурных ценностей, а также любые акты вандализма в отношении указанных ценностей [1, с. 3].

Азербайджанское государство, как одно из государств — членов ЮНЕСКО, при восстановлении памятников, освобождённых от оккупации, должно требовать помощи этой международной организации, имеющей большое значение в сфере охраны культурного наследия. Кроме того, азербайджанская сторона, как пострадавшая сторона, должна поставить перед международными организациями вопрос о возмещении ущерба, нанесённого за 28 лет оккупации, со стороны властей Армении.

Ключевые слова: *историко-архитектурный, албанский период, фальсифицированный памятник, церковь, храм, хачкары, реставрация, консервация.*

GİRİŞ

Antik dövrlərdə və erkən orta əsrlərdə indiki Azərbaycanın bütün bölgələri tarixdən məlumdur ki, Qarabağ da daxil olmaqla Azərbaycan Albaniya və Atropatena dövlətlərinin tərkib hissəsi olmuşdur (e.ə.IV - eramızın VII əsri). Məhz bu dövrlərdə memarlıq sənəti həmin ərazilərdə çox yüksək səviyyədə və böyük sürətlə inkişaf etmişdi. Alban dövlətində xristianlıq rəsmi din kimi qəbul edildikdən sonra, təbii ki, bu din Alban dövləti mövcudluğunun müəyyən dərəcədə xristian ideologiyasının təsir dairəsində olmuşdur.

Təqribən min illik tarixi olan Alban dövlətinin mövcud olduğu dövrlərdə Şimali Azərbaycanın bütün bölgələrində, o cümlədən Dağlıq Qarabağda öz spesifik quruluşuna görə tamam fərqli alban-xristian dininə aid məbədlər və bazilikalar meydana gəlməyə başlamışdı. Öz dövrü üçün xarakterik olan bu cür memarlıq üslubundan aydın olur ki, o dövrdə Albaniyada Şərq xristianlığına məxsus memarlığın bütün növləri inkişaf etmişdir. Bütün bu tarixi

həqiqətləri inkar edən ermənilər, xristianlıq amilindən istifadə edərək bu tipli abidələrin bədii ornamentlərini və divar yazılarını dəyişdirərək onları ermənileşdirirlər.[2,s.8]

Bu da öz növbəsində alban kilsələrindəki əlyazmaların erməni dilinə tərcümə edilərək orijinallarının yandırılmasına, kilsə və monastırların interyerindəki yazıların və bədii daş nümunələrinin dəyişdirilməsinə səbəb oldu. Bütün bu saxtakarlıqlara baxmayaraq Qafqaz Albaniyası dövrü abidələrinin əksəriyyəti Azərbaycanın bir çox ərazilərində öz ilkin formalarını qoruyaraq dövrümüzə qədər gəlib çatmışdır.[3]

Rus tədqiqatçı V.P.Veliçko yazır: "Həmişə dəyişkən sərhədləri olan şübhəli erməni hökmdarları hər vaxt güclü qonşu ölkələrdən aslı olub və həmişə sistematik olaraq onlara xəyanət edib. Hara ona mənfəətlidir, ora onun Vətənidir "Tarixi mənbələrin göstərdiyi kimi tarixdə erməni dövləti olmadığı kimi, onun tarixi də olmayıb". Məhz buna görə də, saxtakar erməni tarixçiləri "Ermənistan tarixi'' əvəzinə, həmişə "Erməni xalqının tarixini yazmağa məcbur olmuşdular".[8,s.47]

Köklü tarixləri olmayan ermənilər Qafqazda məqsədli şəkildə Alban abidələrini mənimsəmək, Alban memarlığının milli mənsubiyyətini dəyişmək yolunu tutublar və yorulmadan "mübarizə" aparırlar. Ən çox mənimsənilməyə və dəyişikliyə məruz qalan abidələr isə kilsə, bazilika və sovmə tikintiləridir. Ermənilər burada belə tipli abidələr üzərindəki xristian dininin simvolları və rəmzləri, eləcə də daş və divar rəsm nümunələrini əsas götürərək bunları qriqoryan dininə məxsus elementlər kimi təqdim edirlər.Bu da tarixin saxtalaşdırılmasına gətirib çıxarır. Görkəmli qafqazşünas rus tarixçisi Y.İ.Krupnov ermənilər haqqında yazırdı: "Albaniya tarixinin öyrənilməsi işində heç bir məhdudiyyət və məcburiyyət olmamışdır. Albaniya tarixini müxtəlif ölkələrin tarixçiləri öyrəniblər. Lakin bir şey məlumdur: Qafqaz Albaniyasının tarixi və taleyi ilə hamıdan çox azərbaycanlılar məşğul olmalıdırlar. Bu sahədə onlar dünya elmi qarşısında məsuliyyət daşıyırlar, dünya elminə borcludurlar".[4]

Albaniyada xristianlıq memarlığı üslubunda dairəvi məbədlər deyilən xüsusi memarlıq da yayılmışdı və həmin memarlıq üslubu yalnız, albanlara aiddir. Çünki xristianlığa qədərki dövr Alban memarlıq abidələrinin daş və divarları üzərindəki elementlər başqa millət və xalqların daş kitabələrində rast gəlinmir. Bunu bir çox tədqiqatçılar da təsdiq edirlər ki, bu üslub Cənubi Qafqazda yalnız albanlara məxsusdu. İndiki dövrdə ermənilər bu abidələrin ermənilərə məxsus olduğunu iddia etsələr də, abidələrin memarlıq quruluşu forma və ornamentlərinin düzülüşü ermənilərin yalan danışdıqlarını üzə çıxarır.

Albaniyada dairəvi məbədlərin inşası erkən xristianlıq dövrünə aiddir və tədqiqatçıların fikrincə, bu məbədlər günəşə ibadət edən albanlar tərəfindən, yəni hələ səma cismlərinə ibadətlə qarışdırıldığı və hələ xristianlığın tam mənimsənilmədiyi dövrlərdə tikilib. Bu dövr memarlıq üslubunun bütün ornamentlərində atəşpərəstliyin təzahürləri, göy cismlərinə ibadətin motivləri öz əksini tapır.

Apardığımız analiz və təhlillər bunu deməyə əsas verir ki, Alban dövrü memarlıq abidələrinin süjet xarakterli oymalarda və eləcə də daş və divar rəsmlərində daha çox türkdilli xalqlara məxsus elementlərdən istifadə edilmişdi. Birmənalı şəkildə ermənilər məskunlaşdıqları ərazilərdəki tarix və mədəniyyət abidələri üzərində türk simvollarının və ornamentlərinin olmasını qəbul etmirlər. Hazırkı dövrdə bu abidələrin ermənilər tərəfindən daha çox zərər görməsinə səbəb olur. Çünki onlar alban dövrü abidələrinin üzərindəki ornament və simvolları olduğu kimi qəbul etsələr, onda bu abidələrin ermənileşdirilməsi mümkün olmazdı.

Ermənilər tərəfindən Azərbaycanın xristianlıq dövrü abidələrinin mənimsənilməsi faktlarını gürcü tarixçisi A.Çavçavadze "Ermənilər və qan ağlayan daşlar" əsərində dolğun şəkildə əks etdirmişdi. O yazır: "Ermənilər aborigen albanları süni şəkildə qriqoryanlaşdıraraq vaxtilə sığındıqları Azəbaycan torpaqlarını "Hay ölkəsi" adlandırırlar. Lakin tədqiqatçılar göstərir ki, hətta xristianlıq dövrü abidələri belə nə erməni mədəniyyətinə, nə də erməni dininə (qriqoryanlıq) və mənşəyinə uyğun gəlir. Belə ki, Azərbaycan ərazilərindəki Alban-xristian

abidələrinin memarlıq və tarixi-arxeoloji baxımından tədqiqi xristianlığın bir çox xüsusiyyətlərini aydınlaşdırmağa kömək edir".[4]

Alban dövrünün ən mürəkkəb tikililəri isə bir qayda olaraq monastırlar və bazilikalar hesab olunurlar. İşğalçı ermənilər Azərbaycan ərazilərində bu tipli abidələrin hamısını erməni kilsələri kimi təqdim edirdilər. Monastır və bazilikalar, kilsə və sovmələrdən fərqli olaraq iki, üç və hətta dördnefli əzəmətli tikinti quruluşuna malik olurlar. Bu abidələr kütləvi tədbirlər və dini ibadətlər üçün nəzərdə tutulurdu. Onların da tikinti üslubu və özünəməxsus xüsusiyyətləri Şərq xristianlığı memarlığından kəskin şəkildə fərqlənir. Alban dövrünün bütün növdən olan tikintilərini "erməni kilsəsi" adlandıran ermənilər, Dağlıq Qarabağda bunların sayının 500 olduğunu iddia edirlər. Halbuki sovet Ermənistanının bütün ərazilərində cəmi 2 erməni kilsəsi mövcud idi.[3]

Ermənilər tarixi öz xeyirlərinə dəyişdirmək üçün, xaç daşlarını yonaraq işğal zamanı Azərbaycan torpaqlarında basdırmağı qarşılarına məqsəd qoydular. Onların son illər xaç istehsalını o qədər genişləndirdilər ki, Cənubi Qafqazda xaçdaşlıların istehsalçılarına çevirildilər. İşğalçı ermənilərin Azərbaycan ərazilərində xaçdaşlıların istehsalı ilə məşğul olmaları, ilk baxışdan xristianlığın təbliği kimi görünsədə, əslində bu prosesin gedişi Azərbaycan torpaqlarının ermənləşdirilməsinə xidmət edir. Onlar sadəcə, heç bir bədii məna kəsb etməyən can sıxıcı erməni xaçdaşlarının yeniləşdirilməsi işlərindən cana doyaraq,son zamanlar Alban xaçdaşlılarının bədii nümunələrindən və ornamentlərindən istifadə etməyə başladılar. Bu yolla ermənilər çoxlu sayda Alban xaçdaşlılarının dekorativ tərtibatı ilə eyni olan (yalnız bu daşlarının ornament və bəzəklərdə dəyişiklik edərək) oyma və qabartma üsulu ilə xaç daşları, baş daşları və nişan daşları yonaraq Azərbaycanın Dağlıq Qarabağ bölgəsinin müxtəlif yerlərində, bir zamanlar regionun istirahət mərkəzləri olmuş ərazilərində bualqların ətrafında, yol kənarlarında, ictimai mərkəzlərinin baxımlı yerlərində, parklarda, bağlarda, qəbirstanlıqlarda, memarlıq abidələrinin üzərində və eləcə müxtəlif yaşayış ərazilərində kütləvi şəkildə yerləşdirirlər.[2,s.104-108]Onu da qeyd etməliyəm ki, ermənilərin abidələrimizə qarşı bu cür kütləvi şəkildə, məqsədli təcavüz siyasəti dünyada abidələrə qarşı aparılan ilk belə bir siyasətdi.

Burada qeyd etmək yerinə düşərdi ki, klassik erməni xaç daşları, erməni dini simvolları və rəmzləri xüsusən də xaç təsvirlərinin özləri sadə formada olduqlarından, özünün bədii üslubuna və xarakterinə görə heç bir məna və əhəmiyyət kəsb etmir. Erməni-qriqoriyan xaçları hazırlarakən onların təsvirlərində, dekorativ sənət nümunələrindən, müxtəlif ornamentlərindən və digər nümunələrindən istifadə edilməmişdi. Ona görə də erməni-qriqoriyan xaçların dövrümüzə qədər olan nümunələri, sadə formada olub, öz xüsusiyyətlərinə görə bədii sənət əsərləri saymırlar, bu xaçlar sadəcə olaraq kilsələrdə dini ayinlərin icrasında istifadə olunan adi bir dini vasitələrdən başqa bir şey deyildir.[5,s.104-108]Ermənilər nə qədər çalışsalar da, yerli türklərə məxsus məbədləri, kilsələrin qurluşunu, stukturunu tam olaraq öz məqsədlərinə uygun dəyişə bilməmişdilər.

Hamıya məlumdur ki, Qafqazda apostol kilsəsi alban kilsəsi olub. Çünki albanlar 313-cü ildə xristianlığı qəbul edəndən 270 il sonra bu dini ermənilər qəbul edib. Bu akademik Ziya Bünyadovun araşdırmalarında da öz əksini tapır. O, dəlillərlə sübut edir ki, ermənilər həqiqətən 583-cü ildə Qriqorinin başçılığı altında xristianlığı qəbul ediblər. Ermənilər apostol deyillər. Ermənilərin apostol olub-olmamasının məsələ mübahisə mövzusu olmuşdur. Bu məqam Alban katalikosu Avraamın albanlara ünvanlanan məktubunda öz əksini tapır. O yazırdı: " Axı erməni kilsəsi qriqoryan kilsəsidir. Yəni öz başlanğıcını Qriqoridən götürür. Qriqori isə məlimdur ki, apostol Yeliseyin şagirdinin şagirdi olub. Əgər Qriqori apostol olmayıbsa, erməni kilsəsi necə apostol kilsəsi ola bilər". [3]

Məsələdə elə bundadır. Göründüyü kimi ermənilər burada da saxtakarlıq nümayiş etdirirlər.

Kəlbəcərdə yüksək təpəlik üzərində, əsrarəngiz təbiət qoynunda inşa edilmiş Xudavəng monastrı Azərbaycan ərazisindəki ən böyük monastr kompleksidir. Qədim Alban sivilizasiyasın ən gözəl sübutlardan olan Dadivəng və yaxud Xudavəng kompleksi Arzu xatun kilsəsindən, Həsən kilsəsindən, Bazilika və 2 ibadətgahdan ibarətdir. Yerləşdiyi bölgənin landşaftı ilə vəhdət təşkil edən qədim memarlıq nümunəsi 8-9-cu əsrlərə aiddir. 1993-cü ildə Ermənistan silahlı qüvvələrinin Kəlbəcəri işğal etməsindən sonra Xudavəng monastır kompleksi dünyaya erməni abidəsi kimi təqdim olunub. Lakin buradakı kitabalərdə qeyd olunan türk adları abidəni ucaldanların etnik mənsubiyyətinin dəqiq göstəricilərindən biri sayılır. Noyabrın 25-dək Kəlbəcəri təhvil verməli olan ermənilər tarixi abidələrə də ziyan vururlar. Xudavəng monastrı da bu vandallığın qurbanlarındandır. Monastırın zəngləri, xaç daşları və digər qiymətli əşyaları sökülür və qeyri-qanuni olaraq Ermənistana aparılır. Eləcə də müxtəlif Alban kilsələrinin üzərindəki yazıları siliblər, freskaların dəyişdirilməsini,kəsilib götürülməsini həyata keçiriblər. Hətta xaç işarələrinin dəyişdirilməsi məsələsi də baş verib. Ermənilər işğal dövründə bu saxtakarlıq işlərini mütəmadi olaraq aparıblar. Xüsusən, kilsələr üzərinə yeni yerləşdiriləcək müxtəlif daşlara, freskalara qədimlik görüntüsü vermək üçün xüsusi daş karxanaları fəaliyyət göstərib və burada daşların üzərində kimyəvi məhlullar vasitəsilə onların digərlərindən fərqlənməməsi üçün rəngləmə işləri aparıblar. Bütün bunlar onu göstərir ki, ermənilər təkcə türklərin, azərbaycanlıların, müsəlman mədəniyyətinə aid abidələrin düşməni deyil, həm də xristian abidələrinin, xristianlığın özünün, tarixin, bütün bəşəriyyətin yaratdığı maddi-mədəni irsin düşmənləridir" -

Hazırda işğaldan azad olunan bütün Azərbaycan ərazilərində yerləşən tarixi memarlıq obyektlərinin qorunması üçün tədbirlər həyata keçirilir.

Dağlıq Qarabağda nə tarix baxımından və nə də işğal olunmuş digər ərazilərimizdə heç vaxt erməni kilsəsi və ya kilsələri mövcud olmamışdır. Dünyanın heç bir arxivindən bunu sübut edə bilən heç bir sənədə rast gəlmək mümkün deyildir. Dağlıq Qarabağda ilk dəfə "erməni kilsəsi" ifadəsinə XX əsrin 70-80-ci illərində rast gəlinir. Bunun isə öz tarixi kökləri var. Belə ki, 1805-ci ildə Qarabağ xanlığını devirən Çar hökuməti öz mənzil qərargahını Şuşa şəhərində yaratdı. Divanxana rus ordusu komandanlığı tərəfindən, ayrı- ayrı zaman kəsiyində bir neçə dəfə təmir edilərək kilsə stilinə uyğunlaşdırıldı. Rus əsgərlərinin ibadəti üçün ordu rəhbərliyi xanlığın divanxanasının qülləsindən zəng asdıraraq burada rusların ibadəti üçün şərait yaratdı. Sonralar Qarabağ xanlığının divanxanası xalq arasında "rus kilsəsi" adlandırılmağa başladı. Bunu hətta o dövrün erməni tədqiqatçılarıda öz əsərlərində təsdiq edirlər. Şuşa şəhərindəki yeganə kilsənin erməni kilsəsi deyil rus kilsəsi olduğunu erməni tarixçisi Zare Melik-Şahnazarov özünün (Zapiski karabaxskoqo soldata. Moskva 1995) kitabında qeyd edir.

1918-ci ildə Azərbaycanda Xalq Cümhuriyyəti hökuməti qurulduqdan sonra rus hərbçiləri Şuşanı tərk etdilər. Bundan sonra rus kilsəsi 1970-ci ilə qədər baxımsız və istifadəsiz qaldı.

Lakin 1980-1990-ci illərdə DQMV-tinin erməni rəhbərliyi Şuşa şəhərindəki Rus kilsəsini təmir etdirərək kilsəni Şuşada yaşayan ermənilərin istifadəsinə verdi. Bundan sonra Qarabağda ermənilərin yeganə ibadət yeri olan bu kilsə tamamilə ermənləşdirildi. Kilsə bu hadisədən sonra "erməni kilsəsi" adlandırıldı.[6,s.79]

Qarabağda erməni kilsəsinin fəaliyyəti Erməni Qriqorian kilsəsinin rəhbəri II Vazgen tərəfindən Parqev Martirosyanın 1989-cu ildə Dağlıq Qarabağ bölgəsinə arxiyepiskop təyin edilməsindən sonra başlamışdır.[66]

Bütün bu sübut və dəlillər Qarabağda-Şuşada heç vaxt erməni kilsəsinin olmadığını, adlarının və qurluşunun sonradan ermənilər tərəfindən saxtalaşdırılarağ dəyişdirildiyi qənaətinə gəlir.

Ermənilər Azərbaycanın Dağlıq Qarabağ ərazilərində, Azərbaycanın yeraltı mədəniyyət nümunələrini, yəni arxeoloji abidələrini də ABŞ, İngiltərə, Niderland, İrlandiya, İspaniya və

başqa dövlətlərin maliyə dəstəyi və iştirakı ilə xüsusi qəddarlıqla dağıdırlar. Hər ilin yay ayları Ermənistanın Ekspedisiya Arxeologiya və Etnoqrafiya İnstitunun təşkilatçılığı ilə xarici ölkələrin müxtəlif arxeoloji qrupları tərəfindən Xocalı, Ağdam, Xocavənd, Şuşa, Kəlbəcər, Kərkicahan, Xankəndi ərazilərində olan bütün kurqanlar sökülərək yerlə yeksan edilmişdir. Qazıntı zamanı tapılan bütün arxeoloji nümunələr, o cümlədən əmək alətləri, məişət əşyaları, ov silahları, saxsı məmulatlar, zinət əşyaları, saxsı məmulatlar və s. Ermənistana daşıyıb aparılmışdır. [2,s.110-112]

Xarici tədqiqatçıların ermənilər müşayəti ilə apardıqları bu cür qeyri-qanuni qazıntılarla dünya ictimaiyyətini inandırmağa çalışırlar ki, bu torpaqlar bir zamanlar erməni əraziləri olmuşdur. Guya ki, bu məsələ "sübut edilərsə" onlar özlərinin işğalçılıq siyasətinə haqq qazandıracaqlar. Odur ki, ermənilər bu istiqamətdə ciddi cəhdlə çalışaraq, hətta öz xəyali arzularını həqiqət kimi qələmə verməkdən illərdi çəkinmirlər.

Apardığımız araşdırmalar nəticəsində məlum olmuşdur ki, Dağlıq Qarabağın işğalı zamanı ərazilərimizdə dövlət qeydiyyatında olan 50 türbə. 67 məscid, 92 ziyəratgah, 106 məbəd, 32 körpü, 39 qala, 262 xatirə və 253 arxeoloji abidələr qalmışdır. Memarlıq abidələri içərisində ermənilər tərəfindən ən çox dağntılara və tələfata məruz qalan islam dini abidələri, yəni məscidlər, türbələr, ziyərətgahlar və digər inanc yerləri olmuşdur.

SSRİ dövründəki qeydiyyat zamanı Şuşa qalası ətrafındakı Alban dövrünə aid sujetli daşlar, sənduqələr, bir çox bədii yazılı daş nümunələri, qəbirüstü abidələr, arxeoloji abidələr nəzərə alınmamışdır. Qalanın içərisində isə bir çox görkəmli şəxslərin yaşayış evləri, qəbirüstü abidələr, məhəllə məscidləri, məhəllə hamamları, xüsusi üslubla inşa edilmiş yaşayış evləri, xüsusi üsluba malik eyvanlı evlər, bədii daş nümunələri qeydiyyatdan kənarda qalmışdır.[7] Abidələrin qeydiyyatdan kənarda qalması bir növ onların ermənilər tərəfdən saxtalaşdırılmasını asanlaşdırmışdı.

Qarabağda abidələrin qeydə alınması ermənilər tərəfindən bir neçə il ərzində mərhələlərlə həyata keçirilmişdir. 2000-ci ildə 1700 abidə, 2006-cı ildə 1200 abidə, 2010-cu ildə 289 abidə və 2011-ci ildə isə 361 abidə qeydə alınıb ki, bunun da cəmi 3550-yə bərabər olur. 2012-ci ildə erməni mətbuatı məlumat yaymışdı ki, Dağlıq Qarabağ və ona bitişik ətraf ərazilərdəki tarix və mədəniyyət abidələrinin sayı 4000 ədədir. Əslində isə, ermənilərin Qarabağda mövcudluğunu iddia etdikləri 4000 abidənin 1450 ədədinin ermənilər tərəfindən işğal dövrü yeni tikdikləri erməni kilsələri və yonularaq qoyulan müasir xaçdaşlarıdır. Tərəfimizdən aparılan tədqiqatlar nəticəsində məlum olmuşdur ki, işğal altındakı ərazilərdəki daşınmaz tarix və mədəniyyət abidələrin ümumi sayı 2550-dən çox deyildir.[9]

NƏTİCƏ

Apardığmız araşdırmalar bunu sübut edir ki, Dağlıq Qarabağ yarandığı gündən bir neçə dəfə dağıntılara məruz qalmış qədim Alban məbədləri, eləcə də arxeoloji qazıntılar nəticəsində əldə edilən maddi mədəni dəyərlər oğurlanaraq saxtalaşdırılmış, eləcə də məscidləri, hamamları ictimai tikilləri dağıdılmış və öz əvvəlki görkəmini itirmişdi. Yerli tikillilər sökülərək ya saxtalaşdırılmış ya da yerində üçmərtəbə, beşmərtəbə binalar tikilmiş, ya da təyinatına uyğun olmayaraq istifadə edilmişdi.

Belə qənaətə gəlirik ki, iki yüz ildən çox davam etmiş Ermənilərin Azərbaycan xalqına qarşı təcavüzünün qurbanları yalnız torpaqlarımız yox, eyni zamanda soydaşlarımız, müqəddəs yerlərimiz həmçinin, qədim Alban tarixi və mədəni abidələrimiz, min illərlə yaşı olan məbədlərimiz də erməni vandalizminin qurbanı olub. Çünki XIX əsrdən başlayaraq fərqli vaxtlarda Qarabağda və Qərbi Azərbaycanda məskunlaşan ermənilər əvvəlcə azərbaycanlıların tarixi torpaqlarını, daha sonra isə zaman- zaman abidələrimizi zəbt edib dağıtmışdılar.

Bərpa və konservasiya işlərinin həyata keçrilməsi görüldüyü qədər asan bir proses deyil. Bərpa dövründə onlara xələl gətirmədən, öz qurluşunu, görkəmini dəyişmədən bərpası aparılmalıdı. Bu çox çətin və vacib məsələdi. Bərpaya müəyyən qədər kömək edəcək XVIII-XIX əsrlərdən qalmış rəsm əsərləri, əlyazma və sənədlərdə olan məlumatlar əsasında bərpa və konservasiya işləri aparılacaq.

Digər bir problem isə bərpaçı memar və rəssamların üzərinə düşür ki, bərpa prossesində abidələrin bərpası zamanı üzləşə biləcəkləri problemlərdi. Bu problemlər mürəkkəb texniki qurluşlu binaların bərpasında, materialların tapılmasında, bəzi tikililərdə olan ornamentlərin, işləmələrin, rəsm əsərlərinin tamamilə məhv olması və onların bərpası üçün heç bir eskizin olmaması kimi bir çox problemlərlə qarşılaşırıq.

Hazırda işğaldan azad olunmuş ərazilərdə təmir-bərpa işləri başlayıb. Bu işlərdə tarixi-memarlıq abidələrinin yenidənqurulması və bərpası işləri həyata keçrilir. Sonda işğaldan azad edilmiş ərazilərimizdə abidələrin bərpa və konservasiyalarının həyata keçirməklə, tarixiliyini, qədimliyini qorumaqla turizim sektorunun da inkişafını təmin edəcəkdir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. “Silahlı münaqişə zamanı mədəni sərvətlərin qorunması haqqında 1954 – cü il konvensiyası və konvensiyaya 1999- cu il ikinci protokolun implementasiyası (Azərbaycan Respublikasının təcrübəsi)”., Bakı – 2005.
2. İsmayılov Faiq İslam oglu. “Məcburən ermənileşdirmə”., .Bakı-2009. 182 s.
3. Faiq İsmayılov AMEA Hüquq və İnsan Haqları İnustutunun əməkdaşı. Hərbi and.- N37 (758) 28 sentyabr. 2018.
4. İsmayılov Faiq İslam oğlu, Azərbaycanın İşğal Olunmuş Ərazilərindəki Tarixvə Mədəniyyət Abidələrini Müdafiə Təşkilatı ictimai birliyinin sədri Azərbaycan.-2015.- 25 yanvar.- S.6.
5. “Qarabağ: Suallar və Faktlar”, “Qismət”nəşriyyatı. Bakı, 2005, s.156
6. Faiq İsmayılov, Vasif Sadıxlı. Erməni vandalizmi : faktların dili ilə. Bakı -2020.
7. Faiq İsmayılov Kaspi.-2012.-20 sentyabr.S.12.
8. Yusif Qazıyev. Erməni məsələsi ,, Yalanlar və Gerçəklər”
9.Фаиг Исмаилов. “АРМЯНСТВО ПРОТИВ АЛБАНСКОЙ КУЛЬТУРЫ”., Издательстве Ганун., Баку-2022, с 111

Səbinə BABAYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
Sənətşünaslıq üzrə fəlsəfə doktoru, dosent əvəzi
sabina.babayeva@atmu.edu.az

MUZEY VƏ SƏRGİLƏRDƏ HƏDƏF KÜTLƏLƏRLƏ İŞİN TƏŞKİLİ

Xülasə: *Məqalə muzey və sərgi fəaliyyətində hədəf kütlələrlə işin təşkili məsələlərinə həsr olunmuşdur. Müəllif bu istiqamətdə muzeylərin kommunikativ və maarifləndirici funksiyalarının müasir dövrdə artan rolunu təhlil edir. Araşdırmada hədəf auditoriyanın müəyyənləşdirilməsi, onların sosial-demoqrafik xüsusiyyətlərinin öyrənilməsi, eləcə də maraq və tələbatlara uyğun ekspozisiya və sərgi proqramlarının hazırlanması prinsipləri nəzərdən keçirilir. Müasir muzey idarəçiliyində marketinq strategiyalarının, rəqəmsal texnologiyaların və interaktiv ünsiyyət vasitələrinin tətbiqi nümunələri təqdim olunur. Məqalədə həmçinin hədəf qruplarla-uşaqlar, gənclər, ailələr, tədqiqatçılar və turistlərlə-işin müxtəlif formaları və*

nəticəlilik meyarları göstərilir. Nəticə etibarilə, muzeylərin uğurlu fəaliyyəti üçün hədəf yönümlü kommunikasiya strategiyasının və inklüziv yanaşmanın vacibliyi vurğulanır.

Açar sözlər: *muzey, sərgi, hədəf kütlə, kommunikasiya, maarifləndirmə, interaktivlik, muzey menecmenti.*

ORGANİZATİON OF WORK WİTH TARGET AUDİENCES İN MUSEUMS AND EXHİBİTİONS

Abstract: *The article is devoted to the organization of work with target audiences in museums and exhibitions. The author analyzes the growing role of museums' communicative and educational functions in the modern era. The study examines the principles of identifying target audiences, studying their socio-demographic characteristics, and developing exhibition programs that meet their interests and needs. Examples of marketing strategies, digital technologies, and interactive communication tools applied in contemporary museum management are provided. The article also discusses various forms of interaction with different target groups-children, youth, families, researchers, and tourists -as well as criteria for evaluating effectiveness. As a result, the importance of a target-oriented communication strategy and an inclusive approach for the successful functioning of museums is emphasized.*

Keywords: *museum, exhibition, target audience, communication, education, interactivity, museum management.*

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ С ЦЕЛЕВЫМИ АУДИТОРИЯМИ В МУЗЕЯХ И НА ВЫСТАВКАХ

Резюме: *Статья посвящена организации работы с целевыми аудиториями в музеях и на выставках. Автор анализирует возрастающую роль коммуникативной и просветительской функций музеев в современных условиях. В исследовании рассматриваются принципы определения целевой аудитории, изучения её социально-демографических характеристик, а также разработки экспозиционных и выставочных программ, соответствующих её интересам и потребностям. Приводятся примеры использования маркетинговых стратегий, цифровых технологий и интерактивных средств коммуникации в современном музейном менеджменте. В статье также описываются формы взаимодействия с различными группами посетителей — детьми, молодёжью, семьями, исследователями и туристами, а также критерии оценки эффективности этой работы. В заключение подчёркивается значение целенаправленной коммуникационной стратегии и инклюзивного подхода для успешного функционирования музеев.*

Ключевые слова: *музей, выставка, целевая аудитория, коммуникация, просвещение, интерактивность, музейный менеджмент.*

GİRİŞ

Muzeylər və rəsm qalereyaları tərəfindən keçirilən sərgilərə kolleksiyaların ziyarətçilər tərəfindən qiymətləndirilməsi və biliklərin yayılmasının əsas vasitəsi kimi baxılır. Uğurlu sərginin keçirilməsinin keyfiyyət göstəricilərindən biri ziyarətçilərin sayı, onların sərgilənən əşyalara münasibəti, tədbirdən müsbət təəssürat almaları və təkrar ziyarət etmək istəyidir. Buna görə, hal-hazırda sərgilər və onların ziyarətçiləri (hədəf auditoriyası) arasında kommunikasiyaya böyük diqqət yetirilir. Nəticə etibarilə, hədəf auditoriyanın, yəni nəzərdə tutulan sərgi auditoriyasının cəlb edilməsi və ziyarətçi təəssüratlarının keyfiyyəti sərgilərin

planlaşdırılmasının əsas vəzifələrindən birinə çevrilir. Bu problemi həll etmək üçün ilk növbədə, aparıcı muzeylər, bir qayda olaraq, real və potensial ziyarətçilərdən ibarət sərginin hədəf auditoriyasının hərtərəfli təhlilini aparırlar. Təbii ki, bu auditoriyanın müəyyənləşdirilməsi məsələsi bilavasitə sərginin mövzusu, vaxtı və keçirilmə yeri ilə bağlıdır. Bunun əsasında real və potensial ziyarətçilərin tərkibi araşdırılır. Bununla belə, hədəf auditoriyasının ehtiyaclarına istiqamətlənmə mühüm amil olaraq qeyd edilir. Britaniya muzeyi ziyarətçi qruplarının hərtərəfli tədqiqatını aparmaq üçün interpretasiya qrupu yaradıb (Interpretation Team). Komanda 2006-cı ildən ziyarətçi araşdırması və sərginin qiymətləndirilməsi ilə məşğuldur. Muzey ziyarətçilərinin qiymətləndirilməsi və öyrənilməsinin məqsədi Britaniya muzeyinin ziyarətçi təəssüratlarını təkmilləşdirmək və hər bir layihə üzrə bilik və ideyaları əldə etməkdir. Onun illik hesabatları, rəhbərliyə ziyarətçilərin ehtiyacları və keçirilən tədbirlərlə bağlı muzey siyasətini düzgün qurmağa kömək edir [1]. Auditoriyanın araşdırılması istiqamətindəki fəaliyyətin oxşarı digər muzeylərdə də aparılır.

Tələbə və uşaq ziyarətçilər

Sərgi ziyarətçilərinin vacib hədəf qruplarından biri də məktəblilər və ali təhsil müəssisələrinin tələbələridir. Məktəblilər bir qayda olaraq, tədris proqramının (dərslərin) öyrənilməsi məqsədilə valideynləri ilə və ya təşkil edilmiş qrup (sinif) tərkibində xüsusi abunəlik ilə muzey sərgilərini ziyarət edirlər. Bu qrupu muzey sərgilərinə cəlb edə bilmək üçün müasir kommunikasiyadan və muzeylərdəki məlumatlandırıcı təqdimat vasitələrindən-interaktiv vasitələrdən, audiovizual, sensor və digər cihazlardan fəal şəkildə istifadə etmək lazımdır. Bu qrup obyektə toxunmaq və hiss etmək istəyi, yaradıcılığa marağın artması (oxşar obyektin onlar tərəfindən yaradılmasına cəhd və muzey sərgisinin interaktiv vasitələrinə xüsusi maraq) ilə fərqlənir. Məhz buna görə, muzey sərgisini ziyarət etdikdə bu ziyarətçi qrupu ilə eksponat arasında kommunikasiya sisteminin formalaşdırılması üçün mövcud olan eksponatların surətlərinin yaradılması üzrə ustad dərslərinin keçirilməsi, praktiki seminarlarda iştirak, nümayiş etdirilən eksponatları öyrənmək və dərk etmək üçün müasir kommunikasiya vasitələrindən fəal şəkildə istifadə etmək vacibdir. Müasir dizayn layihələndirilməsi vasitələri sərgi məkanının ətraf mühitini emosional-dərk etmə keyfiyyətlərin inkişafına səbəb olan elementlərlə tamamlayır. Bundan əlavə, vizual mühiti dəyişdirmək və cəlbedici kompozisiya qurmaq bacarığı tələbələrin muzey sərgilərinə cəlb edilməsində müsbət amildir.

Bu kateqoriyadan olan ziyarətçilərlə işləyərkən muzeylər kommunikasiya və eksponatlarla dialoqa cəlb etmə vasitəsi kimi animasiyadan fəal şəkildə istifadə edirlər. Belə ki, məktəblilərin və tələbələrin sərgi obyektləri ilə qarşılıqlı əlaqəsi oyunlar, seminarlar vasitəsi ilə, müstəqil şəkildə eksponatların nüsxələrinin yaradılması texnikasının öyrənilməsinə dair praktiki məşğələlər, eləcə də müasir innovasiyalardan fəal şəkildə istifadə olunması ilə həyata keçirildiyi üçün, sərgidə iştirak mövzunun öyrənilməsi və dərk edilməsi prosesində muzey sərgisini daha da cəlbedici edir. Gənc nəslin mədəni-tarixi irslə tanışlığının bu cür formaları dünyanın bir çox muzeyləri tərəfindən fəal şəkildə istifadə edilir. Belə ki, Metropoliten muzeyi hər il gəncləri incəsənətə cəlb etmək məqsədi ilə onların fəal iştirakını təmin edərək tədbirlər keçirirlər. Xüsusilə, muzey 2024-cü il ərzində aşağıdakı tədbirləri təşkil etmişdir: "The Met Cloister-də Açıq Studiya" rəssamın rəhbərliyi ilə ustad dərsləri və Metropoliten muzeyinin mütəxəssisləri ilə söhbət vasitəsilə materialları və prosesləri öyrənməyə istiqamətlənir [7]. Muzeyin digər böyük tədbiri "Metropoliten muzeyində bazar günü Met-Siena: Rəssamlığın Yüksəlişi, 1300-1350" adlı proqramdır. Bu tədbirdə əsas iştirakçılar 13 yaşdan 18 yaşa qədər olan gənclərdir. Bu mövzuya həsr olunmuş sərgi zamanı iştirakçılar 14-cü əsrin İtalyan Renessansının məşhur rəssamlarının görkəmli əsərləri ilə tanış olurlar. Həmçinin, onlara rəssamlıq texnikasında yeniliklər və materialların əhəmiyyəti barədə muzeyin ixtisaslaşmış mütəxəssisləri (sənətşünaslar) tərəfindən təqdimatlar və söhbətlər vasitəsilə ətraflı məlumat verildi. Muzeyin digər tədbiri professor Peyc Noks (Page Knox) ilə "Metropolitendə bazar

ertəsi: "Qədim Misirin Öyrənilməsi" adlı sərgi olmuşdur. Muzeyin "Bazar ertəsi rəsm laboratoriyası (5-8 yaş)" adlı proqramı isə qədim panellər üzərindəki şəkillərdən pop-arta qədər əsərlərin mövcud olduğu The Met muzeyinin kolleksiyasındakı əsərlərdə istifadə olunan müxtəlif texnikaları öyrənməyə yönəlmişdi. Uşaqlara müxtəlif materiallar, o cümlədən akvarel istifadə etməklə, öz rəsmlərini yaratmaq imkanı verilmişdi. Britaniya muzeyi gənc nəslin mədəni və tarixi irsi öyrənmə prosesinə cəlb edilməsi məqsədilə "Məktəb emalatxanası. Gənc rəssamlar üçün qrafika" adlı uşaqlar üçün tədris proqramı təşkil etmişdir. Bu proqram, çap qrafikasını öyrənmək üçün rəsm və dizayn bacarıqlarını inkişaf etdirməyə imkan verir və şagirdlərin rəssam olaraq özlərini ifadə etmələrinə kömək edir. Bundan başqa, muzey bir sıra yaş qruplarına bölünən xüsusi "Məktəblər" proqramı təşkil etmişdir. 3 yaşdan 7 yaşa qədər uşaqlar üçün ekskursiya keçirilir və bu ekskursiya onlara dünyanın hər yerindən və müxtəlif tarixi dövrlərə aid kolleksiyalarla tanış olmağı, həmin dövrlərin insanlarının necə yaşadığını öyrənməyi təklif edir. Təlim, seminar və digər fəaliyyətlər vasitəsilə onlara savad və hesablama bacarıqları öyrədilir. 7-11 yaşlı uşaqlar məktəb proqramı çərçivəsində muzey qalereyalarını ziyarət edərək Qədim Misir, Qədim Yunanıstan və Roma, İngiltərənin ibtidai icma dövrü kimi tarixi mövzulara istiqamətlənən unikal kolleksiya ilə tanış olurlar. Müasir dünyanın obyektlərini təqdim edən sərgilər isə dünya haqqında məlumat əldə etmək və tələbələrə ünsiyyət, bədii və vətəndaşlıq bacarıqlarını ötürmək imkanı verir. 11-14, 15-16 və yuxarı yaş uşaqlar üçün muzey sərgiləri peşəkar müəllimlərin, kuratorların, ekspertlərin və rəssamların rəhbərliyi altında müxtəlif sessiyalarda - mühazirələr, seminarlar, praktiki məşğələlər, ustad dərsləri və digər maarifləndirici tədbirlərdə iştirak etməyi təklif edir [6]. Britaniya muzeyinin nəzdində olan gənc insanlar üçün "Gənc kollektiv" ("Youth Collective") adlı xüsusi proqram hazırlamışdır. Hər il Britaniya muzeyi gənclər proqramının əsas hissəsi olan gənclər kollektivinə əməkdaşlıq üçün gənc insanları dəvət edir. Gənclər kollektivini 18-24 yaş arası müxtəlif sosial təbəqələrdən olan insanlar təşkil edir. Onlar gəncləri muzey həyatına cəlb etmək məqsədi ilə hər həftə görüşür və Britaniya muzeyi haqqında daha çox məlumat öyrədərək, digər gənclər üçün tədbirlər təşkil edirlər. Tədbirlər, seminarlar və yaradıcı onlayn məzmun vasitəsilə "Gənclər kollektivinin" iştirakçıları muzeyin gənclər siyasətinin təkmilləşdirilməsi üzrə müzakirələrə təşəbbüs göstərir, gəncləri tarix və incəsənət dünyasına fəal şəkildə cəlb edirlər. Beləliklə, 2023-cü il proqramı çərçivəsində muzey "Payızın ortası bayramı" adlı, "Çinin Gizli Əsri" sərgisi ilə əlaqəli tədbir təşkil etmişdir. Bu muzeyin ən böyük və ən uğurlu tədbirlərindən biri oldu. Onların yekun tədbiri olan "Carve out your career" öz karyera yoluna muzey həyatında başlayan gənc insanların hüquqlarının və imkanlarının genişləndirilməsinə yönəlmişdir [1].

Britaniya muzeyi "İki milyon illik insan tarixini araşdırın" adlı tematik proqram vasitəsilə "Bizim Gənc Dostlar sxemimiz" təşkilatı sayəsində bütün gənclərə milli ictimai muzeydə saxlanılan, dünya tarixinin iki milyon ilini sənədləşdirən milyonlarla əşyanı araşdırmaq imkanı yaratdı. Proqram, uşaqlı ailələrə kolleksiyanı həm muzeydə, həm də onlayn formada araşdırmaq və öyrənmək üçün maraqlı üsul təqdim edir. Gənc nəslin tarix və incəsənət dünyasına muzey sərgiləri və digər muzey tədbirləri vasitəsilə cəlb edilməsi məqsədilə bir çox muzeylər tərəfindən oxşar proqramlar təşkil edilir [3].

Fiziki qüsurlu və yaşlı ziyarətçilər

Hazırda bir çox muzeylər məhdud fiziki və zehni qabiliyyətləri olan ziyarətçiləri və yaşlı insanları cəlb etməyə yönəlmiş xüsusi proqramlar hazırlayır. Bu qrup ziyarətçilər üçün muzey sərgilərində inklüziv dizayn elementləri hazırlanır ki, bu da sərgilənən əşyaların maneəsiz istifadəsinə imkanı yaradır. Beləliklə, bu qrup ziyarətçilərə mədəniyyət və incəsənət sahəsinə istiqamətlənmək üçün bərabər imkanlar təmin edilir. Bu zaman auditoriyanın müxtəlif fiziki və zehni məhdudiyyətləri olan insanlardan ibarət olması nəzərə alınır: hərəkət qabiliyyəti məhdud olanlar, kor və ya zəif görənlər, kar və ya zəif eşidənlər, inkişaf və ya təlim pozuntuları olan insanlar və digərləri, həmçinin sadəcə yaşlı insanlar. Fiziki və psixoloji imkanları məhdud olan,

həmçinin yaşlı insanlar üçün dünyanın aparıcı muzeyləri xüsusi nəqliyyat vasitələri, audiovizual cihazlar və digər texniki vasitələr təklif edirlər ki, bu kateqoriyada olan şəxslərə muzeyləri və muzey sərgilərini ziyarət edərkən sərgilənən obyektləri mənimsəməkdə və öyrənməkdə kömək edir. Beləliklə, hərəkət qabiliyyəti məhdud olan şəxslərə əlil arabaları, motor skuterlər, pandus, liftlər, muzeyin qalereyalarında və zallarında əlverişli oturacaqlar, əlçatan parklanma yerləri və yol kənarlarının hamarlanması təklif olunur. Muzeylər əlil arabalarının sərgilənən eksponatlara və ekspozisiyalara sərbəst fiziki girişi təmin etməyə böyük diqqət yetirirlər. Bu və ya digər sərgi zallarını asan seçmək üçün muzeylər ziyarətçilərə sərgilənən əşyaların siyahısı ilə birgə mövcud zalların xəritəsini də təqdim edirlər. Belə ki, Britaniya muzeyindəki liftlərin əksəriyyəti əlil arabası üçün nəzərdə tutulub, Brayl əlifbası ilə səsli elanlar və işarələrlə (kor və zəif görən ziyarətçilər üçün) təchiz olunub. Bəzi iri muzeylər ziyarətçilərə muzeyi və ya muzey sərgisini ziyarət edənlərə böyük çap etiketləri, həmçinin Brayl şrifti ilə etiketlər və xəritələr, audio bələdçilər və muzeydə olan otaqlar və eksponatlar haqqında məlumat verən audio təsvirlər təqdim edirlər. Onlar üçün toxunaraq öyrənilməsi mümkün olan məlumat cədvəlləri ilə sərgilənən obyektlər də təklif edilir. Muzeylər bəzən görmə qüsurlu və zəif görən şəxslər üçün toxunaraq öyrənilməsi mümkün olan turlar təklif edir ki, bu turlarda ziyarətçilərə müxtəlif obyektləri - həm real, həm də replikaları toxunuşla (əlcəklərlə və ya əlcəksiz) araşdırmaq imkanı verilir. Belə ki, 2023-cü ildə Britaniya muzeyi tərəfindən görmə qabiliyyəti zəif və görmə qüsurlu olan şəxslər üçün "Touch Tour" adlı xüsusi tur təşkil edilmişdi. Misir heykəltəraşlıq qalereyasındakı taktil tur (taktil informasiya toxunmaqla və ya dəri vasitəsilə alınır) xüsusi olaraq görmə problemi olan ziyarətçilər üçün hazırlanmışdı. O, muzeyin 4-cü zalında keçirilirdi. Zala daxil olarkən tur haqqında lazım olan köməyi ala bilmək üçün girişdə informasiya stendi yerləşdirilmişdi. İnformasiya stendinin personalı ziyarətçilərə hərtərəfli dəstək verərək onları turun başlanğıcına qədər müşayiət edirdi. Zaldakı heykəllər geniş xronoloji ardıcıllıqla düzülmüşdü və ziyarətçilər zalı gəzərək bir eksponatdan digərini tədqiq etməyə keçirdilər. Turda olan hər bir heykəlin üzərində Touch Tour simvolu və nömrəsi mövcud idi. Tur boyu muzey əməkdaşları ziyarətçilərə tələb olunan diqqəti yetirir, onların suallarını cavablandırırdılar. Bu kateqoriyadakı ziyarətçilər üçün muzeyin rəsmi saytında audio bələdçi (Touch Tour haqqında səsli material) də yerləşdirilmişdi [2]. Bundan başqa, muzeydə Britaniya işarə dili öyrədən eşitmə qüsurlu insanların iştirakı ilə "İpək Yolu" sərgisində ekskursiyalar təşkil edilmişdir. Növbəti tədbir həmçinin məhdud fiziki imkanlara malik şəxslər üçün keçirilən "Afrika", "Şimali Amerika" və "Meksika" turu oldu. Bu tədbir məhdud fiziki və zehni imkanları olan şəxslər üçün relyefli heykəltəraşlıqdan başlayaraq, firuzəyi mozaika, nefrit (qiymətli daş) fiqurları və yazılı keramika ilə tanışlığa qədər saysız tur imkanları təqdim edirdi [4].

Məhdud fiziki və zehni imkanları zəif olan şəxslər üçün geniş turlar Metropoliten muzeyi tərəfindən təşkil edilir. Bu kateqoriyadan olan ziyarətçiləri mədəniyyət və incəsənət dünyasına cəlb edə bilmək üçün muzey fəal iş fəaliyyəti qurur. Muzeyin təşkil etdiyi çoxsaylı qalereya ekskursiyaları və interaktiv tədbirlər ailə və dostları ilə muzey sərgilərini ziyarət edən məhdud imkanları olan şəxslər üçün xüsusi olaraq hazırlanmışdır. Eşitmə qüsurlu və ya zəif eşidən insanlar üçün muzeylər videolarda subtitrlər, əlavə eşitmə cihazları, real vaxtda subtitrlər və surdo-tərcümə təklif edirlər. Belə ki, Metropoliten muzeyi eşitmə və görmə qüsurlu şəxslər üçün xüsusi ekskursiyalar, "Met Signs Tours" və "İncəsənət və Amerika işarə dili axşamları" proqramlarını təşkil edir, tədbirlərdə surdo-tərcüməçilər vasitəsilə işarə dilində incəsənət əsərləri öyrənilir, qalereyalarda maraqlı müzakirələr keçirilir [8]. Metropoliten muzeyinin "Bunu təsəvvür edin!" adlı muzey turları görmə qüsurlu ziyarətçilər üçün nəzərdə tutulubdur ki, bu turlarda sənət əsərləri ətraflı təsvirlər, toxunuşlar və digər fəaliyyətlər vasitəsilə təqdim edilir. Bu kateqoriyadakı ziyarətçilər üçün "Sərgi ekskursiyaları" adlı xüsusi ekskursiya proqramı hazırlanıb, bu turlarda ziyarətçilər Met kuratorları, Access müəllimləri (köməkçi

müəllimlər) və dəvət olunmuş məruzəçilər tərəfindən mövcud sərgilər barədə məlumat alırlar. Proqramlar (turlar) arasında "Rəsm üzərindən görmə" adlı tur da mövcuddur və bu turda sənət obyektləri, yəni muzeyin kolleksiyası ilə tanışlıq, innovativ rəsm hazırlama metodları ilə materiallar üzərində təcrübə, şifahi təsvir və sənət əsərlərinə yaradıcı yanaşmalarla həyata keçirilir [7]. Muzey tərəfindən demensiya (yaddaşın zəifləməsi) xəstəliyi olan ziyarətçilər və onların müşayiətçiləri üçün "Met Escapes" adlı xüsusi proqram hazırlanmışdır. Onlar eksponatlarla iş seanslarına qatılaraq, sənət barədə, sənət əsərlərinin yaradılması barədə müzakirələr aparır, qalereyalarda müxtəlif interaktiv və multisensor fəaliyyətləri həyata keçirirlər. İnkişaf və ya öyrənmə, həmçinin autizm istiqamətli pozuntuları olan şəxslər üçün muzeylər ixtisaslaşmış multisensor proqramlar, praktiki tədqiqatlar və sənət əsərlərinin yaradılması üzrə məşğələləri nəzərdə tutur. Beləliklə, "Qorxusuz dəniz, hava və kosmos muzeyi" ("The Intrepid Sea, Air & Space Museum", New-York) inkişaf və öyrənmə pozuntuları olan uşaqlar üçün bir sıra xüsusi ailə proqramları təklif edir [9]. Belə ki, bu proqramlar muzeydə ekskursiya və sənət əsərlərinin yaradılması üzrə məşğələləri əhatə edir və ailələr üçün maraqlı, maarifləndirici və strukturlaşdırılmış sosial təcrübə təmin etməyə istiqamətlənir. Autizmli uşaqlar və onların ailələri üçün muzeylər çoxsaylı maarifləndirici proqramlar təşkil edir və müxtəlif növ dəstək göstərirlər. Məsələn, əvvəlcədən ziyarəti planlaşdırmağa kömək etmək üçün bir çox muzey sosial hekayələr və digər vizual rəhbərliklər və ya cədvəllər yaradıb. Bu materiallar şəkillər və mətni istifadə edərək uşaqları muzey ziyarəti zamanı qarşılaşacaqları görüntü, səslər, qoxular, mümkün dadlar və toxunulacaq əşyalar barədə məlumatlandırır. Həmçinin, autizmli ziyarətçilər və onların ailələri üçün muzeylər "sensorlu dostluq günləri" təşkil edirlər. Bu günlər ərzində muzeylər ailələr üçün daha erkən açılır (sıxlığın olmaması və sakit mühitdə olmaları üçün) və burada onlara hər növ dəstək göstərilir. Belə dəstək növlərinə yüksək səslərin və işıqların azaldılması; səs-küyə qarşı qulaqlıq və qulaq tıxacları; muzeyin izdihamlı, parlaq və ya zəif işıqlı sahələrini göstərən sensor-dostluq xəritələri, həmçinin bu xəritələrdə sakit yerlərin göstərilməsi aid ola bilər. Muzeylər demensiya xəstəliyi olan şəxslər və onlara kömək edən şəxslər üçün geniş proqramlar təklif edir. Bu muzeylər arasında Nyu-Yorkdakı Müasir İncəsənət Muzeyi (MoMA) xüsusi olaraq demensiya xəstəliyi olan şəxslər və onlara kömək edən şəxslər üçün proqram hazırlayan və təqdim edən ilk muzey olaraq seçilir. "Meet Me at MoMA" proqramı bütün ölkə üzrə oxşar proqramlar üçün model proqram olmuşdur [5]. Belə proqramlar, bir qayda olaraq, müəyyən bir mövzuya malikdirlər və bu mövzuya uyğun bir sıra sənət əsərləri və obyektləri müəyyən edirlər. Onlar, həmçinin, çox vaxt sənət yaratma istiqamətində fərqli fəaliyyət növlərini də əhatə edirlər. Proqramlar xüsusi olaraq araşdırmalara və müzakirələrə əsaslanır, bələdçilər isə iştirakçıların söhbət etməsinə və xatirələrinin canlanmasına kömək edən suallar verirlər. Fiziki və əqli qüsurlu insanlar üçün turlar dünyanın digər muzeyləri tərəfindən bu və ya digər formada təşkil edilir.

Fiziki və əqli qüsurlu insanlar üçün xüsusi turlar və proqramlar təşkil edilərkən çox vacib məqam muzey əməkdaşlarının xüsusi bacarıq və diqqət tələb edən belə ziyarətçilərlə işləmək bacarıqlarının mənimsənilməsidir. Bu və ya digər formada əlçatanlıq və inklüzivlik indi hər bir muzeyin işinin bir hissəsi olduğundan, əlilliyi olan insanlarla işləmək üzrə işçi heyəti üçün təlim bütün muzeylərdə həyata keçirilməlidir. Fiziki və əqli imkanları məhdud olan ziyarətçilərlə işləyə bilmək üçün əməkdaşlara ən azından müəyyən qaydalar öyrədilməlidir. Yuxarıda deyilənləri ümumiləşdirərək qeyd etmək lazımdır ki, muzeylərin hazırkı inkişaf mərhələsi tarix, mədəniyyət və incəsənət aləminə geniş auditoriyanı cəlb etmək, muzey eksponatlarını hər kəs üçün əlçatan etmək istəyi ilə xarakterizə olunur ki, bu da öz növbəsində məhdud fiziki və əqli imkanları olan şəxslər də daxil olmaqla, ziyarətçilərin bütün hədəf qrupları ilə uğurlu iş fəaliyyətini tələb edir.

Mütəxəssis ziyarətçilər

Burada mühüm hədəf qrupu müəyyən elmi bilik sahəsində mütəxəssis olan

ziyarətçilərdir. Bu kateqoriya üzrə insanların muzeylərə və muzey sərgilərinə baş çəkmə motivləri onların peşəkar elmi maraqlarına, muzey sərgisinin predmetinə və mütəxəssisin peşəkar maraqları çərçivəsində keçirilən tədbirlərə əsaslanır. Beləliklə, tarix, mədniyyət və incəsənət sahəsinin mütəxəssisi olan ziyarətçilər yeni eksponatlarla-tarixi sənədlər, arxiv materialları, incəsənət və mədəniyyət obyektləri ilə tanış olmaq üçün muzeyə və keçirilən sərgilərə baş çəkirlər.

Bu kateqoriyadan olan ziyarətçilər muzeylər tərəfindən müəyyən eksponatlar üzrə ekspert kimi xüsusi muzey ekskursiyaları, mühazirələr, seminarlar, ustad dərsləri keçirmək, muzeyin elmi işində iştirak məqsədi ilə cəlb olunurlar. Bundan başqa, muzey sərgilərinə və ekskursiyalara baş çəkmək onlara tədqiqatlarında və elmi sənədləşmə işlərində kömək edir. Muzey fəaliyyətinin müxtəlif məsələləri, o cümlədən sərgilərdə və digər tədbirlərdə iştirakla bağlı mütəxəssis ekspertlərin cəlb edilməsi təcrübəsi dünyanın bir çox muzeyləri tərəfindən geniş istifadə olunur. Beləliklə, muzey kolleksiyaları üzrə elmi tədqiqatların aparılması üçün Britaniya muzeyində bütün lazımi avadanlıq və emalatxana sahəsi olan Elmi Tədqiqatlar Departamenti (Department of Scientific Research) fəaliyyət göstərir. Britaniya muzeyinin mütəxəssis alimlər qrupu digər mədəniyyət müəssisələri və tədqiqat institutlarından olan mütəxəssis həmkarları ilə birlikdə muzeyin kolleksiyalarının öyrənilməsi və bərpası üçün geniş tədqiqat proqramları həyata keçirir. Metropoliten muzeyinin Tədqiqat şöbəsi sənət əsərlərinin tədqiqi, qorunması və bərpası ilə məşğul olan bir qrup mütəxəssis alimlərdən ibarətdir. Şöbə ölkənin akademik institutları ilə bir sıra tərəfdaşlıq əlaqələri qurub və fəal şəkildə digər aparıcı muzeylərin elmi-tədqiqat müəssisələrindən mütəxəssis alim və bərpaçıları cəlb edir. Mütəxəssis-ziyarətçi alimlərlə dünyanın əksər muzeylərinin elmi tədqiqat şöbələri arasında bu cür peşəkar əlaqələr tətbiqi xarakter daşıyır, yəni muzeyşünaslığın akademik elm kimi inkişafına töhfə verir [4]. Eyni zamanda, mütəxəssislərlə muzeylər arasında əlaqələr praktiki əhəmiyyət də kəsb edir ki, bu da muzeyin fəaliyyətinin bütün aspektlərini, o cümlədən muzey sərgilərinin təşkilinə yeni yanaşmaların axtarışını və tətbiqini, bərpa prosesinin (restavrasiya) müasir üsullarının işlənib hazırlanmasını, kolleksiyaların konservasiyasını, öyrənilməsini və s. əhatə edir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. British Museum. Visitors with Disabilities Tours [Elektron resurs]. URL: https://www.britishmuseum.org/ taxonomy/term/461
2. British Museum. Touch Tour Guide. 2023, 22 p. [Elektron resurs]. URL: https://www.britishmuseum.org/ sites/default/files/2023-11/Room-4-Touch-Tour-Guide.pdf
3. British Museum. School workshop Printmaking for young artists [Elektron resurs]. URL: https://www.britishmuseum.org/learn/schools
4. British Museum Visitor Research Projects [Elektron resurs]. URL: https://www.britishmuseum.org/research/ projects/visitor-research-and-evaluation
5. Meet Me at MoMA [Elektron resurs]. www.moma.org/visit/accessibility/resources
6. Metmuseum. About Met [Elektron resurs]. URL: https://www.metmuseum.org/about-the-met/conservation-and-scientific-research/scientific-research
7. MetTours Programs [Elektron resurs]. www.metmuseum.org/events/programs/met-tours
8. Metropolitan Museum. MetTours for Visitors with Disabilities [Elektron resurs]. URL: https://www.metmuseum.org/events/programs/ met-tours/met-tours-disabilties
9. The Intrepid Sea, Air & Space Museum [Elektron resurs]. URL: https://intrepidmuseum.org/search?keyword=children+with+developmental+and+learning+disabilities.

Firuzə RAŞOVA
Azərbaycan Turizm ve Menecment Universitesti,
sənətşünaslıq üzrə fəlsəfə doktoru, dosent əvəzi
f.rashova@atmu.edu.az

MƏDƏNİYYƏTİN QORUNMASI VƏ İNKİŞAFINDA DÖVLƏT VƏ ÖZƏL SEKTORLARIN ROLU

Xülasə: *Məqalədə mədəni irsin qorunması və inkişafının təmin edilməsində dövlət və özəl sektorun əsas rolu təhlil edilir. Dövlət qurumlarının qanunvericilik bazasını necə formalaşdırdığı, mədəniyyət layihələrini maliyyələşdirdiyi, tarixi abidələri qoruduğu və milli kimliyi necə dəstəklədiyi araşdırılır.*

Özəl sektor mədəni təşəbbüslərə sərmayə qoyuluşunda, mədəni ifadənin yeni formalarının yaradılmasında, mədəni turizmin inkişafında və müasir texnologiya və media vasitəsilə mədəni dəyərlərin təbliğində mühüm rol oynayır. Davamlı mədəni inkişafa nail olmaq, o cümlədən innovasiyaları stimullaşdırmaq və investisiya cəlb etmək üçün dövlət və biznes arasında səmərəli qarşılıqlı fəaliyyətin və tərəfdaşlığın zəruriliyinə xüsusi diqqət yetirilir. Bu sektorların birgə səyləri təkcə mədəni irsin qorunub saxlanmasına deyil, həm də müasir çağırışlara cavab verən və milli özünəməxsusluğu aşılayan mədəni mühitin yaradılması üçün vacib olan onun fəal inkişafına töhfə verməsidir.

Açar sözlər: *mədəni irs, mədəni dəyərlər, milli kimlik, investisiyalar.*

THE ROLE OF THE STATE AND PRIVATE SECTORS IN THE PRESERVATION AND DEVELOPMENT OF CULTURE

Abstract: *This article analyzes the key role of the public and private sectors in ensuring the preservation and development of cultural heritage. It examines how state institutions shape the legal framework, finance cultural projects, protect historical monuments, and support national identity.*

At the same time, the private sector plays a significant role in investing in cultural initiatives, creating new forms of cultural expression, developing cultural tourism, and promoting cultural values through modern technology and media. Particular attention is paid to the need for effective interaction and partnership between the state and business to achieve sustainable cultural development, as well as to stimulate innovation and attract investment. The article emphasizes that the joint efforts of these sectors contribute not only to the preservation of cultural heritage but also to its active development, which is essential for creating a cultural environment that meets modern challenges and fosters national identity.

Key words: *cultural heritage, cultural values, national identity, investments.*

РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И ЧАСТНЫХ СЕКТОРОВ В СОХРАНЕНИИ И РАЗВИТИИ КУЛЬТУРЫ

Резюме: *В статье анализируется ключевая роль государственных и частных секторов в обеспечении сохранения и развития культурного наследия. Рассматривается, как государственные институты формируют нормативно-правовую базу, финансируют культурные проекты, охраняют исторические памятники и поддерживают национальную идентичность.*

В то же время частный сектор играет важную роль в инвестировании в культурные инициативы, создании новых форм культурного выражения, развитии культурного туризма и популяризации культурных ценностей через современные

технологии и медиа. Особое внимание уделяется необходимости эффективного взаимодействия и партнерства между государством и бизнесом для достижения устойчивого развития культуры, а также стимулированию инноваций и привлечению инвестиций. В статье подчеркивается, что совместные усилия этих секторов способствуют не только сохранению культурного наследия, но и его активному развитию, что важно для формирования культурной среды, отвечающей вызовам современности и способствующей укреплению национальной идентичности.

Ключевые слова: *культурное наследие, культурные ценности, национальная идентичность, инвестиции.*

GİRİŞ

Əsrlər boyu hər bir cəmiyyətin tarixi inkişafında və milli kimliyinin formalaşmasında mədəniyyət mühüm rol oynayan əsas amillərdən biri olmuşdur. Mədəniyyətin qorunması və inkişafı, həmçinin milli və beynəlxalq səviyyədə sosial, iqtisadi və siyasi proseslərin effektiv həyata keçirilməsi üçün vacib şərtlərdən biridir. Eyni zamanda, mədəniyyətin qorunması və inkişafında dövlət və özəl sektorların iştirakı bu proseslərin səmərəli və dayanıqlı olmasına səbəb olur. Dövlətin mədəniyyət siyasətləri və qanunvericilik bazası mədəni irsin qorunması və təşviqi üçün əsas mexanizmləri təmin edir, özəl sektor isə innovasiya və kreativlik vasitəsilə mədəniyyət sahəsinin inkişafına dəstək verir. Mədəniyyətin qorunması və inkişafında dövlət və özəl sektorların rolu önəmlidir, onların qarşılıqlı əlaqələri və əməkdaşlıq imkanları sayəsində faydalı layihələr reallaşdırmaq mümkündür.

Mədəniyyət, bir millətin tarixi, ənənələri, dəyərləri və sənət əsərlərinin bütövlüyünü və inkişafını təmin edən əsas amildir. Mədəniyyətin qorunması və inkişafı üçün həm dövlət, həm də özəl sektorların rolu böyük və qarşılıqlı əlaqəlidir.

Dövlətin mədəniyyət siyasəti və qanunvericilik bazası mədəni irsin qorunması və təşviqi baxımından hüquqi və institutsional çərçivəni təmin edir. Bu çərçivə həm maddi, həm də mənəvi irsi əhatə edir: maddi mədəni irsə aid obyektlər, yerlər, muzeyləşdirilmiş sərvətlər yanaşı, qeyri-maddi mədəni irsə (mənəvi biliklər, sənətkarlıq ənənələri, adət-ənənələr və digər mədəni dəyərlər) dair qoruma siyasətini də əhatə edir. Dövlət siyasətinin məqsədi yalnız irsə sahib çıxma hüququnu tənzimləməklə kifayətlənməyib, onun davamlı istifadəsini, nəsildən-nəsilə ötürülməsini dəstəkləyən və irsin davamlı inkişafını təmin edən institutsional mexanizmlər yaratmaqdır.

Mədəni irsin qorunması ilə iqtisadi inkişaf arasında tarazlığın qurulması, xüsusən turizm və mədəni sənayelərin inkişaf etdirilməsi baxımından mühüm əhəmiyyət daşıyır. Eyni zamanda milli hüquqi aktlar ilə UNESCO kimi beynəlxalq konvensiyaların uyumlu şəkildə tətbiqi hüquqi və etik məsələləri nizamlayır; qeyri-dövlət sektorunun iştirakı, ictimai-özəl-partnyorluq modelləri, fondlar və vergilərə cəlb olunan təşəbbüslər mühafizə siyasətinin davamlılığına töhfə verir.

Hüquqi və institutsional baza milli qanunvericiliyin müxtəlif seqmentlərini əhatə edir: mədəni irs obyektlərinin hüquqi statusu və qorunma rejimləri (monumentlar, tarixi yerlər, muzeylər, arxeoloji sahələr) ilə yanaşı, qeyri-maddi irsə dair qoruma siyasətini, mühafizə, yenidənqurma və konservasiya standartlarını özündə ehtiva edir. Əlavə olaraq sərvətlərin idarə edilməsi ilə bağlı məsələlər diqqətə alınır, qeyri-qanunsuz daşınma və saxta əsərlərə qarşı hüquqi tədbirlər təmin olunur. Qlobal kontekstdə isə UNESCO Dünya Mirası Qayda və illik siyahıların milli siyasətlərə təsiri, "Intangible Heritage Convention" (2003) və "Diversity of Cultural Expressions" (2005) kimi beynəlxalq normativlərin tətbiqi önəmlidir. [15]

Davamlı inkişaf kontekstində mədəni irsin qorunması və təşviqi iqtisadi təsirlə əlaqələndirilir: mədəni sahədə təhsil və innovativ fəaliyyətlər, mədəni sənayelərin inkişafı üçün

stimullardan istifadə və bu sahələrin davamlılığını təmin edən fiskal və institutsional təşəbbüslər iqtisadi faydalar yaradır. Eyni zamanda davamlılıq riskləri mövcuddur: qoruma ilə inkişaf məqsədləri arasında yaranan problemlər, kütləvi yenidənqurma layihələrinin icra prosesi ilə bağlı çağırışlar, iqlim dəyişiklikləri və təbii fəlakətlərə qarşı hazırlıq vəziyyətləri. Dövlətin mədəniyyət sahəsində həyata keçirdiyi proqramlar, sərgilər, təhsil layihələri və mədəniyyət müəssisələrinin yaradılması kimi fəaliyyətlər, mədəniyyətin davamlı inkişafına, milli kimliyin möhkəmlənməsinə töhfə verir, təhsil və hesabat kimi mexanizmlər isə bu risklərin idarə olunmasında önəmlidir.

Qiymətləndirmə və göstəricilər tərtib edilərkən qorunan obyektlərin sayı və statusunun real tətbiqi, mühafizə və restovrasiya layihələrinin maliyyə göstəricilərinin, qeyri-maddi irs üzrə inventarlaşma və icma-əsaslı proqramlar, beynəlxalq konvensiyalara uyğunluq kimi amillər əsas aparata çevrilir. Məzmun və öyrənmə üçün isə milli hüquqi sənədlər, nəzarət edən qurumlar, UNESCO hesabatları və regional təcrübələrdən əldə olunan məlumatlar prioritet mənbələr kimi qiymətləndirilir. Bu kontekstdə tədqiqatlar ədəbiyyat icmalı, müqayisəli analiz, hüquqi qiymətləndirmə və müxtəlif məlumat mənbələrinin təhlilini ehtiva edə bilər. [15]

Dövlətin mədəniyyət sahəsində həyata keçirdiyi fəaliyyətlər arasında əsas prioritetlərdən biri mədəni irsin qorunması ilə yanaşı, onun geniş idxal və dəqiq paylanmış resurslar vasitəsilə davamlı şəkildə istifadə edilə bilməsini təmin etməkdir. Nəticədə dövlətlər mədəniyyətin iqtisadi, sosial və təhsil funksiyalarını birgə nəzərə alaraq idarəçilik modellərini formalaşdırırlar.

Proqramlar kateqoriyasına daxil olan müxtəlif təşəbbüslər arasında əvvəlcədən planlaşdırılmış maliyyə dəstəyi üzrə qrantlar, kiçik və orta ölçülü mədəniyyət layihələrinin maliyyələşdirilməsi, rəqəmsallaşdırma və rəqəmsal resursların yayımlanması kimi fəaliyyətlər yerləşir. Bundan əlavə, sənətkarlıq, musiqi, rəqs və teatr kimi sahələrdə yaradıcılıq işlərini stimullaşdıran təşəbbüslər, milli və beynəlxalq sənət festivalların təşkilatı, sərgi və performans proqramlarının davamlılığı üçün infrastruktur təminatı, eləcə də mədəniyyət siyasətinin geniş ictimaiyyətə çatdırılmasını nəzərdə tutur. Həmçinin, mədəni siyasətlərin icrası üçün dizayn edilmiş təhsil təşəbbüsləri – məktəbəqədər və məktəblilər üçün yaradıcılıq proqramları, müəllimlər üçün peşə ixtisas artırma kursları, sərgi və muzey təhsili proqramları kimi istiqamətlər üzərində durulur.

Təhsil layihələri mədəniyyətlə təhsilin inteqrasiyasını təmin edir və vətəndaşların müasir cəmiyyətin yaradıcılıq, kritiki düşüncə və estetik dəyərlərdən faydalanmasını hədəfləyir. Sənət və mədəniyyət təhsili, təhsil müəssisələrində müasir kurikulumlarla sinxronlaşdırılır, sərgi-muzey təhsili proqramları ilə zənginləşdirilir və müəllimlər üçün professional inkişaf imkanları yaradılır. Habelə, qeyri-formal təhsil formaları – mədəniyyət mərkəzlərində təşkil olunan ustad dərsləri, atelyelər, açıq dərslər və toplumsal tərəfdaşlıq proqramları – geniş kütlə üçün əlçatanlığı təmin edir və yerli icmaların mədəni siyasətlərin icrasında iştirakını artırır.

Sərgilər dövlətin mədəniyyət siyasətinin açıq və geniş yayılmasına xidmət edən vacib vasitələrdən biridir. Milli sərhədləri aşan mübadilə layihələri, müasir və ənənəvi sənət formalarının təqdimatı, arxeoloji tapıntıların və mədəni irs nümunələrinin sərgilənməsi kimi fəaliyyətlər vasitəsilə ictimaiyyətin mədəniyyətə çıxışını artırır, mədəni kimlik hissini gücləndirir və mədəniyyətlərin qarşılıqlı anlaşılmasına töhfə verir. Sərgilərin təşkili həm də müstəqil qrantlar və ictimai-özəl tərəfdaşlıqlar vasitəsilə davamlı maliyyələşir. Bundan əlavə, rəqəmsal və virtual sərgilər kimi müasir formatlar vasitəsilə coğrafi məhdudiyyətlər aradan qaldırılır və geniş auditoriya ilə əlaqə qurulur.

Mədəniyyət müəssisələrinin yaradılması dövlətin mədəni infrastrukturunun gücləndirilməsinə yönəlir. Buraya milli və regional muzeylər, kitabxanalar, arxivlər, teatr və musiqi məktəbləri, çoxməqsədli mədəniyyət mərkəzləri və mədəniyyət kompleksləri daxil olur. Bu qurumlar yalnız məlumatların toplanması və saxlanması funksiyasını yerinə yetirməklə

qalmır, həm də təhsil, icma vasitəsilə maarifləndirmə, araşdırma və yaradıcılıq fəaliyyətləri üçün bazis yaradır. Dövlətin bu istiqamətdə atdığı addımlar arasında infrastrukturun müasir standartlara uyğunlaşdırılması, regional mədəni mərkəzlərin yaradılması, müstəqil idarəetmə mexanizmlərinin tətbiqi və özəl sektorla uyğunlaşdırılmış maliyyə modelləri yer alır. Eyni zamanda, bu müəssisələrin davamlılığı üçün büdcə təminatı, vergi stimulları, uzunmüddətli inkişaf planları və beynəlxalq təcrübə ilə əlaqəli mübadilə proqramları mühüm rol oynayır.

Mədəniyyətin qorunması və inkişafında dövlət və özəl sektorları təhlil edilərək hər birinin özünəməxsus rolunun önəmli məqamları müəyyən edilmişdir (*Cədvəl №1*):

Cədvəl №1: Mədəniyyətin qorunması və inkişafında dövlət və özəl sektorların rolu

Dövlətin rolu	*Qanunvericilik və siyasət:* Dövlət mədəniyyət sahəsində qanunlar və strategiyalar hazırlayaraq, mədəni irsin qorunmasını təmin edir
	Mədəniyyət müəssisələrinin dəstəklənməsi: Muzeylər, kitabxanalar, teatrlar və digər mədəniyyət ocaqlarının yaradılması və maliyyələşdirilməsi
	Tarixi və mədəni irsin qorunması: Tarixi abidələrin bərpası və konservasiyası üçün layihələr həyata keçirir
	Təhsil və maarifləndirmə: Mədəniyyətin təbliği və gənc nəsildə milli dəyərlərin aşılanması üçün təhsil proqramları təşkil edir
Özəl sektorun rolu	*İnvestisiya və maliyyə dəstəyi:* Mədəniyyət layihələrinə və sənətkarlara maliyyə vəsaiti ayırır
	Sənət və mədəniyyətin təşviqi: Konsertlər, sərgilər və digər mədəni tədbirlər təşkil edir
	Yenilik və innovasiya: Müasir texnologiyaların və kreativ yanaşmaların tətbiqi ilə mədəniyyətin inkişafına töhfə verir
	Brend və turizm təşviqi: Mədəni irsin kommersiya məqsədilə istifadə olunması və turizmin inkişafı üçün imkanlar yaradır

Mədəniyyətin qorunması və inkişafı kontekstində dövlət–özəl sektor əməkdaşlığı, ictimai fayda ilə bazar təşviqlərini bir araya gətirməyi məqsəd qoyan ənənəvi maliyyələşmə və institusional qurumların modelləşdirilməsi sahəsidir. Bu əməkdaşlıq mühüm iqtisadi-sosial sərmayələri cəlb etməklə mühafizə və davamlılıq vətəndaşların mədəni hüquqlarına çıxışını artırır, lakin eyni zamanda özəl sponsorluq və institutsional xarakterli tərəfdaşlıqların idarəolunması ilə bağlı çətinliklər yaratmaq potensialına malikdir. Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, müxtəlif fiskal, hüquqi və institusional kontekstlərdə bu əlaqələrin qurulması üçün harmoniyalaşdırılmış siyasət çərçivələri, davamlı maliyyə modelləri və güclü nəzarət mexanizmləri tələb olunur. [4]

Bir tərəfdən, dövlətlər mədəni irsin qorunması və xidmətlərin genişlənməsi məqsədilə özəl sektorla uzunmüddətli maliyyə və idarəetmə əlaqələri qurur. PPP ("Public-Private Partnership" dövlət-özəl tərəfdaşlıq) modelləri, mühafizə obyektlərinin bərpası, infrastrukturun modernləşdirilməsi və müasir sərgi-komplekslərinin yaradılmasına imkan verir; bu yanaşma vasitəsilə infrastruktur layihələrinin enerji, texnoloji və idarəçilik standartları yüksək səviyyədə tətbiq olunur. Eyni zamanda sponsorluq və ianə mexanizmləri vasitəsilə mədəni layihələrin davamlı maliyyələşməsi təmin olunur; vergi güzəştləri və digər stimullarla özəl sektorun mədəniyyət layihələrinə marağı artırılır. Həmçinin mədəniyyət infrastrukturlarının birlikdə inşası və idarəedilməsi modelləri, teatrlar, muzeylər, konsert zalları kimi qurumların həm dövlət, həm də özəl sektor tərəfindən maliyyələşdirilməsi və idarəedilməsi əsasında qurulur; bu yanaşma davranış normaları, xidmət keyfiyyəti və uzunmüddət dayanıqlıq baxımından məqsədəuyğundur.

Beynəlxalq təcrübədə mədəniyyətin qorunması və inkişafı üçün dövlət–özəl sektor əməkdaşlığına dair bir neçə nümunəni misal gətirmək olar.

- ✓ Fransa — Mecenat və Loi Aillagon modeli: 2000-ci illərin sonlarında vergi güzəştləri ilə şirkətlərin mədəniyyət fəaliyyətlərinə sponsorluğunu təşviq edən hüquqi çərçivə (Loi

Aillagon), Fondation du Patrimoine kimi qurumlar vasitəsilə özəl sektor ilə dövlət arasında davamlı maliyyələşmə və idarəetmə əlaqələri qurulur.

- ✓ Böyük Britaniya — Milli Lotereya Sənət İrsi Fondu (National Lottery Heritage Fund) əsasında maliyyələşmə: kütləvi lotereya gəlirləri ilə dövlət və xeyriyyə sektorunun əməkdaşlığı, irs obyektlərinin qorunması, onların bərpası və davamlı istifadəsi üçün böyük layihələrin maliyyələşdirilməsi.
- ✓ İspaniya — Mecenazgo qanunları: 2002-ci ildə yayımlanan və sonra tənzimlənən vergi güzəştləri ilə şirkətlərin mədəni layihələrə sponsorluğunu stimullaşdıran mexanizm; dövlət ilə özəl sektorun mədəniyyət sahəsində qarşılıqlı dəstəyi güclənir.
- ✓ İtaliya — Mədəni irsə yönəlmiş PPP (Public-Private Partnership) modelləri: mədəniyyət obyektlərinin bərpası və idarə edilməsində dövlət və özəl sektorun maliyyə və idarəetmə güclərinin birləşdirilməsi; davamlılıq və səmərəli xidmət təqdimatı məqsədilə çoxsətəlili əməkdaşlıq praktikasını dəstəkləyir.
- ✓ Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri — Louvre Abu Dhabi və digər beynəlxalq tərəfdaşlıqlar: dövlət maliyyəsi ilə fransız institutları və regional tərəfdaşların bilik transferi ilə dünya səviyyəli muzeylər yaradılır; beynəlxalq sponsorluq və tərəfdaşlıq modellərinin tətbiqi nümunəsidir.

Məlumatlandırıcı və siyasət-tədqiqat kontekstində ənənəvi modellərdən fərqli olaraq, davamlı fondlar, eləcə də müxtəlif səviyyəli vergi stimulları kimi mexanizmlər gələcək üçün davamlılıq təmin edir. Təhsil və tədqiqat sahəsində mədəniyyət müəssisələri ilə universitetlər arasında qurulan tərəfdaşlıqlar yaradıcılıq sənayesi ilə elmi araşdırmalar arasında əlaqəni gücləndirir və kadr potensialını artırır. Rəqəmsallaşdırma, açıq arxivlər və məlumat dərcində dövlət–özəl sektor əməkdaşlığı xüsusilə önəmlidir, çünki bu sahələrdə resursların paylaşılması, həmçinin ictimai çıxışın artırılması üçün əlverişli zəmin yaradır.

İqtisadi və sosial nəticələrin qiymətləndirilməsi baxımından, beynəlxalq praktika göstərir ki, müvəffəqiyyətli modellər şəffaflıq, davamlı maliyyə planlaması və hesab verəbilənlik əsasında qurulur. Uğurlu layihələrdə davamlı maliyyə axınları təmin olunur, mühafizənin texniki və estetik standartları qorunur, ictimaiyyətin girişində ədalət və bərabərlik prinsipləri təmin edilir. Bu qənaətə gəlmək olur ki, müvəffaqiyyət ən çox uzunmüddətli müqavilə çərçivələrinin qurulması, çoxpilləli maliyyə modellərinin tətbiqi və ictimai-məxfi sektor arasında güclü nüfuzlaşdırılmış idarəetmə mexanizmlərinin olması ilə əlaqədardır. Eyni zamanda donor təsirinin layihə prioritetlərinə aşırı yönəlməsinin qarşısını alan institutsional mexanizmlər, hüquqi çərçivələr və müstəqil nəzarət çox önəmlidir. [17]

Risklər və məhdudiyyətlər kontekstində ən çox müzakirə olunan məqamlar donor təsirinin məzmun üzərində yaratdığı prioritet uyğunsuzluqları, maliyyə dalğalanmaları və siyasi/iqtisadi dəyişikliklərdən asılılığıdır. Digər tərəfdən, hüquqi və müəllif hüquqları, tarixi-dirçəkilik kimi məsələlərin idarəolunması da vacib risklər arasındadır. Xüsusilə layihələrin yenilənməsi və yenidən istiqamətləndirilməsi mərhələsində şəffaflıq və ictimai iştirakın təmin olunmaması risk yaradır. Bundan əlavə, müasir mədəniyyət siyasətinin rəqəmsallaşma və qlobal əlaqələr kontekstində davamlılığı üçün texniki və idarəetmə dayanıqlığı, həmçinin regional və beynəlxalq hüquq normalarına uyğunluq zəruridir.

Geniş kontekstlərdə uğurlu təcrübələrdə əsas amillər kimi uzunmüddətli vizyon, çoxpilləli maliyyə axınları və şəffaf qiymətləndirmə mexanizmləri görülür. Hüquqi çərçivələrin stabil olması, icra qurumları arasında güclü koordinasiya, yerli icma və mədəniyyət təşkilatlarının iştirakı ilə istehsalçı yanaşması, ənənəvi və müasir mədəni dəyərlərin tarazlaşdırılması kimi meyarlar mədəni irsə hörmətli və effektiv bir yanaşmanı təmin edir.

Nəticə etibarilə, dövlət–özəl sektor əməkdaşlığı beynəlxalq təcrübədə mədəniyyətin qorunması və inkişafında mühüm rol oynasa da, idarəetmə keyfiyyətinin yüksək səviyyədə

olması, davamlı maliyyə modellərinin qurulması və ictimai-məxfi maraqların balanslaşdırılması kimi komponentlər olmadan davamlılıq əldə etmək çətinləşir.

Mədəniyyətin qorunması və inkişafı hər bir xalqın milli kimliyini, tarixi yaddaşını və mənəvi dəyərlərini gələcək nəsillərə çatdırmaq baxımından strateji əhəmiyyət daşıyır. Bu baxımdan, dövlət və özəl sektorun bu sahədəki qarşılıqlı fəaliyyəti mədəni irsin yaşadılması və zənginləşdirilməsi üçün mühüm vasitə hesab olunur. Dövlət mədəni siyasətin formalaşdırılması, qanunvericilik bazasının yaradılması, maddi dəstəyin təmin edilməsi və mədəni irsin qorunması istiqamətində əsas faktor kimi çıxış edir. Özəl sektor isə innovativ yanaşmalar, texnoloji imkanlar və investisiya resursları ilə mədəniyyət sahəsinin daha da dinamik inkişafına töhfə verir.

Azərbaycan kontekstində mədəniyyət sahəsində dövlət və özəl sektor əməkdaşlığı son illərdə nəzərəçarpacaq dərəcədə genişlənmişdir. Ölkədə mədəni irsin qorunması, mədəniyyət müəssisələrinin yenidən qurulması və beynəlxalq səviyyədə təbliği istiqamətində bir sıra mühüm dövlət proqramları və layihələr həyata keçirilmişdir. Eyni zamanda, özəl sektorun təşəbbüsü ilə muzeylərin, sərgi salonlarının, mədəni tədbirlərin təşkili və sponsorluğu sahəsində fəallıq müşahidə olunur. Xüsusilə Qarabağ bölgəsinin işğaldan azad edilməsindən sonra oradakı tarixi-mədəni abidələrin bərpası və yenidən canlandırılması prosesində dövlət-özəl sektor əməkdaşlığı yeni bir mərhələyə qədəm qoymuşdur.

Bununla belə, bu əməkdaşlığın daha səmərəli və sistemli şəkildə davam etdirilməsi üçün institusional mexanizmlərin təkmilləşdirilməsi, normativ hüquqi bazanın yenilənməsi və şəffaf ictimai nəzarət mexanizmlərinin tətbiqi zəruridir. Bu yanaşma, həmçinin Azərbaycan mədəniyyətinin qlobal miqyasda tanıdılması və ölkənin "yumşaq güc" potensialının gücləndirilməsi baxımından da əhəmiyyətlidir.

Beləliklə, Azərbaycan Respublikasında mədəniyyətin qorunması və inkişafında dövlət və özəl sektorların birgə fəaliyyəti uzunmüddətli və davamlı inkişafın təmin olunmasında mühüm rol oynayır və bu istiqamətdə görüləcək məqsədyönlü addımlar ölkənin mədəni irsinin qorunub saxlanmasına və gələcək nəsillərə ötürülməsinə zəmin yaradır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Abbasov N., (2011). "Mədəniyyət siyasəti və mədəni irs" (kulturoloji təhlil) , Bakı, 220 səh.
2. Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət Nazirliyi. (2022). Mədəni irsin qorunması və inkişafı üzrə dövlət proqramı (2022–2026). Bakı: Mədəniyyət Nazirliyi Nəşriyyatı.
3. Dövlət Statistika Komitəsi. (2021). Azərbaycan Respublikasında mədəniyyət sahəsinin inkişaf göstəriciləri. Bakı: ARDSK.
4. Əliyeva, T. (2020). Mədəniyyət və iqtisadiyyatın kəsişməsi: Özəl sektorun mədəni layihələrə təsiri. Milli İrs və İncəsənət, 1(1), 33–41.
5. Heydər Əliyev Fondu. (2020). Azərbaycan mədəni irsinin beynəlxalq səviyyədə tanıdılması. Bakı: H.Əliyev Fondu.
6. Quliyev, R. (2019). Özəl sektorun mədəniyyət siyasətində iştirakı: problemlər və perspektivlər. Azərbaycan İctimai Elmlər Jurnalı, 4(2), 45–53.
7. Məmmədova, S. (2021). Mədəniyyət sahəsində dövlət-özəl tərəfdaşlığının hüquqi əsasları. Qanun və İqtisadiyyat, 2(10), 60–68.
8. European Commission. (2018). Towards more efficient cultural heritage policies: Public-private cooperation. Brussels: EU Publications.
9. European Commission. (2018). Towards an Integrated Approach to Cultural Heritage for Europe. Brussels: European Union. https://ec.europa.eu

10. Licciardi, G., & Amirtahmasebi, R. (Eds.). (2012). The Economics of Uniqueness: Investing in Historic City Cores and Cultural Heritage Assets for Sustainable Development. Washington, DC: World Bank. https://openknowledge.worldbank.org
11. Mermiri, T. (2000). Private Investment in the Arts: A Study of European Models. London: Arts Council of England.
12. OECD. (2009). The Impact of Culture on Tourism. Paris: Organization for Economic Co-operation and Development. https://www.oecd.org
13. Plaza, B. (2006). The Return on Investment of the Guggenheim Museum Bilbao. International Journal of Urban and Regional Research, 30(2), 452–467.
14. Throsby, D. (2001). Economics and Culture. Cambridge: Cambridge University Press.
15. UNESCO. (2013). The Role of Public-Private Partnerships in the Protection of Cultural Heritage. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. https://unesdoc.unesco.org
16. World Bank. (2001). Cultural Heritage and Development: A Framework for Action in the Middle East and North Africa. Washington, DC: The World Bank. https://documents.worldbank.org
17. World Bank. (2019). The Economics of Cultural Heritage: From Preservation to Sustainable Development. Washington, DC: World Bank Group.

Ağanemət DAŞQINLI
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
doktorant
dasqinlia@gmail.com

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA KEÇİRİLƏN BEYNƏLXALQ MİQYASLI TƏDBİRLƏRİN İQTİSADİ İNKİŞAFA TƏSİRİ

Xülasə: *Bu məqalə Azərbaycan Respublikasında son onillikdə keçirilən beynəlxalq miqyaslı tədbirlərin ölkənin iqtisadi və regional inkişafına çoxşaxəli təsirini araşdırır. Tədqiqat göstərir ki, iri idman yarışları, yüksək səviyyəli siyasi forumlar, sərgilər və mədəni festivallar iqtisadi aktivliyin artmasına, investisiya axınlarının güclənməsinə, turizm sektorunun genişlənməsinə və regionlarda sosial-iqtisadi dinamikanın yüksəlməsinə səbəb olmuşdur. Tədbirlərin keçirilməsi nəticəsində infrastruktur yenilənmiş, xidmət sektorunda məşğulluq artmış, həm paytaxtda, həm də regionlarda yeni biznes imkanları yaranmışdır. Eyni zamanda, beynəlxalq tədbirlər Azərbaycanın qlobal informasiya məkanında tanınmasına, ölkə brendinin formalaşmasına və xarici investorlara etimadın güclənməsinə mühüm töhfə vermişdir. Araşdırma nəticələri göstərir ki, bu tədbirlərin yaratdığı multiplikativ təsirlər uzunmüddətli iqtisadi davamlılığı dəstəkləyir və qeyri-neft sektorunun inkişafına strateji şəkildə xidmət edir. Beynəlxalq tədbirlər həmçinin sosial və xidmət sahələrində idarəetmə keyfiyyətini artırır, insan resurslarının inkişafına və xidmət göstərmə standartlarının yüksəlməsinə töhfə verir. Bu tədbirlər zamanı formalaşan könüllülük proqramları və təlim imkanları gənclərin peşəkar bacarıqlarını inkişaf etdirir. Eyni zamanda, ictimai və mədəni xidmətlərin effektiv təşkili regionların sosial-iqtisadi fəaliyyətinə davamlı dəstək verir.*

Açar sözlər: *beynəlxalq tədbirlər, makroiqtisadi təsir, regional inkişaf, turizm, investisiya, infrastruktur.*

THE IMPACT OF INTERNATIONAL-LEVEL EVENTS HELD IN THE REPUBLIC OF AZERBAIJAN ON ECONOMIC DEVELOPMENT

Abstract: *This paper examines the multifaceted impact of large-scale international events hosted in the Republic of Azerbaijan on the country's economic performance and regional development. The findings reveal that global sports competitions, high-level political summits, cultural festivals, and international exhibitions significantly stimulate economic activity, enhance investment inflows, and expand the tourism industry. These events have led to improvements in national infrastructure, growth in the service sector, increased employment opportunities, and strengthened regional economic engagement. Furthermore, Azerbaijan's global visibility and international reputation have improved considerably, contributing to greater investor confidence and long-term economic prospects. The evidence demonstrates that the multiplier effects generated by such events foster sustainable growth and reinforce the strategic diversification of the non-oil economy. International events also improve governance in social and service sectors, contribute to human capital development, and enhance service delivery standards. Volunteer programs and training initiatives during these events help build professional skills among youth. Effective organization of public and cultural services simultaneously provides long-term support for socio-economic activity in the regions.*

Keywords: *international events, economic impact, regional development, tourism, investment, infrastructure.*

ВЛИЯНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ, ПРОВОДИМЫХ В АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ, НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ

Резюме: *В исследовании рассматривается многостороннее влияние крупных международных мероприятий, проведённых в Азербайджанской Республике за последние годы, на экономическое развитие и региональную динамику страны. Анализ показывает, что такие события, как международные спортивные соревнования, политические форумы высокого уровня, культурные фестивали и выставки, способствуют росту экономической активности, увеличению притока инвестиций, развитию туристического сектора и улучшению качества инфраструктуры. Проведение мероприятий приводит к созданию дополнительных рабочих мест, расширению сферы услуг и стимулированию предпринимательства в регионах. Кроме того, международные события существенно укрепляют имидж Азербайджана на мировой арене, повышают доверие иностранных инвесторов и создают долгосрочные возможности для развития. Полученные результаты подтверждают, что мультипликативный эффект данных мероприятий способствует устойчивому экономическому росту и поддерживает диверсификацию национальной экономики. Международные мероприятия также способствуют повышению качества управления в социальной и сервисной сферах, развитию человеческого капитала и совершенствованию стандартов предоставления услуг. Программы волонтерства и обучающие инициативы во время мероприятий повышают профессиональные навыки молодежи. Эффективная организация общественных и культурных услуг одновременно обеспечивает долгосрочную поддержку социально-экономической активности регионов.*

Ключевые слова: *международные мероприятия, экономическое развитие, региональная динамика, туризм, инвестиции, инфраструктура.*

GİRİŞ

Azərbaycan Respublikasında keçirilən beynəlxalq miqyaslı tədbirlərin iqtisadi və sosial strukturlar üzərində yaratdığı təsirlərin analitik şəkildə araşdırılması həm nəzəri, həm metodoloji, həm də tətbiqi baxımdan xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Ölkədə müxtəlif illərdə həyata keçirilən iri həcmli idman yarışları, humanitar forumlar, geosiyasi sammitlər, enerji və nəqliyyat sahəsində qlobal miqyaslı toplantılar, mədəni tədbirlər və sənət festivalları yalnız qısamüddətli iqtisadi aktivlik deyil, eyni zamanda uzunmüddətli institusional dəyişikliklər, dayanıqlı infrastruktur modernizasiyası, regionlar üzrə iqtisadi tarazlığın bərpası, turizm sektorunun struktur transformasiyası və ölkənin beynəlxalq nüfuzunun formalaşdırılması baxımından kompleks təsirlər yaratmışdır. Bu təsirlərin hər biri bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə fəaliyyət göstərir və hadisələrin sadəcə illik büdcə xərcləri və gəlirləri çərçivəsində qiymətləndirilməsi onların gerçək potensialını əks etdirmir. Beynəlxalq tədbirlərin iqtisadiyyatdakı rolu əsasən iki böyük mərhələdən ibarətdir: birinci mərhələ hazırlıq mərhələsi, ikinci mərhələ isə tədbirdən sonrakı dövrlərdə yaranan davamlı təsirlərdir. Hazırlıq mərhələsi çox vaxt geniş infrastruktur layihələrinin həyata keçirilməsi, nəqliyyat-logistika şəbəkəsinin genişləndirilməsi, yeni kommunal və texnoloji sistemlərin qurulması, hotel və qonaqlama sahəsində güc artımı ilə müşayiət olunur. Təkcə bu mərhələnin özü iqtisadi sistemdə minlərlə iş yerinin yaranmasına, tikinti və xidmət sektorlarında canlanmaya, yerli istehsalın və idxalın strukturunda dəyişikliklərə səbəb olur. Bu dövrdə iqtisadiyyata daxil olan xərcləmələr multiplikator təsiri yaradaraq əlavə iqtisadi aktivlik doğurur. Məsələn, inşaat sektoruna qoyulan sərmayələr təkcə tikinti şirkətlərini deyil, həm də material istehsalçılarını, logistika xidmətlərini, mühəndislik şirkətlərini, hətta maliyyə və sığorta sektorlarını hərəkətə gətirir. Bu proses nəticəsində yaranan dolayı gəlirlər ilkin xərcləməni dəfələrlə üstələyə bilir və milli iqtisadiyyatın bir çox alt-sektorlarında zəncirvari genişlənmələr baş verir. Tədbirin keçirildiyi dövrdə isə ölkəyə gələn yüz minlərlə qonaq, beynəlxalq nümayəndə heyətləri, media strukturları, təşkilat komitələrinin əməkdaşları, könüllülər və müxtəlif xidmət təminatçıları ölkədaxili tələbi kəskin artırır. Qonaqlama, restoran, ictimai iaşə, daşınma, əyləncə, pərakəndə ticarət, informasiya-kommunikasiya xidmətləri və digər sahələr bu dövrdə ən yüksək gəlirlilik səviyyəsinə çatır. Təbii ki, bu artım dövlət büdcəsinə vergi daxilolmalarının əhəmiyyətli dərəcədə yüksəlməsi ilə müşayiət olunur. Bununla yanaşı, beynəlxalq tədbirlər turizm sektorunun uzunmüddətli inkişaf trayektoriyasına yeni impuls verir. Çünki tədbirin keçirildiyi günlərdə ölkəyə gələn qonaqların sayı yalnız prosesin ilk mərhələsidir; əsas təsir tədbirdən sonra davam edir. Xüsusilə qlobal media vasitələrinin yaratdığı informasiya axını nəticəsində ölkə geniş beynəlxalq auditoriya tərəfindən tanınır, rəqabət imkanları artır, yeni turist axını formalaşır. Turizm brendinin möhkəmlənməsi nəticəsində Azərbaycanın müxtəlif şəhərləri və regionları dünya turizm xəritəsində daha görünən olur. Bu proses uzunmüddətli dövrdə həm turizm gəlirlərinin artmasına, həm də turizm infrastrukturuna yeni sərmayələrin cəlb olunmasına zəmin yaradır [1]. Beynəlxalq tədbirlər yalnız iqtisadi sahədə deyil, sosial və institusional müstəvilərdə də dəyişikliklər doğurur. Məsələn, könüllülük proqramlarının geniş miqyasda həyata keçirilməsi gənclərin idarəetmə, təşkilatçılıq, kommunikasiya və xidmət bacarıqlarının inkişafına müsbət təsir göstərir. Bu, insan kapitalının yüksəlməsinə, əmək bazarının daha rəqabətqabiliyyətli olmasına gətirib çıxarır. Bununla yanaşı, böyük tədbirlərdə tətbiq olunan müasir təhlükəsizlik sistemləri, logistika planlaşdırması, tibbi xidmət protokolları və rəqəmsal idarəetmə modelləri sonradan ölkənin müxtəlif sektorlarına transfer edilir və ümumi idarəetmə keyfiyyətinin yüksəlməsinə səbəb olur. Bakıdakı Formula 1 Qran Prisinin, şəhərin dayanıqlı inkişafına — ekoloji, sosial və iqtisadi baxımdan — təsirini qiymətləndirmək də çox önəmlidir. [4, s.1655] Regional inkişaf baxımından beynəlxalq tədbirlərin rolu xüsusilə vurğulanmalıdır. Əgər tədbir yalnız Bakı ilə məhdudlaşmırsa, regionlarda qonaqlama obyektləri yenilənir, yollar təmir edilir, ictimai nəqliyyat infrastrukturuna investisiyalar artır, mədəniyyət

və idman obyektləri bərpa olunur. Bu proses regionların sosial-iqtisadi həyatında geniş canlanmaya səbəb olur və qeyri-neft sektorunun inkişafına xüsusi töhfə verir. Regionlarda yaradılan yeni infrastruktur tədbirdən sonra da fəaliyyətdə qalır və iqtisadi dövriyyəni uzun müddət davam etdirir. Beynəlxalq tədbirlərin başqa mühüm təsiri ölkənin qlobal imicinə bağlıdır. Dövlətlərin iqtisadi uğurlarında beynəlxalq nüfuzun rolu getdikcə artır. Yüksək səviyyəli tədbirlərin ev sahibliyi ölkəni regional lider kimi təqdim edir, geosiyasi çəkisini gücləndirir, diplomatik əlaqələri möhkəmləndirir və beynəlxalq təşkilatlar qarşısında etibarlılığını artırır. Bu isə birbaşa olaraq xarici investisiya mühitinə təsir göstərir. İnvestorlar üçün siyasi sabitlik, beynəlxalq etimad və institusional təhlükəsizlik ən vacib göstəricilərdən biridir. Belə tədbirlərin uğurla həyata keçirilməsi Azərbaycan üçün məhz bu göstəricilərdə müsbət impuls formalaşdırır. Lakin bütün bu müsbət təsirlərlə yanaşı, beynəlxalq tədbirlərin müəyyən riskləri də mövcuddur. Bunlara böyük maliyyə xərcləri, tədbirdən sonra obyektlərin tam gücü ilə istifadə olunmaması ehtimalı, logistika çətinlikləri və ekoloji yüklənmə kimi məsələlər daxildir. Buna baxmayaraq, düzgün planlaşdırma, strateji idarəetmə, davamlı infrastruktur konsepsiyaları və regionların iqtisadi strukturuna uyğun siyasətlər bu riskləri minimuma endirə bilir. Nəticədə, beynəlxalq tədbirlər ölkə üçün həm iqtisadi artım generatoru, həm sosial inteqrasiyanın gücləndiricisi, həm də milli brendin formalaşdırıcısı rolunu oynayır. Azərbaycan Respublikasının son illərdə əldə etdiyi nəticələr göstərir ki, bu tədbirlər ölkənin uzunmüddətli inkişaf strategiyası üçün mühüm platformalardan biridir və onların yaratdığı faydalar iqtisadi sistemin müxtəlif səviyyələrinə dərin şəkildə nüfuz edir [5].

Beynəlxalq miqyaslı tədbirlərin iqtisadi təsirlərinin qiymətləndirilməsi prosesində xüsusi yer tutan məsələlərdən biri də istehsal və xidmət sahələrində yaranan struktur dəyişikliklərdir. Belə tədbirlər qısamüddətli dövrdə istehlak səviyyəsini artırır, orta müddətdə isə müəssisələrin istehsal gücünü genişləndirməsinə səbəb olur. Xidmət sektorunda müşahidə edilən genişlənmə xüsusilə turizm, ictimai iaşə, nəqliyyat və ticarət sahələrində özünü daha aydın göstərir. Turizm sahəsində hotellərin doluluq göstəricisi yüksəlir, restoran və digər iaşə obyektlərində tələbin intensivləşməsi gəlirlərin kəskin artmasına gətirib çıxarır. Eyni zamanda ölkədaxili hava və quru nəqliyyat xidmətlərində dövriyyə artır, biletlərə tələbat yüksək olur, logistika şirkətləri üçün yeni sifarişlər meydana çıxır. Pərakəndə ticarətdə, xüsusilə xatirə məhsulları, qida, içki və gündəlik istehlak malları üzrə satışlar artır. Bu, öz növbəsində ölkədə fəaliyyət göstərən istehsal müəssisələrinə daha çox sifarişin daxil olması ilə nəticələnir. Xüsusilə yerli istehsalın gücləndirilməsi baxımından bu proses mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Çünki belə tədbirlər zamanı prioritet olaraq yerli məhsulların istifadə edilməsi iqtisadiyyatın daxili təchizat zəncirini canlandırır və idxalın müəyyən dərəcədə azalmasına səbəb olur. Digər tərəfdən, beynəlxalq tədbirlər ölkənin innovasiya potensialına da mühüm təsir göstərir. Məsələn, böyük idman yarışları, beynəlxalq texnologiya sərgiləri və ya iqtisadi forumlar zamanı tətbiq olunan yüksək texnologiyalı həllər, rəqəmsal xidmətlər, təhlükəsizlik sistemləri və logistika idarəetmə mexanizmləri yerli şirkətlər üçün bilik transferi imkanları yaradır. Bu, öz növbəsində ölkədə innovativ düşüncənin təşviqinə, texnologiya əsaslı xidmətlərin inkişafına və startap fəaliyyətinin genişlənməsinə zəmin yaradır. Bilgi transferi yalnız texnologiya sahəsində deyil, həm də idarəetmə mədəniyyətində özünü göstərir. Beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılmış təşkilati modellər, insan resurslarının idarə olunması, xidmət keyfiyyəti, kommunikasiya strategiyaları və təhlükəsizlik protokolları tədbirdən sonra da ölkə daxilində tətbiq edilməyə davam edir. Bu isə inzibati idarəetmənin müasir tələblərə uyğunlaşdırılmasına və dövlət-özəl sektor əməkdaşlığının yeni səviyyəyə yüksəlməsinə səbəb olur. Beynəlxalq tədbirlərin iqtisadi sistemlər üzərindəki təsiri çox vaxt makroiqtisadi göstəricilərdə də özünü göstərir. Azərbaycan tərəfindən keçirilən beynəlxalq tədbirlər buna əyani sübutdur. Azərbaycanda iri beynəlxalq tədbirlərin dövlətin rent axtarışı siyasəti kontekstində necə istifadə olunması çox önəmli amildir [3, s.6]. Əgər tədbir kifayət qədər böyükdürsə, ÜDM-in artım tempində müsbət dalğalanma

müşahidə edilə bilər. Xüsusilə xidmət sektorunun artımı ÜDM strukturunda müəyyən dəyişikliklər yaradır və qeyri-neft sektorunun payının yüksəlməsinə səbəb olur [2, s.41]. Dövlət büdcəsi üçün əlavə gəlirlər formalaşır, çünki həm müəssisələrin dövriyyəsi artır, həm də fiziki şəxslərin gəlirləri yüksəlir. Bundan başqa, beynəlxalq tədbirlərin keçirilməsi inflyasiya proseslərinə də müəyyən təsir göstərir. Tələb artımı bəzi xidmətlərin qiymətinin müvəqqəti yüksəlməsinə səbəb ola bilər, lakin bu proses əsasən qısamüddətlidir və tədbir bitdikdən sonra qiymətlər sabitləşir. Uzunmüddətli dövrdə isə infrastrukturun modernləşdirilməsi və istehsal gücünün artırılması inflyasiya təzyiqlərini azaltmağa kömək edir. İnvestisiya mühitinin yaxşılaşdırılması beynəlxalq tədbirlərin digər mühüm effektlərindəndir. Belə tədbirlərin uğurla həyata keçirilməsi ölkədə siyasi sabitlik, təhlükəsizlik, idarəetmənin planlı və səmərəli aparılması mesajını dünyaya çatdırır. Bu isə ən həssas investorlar üçün belə müsbət siqnaldır. Nəticədə ölkəyə birbaşa xarici investisiya axını genişlənir. Azərbaycan təcrübəsi göstərir ki, beynəlxalq tədbirlərdən sonra enerji, nəqliyyat, kənd təsərrüfatı, sənaye və xidmət sektorlarına yönələn investisiyalarda artım müşahidə edilir. Belə artımlar həm infrastrukturun, həm də istehsal gücünün davamlı şəkildə genişlənməsinə səbəb olur. Bu proseslər yalnız Bakı ilə məhdudlaşmır; regionlar da bu inkişafdan pay alır. Turizm klasterlərinin formalaşdırılması, regionların özünəməxsus iqtisadi potensialının üzə çıxarılması, yeni sahibkarlıq imkanlarının yaranması regional iqtisadiyyatı canlandırır. Regionların beynəlxalq tədbirlərdə iştirakının genişləndirilməsi həmin ərazilərin daha çox tanınmasına, investisiya cəlbediciliyinin artmasına və idxalı əvəzləyən istehsal güclərinin formalaşmasına şərait yaradır. Beynəlxalq tədbirlərin sosial təsirləri də diqqətdən kənarda qalmamalıdır. Cəmiyyətin müxtəlif təbəqələri üçün yaradılan iş yerləri, xidmət keyfiyyətinin artması, infrastrukturun əlçatanlığının yüksəlməsi, ictimai nəqliyyatın təkmilləşdirilməsi, şəhər mühitinin modernləşdirilməsi insanların həyat səviyyəsini yaxşılaşdırır. Bununla yanaşı, belə tədbirlər ölkənin multikultural dəyərlərinin beynəlxalq auditoriyaya təqdim edilməsinə, tolerantlıq və mədəni müxtəliflik siyasətinin daha geniş miqyasda tanıdılmasına imkan yaradır. Mədəniyyət tədbirləri vasitəsilə ölkənin tarixi irsi, incəsənəti, folkloru, əl sənətləri və milli kimliyi dünyaya çatdırılır. Bu proses həm mədəni diplomatiyanın güclənməsinə, həm də turizmin mədəni komponentinin inkişafına təsir edir. Eyni zamanda, Azərbaycan cəmiyyəti belə tədbirlərin təşkili prosesində fəal iştirak etdikcə, sosial həmrəylik və ictimai mobilizasiya səviyyəsi yüksəlir. Könüllülük hərəkatının inkişafı xüsusilə gənclər arasında vətəndaş məsuliyyəti anlayışını artırır və sosial kapitalın güclənməsinə səbəb olur. Bu isə ölkənin uzunmüddətli sosial sabitliyi və inkişafı üçün əsas faktorlardan biridir. Beynəlxalq tədbirlərin təsirlərinin qiymətləndirilməsi sahəsində aparılan tədqiqatlar eyni zamanda ekoloji aspektləri də nəzərə almağı tələb edir. Böyük tədbirlər zamanı enerji istehlakı, nəqliyyat yüklülüyü, tullantıların həcmi artır və bu, müəyyən ekoloji təzyiqlər yaradır. Buna görə də müasir tədbirlərdə "yaşıl logistika", tullantıların idarə olunması, alternativ enerji mənbələrinin tətbiqi, ekoloji maarifləndirmə kimi yanaşmalar xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Azərbaycan son illərdə bu sahədə beynəlxalq standartlara uyğun praktikanı genişləndirməyə başlamışdır. Belə tədbirlərdə istifadə olunan "yaşıl enerjili nəqliyyat vasitələri", rəqəmsal bilet sistemləri, tullantıların çeşidlənməsi və enerji səmərəli obyektlər ekoloji baxımdan müsbət irəliləyişlərdir. Bütün bu amillər göstərir ki, beynəlxalq tədbirlərin təsirinin qiymətləndirilməsi yalnız iqtisadi kateqoriya kimi yanaşılacaq mövzu deyil; o, həm sosial, həm ekoloji, həm institusional, həm də mədəni kontekstləri özündə birləşdirən inteqrativ prosesdir. Bu prosesin kompleks analizi isə ölkənin gələcək inkişaf strategiyalarının hazırlanması üçün əvəzsiz dəyər daşıyır. Azərbaycan təcrübəsi sübut edir ki, beynəlxalq tədbirlər təkcə cari iqtisadi göstəriciləri dəyişmir, həm də ölkənin inkişaf modelini keyfiyyətcə yeni mərhələyə keçirir, regional balansı gücləndirir, insan kapitalının inkişafını dəstəkləyir və dövlətin beynəlxalq imicini möhkəmləndirir. Bununla da beynəlxalq tədbirlər strateji baxımdan uzunmüddətli dayanıqlı inkişaf üçün mühüm vasitəyə çevrilir.

Beynəlxalq miqyaslı tədbirlərin iqtisadiyyata, sosial strukturlara və dövlət idarəçiliyinə təsirinin qiymətləndirilməsi uzunmüddətli və çoxsahəli təhlil tələb edən bir prosesdir və bu prosesin ən mühüm istiqamətlərindən biri də insan kapitalının formalaşması və inkişafına təsirdir. Bəzi alimlər böyük tədbirlərə ev sahibliyi etməyin iqtisadi, sosial və siyasi cəhətdən faydalı olduğuna görə dəyərli olduğunu iddia edirlər, digərləri isə böyük tədbirlərə ev sahibliyi etməyin real və fürsət xərclərinin onun faydalarından daha çox olduğunu və bu faydaların yalnız məşğulluq, ticarət və turizmin artması kimi qısamüddətli, müvəqqəti faydalar olduğunu düşünürlər [6, s.33]. Belə tədbirlər zamanı müxtəlif ölkələrdən gələn mütəxəssislərlə yerli kadrlar arasında bilik və təcrübə mübadiləsi baş verir, bu isə işçi qüvvəsinin peşəkar səriştələrinin artmasına səbəb olur. Xüsusilə beynəlxalq təşkilatların tədbirlərə cəlb etdiyi ekspertlər, texniki heyət, idarəedici qruplar və layihə menecerləri yerli komandalara müasir idarəetmə texnologiyalarını, risklərin idarə olunması metodlarını, innovativ kommunikasiya modellərini və rəqəmsal həllərin tətbiq praktikasını aşılamağa yardım edir. Bu əməkdaşlıq uzunmüddətli dövrdə ölkənin insan kapitalının keyfiyyət göstəricilərini yüksəldir və iqtisadi dayanqlılıq üçün fundamental əsas yaradır. Tədbirlər zamanı həyata keçirilən təlim proqramları, könüllülük fəaliyyətləri və xüsusi sertifikasiya kursları gənclərin əmək bazarına daha hazırlıqlı daxil olmasına, onların təşkilati bacarıqlarının, xarici dil kompetensiyalarının və komanda işində iştirak qabiliyyətinin güclənməsinə səbəb olur. Bu xüsusilə Azərbaycanda keçirilmiş iri tədbirlərin təcrübəsində özünü aydın göstərmişdir; könüllülük proqramları minlərlə gəncin bilik və bacarıq səviyyəsinin artmasına, daha sonra müxtəlif dövlət və özəl sektor qurumlarında uğurlu karyera qurmasına imkan vermişdir.

Beynəlxalq tədbirlərin digər mühüm təsir istiqaməti ölkənin qlobal informasiya məkanında görünürlüyünün artmasıdır. Belə tədbirlərin televiziya, rəqəmsal media, sosial şəbəkələr və beynəlxalq informasiya agentlikləri vasitəsilə milyardlarla insan tərəfindən izlənilməsi ölkənin beynəlxalq imicinin güclənməsinə və tanıtım potensialının genişlənməsinə xidmət edir. İnformasiya məkanında ölkənin müasir şəhər infrastrukturu, təhlükəsizlik səviyyəsi, iqtisadi imkanları, mədəni dəyərləri, tolerantlıq mühiti və turizm cəlbediciliyi haqqında müsbət informasiya axını formalaşır. Bu isə həm investorları, həm turistləri, həm də xarici əməkdaşlıq tərəfdaşlarını cəlb edən mühüm psixoloji amildir. Dövlətlərarası münasibətlər sistemində də bu amil özünü göstərir, çünki beynəlxalq tədbirlər diplomatik əlaqələrin genişlənməsi üçün əlverişli mühit yaradır. Tədbirlər çərçivəsində çoxsaylı dövlət rəsmilərinin, beynəlxalq təşkilat nümayəndələrinin, investorların və müxtəlif sahələr üzrə qərarverici şəxslərin ölkəyə səfərləri siyasi dialoqun intensivləşməsinə, yeni əməkdaşlıq müqavilələrinin imzalanmasına və regional təhlükəsizlik müstəvisində qarşılıqlı anlaşmanın möhkəmlənməsinə gətirib çıxarır. Bu baxımdan beynəlxalq tədbirlər təkcə iqtisadi deyil, həm də geosiyasi baxımdan strateji alət kimi çıxış edir.

Bütün bunlarla yanaşı, beynəlxalq tədbirlərin həyata keçirilməsinin xərcləri də təhlil olunmalı olan mühüm komponentlərdən biridir. Belə tədbirlərin təşkili və keçirilməsi üçün dövlət büdcəsindən və ya özəl sektorun investisiya resurslarından müəyyən maliyyə vəsaitləri tələb olunur. İnfrastrukturun yenilənməsi, təhlükəsizlik tədbirlərinin görülməsi, logistika və təşkilati işlərin həyata keçirilməsi, marketinq fəaliyyəti və beynəlxalq standartlara cavab verən xidmətlərin göstərilməsi böyük maliyyə yükü yarada bilər. Lakin dünya təcrübəsi göstərir ki, bu xərclər strateji baxımdan gəlirləri üstələyə bilir, çünki yaradılan infrastruktur uzun illər ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına xidmət edir. Məsələn, nəqliyyat şəbəkələri, idman obyektləri, konqres mərkəzləri, mehmanxanalar və digər tikililər yalnız tədbir dövründə deyil, ondan sonrakı dövrlərdə də iqtisadi aktivlik yaradan mühüm aktorlara çevrilir. Bundan əlavə, belə tədbirlərin keçirilməsi nəticəsində formalaşan yeni xidmət standartları, sahibkarlıq mədəniyyəti və yüksək keyfiyyət tələbləri ölkə iqtisadiyyatının ümumi fəaliyyət maddəsini gücləndirir və gələcək investisiya layihələri üçün daha əlverişli şərait yaradır.

Tədbirlərin iqtisadi təsirlərinin qiymətləndirilməsi metodoloji baxımdan həm mikro, həm makro səviyyədə yanaşma tələb edir. Mikro səviyyədə müəssisələrin gəlir göstəriciləri, istehsal gücü, işçi sayı, xidmət keyfiyyəti və yeni bazarlara çıxış imkanları təhlil edilir. Makro səviyyədə isə ÜDM artım tempi, vergi daxilolmaları, inflyasiya səviyyəsi, tədiyə balansı, investisiya axınları və iqtisadi struktur dəyişiklikləri nəzərdən keçirilir. Bu iki səviyyənin birgə təhlili beynəlxalq tədbirlərin real təsir gücünü tam şəkildə müəyyənləşdirməyə imkan verir. Eyni zamanda, iqtisadi modelləşdirmə yanaşmaları – xüsusilə girdi–çıxdı modelləri, multiplikativ effekt analizi, ekonometriya metodları və qarşılaşdırma təhlili bu prosesdə geniş istifadə olunur. Çünki beynəlxalq tədbirlərin təsiri çoxşaxəlidir və müxtəlif sektorların qarşılıqlı əlaqə sistemi daxilində formalaşır. Nəticə etibarilə, tədbirlərin yaratdığı iqtisadi dəyərin ölçülməsi sadə statistik göstəricilərlə deyil, kompleks sistem yanaşması ilə aparılmalıdır.

Belə tədbirlərin keçirilməsinin bir digər vacib tərəfi də ölkənin urbanizasiya proseslərinə təsiridir. Şəhərsalma, nəqliyyatın təşkili, ictimai məkanların yenilənməsi, abadlıq işləri, yaşıl zonaların genişləndirilməsi kimi faktorlar həm paytaxtda, həm də regionlarda şəhər mühitinin keyfiyyətini yüksəldir. Bu yeniliklər tədbirdən sonra da qalmaqla uzunmüddətli sosial-iqtisadi fayda yaradır. Şəhərlərdə yol infrastrukturunun yaxşılaşması, piyadalar üçün yaradılan təhlükəsiz məkanlar, ictimai nəqliyyat sistemində tətbiq olunan rəqəmsal həllər, ekoloji nəqliyyat vasitələrinin işə salınması və şəhər estetikasına yönələn layihələr insanların həyat keyfiyyətinin yüksəlməsinə xidmət edir. Bakı şəhərində bu prosesin real nəticələri görünməkdədir və bu nəticələr digər regionlara da mərhələli şəkildə yayılmaqdadır.

Beynəlxalq tədbirlərin iqtisadiyyata təsirini gücləndirən əsas amillərdən biri də özəl sektorun prosesə aktiv cəlb edilməsidir. Özəl şirkətlərin tədbirlərin təşkilində, xidmətlərin göstərilməsində, marketinq proseslərində və innovativ layihələrin həyata keçirilməsində iştirakı iqtisadi artımı sürətləndirir. Özəl sektor üçün belə tədbirlər həm gəlir, həm də beynəlxalq tanınma imkanı yaradır. Şirkətlər tədbirlərə sponsor kimi qoşulmaqla brend tanıtımlarını genişləndirir, yeni tərəfdaşlıqlar qurur və xarici bazarlara çıxış üçün əlavə üstünlüklər əldə edirlər. Bu baxımdan, beynəlxalq tədbirlər sahibkarlığın inkişafı üçün katalizator rolunu oynayır və yeni biznes modellərinin tətbiqinə şərait yaradır. Bundan başqa, beynəlxalq tədbirlər sosial innovasiyalar üçün münbit mühit yaradır. İctimai iştirakçılıq mexanizmləri, könüllülük hərəkatı, ictimai monitorinq prosesləri və rəqəmsal idarəetmə platformaları bu tədbirlər zamanı formalaşaraq daha sonra digər dövlət proqramlarında və sosial layihələrdə tətbiq olunur. Bu isə dövlət idarəçiliyinin daha çevik və effektiv olmasına, vətəndaş cəmiyyətinin güclənməsinə və ölkədə sosial dinamikanın artırılmasına səbəb olur.

Nəticə etibarilə, beynəlxalq miqyaslı tədbirlərin keçirilməsi Azərbaycan üçün yalnız qısamüddətli iqtisadi gəlirlər deyil, həm də uzunmüddətli inkişaf perspektivləri formalaşdıran strateji prosesdir. Bu tədbirlər ölkənin iqtisadi strukturunu diversifikasiyalaşdırır, qeyri-neft sektorunun payını artırır, xidmət sahələrinin rəqabət qabiliyyətini yüksəldir, investisiya mühitini yaxşılaşdırır, turizm sektorunu gücləndirir, insan kapitalını inkişaf etdirir və beynəlxalq arenada ölkənin nüfuzunu artırır. Sosial, mədəni, institusional və ekoloji təsirlərin birgə analizi göstərir ki, beynəlxalq tədbirlər Azərbaycan üçün kompleks inkişaf aləti kimi çıxış edir və bu istiqamətdə aparılan araşdırmaların davam etdirilməsi ölkənin gələcək strateji planlaşdırılması üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi. Azərbaycan Respublikasında Mədəniyyət və Turizm Siyasəti: Strateji Fəaliyyət Planı. – Rəsmi hökumət sənədi. – URL: https://admin.culture.gov.az/storage/uploads/reports/az/2gkcQJRwNLFDpXsL4GQw1725554034.pdf?utm_source

2. Həsənov H. Azərbaycanda Hadisə Turizminin Müəssisələrə Təsiri / XI Beynəlxalq Elmi Araşdırmalar Konfransının məqaləsi. s.39-41. – 2022. – URL: https://aem.az/uploads/files/2022-11/1668069038_tam-pdf1.pdf?utm_source
3. LaPorte J. Profiting from Prestige: The Political Economy of Mega Events in Azerbaijan // Journal of International Relations and Development. – 2025. – Vol. 28, no. 1. – p. 55–79. – URL: https://link.springer.com/article/10.1057/s41268-025-00342-z
4. Mirzayeva G., Turkay O., Akbulaev N., Ahmadov F. The Impact of Mega-Events on Urban Sustainable Development // Entrepreneurship and Sustainability Issues. – 2020. – Vol. 7, no. 3. – p. 1653–1666. – URL: https://jssidoi.org/jesi/article/481
5. Militz E. Public Events and Nation Building in Azerbaijan. – 2016. // ResearchGate. – URL:https://www.researchgate.net/publication/318268457_Public_Events_and_Nation-Building_in_Azerbaijan?utm_source
6. Şahbazov H. Azərbaycan beynəlxalq əhəmiyyətli meqa-tədbirlərin mərkəzi kimi: iqtisadi, sosial və siyasi təsirlər. Bakı. – 2020, 66 s. URL: https://unec.edu.az/application/uploads/2022/11/Huseynzade-Bahruz-Mahammad1.pdf?utm_source

Elnurə ƏLİYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
müəllim
e.aliyeva@atmu.edu.az

MƏDƏNİYYƏTİN İDARƏOLUNMASINDA EFFEKTİVLİK AMİLİ KİMİ MUZEY MENECMENTİ VƏ MARKETİNQİ

Xülasə: *Məqalədə mədəniyyətin idarəolunmasında effektivlik amili kimi muzey menecmenti və marketinqinin rolu araşdırılır. Müasir dövrdə muzeylər yalnız eksponatların qorunub saxlandığı məkan deyil, həm də mədəni irsin təbliği, təhsil və kommunikasiya mərkəzi kimi fəaliyyət göstərir. Buna görə də onların idarəedilməsi və maliyyələşdirilməsi sistemli yanaşma tələb edir. Muzey menecmenti – muzeylərin strateji planlaşdırılması, resursların səmərəli idarə olunması, innovativ idarəçilik və informasiya texnologiyalarının tətbiqi vasitəsilə fəaliyyətin optimallaşdırılmasını nəzərdə tutur. Muzey marketinqi isə auditoriyanın tələbatının öyrənilməsi, ziyarətçilərlə effektiv ünsiyyətin qurulması və muzeyin cəmiyyət qarşısında imicinin formalaşdırılması üçün vacib vasitədir. Məqalədə göstərilir ki, Azərbaycanda muzeylərin inkişafı istiqamətində müasir idarəetmə modellərinin tətbiqi, sponsorluq və tərəfdaşlıq mexanizmlərinin genişləndirilməsi, eləcə də ictimaiyyətlə əlaqələrin gücləndirilməsi muzey fəaliyyətinin səmərəliliyini artırmaq üçün əsas şərtlərdəndir.*

Açar sözlər: *muzey menecmenti, muzey marketinqi, informasiya texnologiyaları, mədəni irs, muzeylərin inkişafı, ziyarətçi cəlbi, strateji planlaşdırma.*

MUSEUM MANAGEMENT AND MARKETING AS A FACTOR OF EFFICIENCY IN CULTURAL ADMINISTRATION

Abstract: *The article explores the role of museum management and marketing as key factors in ensuring efficiency in cultural administration. In the modern era, museums are not*

only places for preserving exhibits but also serve as centers for cultural promotion, education, and communication. Therefore, their management and financing require a systematic and strategic approach. Museum management involves strategic planning, efficient use of resources, innovative administration, and the application of information technologies to optimize operations. Museum marketing, on the other hand, focuses on understanding audience needs, building effective communication with visitors, and shaping the museum's public image. The article emphasizes that in Azerbaijan, the implementation of modern management models, the expansion of sponsorship and partnership mechanisms, as well as the strengthening of public relations, are essential for improving the efficiency and sustainability of museum activities.

Keywords: *museum management, museum marketing, information technologies, cultural heritage, museum development, visitor engagement, strategic planning.*

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ МУЗЕЕВ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КУЛЬТУРОЙ

Резюме: *В статье рассматривается роль музейного менеджмента и маркетинга как ключевых факторов эффективности в управлении культурой. В современную эпоху музеи выступают не только как хранилища экспонатов, но и как центры культурного просвещения, образования и коммуникации. Поэтому их управление и финансирование требуют системного и стратегического подхода. Музейный менеджмент включает стратегическое планирование, рациональное использование ресурсов, инновационные методы администрирования и применение информационных технологий для оптимизации деятельности. Музейный маркетинг, в свою очередь, направлен на изучение потребностей аудитории, установление эффективных коммуникаций с посетителями и формирование положительного имиджа музея. В статье подчеркивается, что в Азербайджане внедрение современных моделей управления, расширение механизмов спонсорства и партнёрства, а также укрепление связей с общественностью являются важнейшими условиями повышения эффективности и устойчивости музейной деятельности.*

Ключевые слова: *музейный менеджмент, музейный маркетинг, информационные технологии, культурное наследие, развитие музеев, привлечение посетителей, стратегическое планирование.*

GİRİŞ

Azərbaycanın muzey işi XX əsrdə nəzərəçarpacaq dərəcədə inkişaf etmiş və ölkənin mədəni həyatında mərkəzi rol oynamışdır. Azərbaycan muzeyləri xalqımızın qədimdən müasir dövrə qədər olan tarixi və mədəni inkişaf yolunu əks etdirir, milli irsin qorunması və təbliğində əvəzolunmaz vəzifələr həyata keçirir. Bu muzeylər yalnız sənət əsərlərinin və eksponatların qorunması ilə məşğul olmur, həm də tariximizin, etnoqrafik xüsusiyyətlərimizin, elmi və texnoloji irsimizin tədris və maarifləndirilməsində mühüm rol oynayır. Muzeylərimizin geniş şəbəkəsi bütün bölgələri əhatə etməklə, xalqın mədəni irsinə çıxış imkanını artırır və regional inkişafın mədəni komponentini təmin edir [1, s.2-4].

Qloballaşmanın sürətlənməsi və Azərbaycan mədəniyyətinin dünya mədəniyyət məkanına inteqrasiyası muzey fəaliyyətinin keyfiyyətinə yeni çağırışlar gətirir. Belə bir şəraitdə ənənəvi fəaliyyət prinsipləri artıq kifayət etmir; muzeylər həm texnoloji, həm də idarəetmə baxımından yenilənməyə məcburdur. Bu, bir tərəfdən yeni texnologiyaların tətbiqi ilə muzeylərin elmi, tədqiqat və tədris funksiyalarının təkmilləşdirilməsini, digər tərəfdən isə

marketinq strategiyalarının inkişaf etdirilməsini tələb edir. Müasir muzey yalnız kolleksiya və ekspozisiya ilə məhdudlaşmamalı, həm də ictimaiyyətlə aktiv əlaqə quraraq, öz fəaliyyətini cəmiyyətin ehtiyaclarına uyğunlaşdırmalıdır.

Müasir dövrdə muzeylərin uğurlu fəaliyyəti üçün əsas göstəricilərdən biri onların texnoloji imkanları və informasiya mübadiləsinin effektivliyidir. İnteraktiv ekskursiyalar, virtual turlar, multimedia təqdimatlar və digər innovativ texnologiyalar vasitəsilə muzeylər auditoriyanın marağını artırır və ziyarətçi axınını çoxaldır. Marketinq isə muzeyin sosial və iqtisadi fəaliyyətinin səmərəliliyini təmin edən strateji vasitə kimi çıxış edir. Beləliklə, muzey işinin inkişafı yalnız kolleksiyaların qorunması ilə deyil, həm də menecment, marketinq və texnoloji yeniliklərin tətbiqi ilə sıx bağlıdır.

Bu kontekstdə Azərbaycan muzeylərinin qarşısında duran əsas vəzifələrdən biri müasir texnologiyaları və idarəetmə metodlarını tətbiq edərək fəaliyyətini daha effektiv qurmaqdır. Eyni zamanda, muzeylər üçün nəzərdə tutulan strategiyalar, proqramlar və layihələr yalnız milli mədəni irsin qorunmasına xidmət etməməli, həm də beynəlxalq standartlara uyğun fəaliyyət göstərə bilməlidir. Bu yanaşma Azərbaycan muzeylərinin həm milli, həm də beynəlxalq səviyyədə rəqabət qabiliyyətini artırmaq, onların mədəniyyət və turizm sektorunda əhəmiyyətini gücləndirmək imkanlarını təmin edir [4,s.4-5]

XX əsrin sonlarına yaxın kommunikasiya muzey fəaliyyətinin əsas hərəkətverici qüvvəsinə çevrilməyə başladı. Bu proses muzeylərin informasiyanı ötürmə üsullarını köküdən dəyişdi və onlara geniş auditoriya ilə daha aktiv əlaqə qurmaq imkanları yaratdı. Lakin eyni zamanda, müxtəlif kommunikasiya metodlarından, o cümlədən texnoloji vasitələrdən istifadənin artması, işin əsas prioritetlərinə kifayət qədər diqqət yetirilməməsi riskini də ortaya çıxarır. Beləliklə, muzeylər məlumatı ötürərkən həm informativ, həm də strateji məzmunun qorunmasına diqqət etməli olurlar.

Əksər böyük muzeylərdə ictimaiyyətlə əlaqələr üzrə xüsusi şöbələr, fəaliyyət göstərir. Bu şöbələr ənənəvi və innovativ tədbirlər – seminarlar, görüşlər, nəşrlər, gecə tədbirləri və digər mədəni hadisələr – təşkil etməklə hədəf auditoriyanı cəlb edir və ziyarətçi sayını artırır. Bu tədbirlər həm də muzeyin fəaliyyət imkanlarını genişləndirməyə, onun sosial və mədəni rolunu gücləndirməyə xidmət edir.

Muzeylərin turizm sektorunda fəaliyyətini gücləndirən əsas amillərdən biri yeni informasiya texnologiyalarının tətbiqidir. Bu texnologiyalar muzeyin ənənəvi fəaliyyət formalarının mahiyyətini və ziyarətçilərə yanaşmanı əhəmiyyətli dərəcədə dəyişdirir. Xüsusilə interaktiv virtual turlar getdikcə daha populyar olmaqda və turizm təcrübəsinin əsas komponentinə çevrilməkdədir. İnteraktiv ekskursiyalar bir tərəfdən muzeyin auditoriya ilə kommunikasiyasını daha effektiv şəkildə təşkil etməyə imkan verir, digər tərəfdən isə virtual ekskursiyalar vasitəsilə ziyarətçilərin marağını oyandırır, onları müəyyən eksponatlar və mövzularla tanış edir və fiziki olaraq muzeyə gəlmək qərarını stimullaşdırır.

Beləliklə, informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqi yalnız texniki yenilik kimi yox, həm də muzeyin turizm, təhsil və maarifləndirmə fəaliyyətinin səmərəliliyini artıran strateji alət kimi qiymətləndirilir. Bu yanaşma müasir muzeyin auditoriya ilə qarşılıqlı əlaqəsinin əsas komponentini təşkil edir və onun fəaliyyətinin beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılmasına xidmət edir.

Muzey fəaliyyətinin müxtəlif aspektləri və istiqamətləri mövcuddur və bu fəaliyyətin çağdaş dövrdəki ahəngdarlığı bir sıra amillərdən, o cümlədən ictimai, iqtisadi, ideoloji və mədəni proseslərdən birbaşa asılıdır. Muzey işinin mahiyyəti yalnız kolleksiya və eksponatların qorunması ilə məhdudlaşmır; o, cəmiyyətin mədəni və sosial həyatının dinamikasına uyğun olaraq daim dəyişir və təkmilləşir. Bu, muzey fəaliyyətinin həm milli, həm də beynəlxalq kontekstdə aktuallığını qorumaq üçün zəruri bir şərtdir.

Ənənəvi olaraq, muzeylərin əsas funksiyası kolleksiyaçılıq, eksponatların qorunması, elmi tədqiqat və nümayiş fəaliyyəti olmuş, auditoriya isə əsasən yüksək mədəni maraqlara sahib olan şəxslər, pedaqoqlar və tədqiqatçılarla məhdudlaşmışdır. Bu auditoriya nəzərə alınmaqla muzeylər bağlı müəssisə kimi fəaliyyət göstərmiş və geniş ictimaiyyətlə qarşılıqlı əlaqəsi prioritet olmamışdır. Nəticədə, muzeylərin müxtəlif mədəni institutlarla və cəmiyyətin məqsədyönlü qrupları ilə əlaqələrinin yaradılması böyük əhəmiyyət kəsb etmirdi. Lakin müasir dövrdə auditoriya ilə interaktiv münasibət və sosial əlaqələrin inkişaf etdirilməsi muzey fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılması üçün zəruri amil hesab olunur.

Son onillikdə mədəniyyət sektoru, o cümlədən muzeylər, mədəni məhsullarını bazarın tələblərinə uyğunlaşdırmaqla öz ənənəvi idarəetmə paradiqmasını dəyişirlər. Dövlət maliyyələşdirilməsinin azalması muzeyləri fəaliyyətlərini davam etdirmək məqsədilə yeni strategiyalar formalaşdırmağa məcbur edir. Bu baxımdan kommunikasiya strategiyası mədəniyyət müəssisələri üçün mühüm resurs kimi çıxış edir. Belə strategiya, ilkin olaraq, tamaşaçıları cəlb etməyə, qeyri-dövlət maliyyə mənbələrini aktivləşdirməyə, yeni bazar şəraitində işləməyi bacaran mütəxəssisləri (PR mütəxəssisləri, menecerlər, marketoloqlar və digər peşəkarları) və yerli icra orqanlarını muzey fəaliyyətinə cəlb etməyə yönəlib.

Müasir dövrün spesifik xüsusiyyətləri və tendensiyaları mədəni proseslərin intensivliyini artırır, proqressiv meyllərin güclənməsinə müsbət təsir göstərir. Azərbaycanın iqtisadi potensialının artması və Avropa mədəni həyatına inteqrasiya prosesi muzeylərin fəaliyyətinə də səmərəli təsir göstərir. Bu inkişaf nəticəsində muzeylər bərpa olunur, yeni binalar tikilir və mövcud strukturlar müasir texnologiyalarla təchiz edilir. Belə texnoloji modernləşmə yalnız muzeylərin elmi və tədris fəaliyyətini genişləndirmir, həm də onların sosial və mədəni missiyasını gücləndirir.

Hazırkı dövrdə muzey idarəetməsi müasir texnologiyaların tətbiqi, muzeyin cəmiyyət həyatında mövqeyinin möhkəmləndirilməsi və fəaliyyət istiqamətlərinin optimallaşdırılması ilə səmərəli olur. Bu zaman idarəetmənin özü də təkmilləşmə prosesinə məruz qalır. Muzey işinin elmi-texniki təchizatı və proqramlaşdırılması bir-birini tamamlayan, həmçinin müxtəlif fəaliyyət növlərini əhatə edən çoxsaylı aspektləri əhatə edir. Texniki təchizat muzey fəaliyyətinin mühüm sahəsidir və onun modernləşdirilməsi həm elmi, həm də tədris və turizm yönümlü fəaliyyətin keyfiyyətini artırır. Bununla yanaşı, müasir muzeylərin elmi-texniki təchizatının inkişaf etdirilməsində hələ də həlli vacib olan bir sıra məsələlər mövcuddur. Bu məsələlər sırasında yeni texnologiyaların tətbiqi xüsusi əhəmiyyət daşıyır.

Muzey işində yeni texnologiya anlayışı əsasən üç mühüm istiqaməti əhatə edir və bu istiqamətlər həm real, həm də virtual müstəvidə həyata keçirilir:

1. Muzeylərin kompleks avtomatlaşdırılması kompyutərləşdirilməsi sistemi (KAS);
2. Muzeyin qlobal xəbərləşmə sistemi – İnternetə qoşulması və elektron telekommunikasiyanın qlobal məkanına çıxışı;
3. Muzey və multimedia texnologiyaları – qoloqrafiya və virtual məkan vasitəsilə (CD-ROM, DVD-ROM və digər interaktiv vasitələr).

Bu texnologiyalar yalnız muzeylərin idarəetmə proseslərini optimallaşdırmır, həm də onların tədris, turizm və ictimaiyyətlə əlaqə imkanlarını genişləndirir. Müasir dövrdə texnoloji innovasiyalar muzey fəaliyyətinin bütün sahələrində səmərəli tətbiq edilməli və həm real, həm də virtual auditoriyaya yönəlik kompleks yanaşmalarla inteqrasiya olunmalıdır.

İnformasiya mübadiləsi müasir muzeylərin layihələndirilməsi, yaradılması və köhnə muzeylərin yenidən qurulması prosesində mühüm rol oynayır. Bu proses yalnız mövcud layihələrin təkrarlanmasının qarşısını almır, eyni zamanda sərişteli mütəxəssislərin iş təcrübəsindən yararlanmaq imkanlarını təmin edir. Müasir dövrdə internet vasitəsi ilə muzey şəbəkəsinin inkişafı, struktur və təşəbbüslərin harmoniyası və layihələrin razılaşdırılması üçün əvəzedilməz bir vasitə kimi çıxış edir. Belə texnoloji yanaşma, xüsusilə yüksək inkişaf etmiş

ölkələrdə – ABŞ, Kanada, Almaniya, İsveç, Hollandiya və Finlandiyada – muzeylərin internetdə geniş və səmərəli şəkildə təmsil olunmasına imkan yaratmışdır. Bu isə muzeylərin qlobal mədəniyyət məkanına inteqrasiyasını sürətləndirir və onların beynəlxalq əlaqələrini gücləndirir [7, s.99-128].

Bundan əlavə, bir sıra muzeylərdə tətbiq olunan audio-vizual köməkçilər, yəni kino və telefilmlər, ziyarətçilərin görmə və eşitmə hisslərinə eyni vaxtda güclü emosional təsir göstərir. Ədəbiyyat, teatr və incəsənət muzeylərində şairlərin, yazıçıların, aktyorların, rəssam və heykəltəraşların müsahibələri və çıxışları əvvəlcədən lentə yazılır və ekspozisiya zallarında nümayiş etdirilir. Bu texnologiyalar yalnız eksponatların vizual və audial təqdimatını zənginləşdirmir, həm də ziyarətçilərin interaktiv təcrübəsini artıraraq onların muzeyə marağını və maarifləndirici fəaliyyətini gücləndirir.

Beləliklə, informasiya və multimedia texnologiyalarının tətbiqi muzey fəaliyyətinin həm tədris, həm turizm, həm də kommunikasiya aspektlərini genişləndirir, muzeylərin ictimaiyyətlə əlaqəsini və qlobal mədəni məkanda iştirakını daha səmərəli edir.

Muzeyin idarəetmə üsulları və onun təşkili birbaşa olaraq muzeyin məqsədləri, strategiyası və vəzifələri ilə əlaqəli olmalıdır. Muzeyin məqsəd və strategiyaları dəyişdikcə, konkret vəzifələr də yenilənir və bunun nəticəsində təşkilati struktur və idarəetmə metodları da təkmilləşməyə məruz qalır. Bu səbəbdən muzey rəhbərliyi qarşıya çıxan problemləri vaxtında aşkarlamalı, vəzifələri düzgün müəyyən etməli, muzeyin missiyasını ölçüb qiymətləndirməli və nəticələrin əldə olunması üçün zəruri resursları düzgün planlaşdırmalıdır [5, s.13-20].

Muzey işinin təşkili və idarə edilməsində muzey menecmenti və marketinqin tətbiqi müasir dövrün aktual tələblərindən biridir. Muzey menecmenti anlayışı muzeyin və onun personalının idarə olunmasının nəzəriyyəsi və praktikası kimi qəbul edilir. Digər tərəfdən, muzey marketinqi muzey xidmətlərindən istifadə edənlərin maraqlarını müəyyən etməyə, onlara cavab verməyə və həmçinin həmin maraqları formalaşdırmağa imkan verən sistemli yanaşma metodudur. Marketinq muzey fəaliyyətinin aktivləşməsini təmin etməklə yanaşı, uzunmüddətli perspektivdə səmərəli inkişafın və davamlı pozitiv tendensiyaların qorunmasını hədəfləyir. Bu baxımdan, marketinq planının əsas tərkib hissələri diqqətlə işlənməli, həm daxili, həm də xarici mühitdə baş verə biləcək dəyişiklikləri öncədən nəzərə almalı və muzey strukturlarına və məhsullarına uyğunlaşdırılmalıdır. Effektiv marketinq planı muzeyin strategiyasının uğurla həyata keçirilməsini təmin edən əsas vasitə hesab olunur.

Muzey fəaliyyətinə marketinqin tətbiqi müasir iqtisadi şəraitdə muzeylərin ümumi məqsədlərinə çatmaq üçün strateji yanaşma vasitəsi kimi çıxış edir. Başqa sözlə, marketinq muzeyin rolunu yenidən dərk etməyə, onun fəlsəfəsini, missiyasını və məqsədlərini dəyişdirmədən işinin effektivliyini artırmağa və təşkilatın tələbatını ödəməyə imkan verən sistemli üsuldur. Marketinq fəaliyyətinin əsas məqsədi potensial tamaşaçılara müvafiq məlumatın çatdırılması və muzey təklifinin səmərəli şəkildə reklam edilməsidir. Bununla yanaşı, marketinq strategiyası yalnız digər muzeylər və müxtəlif mədəniyyət təşkilatları ilə əməkdaşlıq nəticəsində tam səmərəli və uğurlu ola bilər [10, s.23-32].

Hazırda muzeylərin qarşısında duran əsas vəzifələr onların inkişaf konsepsiyalarına yeni, innovativ layihə və proqramların tətbiqini, təşkilini və maliyyə təminatını həyata keçirən sistemli tədbirlər mexanizminin yaradılmasını tələb edir. Bu təminatın əsas məzmununu müasir dövrdə muzey menecmentinin təşkili və idarəetmə sisteminin optimallaşdırılması, həmçinin əlavə maliyyə mənbələrinin axtarışı – yəni muzey marketinqi təşkil edir. Muzeydə sosial marketinqin xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, muzeylərin inkişafı və fəaliyyətinin təmin edilməsi üçün resurslar iki əsas formada əldə olunur:

1. Birbaşa resurslar – muzey məhsulları və xidmətlərinin ziyarətçilərə satışı hesabına gəlir əldə olunması;

2. Dolayı resurslar – "kənar" mənbələrdən əldə olunan maliyyə dəstəyi, o cümlədən dövlət büdcəsi vəsaitləri, xeyriyyə fondlarının qrantları, sponsor köməyi və şəxsi ianələr.

"Muzey marketinqi" və "muzey menecmenti" anlayışları həm mütəxəssislər, həm də muzey tamaşaçıları tərəfindən hələ də birmənalı qəbul olunmur. Bu, yüksək muzey standartlarından geri çəkilmək qorxusu və ənənəvi idarəetmə modellərinə bağlılıqla izah olunur. Lakin zamanın tələbləri və yeni iqtisadi münasibətlər şəraiti göstərir ki, muzeylərin davamlı fəaliyyəti, hərtərəfli inkişafı və fəaliyyətlərinin tamaşaçılar üçün daha cəlbedici olması yalnız marketinq və müasir menecment prinsiplərinin muzey işinə inteqrasiyası ilə mümkündür. Bu yanaşma muzeyin həm iqtisadi dayanıqlığını təmin edir, həm də onun ictimai, elmi və mədəni missiyasının effektiv həyata keçirilməsinə xidmət edir.

Muzey fəaliyyətində menecment və marketinq sahəsində qarşıya çıxan əsas vəzifələr aşağıdakılardır:

1. **Muzey strukturunun resurslarının təkmilləşdirilməsi** – maliyyə, intellektual və fəaliyyətin digər resurslarının səmərəli idarə olunması;

2. **Muzey fəaliyyətinə və xidmətlərinə tələbatın artırılması** – bu prosesdə muzey əməkdaşlarının yaradıcı fəallığının stimullaşdırılması və professional inkişaflarının dəstəklənməsi;

3. **Muzeyin maliyyələşdirilməsinin artırılması** – dövlət büdcəsi vəsaitləri, qeyri-hökumət təşkilatlarının dəstəyi, müxtəlif subsidiyalar və gəlir mənbələri vasitəsilə maliyyə təminatının genişləndirilməsi;

4. Potensial tamaşaçı və işgüzar partnyor bazasının genişləndirilməsi – muzeyin auditoriyasını və yaradıcı əməkdaşlıq imkanlarını artırmaq üçün strateji tərəfdaşların cəlb edilməsi.

Bu vəzifələrin səmərəli icrası üçün hər bir muzey müasir dövrdə muzey-biznes əlaqələri yaratmalı və özünə uyğun biznes partnyorları müəyyən etməlidir. Bu yanaşma yalnız muzeyin maliyyə dayanıqlığını artırmır, həm də onun fəaliyyətinin ictimai, elmi və mədəni əhəmiyyətini gücləndirir, həmçinin müasir auditoriyanın maraqlarına uyğunlaşmasını təmin edir. Beləliklə, muzey menecmenti və marketinq müasir muzey fəaliyyətinin ayrılmaz və strateji komponentlərinə çevrilir, muzeyin həm daxili, həm də xarici fəaliyyət perspektivlərini genişləndirir.

Muzey fəaliyyətinin uğurlu olmasının ən vacib və əsas şərti onun hərtərəfli inkişafına dair perspektiv planının hazırlanmasıdır. Planlaşdırma menecmentin əsas alətlərindən biri hesab olunur və məhz planlaşdırma muzeyə fəaliyyət prosesini nəzarət altında saxlamağa, idarəetməni optimallaşdırmağa imkan verir. Perspektiv planın hazırlanması zamanı sponsor axtarışlarını əsaslandıran problemlərin dəqiq və sistemli izahı, rəqəm və faktların dəqiqliyi, hədəflərin və perspektivlərin aydın müəyyən olunması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Eyni zamanda, xahiş edilən maliyyə və ya digər dəstək tələblərinin real strateji problemlərin və onların həlli yollarının muzeyin vahid perspektiv planı ilə uyğunluğu təmin olunmalıdır. Belə yanaşma sponsor axtarışlarının və dəstək tədbirlərinin uğurla həyata keçirilməsinə zəmin yaradır.

Muzey menecmentinin müasir dövrdə digər mühüm aləti **ictimaiyyətlə iş (Public Relations – PR)** hesab olunur. PR muzey fəaliyyətində müvəffəqiyyətin təmin olunmasında strateji əhəmiyyət daşıyır və əsas predmetini kommunikasiya, informasiya mübadiləsi təşkil edir. Bu yanaşma təşkilat ilə ictimaiyyət arasında qarşılıqlı anlaşma, müsbət münasibətlərin formalaşdırılması, həmrəylik və əməkdaşlığın təşviqinə yönəlmiş idarəçilik funksiyalarını əhatə edir. PR vasitəsilə muzey həm potensial tamaşaçılarla, həm də digər mədəniyyət institutları və tərəfdaşlarla effektiv əlaqələr qurur [9, s.155-172].

Müasir dövrdə muzeylərin rolu yalnız eksponatların qorunması və təqdim olunması ilə məhdudlaşmır; onlar mədəniyyətin yaranması, formalaşması və inkişafı tarixinin öyrənilməsi, retrospektiv məlumatların yayılması, tədris fəaliyyətinin məzmununun zənginləşdirilməsi və

innovativ tədris formalarının tətbiqi kimi məsələlərdə də xüsusi yer tutur. Muzeylər sosial yaddaşın qorunması və nəsillərin mədəni davamlılığının təmin olunması missiyasını həyata keçirən əsas mədəni təsisatlardandır. Xüsusilə gənc nəsildə vətənə sevgi və tarixinə hörmət hissinin formalaşdırılması baxımından muzeylərin rolu əvəzsizdir. Bu yanaşma gənclərin vətənpərvərlik tərbiyəsində həlledici əhəmiyyət kəsb edir.

Azərbaycanda muzey işi dövlət əhəmiyyətli fəaliyyət sahəsi kimi qiymətləndirilir. Muzey kolleksiyalarının və əmlakının milli-mədəni sərvət kimi qorunması, dövlət büdcəsi hesabına maliyyələşdirilməsi ilə yanaşı, müasir dövrdə yeni ideya və iş üsullarının tətbiqinə şərait yaradılması muzeylərin beynəlxalq səviyyədə rolunun artırılmasına xidmət edir. Bütün bu tədbirlər, həmçinin muzey idarəetmə sisteminin müasir çağırışlara uyğunlaşdırılması, XXI əsrin muzeyinə doğru atılan strateji addımlar kimi qiymətləndirilir. Bu yanaşma muzeyin iqtisadi, elmi, sosial və mədəni funksiyalarının səmərəli icrasını təmin edir və onun inkişaf perspektivlərinin davamlı olmasını təmin edir.

Azərbaycanda muzey menecmentinin inkişafı son illərdə dövlət siyasətində prioritet sahələrdən biri hesab olunur. Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət Nazirliyi tərəfindən muzeylərin modernləşdirilməsi, yeni binaların tikilməsi, texnoloji avadanlıqlarla təmin olunması və beynəlxalq standartlara uyğun idarəetmə sistemlərinin tətbiqi məqsədləri prioritetləşdirilmişdir.

Nəticə olaraq, Azərbaycanda muzey menecmenti yalnız idarəetmə prosesi deyil, həm də mədəni, elmi və təhsil funksiyalarını birləşdirən kompleks sistem kimi formalaşır. Onun müasir prinsiplərə uyğun inkişafı, həm milli mədəni irsin qorunmasına, həm də cəmiyyətin maarifləndirilməsinə xidmət edir. Bu istiqamətdə innovativ yanaşmaların, marketinq və texnologiyanın tətbiqi muzeylərin həm yerli, həm də beynəlxalq səviyyədə nüfuzunun artırılmasını təmin edir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Respublikasının Muzey sərvətlərinin və muzey kolleksiyalarının uçotu və mühafizəsinə dair təlimat. Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi. Bakı, 2008, 220 s.
2. Azərbaycan Respublikasının 24 mart 2000-ci il tarixli № 839-IQ "Muzeylər haqqında" Qanunu. www.president.az
3. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin "Azərbaycanda muzey işinin yaxşılaşdırılması haqqında" 6 mart 2007-ci il tarixli 2013 nömrəli Sərəncamı. www.president.az
4. Azərbaycan Respublikasının 27 dekabr 2021-ci il tarixli № 448-VIQ "Turizm haqqında" Qanunu. www.president.az
5. Демидов К.С. Музеи сегодня: Fпроблемы и перспективы. Информатизация музеев: Автореф. дис. … канд. искусств. наук. Екатеринбург, 1998, 25с.
6. Чинхолл Р. Музейная каталогизация и ЭВМ. Перевод с английского. М.:Мир, 1983, с. 7-41
7. Richards Greg. The social context of cultural tourism. In Richards, G. (ed.) Cultural Tourism in Europe. Wallingford: CAB International, 1997, 254 p.
8. Silberberg T. Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. Tourism Management. Volume 16, issue 5, 1995, c. 361-365.
9. Лорд Б., Лорд Г.Д. Менеджмент в музейном деле. М.: Логос, 2002, 256 с.
10. McLean, Fiona. Marketing the Museums. Rutledge. Abingdon (UK). 1997, 272

Əli BABAYEV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
doktorant
alibabaish@outlook.com

İNNOVATİV SAHİBKARLIQ KLASTERLƏRİNİN MALİYYƏ MƏNBƏLƏRİ VƏ ONLARIN XÜSUSİYYƏTLƏRİ

Xülasə: *İnnovasiya şəraitində sahibkarlıq subyektlərinin və onları birləşdirən klasterlərin maliyyə mənbələrinin sabit və etibarlılığı əsas amildir. İqtisadi ekosistemlərin innovativ klasterlərin dinamik inkişafına əsas töhvəsi əlavə maliyyə mənbəyi kimi çıxış etməsidir. Məqalədə iqtisadi ekosistemdə gedən transformasiya şəraitində innovativ klasterlərin maliyyə mənbələrinin formaları və xüsusiyyətləri araşdırılır. İnnovativ inkişaf üçün maliyyə boşluqlarının müəyyən edilməsi və çıxış yolu kimi konseptual elmi yanaşmalar təklif edilir.*

Açar sözlər: *İnnovativ klaster, kraudfandinq, iqtisadi inkişaf, innovasiya ekosistemləri, maliyyə mənbələri.*

FINANCIAL SOURCES OF INNOVATIVE ENTREPRENEURIAL CLUSTERS AND THEIR CHARACTERISTICS

Abstract: *In the context of innovation, the stability and reliability of financial sources of business entities and the clusters that unite them are the main factor. The main contribution of economic ecosystems to the dynamic development of innovative clusters is their role as an additional source of finance. The article examines the forms and characteristics of financial sources of innovative clusters in the context of transformation in the economic ecosystem. Conceptual scientific approaches are proposed as a way out and identification of financial gaps for innovative development.*

Keywords: *Innovative cluster, crowdfunding, economic development, innovation ecosystems, financial sources*

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ КЛАСТЕРОВ И ИХ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Резюме: *В условиях инновационной деятельности важнейшим фактором выступает стабильность и надёжность источников финансирования хозяйствующих субъектов и объединяющих их кластеров. Основной вклад экономических экосистем в динамичное развитие инновационных кластеров заключается в их роли как дополнительного источника финансирования. В статье рассматриваются формы и особенности источников финансирования инновационных кластеров в контексте трансформации экономической экосистемы. Предложены концептуальные научные подходы к выявлению и преодолению дефицитов финансирования инновационного развития.*

Ключевые слова: *Инновационный кластер, краудфандинг, экономическое развитие, инновационные экосистемы, источники финансирования.*

GİRİŞ

Bəşəriyyətin, cəmiyyətin hazırki vəziyyətində innovasiya, bilik iqtisadiyyatı və davamlı inkişaf çox önəmli yer tutur. Elm və texnologiyanın sürətli inkişafı sosial iqtisadi inkişaf amili kimi innovasiyaların proqnozlaşdırılmasını və idarə edilməsini zəruri edir.

Sahibkarlıq ekosistemləri regionlarda yüksək artım tempi olan sahibkarlıq fəaliyyətinin davamlılığının təmin edilməsi üçün bir konsepsiya kimi ortaya çıxır. Bununla belə, nəzəri bir anlayış olaraq iqtisadi və innovativ ekosistemlər hələ də inkişaf etməkdədir, bu da onların strukturunu və sahibkarlıq prosesinə təsirini sistemli araşdırmağı tələb edir.

İnnovativ klasterlərin mahiyyəti maliyyə resurslarının etibarlı şəkildə daxil edilməsini tələb edir, yaranacaq maliyyə boşluqları sahibkarlıq firmalarının böyüməsini zəiflədə bilər. İqtisadi ekosistemlər və iqtisadi proseslər sahibkarların səylərini və güclərini müəyyən çərçivədə birləşdirərək davamlı fəaliyyətə nail olmaq istəklərini şərtləndirir. Bu, inkişaf naminə həm müəyyən birlik yaradır, həmdə daxili və xarici rəqabəti formalaşdırır.

Bu birlik Maykl Porter tərəfindən tərifi verilmiş "Klaster"dir. Klasterlər firma və təşkilatların coğrafi konsentrasiyasıdır. Bunlar bir-biri ilə əlaqəli şirkətlərin, ixtisaslaşmış təchizatçıların, xidmət təminatçılarının, əlaqəli sənayelərdəki firmaların və rəqabət aparan, həm də əməkdaşlıq edən xüsusi sahələrdə əlaqəli qurumların coğrafi konsentrasiyası kimi müəyyən edilmişdir. Onlar çox vaxt tək bir ərazidə kök salırlar. Standart sənaye təsnifatlarında qeyd edildiyi kimi, onlar tez-tez tək istehsal və ya xidmət sektoruna uyğun gəlməsələr də, ticarət edilə bilən sektorların tam çeşidində mövcuddurlar [1].

Ümumilikdə klasterlərin formalaşması özü innovativ yanaşmadır. Mövcud klasterlərin arasında fəaliyyətini daim yeniləyən, təkmilləşdirən, rəqabətədavamlı idarəetmə modeli seçən sahibkarlıq klasterləri milli iqtisadiyyatların davamlı inkişaf amili hesab edilirlər.

İnnovativ sahibkarlıq klasterləri iqtisadi baxımdan çox önəmlidir. Onlar innovasiyaları təşviq etməklə, məhsuldarlığı, rəqabət qabiliyyətini artırmaqla iqtisadi və məşğulluq artımına təkan verirlər. Onlar bunu ixtisaslaşdırılmış təchizatçılar, müştərilər və qurumlarla bilik, texnologiya, resursların mübadiləsinə imkan verən və startapların böyüməsini, sağ qalmasını dəstəkləyən sinerji mühiti yaratmaqla edirlər. Bu, regional innovasiya ekosistemlərinin inkişafına, yeni iş yerlərinin yaradılmasına, regional və milli iqtisadi dayanıqlığın artmasına gətirib çıxarır.

Mövcud və gələcək rəqabətli bazar şəraitində rəqabətqabiliyyətliliyin təmin edilməsinin ən vacib şərti klaster iştirakçılarının sahib olduqları sağlam maliyyə mənbələri hesab edilir.

Klaster iştirakçıları birgə və ya müstəqil layihələr həyata keçirmək imkanına sahib olur. Klaster iştirakçılarının müstəqilliyi onlara bazarda müstəqil subyekt kimi fəaliyyət göstərməyə imkan verir. Klasterlərarası və klasterdaxili rəqabət innovasiyanın zəruri dinamikası hesab edilir. Bu rəqabət istehsalda və idarəetmədə yeni innovativ metodların yaradılması üçün zəmin yaradır.

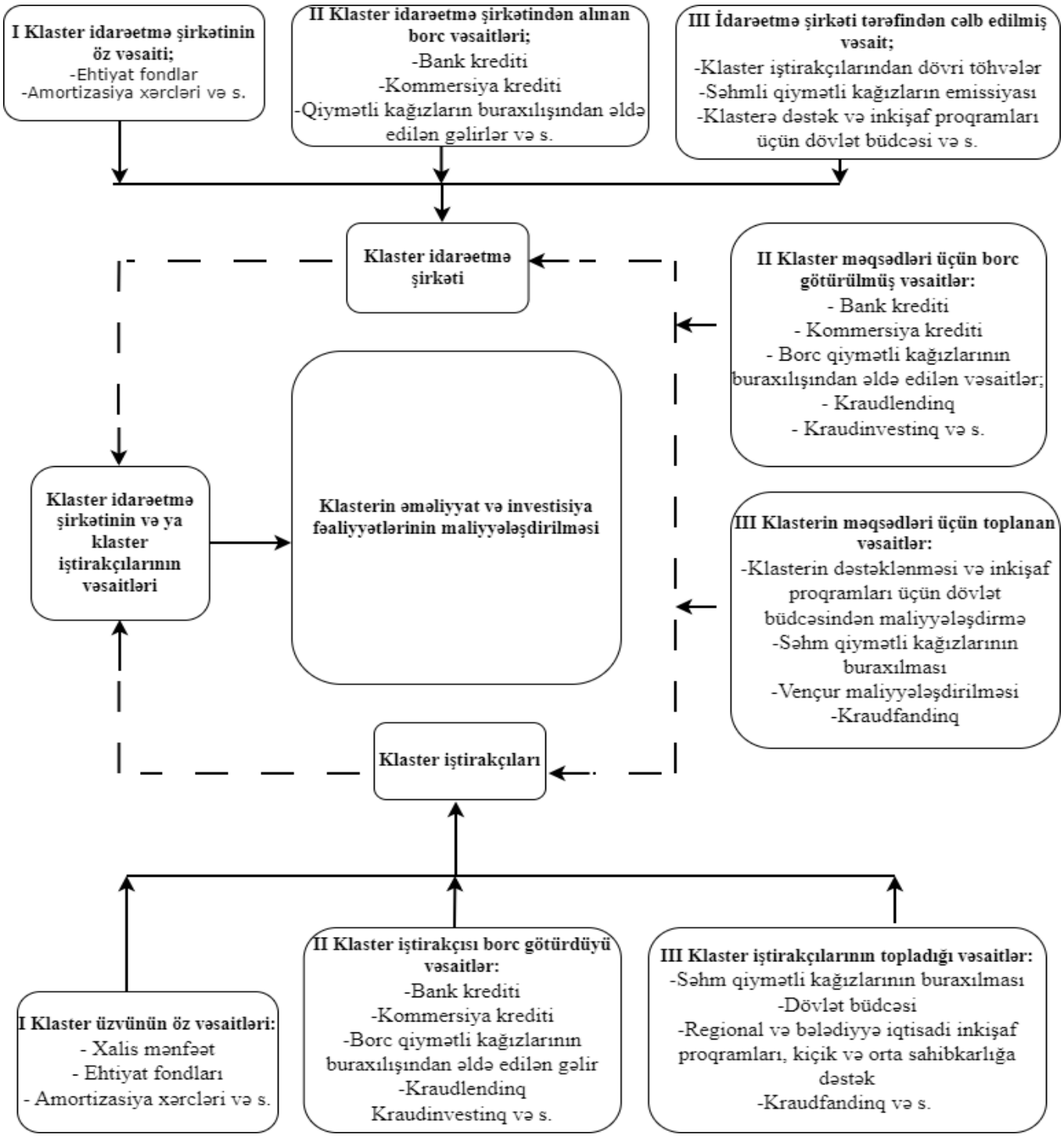
Klaster iştirakçıları müstəqil olduqları halda, iqtisadi inkişafa nail olmaq üçün bir-biri ilə, həmçinin klasterdən kənar iqtisadi agentlərlə qarşılıqlı əlaqədə olurlar.

Beynəlxalq təcrübəni və ayrı ayrılıqda iqtisadi ekosistemləri təhlil edərkən iqtisadi modernləşmə baxımından klaster yanaşması effektiv hesab edilir. Aparıcı iqtisadiyyatların 50%-dən çoxu innovativ inkişafın əsas vektoru kimi klasterləşməni seçib. Klaster yanaşmasını seçən ölkələr 75%-dən çox ÜDM artımına nail olublar.

Klasterlər regional və sektoral rəqabət qabiliyyətinin, innovasiyanın və iqtisadi artımın təmin edilməsində mühüm rol oynamağa davam etdikcə, şaxələndirilmiş maliyyələşdirmə mənbələrinə ehtiyac getdikcə daha vacib hala gəlir. Dövlət maliyyələşdirməsi tarixən klaster inkişafını dəstəkləsə də, özəl seçimlər hazırda davamlı artım və uzunmüddətli uğur üçün vacib bir hərəkətverici qüvvə kimi ortaya çıxır. Özəl investisiyalara doğru bu dəyişiklik, klasterin sənayeyə və iqtisadi ekosistemlərə gətirdiyi dəyərin artan tanınmasını, inkişafı təşviq etməsini və investisiyalardan gəlir əldə etməsini əks etdirir.

İnnovativ idarəetmə sistemi və biznes modeli bütün bölgənin inkişafını, innovasiyasını və inkişafını təşviq edir [3]. Bundan əlavə, maliyyə müəssisələrinin yüksək konsentrasiyası daha çox maliyyə əməkdaşlığını stimullaşdırır və çox sayda maliyyə köməkçi müəssisəsinin yaranması bölgədə inkişaf etməkdə olan sənaye sahələrinin yüksəlişinə səbəb olur [2].

Klaster iştirakçılarının əməliyyat və investisiya fəaliyyəti üçün maliyyə mənbələrini aşağdakı kimi təsnifatlandırmaq olar:



Şəkil 1. Klasterlərin və iştirakçılarının əməliyyat və investisiya fəaliyyətləri üçün maliyyələşdirmə mənbələrinin strukturu.

*Alternativ maliyyələşdirmə mənbələri (kraudfandinq, kraudinvestinq, kraudkredit)

Azərbaycanda və digər postsovet ölkələrində klaster proqramının həyata keçirilməsinə gec başlanılmışdır. ABŞ, AB və digər inkişaf etmiş ölkələrdə klaster proqramlarının həyata keçirilməsi ilə bağlı tədqiqatlar göstərir ki, klasterlər üçün dövlət maliyyələşdirməsinin payı 60%-ə qədərdir.

Klaster və onun iştirakçıları əməliyyat və investisiya fəaliyyətlərini maliyyələşdirmək

üçün alternativ maliyyələşdirmə mənbələrindən ("crowd financing"-kütləvi maliyyələşdirmə) - kütləvi maliyyələşdirmədən, kütləvi investisiya, kütləvi kreditləşmədən istifadə edə bilirlər.

Kraudfandinq − müxtəlif internet platformaları vasitəsilə yaradıcı layihələri, startapları, biznesləri və xeyriyyə məqsədlərini dəstəkləməyə yönəlmiş kütləvi və populyar maliyyələşdirmə formasıdır.

Kraudlendinq − tənzimlənən maliyyə məhsuludur və Goparity kimi rəqəmsal platformalar vasitəsilə kreditləri asanlaşdıran kraudfandinqin bir alt növüdür.

İnvestorlar üçün bu, inandıqları layihələri birbaşa maliyyələşdirmək üçün digər maliyyə mənbələrindən daha cəlbedici bir yoldur. Lakin, kraudlendinq investisiya qoyulan kapitalın potensial itkisi də daxil olmaqla riskləri özündə birləşdirir.

Kütləvi maliyyələşdirməyə imkan verən platformalara nümunə kimi:

- Yaradıcı layihələr üçün- Kickstarter, Indiegogo.
- Kiçik bizneslər üçün ən yaxşısı: Fundable.
- Shopify mağazaları üçün ən yaxşısı: Crowdfunder.
- Kontent yaradıcıları üçün ən yaxşısı: Patreon.
- Böyük Britaniya və Avropa üçün ən yaxşısı: Crowdcube.

Ümumilikdə innovativ klasterlərin fəaliyyətini şərtləndirən iqtisadi amillər dəyişkən və tənzimlənəndir. İnnovasiya Ekosistemləri daha böyük və ən çevikdir, daha geniş bölgələr və ya şəhərlər arasında kiçik mərkəzləri və rayonları birləşdirir. Onlar geniş sektorlar üzrə davamlı əməkdaşlığı asanlaşdırır. Böyük Britaniya Qızıl Üçbucağı (London, Oksford, Kembric) – Londonun mərkəzlərini Oksford və Kembricin elm və texnologiya klasterləri ilə birləşdirir. Bu Qızıl Üçbucaq sahib olduğu maliyyə imkanları ilə Böyük Britaniya iqtisadiyyatında aparıcı yerə sahibdir.

Boston – Kembric İnnovasiya Ekosistemi

Bostondakı Dəniz Limanı İnnovasiya Dairəsi, bir bölgənin ideyaların yaranmasından miqyaslanmaya qədər innovasiyanı dəstəkləyən güclü bir maliyyələşdirmə çərçivəsi qura biləcəyinə dair bariz nümunədir. Boston-Kembric innovasiya rayonlarında əsas infrastrukturun inkişaf etdirilməsi üçün müxtəlif dövlət-özəl maliyyələşdirmə modelləri tətbiq edildi və bu da startapları, miqyaslı şirkətləri, korporasiyaları və investorları, o cümlədən vençur kapitalını cəlb edən bir mühit yaratdı.

İnnovativ klasterlərin inkişafına təkan verən maliyyə mənbələrinin fəaliyyətinin təminatçısı sağlam innovativ ekosistemlərdir.

NƏTİCƏ

Klasterin rəqabət qabiliyyəti qismən onun əməliyyat və investisiya fəaliyyətləri üçün maliyyələşdirmənin adekvatlığından asılıdır. Klaster iştirakçıları müstəqil hüquqi şəxslər olmaqla bir-biri ilə rəqabət aparır, eyni zamanda klaster daxilində qarşılıqlı əlaqədə olurlar. Klasterlərin dövlət maliyyələşməsinə alternativ maliyyə mənbələrinin yaradılması onlar arasında sağlam rəqabət mühitini gücləndirir. Eyni zamanda dövlət büdcəsinin yükünü azaltmaqla dövlətin digər sosial-iqtisadi layihələri maliyyələşdirməsinə imkanlar yaradır.

İnnovativ klasterlər üçün etibarlı və dayanıqlı alternativ maliyyə mənbələrinin

yaradılması üçün elastik iqtisadi mühit və sağlam hüquqi baza formalaşdırılmalıdır. Bu miqyasından asılı olmayaraq bütün maliyyə mənbələrində gəlir və ya əlavə gəlir əldə etmək üçün stimul yaradacaq. Eyni zamanda maraqlı tərəflər üçün diversifikasiyanı təmin edəcək.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. Edited by Jonathan Potter and Gabriela Mirand. Clusters, Innovation and Entrepreneurship. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2009/07/clusters-innovation-and-entrepreneurship_g1ghb09e/9789264044326-en.pdf
2. Matthias Brachert, Hans-Ulrich Brautzsch, Mirko Titze. Mapping potentials for input-output-outputbased innovation flows in industrial clusters - an application to Germany. Economic Systems Research, 2018, 28 (4): 1-17.
3. Oseni U A, Hassan M K, Ali S N . Judicial Support for The Islamic Financial Services Industry: Towardss Reform-Ing Interpretive Designs. Arab Law Quarterly, 2020, 34 (3): 1-23.

Nərmin HÜMBƏTZADƏ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
narminzade32@gmail.com

AZƏRBAYCANDA ATƏŞGƏH ZƏRDÜŞTLİK RƏMZİ OLAN DİNİ MƏDƏNİ ABİDƏNİN ARAŞDIRILMA TARİXİ VƏ MÜASİR TURİZM SAHƏSİNDƏ YERİ

Xülasə: *Azərbaycanın qədim yaddaşında alovun izi hər zaman yaşayır. Abşeron yarımadasında, Bakı şəhərindən yaxın məsafədə yerləşən Suraxanı Atəşgahı təkcə daşdan hörülmüş bir memarlıq kompleksi deyil, həm də zərdüştiliyin, sonrakı dövrlərdə isə hinduistlərin və siqhlərin ibadətgahı olmuş müqəddəs bir məkandır. Təbii qaz çıxışlarının üzərində ucaldılan bu məbədin adı təsadüfi deyil: "Atəşgah" – "od evi", "alov yeri" deməkdir və bu ad həm mədəni, həm də mənəvi yaddaşın simvoluna çevrilmişdir. Məbədin memarlıq quruluşu qədim ənənələri yaşadır: beşguşəli müdafiə divarları, iri giriş qapısı, balaxanası və mərkəzdə yerləşən dördsütunlu alov altarının göyə açıq forması əbədi odun kainata səcdəsini xatırladır. Bu altarın üslubu qədim dövrlərdə geniş yayılmış od məbədlərinin davamı kimi görünür. Ərazidə tapılmış sanskrit, fars və qurmuki yazıları isə məbədin müxtəlif xalqların izlərini birləşdirən çoxdilli və çoxdinli bir ibadət məkanı olduğunu təsdiqləyir.*

Əsrlər boyu Atəşgah daim "əbədi alovların məkanı" kimi tanınıb. Müxtəlif müəlliflər və səyyahlar burada alovların sönməzliyindən bəhs etmiş, bəziləri müqəddəs od quyularını, digərləri isə burada yaşayan kahinlərin gündəlik həyatını təsvir etmişlər. Zaman keçdikcə neft sənayesinin inkişafı ilə təbii alovlar zəifləsə də, Atəşgah öz müqəddəs statusunu qoruyub saxlamışdır. Sonrakı illərdə abidə muzey kimi fəaliyyət göstərmiş, aparılan bərpa işlərindən sonra isə Dövlət Tarix-Memarlıq Qoruğu elan edilmişdir. Hazırda hər il on minlərlə insan bu qədim məkanı ziyarət edir və burada daşların sükutunda alovun dilləndirdiyi hekayəni dinləyir. Bu gün Atəşgah həm Azərbaycanın "Odlar Yurdu" imicini gücləndirən, həm də turizm

potensialını artıran mühüm bir simvoldur. Burada yanan hər qığılcım təkcə keçmişin izi deyil, həm də gələcəyə ünvanlanan ümid məktubudur.

Açar sözlər: *Atəşgah, Suraxanı, Zərdüştlük, dini-mədəni abidə, Abşeron, memarlıq,, UNESCO, turizm, milli kimlik, "Odlar Yurdu".*

THE HISTORY OF THE STUDY OF THE RELIGIOUS AND CULTURAL MONUMENT OF ATESHGAH, A SYMBOL OF ZOROASTRIANISM IN AZERBAIJAN, AND ITS PLACE IN MODERN TOURISM

Abstract: *The trace of fire has always lived in the ancient memory of Azerbaijan. Located on the Absheron Peninsula, not far from Baku, the Surakhani Ateshgah is not merely a stone-built architectural complex, but also a sacred place that once served Zoroastrians and later became a temple for Hindus and Sikhs. Built on natural gas outlets, the temple's name is no coincidence: "Ateshgah" means "house of fire," "place of flame," and this name has turned into a symbol of both cultural and spiritual memory. The architectural structure of the temple preserves ancient traditions: its pentagonal defensive walls, the large entrance gate, the watchtower, and the open-sky four-column altar in the center evoke the eternal fire bowing to the universe. The style of this altar appears as a continuation of the fire temples widespread in ancient times. The Sanskrit, Persian, and Gurmukhi inscriptions found on the site confirm that the temple was a multilingual and multi-religious place of worship uniting traces of different peoples.*

For centuries, Ateshgah has been known as the "place of eternal flames." Various authors and travelers described the unquenchable fires here, some mentioning the sacred fire wells, while others depicted the daily lives of the priests who lived there. Over time, with the development of the oil industry, the natural flames weakened, yet Ateshgah preserved its sacred status. In later years, the monument functioned as a museum and, after restoration works, was declared a State Historical-Architectural Reserve. Today, tens of thousands of people visit this ancient site annually, listening to the story told by the flame in the silence of the stones. At present, Ateshgah stands as both an important symbol strengthening Azerbaijan's image as the "Land of Fire" and as a key contributor to its tourism potential. Every spark that burns here is not only a trace of the past but also a message of hope addressed to the future.

Keywords: *Ateshgah, Surakhani, Zoroastrianism, religious-cultural monument, Absheron, architecture, UNESCO, tourism, national identity, "Land of Fire".*

ИСТОРИЯ ИЗУЧЕНИЯ РЕЛИГИОЗНО-КУЛЬТУРНОГО ПАМЯТНИКА АТЕШГЯХ - СИМВОЛА ЗОРОАСТРИЗМА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ И ЕГО МЕСТО В СОВРЕМЕННОМ ТУРИЗМЕ

Резюме: *След огня всегда жил в древней памяти Азербайджана. Расположенный на Апшеронском полуострове, недалеко от Баку, Сураханский Атешгях является не просто архитектурным комплексом из камня, но и священным местом, где изначально поклонялись зороастрийцы, а позднее индуисты и сикхи. Построенный на выходах природного газа, храм получил название не случайно: "Атешгях" означает "дом огня", "место пламени", и это название стало символом как культурной, так и духовной памяти. Архитектурное устройство храма сохраняет древние традиции: пятиугольные оборонительные стены, большие входные ворота, караульная башня и открытый к небу четырёхколонный алтарь в центре напоминают вечный огонь,*

преклоняющийся перед вселенной. Стиль этого алтаря представляется продолжением огненных храмов, широко распространённых в древние времена. Найденные здесь надписи на санскрите, персидском и гурмукхи подтверждают, что храм был многоязычным и многорелигиозным местом поклонения, объединяющим следы разных народов.

На протяжении веков Атешгях был известен как "место вечных огней". Различные авторы и путешественники описывали его несгораемые пламени: одни упоминали священные огненные колодцы, другие повседневную жизнь жрецов, живших здесь. Со временем, с развитием нефтяной промышленности, природные огни ослабли, но Атешгях сохранил свой священный статус. В последующие годы памятник функционировал как музей, а после проведённых реставрационных работ был объявлен Государственным историко-архитектурным заповедником. Сегодня десятки тысяч людей ежегодно посещают это древнее место, чтобы услышать историю, которую рассказывает пламя в молчании камней. В наши дни Атешгях является важным символом, укрепляющим образ Азербайджана как "Страны Огня", а также повышающим его туристический потенциал. Каждая искра, горящая здесь, это не только след прошлого, но и послание надежды, обращённое в будущее.

Ключевые слова: *Атешгях, Сураханы, Зороастризм, религиозно-культурный памятник, священный, Апшерон, архитектура, ЮНЕСКО, туризм, национальная идентичность, "Страна Огня".*

GİRİŞ

Azərbaycan ərazisi qədim dövrlərdən odun, alovun və işığın mərkəzlərindən biri olmuşdur. Bu fenomen bəzən məişət həyatında ocaq və çıraq vasitəsilə, bəzən də təbii qaz çıxışlarının yaratdığı sönməz məşəllər şəklində özünü göstərmişdir. Suraxanıdakı Atəşgah məbədi isə bu ənənənin simvolik və institusional forması kimi tarixən xüsusi əhəmiyyət kəsb etmişdir. Məbədin divarları əsrlər boyu təbii və sosial təsirlərə məruz qalsa da, onun ilkin funksional mahiyyəti və tarixi-mədəni dəyəri qorunub saxlanılmışdır. Burada od yalnız enerji mənbəyi deyil, həm də dini-mənəvi təcrübələrin ifadə vasitəsi olmuşdur. Atəşgah yalnız memarlıq baxımından deyil, həm də kollektiv yaddaşın daşıyıcısı kimi dəyərləndirilir. Bu məkan Zərdüştlük ənənələrinin təsiri ilə yanaşı, hind tacirlərinin fəaliyyətini, səyyahların qeydlərini və yerli icmaların dini ayinlərini də özündə birləşdirmişdir. Burada od müxtəlif inanclar və mədəniyyətlər arasında vahid simvolik element rolunu oynamış, nəticədə məbəd həm dini, həm də mədəni baxımdan çoxşaxəli xarakter almışdır. "Atəşgah" adının semantik mənası - "Od evi", "Od ocağı" - məhz bu funksiyanı təsdiq edir və abidənin əbədi yanan təbii qaz çıxışları ilə bağlılığını göstərir. Tarixi mənbələrə əsasən, məbəd XVII-XVIII əsrlərdə geniş tanınmağa başlamışdır. Lakin onun mənəvi və kulturoloji kökləri daha qədim dövrlərə, insanlığın ilkin od kultuna qədər gedib çıxır. "Avesta"da təsvir olunan atəşpərəstlik ənənələri burada tətbiq olunmuş və bu məkan Tanrı ilə insan arasındakı ritualların həyata keçirildiyi dini mərkəz kimi fəaliyyət göstərmişdir. Boyce-un fikirlərinə görə, Zərdüştlükdə od kainatın saflaşmasının və ruhun təmizlənməsinin simvolu olmuşdur; Atəşgah isə bu anlayışın konkret məkan formasında təzahürüdür [6].

Məbədin elmi-tarixi araşdırılması XIX əsrdən etibarən intensiv şəkildə aparılmışdır. Qərb və Rusiya səyyahları, həmçinin yerli alim və tarixçilər abidəni tədqiq etmiş, səyahət

qeydləri, etnoqrafik təsvirlər və elmi məqalələr vasitəsilə onun tarixi, funksional təyinatı və burada mövcud olmuş dini icmalar haqqında mühüm məlumatlar toplamışlar [7]. Bu araşdırmalar Atəşgahın yalnız lokal deyil, həm də beynəlxalq miqyasda əhəmiyyətli olduğunu, mədəniyyətlərarası ünsiyyət üçün xüsusi rol oynadığını təsdiqləmişdir. Atəşgahın müasir statusu da diqqətəlayiqdir. Hazırda bu abidə "tarixi-memarlıq qoruğu" kimi dövlət tərəfindən qorunur və turizm baxımından mühüm əhəmiyyət daşıyır. UNESCO-nun "Dünya İrs Siyahısı"na daxil edilməsi istiqamətində aparılan tədbirlər onun qlobal miqyasda mədəni irs nümunəsi kimi tanınmasına xidmət edir [8]. Bu, Atəşgahın yalnız Azərbaycanın deyil, həm də ümumbəşəri mədəni irsin tərkib hissəsi olduğunu göstərir.

ƏSAS HİSSƏ

Azərbaycanın qədim yaddaşında odun izi sönməz bir mədəni fenomen kimi qalır. Suraxanı Atəşgahı haqqında ilk yazılı qeydlər hələ orta əsrlər mənbələrində öz əksini tapmışdır. Bizans tarixçisi Prisk, VII–X əsrlər ərəb müəllifləri, eləcə də erməni salnaməçilərinin qeydlərində bu ərazidə daim alovların yandığı vurğulanırdı. Bu qeydlər göstərir ki, Atəşgah yalnız dini bir məkan deyil, həm də insanın təbiətlə münasibətlərində mühüm rəmz rolunu oynamışdır. Burada alov əbədi həyatın, zamanın davamlılığının və Tanrı ilə insan arasında mənəvi körpünün təcəssümü kimi qəbul olunmuşdur. Xüsusilə XVII əsrdən başlayaraq Avropa səyyahlarının əsərlərində Atəşgah haqqında geniş təsvirlərə rast gəlinir. Jan Şarden, Hanvey və Qamba kimi səyyahların qeydləri yalnız təsviri məlumat deyil, həm də məbədin dövrün ictimai, dini və mədəni mühitindəki rolunu işıqlandıran dəyərli mənbələrdir [4]. Onların təsvirlərində Atəşgah sadəcə bir memarlıq abidəsi deyil, həm də kosmik və metafizik anlam daşıyan ritualların icra olunduğu məkan kimi təqdim edilir. Bu baxımdan, Atəşgahın Avropa intellektual mühitində doğurduğu maraq Şərq mədəniyyətinə yönələn diqqətin mühüm nümunəsidir. XIX əsrdən etibarən Atəşgahın sistemli şəkildə elmi tədqiqata cəlb edilməsi onun öyrənilməsində yeni mərhələ açdı. Rus və Avropa alimləri - xüsusilə N. Xanıkov və B. Dorn - abidənin memarlıq strukturu, epiqrafik yazıları və dini funksiyası barədə ətraflı məlumatlar toplamışlar [2;3]. Bu araşdırmalar nəticəsində Atəşgahın yalnız Zərdüştlük icması üçün deyil, eyni zamanda Hindistandan gəlmiş tacirlər və siqh icmaları üçün də ibadətgah funksiyası daşıdığı müəyyən edilmişdir. Bu fakt abidənin beynəlxalq mədəniyyətlərarası qarşılıqlı əlaqələrin mühüm mərkəzi olduğunu təsdiqləyir və onun regionun mədəni tarixində xüsusi yer tutduğunu göstərir. XX əsrdə Atəşgahın tarixi statusu dəyişməyə başladı. Əsrlər boyu yanmaqda olan təbii qaz alovlarının zəifləməsi nəticəsində məbəd ilkin funksional əhəmiyyətini qismən itirsə də, onun simvolik dəyəri qorunub saxlanıldı. Sovet hakimiyyəti dövründə Atəşgah dövlətin mədəni irs siyahısına daxil edilərək muzey kimi fəaliyyət göstərməyə başladı. 1975-ci ildə həyata keçirilən bərpa işləri nəticəsində abidənin ilkin tarixi siması müəyyən qədər bərpa olundu. Daha sonra, 2007-ci ildə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti tərəfindən verilmiş sərəncam əsasında Atəşgah Dövlət Tarix-Memarlıq Qoruğu statusu aldı [5]. Bu qərar abidənin yalnız milli deyil, həm də beynəlxalq mədəni irsin tərkib hissəsi kimi qorunmasına şərait yaratdı. Atəşgahın memarlıq quruluşu da onun tarixi əhəmiyyətini daha da artırır. Qalanın beşguşəli plan quruluşu, iri giriş qapısı, balaxanası və mərkəzdə yerləşən dördsütunlu alov altarının açıq səma altında yerləşdirilməsi od kultunun simvolik mahiyyətini əks etdirir. Bu üslub qədim Midiya və Sasani dövrlərində inşa edilən od məbədlərinin davamı kimi dəyərləndirilə bilər [1]. Ərazidə tapılmış sanskrit, fars və qurmuki yazıları isə abidənin beynəlxalq mədəniyyətlərarası təmas məkanı olduğunu sübut edir. Bu yazılar müxtəlif xalqların Atəşgaha münasibətini, burada ibadət

ənənələrinin çoxşaxəli xarakter daşıdığını və məbədin universal dini simvol kimi qəbul olunduğunu göstərir.

Müasir dövrdə Atəşgah dini-mədəni irs abidəsi olmaqla yanaşı, Azərbaycanın turizm xəritəsində mühüm rol oynayır. Hər il on minlərlə turist buranı ziyarət edir. Ziyarətçilər yalnız memarlıq elementləri ilə deyil, həm də abidənin tarixi və mədəni simvolizmi ilə yaxından tanış olur. Bu baxımdan Atəşgah "Odlar Yurdu" adlanan Azərbaycanın tarixi-mədəni imicinin möhkəmlənməsində xüsusi rol oynayır. UNESCO-nun Dünya İrs Siyahısına daxil olunmaq üçün namizədliyi isə Atəşgahın beynəlxalq səviyyədə tanınmasının və qorunmasının göstəricisidir [6;7;8]. Bu fakt abidənin yalnız Azərbaycan üçün deyil, həm də ümumbəşəri mədəniyyət üçün dəyərli irs nümunəsi olduğunu təsdiqləyir. Atəşgahın qorunması və beynəlxalq miqyasda təbliği Azərbaycan mədəniyyət diplomatiyasında və turizm siyasətində strateji istiqamət kimi ön plana çıxır.

NƏTİCƏ

Suraxanı Atəşgahı Azərbaycan tarixinin, mədəniyyətinin və dini dünyagörüşünün ən mühüm abidələrindən biridir və bu məbəd əsrlər boyu xalq yaddaşında xüsusi yer tutmuşdur. Onun daşıdığı dəyər təkcə Zərdüştlüyün müqəddəs ocağı olması ilə məhdudlaşmır; abidə bütövlükdə insanlığın oda bağlı inanclarının və mənəvi təcrübələrinin canlı şahidi kimi çıxış edir. Atəşgahın mövcudluğu göstərir ki, odun simvolik gücü sadəcə enerji və istilik vasitəsi olmaqdan kənara çıxaraq kollektiv yaddaşın, mədəni özünüdərkin və dini təcrübələrin əsas ünsürünə çevrilmişdir. Burada alov yalnız maddi bir hadisə deyil, həm də insan ruhunun saflaşması, kainatla təmas qurması və Tanrı ilə ünsiyyətə vasitə olması baxımından dəyərləndirilmişdir. Tarixi mənbələr və yazılı qaynaqlar bu məbədin müxtəlif dövrlərdə daim diqqət mərkəzində olduğunu təsdiq edir. Orta əsrlərdə Bizans tarixçisi Prisk, ərəb müəllifləri və erməni salnaməçiləri Atəşgahın ərazisində sönməz alovların mövcudluğundan bəhs etmiş, bu alovların əbədiyyət rəmzi və mənəvi körpü olduğunu vurğulamışlar. Bu fakt göstərir ki, Atəşgah yalnız lokal dini praktikaların mərkəzi olmamış, həm də geniş coğrafiyada tanınan müqəddəs məkan statusu qazanmışdır. XVII əsrdən etibarən Avropa səyyahlarının təsvirlərində məbəd daha ətraflı təqdim olunmağa başlamışdır. Şarden, Hanvey və digər səyyahların qeydləri Atəşgahın yalnız dini abidə kimi deyil, həm də Şərq mədəniyyətinin mistik və ekzotik simvolu kimi qəbul edildiyini göstərir. Onların yazılarında kahinlərin gündəlik həyatı, icra olunan ayinlər və alovların əbədiliyi xüsusi vurğulanır ki, bu da Avropa oxucusunda Şərq mədəniyyətinə marağın artmasına səbəb olmuşdur. XIX əsrdə isə Atəşgah sistemli elmi tədqiqatların obyekti oldu. Rus və Avropa alimləri, o cümlədən N. Xanıkov və B. Dorn abidənin memarlıq xüsusiyyətlərini, epiqrafik yazılarını və dini funksiyalarını tədqiq etmişlər. Onların araşdırmaları Atəşgahın yalnız Zərdüştlük icmasına xidmət etmədiyini, eyni zamanda Hindistandan gəlmiş tacirlərin və siqh icmalarının da buranı ibadətgah kimi istifadə etdiyini sübut edir. Bu fakt məbədin beynəlxalq miqyasda mədəniyyətlərin qarşılıqlı əlaqə mərkəzi rolunu oynadığını göstərir. Atəşgahın bu çoxtəbəqəli funksiyası onun universal dəyərini artırır və onu regional dini abidədən daha geniş, qlobal əhəmiyyətə malik mədəni irs nümunəsinə çevirir. XX əsrdə təbii qaz çıxışlarının tükənməsi ilə birlikdə əbədi məşəllər sönmüşdür. Lakin bu hadisə Atəşgahın dini və mədəni statusunu zəiflətməmiş, əksinə, onun simvolik və tarixi dəyərini ön plana çıxarmışdır. Sovet dövründə abidə muzey kimi fəaliyyət göstərmiş və dövlət tərəfindən qorunmağa başlanmışdır. 1975-ci ildə aparılan bərpa işləri nəticəsində onun ilkin siması müəyyən qədər bərpa edilmiş, müstəqillik illərində isə daha geniş miqyaslı mühafizə tədbirləri həyata keçirilmişdir. 2007-ci ildə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti tərəfindən verilmiş sərəncam əsasında Atəşgah Dövlət Tarix-Memarlıq Qoruğu elan edilmişdir ki, bu da abidənin qorunması və gələcək nəsillərə ötürülməsi baxımından mühüm addım olmuşdur.

Atəşgahın memarlıq quruluşu da onun tarixi və mədəni dəyərini gücləndirir. Beşguşəli qala divarları, iri giriş qapısı, balaxanası və mərkəzdə yerləşən dördsütunlu altarın göyə açıq forması od kultunun ənənəvi rəmzlərini ifadə edir. Bu tip altarların üslubu Midiya və Sasani dövrlərinə aid od məbədləri ilə oxşarlıq təşkil edir ki, bu da Atəşgahın daha qədim ənənələrin davamı olduğunu sübut edir. Ərazidə aşkar edilmiş sanskrit, fars və qurmuki yazıları isə müxtəlif xalqların burada iz qoyduğunu və ibadət etdiyini təsdiqləyir. Bu yazılar Atəşgahın yalnız Azərbaycan xalqı üçün deyil, həm də digər mədəniyyət və dini icmalar üçün mühüm əhəmiyyət daşıdığını ortaya qoyur. Müasir dövrdə Atəşgah Azərbaycanın turizm potensialında xüsusi yer tutur. Hər il minlərlə ziyarətçi bu məkanı seyr edir, onun memarlıq və tarixi simvolizmi ilə tanış olur. Burada yaradılmış ekspozisiyalar, bələdçi marşrutları və məlumatlandırıcı lövhələr ziyarətçi təcrübəsini zənginləşdirir və maarifləndirici rol oynayır. Atəşgah bu gün yalnız keçmişin yadigarı kimi deyil, həm də milli kimliyin gücləndirilməsi və ölkənin beynəlxalq səviyyədə təqdim olunmasında mühüm vasitədir. Bu abidə Azərbaycanın "Odlar Yurdu" imicinin konkret və canlı ifadəsidir. UNESCO-nun Dünya İrs Siyahısına daxil olunmaq üçün aparılan işlər Atəşgahın qlobal dəyərini təsdiqləyir. Bu status yalnız nüfuz göstəricisi deyil, həm də abidənin qorunması, idarə edilməsi və dayanıqlı şəkildə təqdim olunması ilə bağlı məsuliyyət yaradır. Dayanıqlı turizm prinsiplərinə uyğun idarəetmə, ziyarətçi axınının balanslaşdırılması və yerli icmaların prosesə cəlb edilməsi Atəşgahın həm mədəni, həm də iqtisadi həyatda rolunu uzunmüddətli perspektivdə möhkəmləndirir.

Nəticə etibarilə, Suraxanı Atəşgahı Azərbaycan mədəni irsinin mühüm daşıyıcısı olmaqla yanaşı, eyni zamanda beynəlxalq mədəniyyətlərarası dialoqun simvoluna çevrilmişdir. O, tarixi mənbələrin, səyyah qeydlərinin, arxeoloji materialların və müasir elmi tədqiqatların sübut etdiyi kimi, əsrlər boyu müxtəlif xalqların və dinlərin görüş nöqtəsi olmuş, bu gün isə həm elmi tədqiqatların obyekti, həm də turizm sənayesinin aparıcı mərkəzlərindən biridir. Atəşgahın qorunması, təbliği və gələcək nəsillərə ötürülməsi Azərbaycan cəmiyyətinin mədəni siyasətində prioritet məsələlərdən biri olaraq qalır və onun beynəlxalq miqyasda tanınması ölkənin mədəni diplomatiyası üçün mühüm əhəmiyyət daşıyır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Sara Aşurbəyli, *Azərbaycanın orta əsrlər tarixi*, 1983. {Az}
2. N. Xanıkov, *Описание Ширванской области*, 1841. {Ru}
3. B. Dorn, *Atlas k puteshestviyu po Kavkazu*, 1860. {Ru}
4. J. Hanway, *An Historical Account of the British Trade over the Caspian Sea*, 1753.{En}
5. Azərbaycan Prezidentinin sərəncamı, 2007. {Az}
6. Boyce, Mary. *Zoroastrians: Their Religious Beliefs and Practices*. London: Routledge, 2001. {En}
7. Bünyadov, Ziya. *Azərbaycan tarixi*. Bakı: Elm, 1994. {En}
8. Məmmədov, Yaqub. *Azərbaycanın dini abidələri*. Bakı: Nağıl, 2010. {Az}

Yunis BALAŞOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
yunisbalashov15@gmail.com

İRƏVAN ŞƏHƏRİNİN TARİXİ VƏ MEMARLIQ ABİDƏLƏRİNİN TƏHLİLİ

Xülasə: *İrəvan şəhəri Qafqaz regionunun qədim mədəniyyət mərkəzlərindən biri kimi tarixə düşmüşdür [1]. Tarix boyunca müxtəlif sivilizasiyaların qovuşma nöqtəsində yerləşən bu şəhər öz geosiyasi mövqeyi ilə seçilmiş və bir çox dövrlərdə mühüm rol oynamışdır. Tədqiqatlarda qeyd olunur ki, bu şəhər Azərbaycan türkləri tərəfindən idarə olunan İrəvan xanlığının paytaxtı kimi siyasi, iqtisadi və mədəni baxımdan önəmli rol oynamışdır [2][3]. Xanlığın formalaşması ilə İrəvan şəhəri daha da inkişaf etmiş, inzibati və ictimai mərkəz kimi öz əhəmiyyətini artırmışdır. Şəhərdəki sosial-mədəni həyatın canlanması, burada müxtəlif tikililərin, mədrəsələrin, karvansaraların və məscidlərin inşası ilə nəticələnmişdir. Bu məqalədə ədəbiyyat təhlili üsulu ilə müxtəlif dövrlərdə İrəvan şəhərində mövcud olmuş Azərbaycan memarlıq abidələrinin vəziyyəti, onlara qarşı aparılan məhv və saxtalaşdırma siyasətləri araşdırılır [4][6]. Tarixi proseslər fonunda bu abidələrin keçdiyi mərhələlər və onların mədəni kimlik daşıyıcısı kimi rolu nəzərdən keçirilir. Məhz bu yanaşma, şəhərin tarixi irsinin obyektiv şəkildə qiymətləndirilməsinə şərait yaradır. Əsrlər boyu formalaşmış bu mədəni-tarixi mirasın tədqiqi, həm də müasir dövrdə onun bərpası və qorunması baxımından xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Məqalə eyni zamanda tarixi mənbələr, səyyah qeydləri, arxiv sənədləri və müasir tədqiqat əsərlərinə əsaslanır [5][10]. Bu mənbələr vasitəsilə İrəvanda baş vermiş demoqrafik dəyişikliklər, abidələrin sonrakı taleyi, onların sənədləşməsi və müxtəlif dövrlərdəki statusları araşdırılır. Müxtəlif dövrlərə aid olan bu yazılı və vizual sənədlər, həm abidələrin konkret mövcudluğunu sübut etməyə, həm də onların necə və nə məqsədlə məhv edildiyini anlamağa kömək edir. Nəticədə, İrəvan şəhərinin tarixi-memarlıq irsinin Azərbaycan mədəniyyətində tutduğu mövqe daha aydın şəkildə ortaya çıxır.*

Açar sözlər: *İrəvan, Azərbaycan memarlığı, İrəvan xanlığı, məscidlər, tarixi irs, memarlıq abidələri, mədəniyyət, erməni saxtakarlığı, etnik təmizləmə, şəhərsalma*

ANALYSIS OF THE HISTORY AND ARCHITECTURAL MONUMENTS OF THE CITY OF IRAVAN

Abstract: *The city of Yerevan has been recorded in history as one of the ancient cultural centers of the Caucasus region [1]. Located at the crossroads of various civilizations throughout history, this city has stood out due to its geopolitical position and played an important role in many periods. Research notes that Yerevan served as the capital of the Erivan Khanate, which was governed by Azerbaijani Turks, playing a significant political, economic, and cultural role [2][3]. With the formation of the khanate, the city further developed and increased its importance as an administrative and social center. The social and cultural life in the city flourished, resulting in the construction of various buildings, madrasahs, caravanserais, and mosques. This article, through literature review, examines the condition of*

Azerbaijani architectural monuments that existed in Yerevan during different periods, as well as the policies of destruction and falsification against them [4][6]. Within the context of historical processes, the stages these monuments went through and their role as bearers of cultural identity are considered. This approach allows for an objective evaluation of the city's historical heritage. The study of this cultural-historical heritage, formed over centuries, is of particular importance for its restoration and preservation in modern times. The article also relies on historical sources, traveler's notes, archival documents, and modern research works [5][10]. Through these sources, demographic changes in Yerevan, the subsequent fate of the monuments, their documentation, and status in different periods are analyzed. These written and visual documents from various eras help to prove the actual existence of the monuments and understand how and for what purpose they were destroyed. As a result, the position of Yerevan's historical- architectural heritage within Azerbaijani culture becomes clearer.

***Keywords**: Yerevan, Azerbaijani architecture, Erivan Khanate, mosques, historical heritage, architectural monuments, culture, Armenian falsification, ethnic cleansing, urban development*

АНАЛИЗ ИСТОРИИ И АРХИТЕКТУРНЫХ ПАМЯТНИКОВ ГОРОДА ИРЕВАН

***Резюме:** Город Ереван на протяжении истории являлся одним из древних культурных центров Кавказского региона [1]. Расположенный на пересечении различных цивилизаций, этот город выделялся своим геополитическим положением и играл важную роль в разные периоды времени. Исследования отмечают, что Ереван был столицей Иреванского ханства, которым управляли азербайджанские турки, и играл значительную политическую, экономическую и культурную роль [2][3]. С образованием ханства город получил дальнейшее развитие и увеличил своё значение как административный и социальный центр.*

Социальная и культурная жизнь города оживилась, что привело к строительству различных зданий, медресе, караван-сараев и мечетей. В данной статье с помощью анализа литературы рассматривается состояние азербайджанских архитектурных памятников, существовавших в Ереване в разные периоды, а также политика их уничтожения и фальсификации [4][6]. В контексте исторических процессов изучаются этапы, через которые прошли эти памятники, и их роль как носителей культурной идентичности. Такой подход позволяет объективно оценить историческое наследие города. Изучение этого культурно-исторического наследия, сформировавшегося за века, имеет особое значение для его восстановления и сохранения в современности. В статье также используются исторические источники, записи путешественников, архивные документы и современные исследования [5][10]. С помощью этих источников анализируются демографические изменения в Ереване, последующая судьба памятников, их документация и статус в разные периоды. Эти письменные и визуальные документы разных эпох помогают доказать реальное существование памятников и понять, как и с какой целью они были уничтожены. В

итоге более чётко выявляется место историко-архитектурного наследия Еревана в азербайджанской культуре.

***Ключевые слова**: Ереван, азербайджанская архитектура, Иреванское ханство, мечети, историческое наследие, архитектурные памятники, культура, армянские фальсификации, этническая чистка, градостроительство*

GİRİŞ

İrəvan şəhəri Qafqaz regionunun qədim mədəniyyət mərkəzlərindən biri kimi tarixə düşmüşdür [1]. Tarixi-coğrafi baxımdan mühüm bir mövqedə yerləşən bu şəhər əsrlər boyu müxtəlif sivilizasiyaların, mədəniyyətlərin və dövlətlərin təsiri altında olmuş, lakin özünəməxsus kimliyini qoruyub saxlamışdır. Şəhərin zəngin tarixi irsi, urbanistik quruluşu və ictimai-siyasi əhəmiyyəti onu regionun aparıcı şəhərlərindən birinə çevirmişdir. İrəvan yalnız bir yaşayış məskəni deyil, həm də bir mədəniyyət daşıyıcısı və tarix aynası kimi çıxış etmişdir. Tədqiqatlarda qeyd olunur ki, bu şəhər Azərbaycan türkləri tərəfindən idarə olunan İrəvan xanlığının paytaxtı kimi siyasi, iqtisadi və mədəni baxımdan önəmli rol oynamışdır [2][3]. Xanlığın formalaşması və şəhərin inzibati mərkəzə çevrilməsi burada mədəniyyətin çiçəklənməsinə, sənətkarlığın inkişafına və memarlıq abidələrinin inşasına təkan vermişdir. Əhalisinin əksəriyyəti azərbaycanlılardan ibarət olan bu şəhər həm də milli-mədəni identikliyi təcəssüm etdirən tikililərlə zəngin olmuşdur. Ticarət yollarının kəsişməsində yerləşməsi isə İrəvanın iqtisadi və strateji əhəmiyyətini daha da artırmışdır. Bu məqalədə ədəbiyyat təhlili üsulu ilə müxtəlif dövrlərdə İrəvan şəhərində mövcud olmuş Azərbaycan memarlıq abidələrinin vəziyyəti, onlara qarşı aparılan məhv və saxtalaşdırma siyasətləri araşdırılır [4][6]. Bu yanaşma vasitəsilə şəhərin mədəni irsinə yönəlmiş sistemli təzyiqlər, məqsədyönlü dəyişikliklər və həmin abidələrin tarixi yaddaşdan silinməsi istiqamətində həyata keçirilmiş tədbirlər daha dərindən təhlil edilir. Eyni zamanda, bu siyasətlərin şəhərin tarixi simasına vurduğu zərərlər və bu irsin gələcək nəsillər üçün necə qorunub saxlanılmalı olduğu məsələləri də diqqət mərkəzinə gətirilir. Məqalə eyni zamanda tarixi mənbələr, səyyah qeydləri, arxiv sənədləri və müasir tədqiqat əsərlərinə əsaslanır [5][10]. Bu məlumatlar vasitəsilə İrəvanın keçmişində yer almış abidələrin konkret adları, yerləşdikləri ərazilər, memarlıq üslubları və sonrakı taleləri haqqında ətraflı məlumat verilir. Tarixi sənədlər və səyyah qeydləri həmin dövrdəki sosial-mədəni mənzərəni daha dolğun təsvir etməyə imkan yaradır. Müasir tədqiqatlar isə bu prosesi elmi metodlarla təhlil edərək obyektiv nəticələr çıxarmağa kömək edir.

ƏSAS HİSSƏ

Ədəbiyyat təhlilinə əsasən İrəvan şəhərinin tarixi kökləri XVI əsrə qədər uzanır [1]. Bu dövrə qədər bölgənin müxtəlif dövlətlərin tərkibində olması, İrəvanın mədəniyyət, ticarət və strateji baxımdan əhəmiyyətli mərkəz kimi formalaşmasına zəmin yaratmışdır. Qədimdən mövcud olan bu yaşayış məntəqəsi xüsusilə Səfəvilər dövründə böyük inkişaf yolu keçmişdir. I Şah Abbas dövründə şəhərin strateji mövqeyi nəzərə alınaraq burada Revan qalası tikilmiş və şəhər ətrafında inzibati və iqtisadi mərkəz formalaşmışdır [1][2]. Revan qalası həm hərbi, həm

də inzibati baxımdan böyük əhəmiyyətə malik idi və bu ərazidə dövlət idarəçiliyi strukturunun mərkəzinə çevrilmişdi. Səfəvi və Qacar dövrlərində inkişaf edən İrəvan, XVIII əsrin sonlarında İrəvan xanlığının paytaxtına çevrilmişdir [1][3]. Bu dövr şəhərin memarlıq və şəhərsalma baxımından mühüm bir mərhələsi olmuşdur. Xanlıq dövründə İrəvanda tikilən dini və ictimai binalar Azərbaycan memarlığının özünəməxsusluğunu əks etdirmişdir [2]. Həmin tikililər təkcə funksional obyektlər deyil, həm də dövrün memarlıq zövqünü, bədii estetik düşüncəsini, xalqın dini və sosial dünyagörüşünü əks etdirən abidələr idi. Ədəbiyyatda geniş şəkildə tədqiq olunan Sərdar məscidi (Göy məscid), Zal xan məscidi, Qala məscidi və Hacı Novruzəli bəy məscidi kimi dini tikililər Azərbaycan xalqının İrəvandakı mədəni-memarlıq irsinin nümunəsidir [4][6]. Bu abidələr yalnız ibadət yerləri deyil, həm də İrəvanın şəhərsalma və mədəni landşaftının ayrılmaz hissəsi olmuşdur. Onların memarlığında Şərq üslubuna xas elementlər, günbəzlər, tağlar, ornamental bəzəklər və daş üzərində incə işləmələr öz əksini tapmışdır. Bu abidələr Şərq memarlığına xas elementlərlə inşa olunmuşdur və onların əksəriyyəti 19-cu əsrin əvvəllərində fəaliyyət göstərmişdir [2][5]. Lakin sonradan bu abidələrin böyük hissəsi dağıdılmış, bir qismi isə başqa mədəniyyətlərə mənsublaşdırılaraq saxtalaşdırılmışdır [6][9]. Bu, mədəniyyətin sistemli şəkildə məhv edilməsinə yönəlmiş məqsədli siyasətin tərkib hissəsi olmuşdur. Ədəbiyyatda yer alan məlumatlara görə, XVIII əsrdə inşa edilən Sərdar sarayı Azərbaycan memarlığının nadir incisi hesab olunmuşdur [3][4]. Bu möhtəşəm saray yalnız siyasi rəhbərlik üçün inzibati bina deyil, həm də dövrün estetik və sənətkarlıq baxımından zirvəyə çatmış nümunələrindən biri kimi dəyərləndirilir. Sarayda olan güzgülü salonlar, ornamental naxışlar və divar rəsmləri Qacar üslubunu əks etdirirdi [4]. Bu xüsusiyyətlər onu memarlıq baxımından əvəzolunmaz abidəyə çevirirdi. Lakin təəssüf ki, bu tikili 1914-cü ildə tamamilə sökülmüş və yerində Ermənistan Tarix Muzeyi salınmışdır [9]. Bu fakt memarlıq irsinin silinməsi və yaddaşın dəyişdirilməsi siyasətinin konkret nümunəsidir.

İrəvanın sosial-iqtisadi həyatına dair ədəbiyyatda qeyd olunur ki, şəhərdə fəaliyyət göstərən karvansaralar, hamamlar və bazarlar Azərbaycanlı sənətkar və tacirlər tərəfindən qurulmuşdur [7]. Bunlar ticarətin canlandığı, ictimai həyatın mərkəzinə çevrilmiş obyektlər idi. Məsələn, Əmir Ağa karvansarası və Zal xan hamamı bu baxımdan qeyd olunur [3]. Bu tikililər yalnız memarlıq nümunəsi deyil, həm də şəhərin iqtisadi və mədəni simasının formalaşmasında mühüm rol oynamışdır. Araşdırmalar göstərir ki, bu memarlıq nümunələri XX əsrin əvvəllərində sistemli şəkildə dağıdılmışdır [6][9]. Ədəbiyyat icmalında rus arxiv sənədlərinə və səyyah qeydlərinə əsasən 1827-ci ildə İrəvan şəhərində əhalinin böyük əksəriyyətinin Azərbaycanlı olduğu qeyd olunur [5][8]. Bu məlumatlar göstərir ki, İrəvan yalnız Azərbaycan türklərinin mədəniyyət mərkəzi deyil, həm də onların əsas yaşayış məkanı olmuşdur. 1828-ci il Türkmənçay müqaviləsindən sonra ermənilərin bölgəyə köçürülməsi nəticəsində etnik struktur süni şəkildə dəyişdirilmiş və bu proseslə memarlıq abidələrinin aqibəti də dəyişmişdir [1][6]. Mədəni və demoqrafik mənzərə qısa müddətdə dəyişdirilmiş, nəticədə şəhərin əvvəlki tarixi siması demək olar ki, tamamilə aradan qaldırılmışdır. Ədəbiyyatlarda göstərilir ki, Sovet dövründə İrəvan şəhərinin tarixi yenidən yazılmış, Azərbaycanlılara məxsus abidələr sistemli şəkildə ya sıradan çıxarılmış, ya da onların mənşəyi təhrif olunmuşdur [8][9]. Bu dövrdə aparılan ideoloji siyasət nəticəsində qəbiristanlıqlar, mədrəsələr və müxtəlif yaşayış məhəllələri də bu siyasətin qurbanına çevrilmişdir [9][10]. Beləliklə, mədəni irs obyektləri

təkcə fiziki deyil, həm də mənəvi baxımdan silinməyə başlanmışdır.

Hazırda İrəvanda Azərbaycan memarlıq irsinə dair yeganə qalan tikili Göy məsciddir [4]. Lakin ədəbiyyatlarda bu məscidin də İran mədəni irsi kimi təqdim edildiyi, Azərbaycanla bağlı izlərin silindiyi qeyd olunur [9]. Bu məscidin tarixinin təhrif olunması və onun mənşəyinin dəyişdirilməsi də ümumi saxtalaşdırma prosesinin davamı kimi qiymətləndirilir. Aparılmış ədəbiyyat təhlili sübut edir ki, İrəvan şəhərinin memarlıq kimliyi Azərbaycan sivilizasiyasının ayrılmaz hissəsi olmuşdur [2][3]. Bütün bu faktlar göstərir ki, İrəvanın memarlıq irsini bərpa və tədqiq etmək, onun Azərbaycan mədəniyyəti ilə olan əlaqəsini elmi əsaslarla sübut etmək mühüm vəzifə olaraq qalır.

Müasir tədqiqatçılar bu sahədə yeni elmi yanaşmalar ortaya qoymalı və beynəlxalq ictimaiyyətin diqqətini bu məsələyə yönəltməlidirlər [7][10]. Bu, həm mədəni ədalətin bərpası, həm də tarixi yaddaşın qorunması baxımından zəruridir.

NƏTİCƏ

Ədəbiyyat təhlilinə əsasən İrəvan şəhəri əsrlər boyu Azərbaycan memarlıq və mədəni irsinin daşıyıcısı olmuşdur [1][3]. Bu şəhər təkcə inzibati və strateji mərkəz deyil, həm də Azərbaycan xalqının tarixi, mədəni və memarlıq ənənələrinin qorunduğu, inkişaf etdiyi vacib məkandır. İrəvanın memarlıq abidələri, dini və ictimai tikililəri Azərbaycan xalqının zəngin mədəniyyətinin ifadə olunduğu dəyərli irs nümunələri kimi çıxış etmişdir.

Lakin son iki əsrdə bu miras sistemli şəkildə dağıdılmış və təhrif edilmişdir [4][6]. Tarixi abidələrin, memarlıq nümunələrinin məqsədyönlü dağıdılması, onların mənşəyinin dəyişdirilməsi və saxtalaşdırılması İrəvanın orijinal memarlıq və mədəni simasının itirilməsinə səbəb olmuşdur. Bu proses nəticəsində Azərbaycan xalqının İrəvan şəhərindəki mədəni izləri yoxa çıxarılmış və tarixi faktlar təhrif edilmişdir. Tədqiqatlar göstərir ki, bu irsin yenidən elmi dövriyyəyə qaytarılması və beynəlxalq ictimaiyyətə çatdırılması üçün genişmiqyaslı elmi işlərin aparılması vacibdir [9][10]. Azərbaycanın İrəvandakı memarlıq və mədəni irsinin bərpası, qorunması və tanıdılması istiqamətində araşdırmaların dərinləşdirilməsi, beynəlxalq platformalarda bu məsələnin gündəmə gətirilməsi əhəmiyyət kəsb edir. Bu istiqamətdə elmi tədqiqatlar həm Azərbaycan, həm də dünya mədəniyyətinə töhfə verə bilər. Ədəbiyyat təhlili bu istiqamətdə vacib bir addımdır və gələcək araşdırmalar üçün əsaslı zəmin yaradır [7].

Mövcud ədəbiyyat materialları, sənədlər və arxivlər İrəvanın Azərbaycan mədəniyyəti ilə bağlı tarixinin yenidən tədqiq edilməsinə imkan verir. Gələcək tədqiqatlar bu sahədə daha geniş məlumatların toplanması, mövcud problemlərin aradan qaldırılması və Azərbaycan memarlıq irsinin beynəlxalq səviyyədə tanıdılması üçün mühüm rol oynayacaqdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Əliyev, Ə. (2009). İrəvan xanlığı: Tarixi və mədəni irsi. Bakı: Elm nəşriyyatı.
2. Qasımzadə, F. (2012). Azərbaycan memarlığı tarixi. Bakı: Şərq-Qərb.
3. Hüseynov, R. (2015). Erməni saxtakarlığı və İrəvan abidələri. Gəncə Universiteti nəşriyyatı.
4. Məmmədov, S. (2007). İrəvanın memarlıq irsi: Real tarix və saxtalaşdırmalar. Azərbaycan Tarix İnstitutu.

5. Rustamova, S. (2010). Cənubi Qafqazda etnik dəyişikliklər və mədəni irsin taleyi. Bakı Universiteti nəşriyyatı.
6. Abbasov, A. (2005). Qafqazda azərbaycanlıların mədəni irsi və onun qorunması problemləri. Bakı.
7. Aslanlı, M. (2013). İrəvan şəhərinin sosial-iqtisadi və demoqrafik strukturu XIX əsrdə. Tarix və Onun Problemləri, №2.
8. Həsənli, C. (2018). Sovet dövründə tarixşünaslıq və İrəvan məsələsi. Bakı: TEAS Press.
9. Mirzəyev, E. (2014). Ermənistanın tarixi abidələrə qarşı siyasəti. Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası nəşriyyatı.
10. Məmmədova, L. (2021). İrəvanın urbanistik inkişafı və mədəni irsin dəyişdirilməsi. Bakı Dövlət Universiteti məqalələr toplusu.

Emil ABDULLAYEV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
2003etiliabdullayev@gmail.com

MƏDƏNİ TURİZMİN İNKİŞAFINI ŞƏRTLƏNDİRƏN AMİLLƏR

Xülasə: *Bu məqalədə mədəni turizm və onun inkişafını şərtləndirən amillərin təsir mexanizmi araştırılmışdır. Çünki mədəni turizm müasir dövrün ən sürətlə inkişaf edən turizm sahələrindən biridir və ölkələrin mədəni irsini qorumaqla yanaşı, sosial və iqtisadi inkişafa mühüm təsir göstərir. Bu turizm növü, həmçinin xalqlar arasında mədəni mübadilə və əməkdaşlığı gücləndirməyə şərait yaradır.*

Məqalədə həmçinin qeyd olunur ki, mədəni turizmin inkişafı tarixi irsin qorunması, müasir turizm infrastrukturunun mövcudluğu, texnologiyadan səmərəli istifadə və cəmiyyətin bu sahədə maarifləndirilməsi ilə birbaşa əlaqəlidir.Mədəni turizm təkcə turistləri cəlb etmək üçün vasitə deyil, eyni zamanda xalqlar arasında mədəni mübadilə, anlayış və əməkdaşlığın gücləndirilməsində mühüm rol oynayır.

Açar sözlər: *Turizm, mədəniyyət, irs, infrastruktur, texnologiya, maarifləndirmə.*

FACTORS DETERMİNİNG THE DEVELOPMENT OF CULTURAL TOURİSM

Abstract: *This article explores cultural tourism and the mechanisms of influence of factors contributing to its development. Cultural tourism is one of the fastest-growing tourism sectors in the modern era and has a significant impact on preserving cultural heritage, as well as fostering social and economic development of countries. This type of tourism also facilitates cultural exchange and cooperation between peoples.*

The article also highlights that the development of cultural tourism is directly linked to the preservation of historical heritage, the availability of modern tourism infrastructure, the effective use of technology, and public education in this field. Cultural tourism serves not only as a means of attracting tourists but also plays a crucial role in strengthening cultural exchange, mutual understanding, and cooperation among peoples.

Keywords: *tourism, culture, heritage, infrastructure, technology, education.*

ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА

Резюме: *В данной статье исследованы культурный туризм и механизмы влияния факторов, способствующих его развитию. Культурный туризм является одной из наиболее быстро развивающихся сфер туризма в современную эпоху и оказывает значительное влияние на сохранение культурного наследия, а также на социальное и экономическое развитие стран. Этот вид туризма также способствует укреплению культурного обмена и сотрудничества между народами.*

В статье также отмечается, что развитие культурного туризма напрямую связано с сохранением исторического наследия, наличием современной туристической инфраструктуры, эффективным использованием технологий и просвещением общества в этой области. Культурный туризм выступает не только средством привлечения туристов, но и играет важную роль в укреплении культурного обмена, взаимопонимания и сотрудничества между народами.

Ключевые слова: *туризм, культура, наследие, инфраструктура, технологии, просвещение.*

GİRİŞ

Mədəni turizm, ölkələrin və ya regionların tarixi, mədəni və bədii irsini öyrənmək və təcrübədə həyata keçirmək məqsədini daşıyan bir turizm növüdür. Bu turizm növü, iqtisadi, mədəni və sosial əhəmiyyətə malikdir və mədəni irsin qorunmasında mühüm rol oynayır. Bu tədqiqat zamanı məlum olmuşdur ki tarixi və mədəni irs obyektləri, iqtisadi amillər, inkişaf etmiş turizm infrastrukturu, maarifləndirmə və təhsil, beynəlxalq əməkdaşlıq və texnologiyanın tətbiqi mədəni turizmin inkişafını təmin edən əsas amillərdir. Lakin bu turizm sahəsində - maliyyə çatışmazlığı və regionların qeyri-bərabər inkişafı kimi problemlər də mövcuddur. Bu problemlərin həlli üçün dövlət və özəl sektorun əməkdaşlığı və yerli icmaların turizmə cəlb olunması vacibdir.

ƏSAS HİSSƏ

Mədəni turizm və onun inkişfını şərtləndirən amilləri araştırarkən qarşımıza bəzi suallar çıxır. Bunlar - mədəni turizm nədir? digər turizm növlərindən nə ilə fərqlənir? kimi suallardır. Elə isə bu suallara cavab tapaq.

Mədəni turizm - Yerli mədəniyyətləri, musiqi, incəsənəti və ya mədəniyyətin digər aspektlərini (mətbəx, yerli rəqs, adət-ənənə vs.) ziyarət etmək və ya onları yerindəcə görməklə əlaqələndirilir. Turizm sənayesi daxilində və elmi yazılarda mədəni turizm və irs turizmi terminləri tez-tez bir-birini əvəz edən mənada, ayrı-ayrılıqda və ya üst-üstə düşən terminlər kimi istifadə olunur. Bəzi mütəxəssislər mədəni turizmin xüsusi turizm növü olduğuna diqqət çəkərək bir turistin destinasiyanın mədəni irsini kəşf etmək arzusundan irəli gələn turizm fəaliyyəti kimi qiymətləndirirlər

Hətta bəzi tədqiqatçılar , mədəni turizmin insanların öz mədəni kimliklərini tərbiyə etməyə və mədəni ehtiyaclarını ödəməyə çalışmaları ilə əlaqəli olduğunu və bunu ziyarət etdikləri yerlərdə inşa edilmiş qədim irsi obyektləri, incəsənəti, tədbirləri və yerli mədəniyyətləri müşahidə etməklə həyata keçirdiklərini qeyd edirlər. [5 s. 32-40]

Mədəni turizm insanların öz yaşadıqları ərazidən çıxıb digər şəhərlər, yaxud ölkələrin mədəni irs nümayiş obyektlərini görmək, yeni məlumat və təcrübə toplayaraq öz mədəni ehtiyaclarını təmin etmək, həmçinin insanların öz yaşadıqları yerdən başqa digər yerlərdəki abidələri, həmin ərazinin incəsənəti və mədəni özünüifadə formalarını görmək məqsədilə bir yerdən digər yerə hərəkət etmək fəaliyyətidir [3 s.10]

Mədəni turizm dünyanın hər hansı bir nöqtəsində olan turistin üz tutduğu ölkənin mədəniyyətini prioritet hesab edərək səyahət etməsi ilə xarakterizə olunan turizm növlərindən biridir. Bu amil əsasında mədəni turizmin sosial, iqtisadi, mədəni əhəmiyyətini vurğulamaq lazmdır. Kökündə mədəni irsin dayandığı və günü-gündən daha da yayılan mədəni turizm "yumşaq güc" ün ən effektiv alətlərindən biridir. Mədəni turizm eyni zamanda beynəlxalq siyasi əlaqələrdə ölkəyə qarşı münasibətə təsir edə biləcək faktorlardan biridir.

Sosial baxımdan mədəni turizm xalqlar arasında mədəni mübadiləni gücləndirir və qarşılıqlı anlaşma yaradır. Turistlər yeni mədəniyyətlərlə tanış olaraq müxtəlifliklərə hörmət etməyi öyrənirlər. Yerli icmalar üçün isə bu sahə sosial rifahın yaxşılaşmasına şərait yaradır, çünki turizm fəaliyyəti əlavə iş imkanları və gəlir mənbələri təmin edir.

İqtisadi baxımdan mədəni turizm ölkələr üçün mühüm gəlir mənbəyidir. Turistlər tərəfindən xərclənən vəsaitlər yerli iqtisadiyyatın inkişafına təkan verir və kiçik sahibkarlığın inkişafını dəstəkləyir. Turizm sahəsində yaranan iş yerləri, xüsusən xidmət, otelçilik və nəqliyyat sektorlarında məşğulluğu artırır. Bundan əlavə, dövlətin əldə etdiyi vergi gəlirləri mədəni obyektlərin qorunması və inkişafına yönəldilə bilər.

Mədəni aspektdə isə mədəni turizm, irsin qorunması və təbliği üçün əsas vasitələrdən biridir. Tarixi abidələr, ənənəvi sənətkarlıq və mədəni festivallar turistlərin marağını cəlb edir və bu obyektlərin davamlılığını təmin edir. Turizm, həmçinin mədəniyyətlərin qloballaşma dövründə unudulmasının qarşısını alır. Buna səbəb gəlir vasitəsilə mədəni layihələr dəstəklənir.

Texnologiyanın tətbiqi, virtual turlar və rəqəmsal marketinq mədəni turizmin daha geniş auditoriyaya çatmasına imkan yaradır. Bu, mədəni irsin qlobal səviyyədə tanınmasını və turistlərin məlumatlılığının artırılmasını təmin edir.

Bütün bunlarla yanaşı, mədəni turizmin bəzi riskləri də mövcuddur. Turist axını nəticəsində mədəni obyektlər zərər görə və ya ekoloji problemlər yarana bilər. Bu səbəbdən, davamlı turizm yanaşmaları tətbiq olunmalı və yerli icmaların maraqları nəzərə alınmalıdır. [5 s.280-290]

Tədqiqat zamanı aparılan araştırmalarda məlum olurki mədəni turizmin inkişafını təmin edən bəzi əsas amillər mövcuddur. Bu amillər tarixi və mədəni irs, iqtisadi şərtlər, turizm infrastrukturu, təhsil və maarifləndirmə, beynəlxalq təsirlər, texnologiya və rəqəmsallaşma, eləcə də ətraf mühit amilləri kimi müxtəlif istiqamətləri əhatə edir. Hər bir amil bu sahənin inkişafında xüsusi rol oynayır və onların birgə fəaliyyəti mədəni turizmin davamlı və səmərəli inkişafını təmin edir. Elə isə gəlin bunları izah edək:

Tarixi və Mədəni İrs- Tarixi və mədəni irs mədəni turizmin əsasını təşkil edir. Qalalar, məbədlər, muzeylər, milli mətbəx, musiqi və rəqslər kimi elementlər turistləri cəlb edən əsas faktorlardır. Bu obyektlər turistlərə bir ölkənin tarixi və mədəniyyətini daha yaxından tanımaq imkanı yaradır. UNESCO-nun Dünya İrs Siyahısına daxil olan abidələr, mədəni turizm üçün qlobal səviyyədə tanıtım vasitəsi kimi çıxış edir.

Bu abidələrə Azərbaycan Respublikası ərazisində bir neçə örnək göstərmək olar ki bunlar: İçərişəhər – Azərbaycan paytaxtı Bakıda yerləşən İçərişəhər kompleksi 2000-ci ildə UNESCO-nun Dünya İrs Siyahısına daxil edilib. Burada XIII-XV əsrlərə aid Şirvanşahlar Sarayı kompleksi, Qız Qalası və digər tarixi abidələr var. İçərişəhər "şəhər içində şəhər" kimi qorunub saxlanmış, qədim dövr memarlığının incilərindən hesab olunur. Bu əraziyə dövlət tərəfindən tarixi-memarlıq qoruğu statusu verilib və diqqət mərkəzində saxlanılmaqla mütəmadi bərpa olunur. Turizm baxımından İçərişəhər Bakı şəhərinin əsas cəlbedici mərkəzidir – dar küçələri, karvansarayları, məscidləri və qalaları hər il yüz minlərlə turistə ziyarət səbəbi verir.[8] Bir digər nümunə isə : Şəkinin tarixi mərkəzi və Xan sarayı – Qafqaz dağlarının ətəyində yerləşən Şəki şəhəri, zəngin ticarət-yerpəri tarixi ilə seçilir. UNESCO bu kompleksləri "Xan Sarayı ilə birgə Şəkinin tarixi mərkəzi" adı ilə 2019-cu ildə Dünya İrs Siyahısına salıb. XVIII-XIX əsrlərdə ipəkçilik və ticarət mərkəzi olmuş Şəkinin yaşayış evləri yüksək damları,

zəngin oymalı dərzili boyaları ilə fərqlənir. Burada 1762-ci ildə inşa edilmiş Şəki Xan Sarayı xüsusi önəmlidir – divarlar rəngli şüşə parçalardan işıqlandırma alır, divar naxışları ipəkçilik zənginliyinin ünvanını göstərir. Şəki sakinlərinin çoxəsrlik arxeoloji və etnoqrafik irsi, tarixi məscid və karvansaraylar Şəkiyə təkcə ölkə daxilində deyil, xaricdən də çoxlu sayda səyahətçini cəlb edir. Daha bir örnək isə Xınalıq kəndidir. Bu kənd Şimal-Şərqi Azərbaycan dağlarında yerləşən, yüksək dağlıq mühitdə yaranmış qədim yaşayış məskənidir. Burada ildönümü yay və qış otlaqları arasında 200 km-lik marşrut üzrə köçəri həyat tərzi qorunub saxlanılır. Qədim alban yozumuna mənsub Xınalıqların özünəməxsus dili, sıx tikilmiş daş evləri və min illərdən qalan qohumluq ənənəsi var. Bütün bu xüsusiyyətlərə görə Xınalıq 2023-cü ildə UNESCO-nun Dünya İrs Siyahısına daxil edilib. Turizm baxımından Xınalıq dağ yürüşləri, etnoqrafik ekskursiyalar və kənd turizmi üçün çox cəlbedici məkan sayılır.

Bütün bu abidələrdən əlavə olaraq Azərbaycan digər turizm məhsulları ilə də zəngindir. Bunlar Azərbaycan mətbəxi və kulinariya turizmi: Azərbaycanın zəngin mətbəxi turistləri cəlb edən əsas mədəniyyət məhsullarındandır. Ənənəvi yeməklər – plov, dolma, piti, ləvəngi, kabab, xəngəl, düşbərə və s. – xarici qonaqlar üçün unikal dad təcrübəsidir.[7] Xalçaçılıq və sənətkarlıq: Azərbaycan xalçaçılığı UNESCO-nun Qeyri-maddi İrsinə daxil edilib, amma turistlər üçün də ayrıca cəlbiyyətdir. Bakı Xalça Muzeyi dünyadakı ən böyük Azərbaycan xalça kolleksiyasına ev sahibliyi edir. Musiqi və folklor: Azərbaycan musiqisi – muğam, aşıq sənəti, tar bağlaması və klassik kompozitorlar (Üzeyir Hacıbəyov, Fikret Amirov, Gara Qarayev və b.) – ölkənin mədəni simvollarındandır.

Eyni zamanda Azərbaycan turistləri cəlb edən bir çox milli festival və tədbirlərə ev sahibliyi edir. Bunlar : Novruz Bayramı, nar, alma, göyçə, fındıq festivalı, Musiqi festivalı və konsertlər (Caz Festivalı, Qəbələ Beynəlxalq Musiqi Festivalı (klassik musiqi), Üzeyir Hacıbəyov və Qara Qarayev adına Respublika musiqi festivalı, "Muğam dünyası" festivalı və s.) Xarıbülbül Beynəlxalq Musiqi Festivalı, Bakı Beynəlxalq Turizm və Səyahət sərgisi, Atəşgah və Qobustan sərgiləri və s aiddir. Bu irs obyektlərinin qorunması və təbliği turizmin inkişafında mühüm əhəmiyyət kəsb edir. [2 s.17-19]

İqtisadi Amillər - Mədəni turizmin inkişafında iqtisadi amillər əhəmiyyətli rol oynayır. Dövlətin turizm sektoruna yatırdığı vəsait, investisiyalar və sahibkarlığın inkişafına dəstək bu sahəni canlandırır. Turizm fəaliyyətindən əldə edilən gəlirlər həm dövlət büdcəsinə, həm də yerli icmaların rifahına töhfə verir. Qiymət siyasəti və turizm xidmətlərinin əlverişliliyi də turistlərin seçimində mühüm rol oynayır.

Turizm İnfrastrukturu - Mədəni turizmin inkişafı üçün yaxşı inkişaf etmiş turizm infrastrukturu vacibdir. Otellərin, restoranların, nəqliyyat vasitələrinin, turizm mərkəzlərinin mövcudluğu turistlərin rahat səyahət etməsini təmin edir.

Təhsil və Maarifləndirmə - Maarifləndirmə və təhsil mədəni turizmin inkişafında əsas faktorlardandır. Cəmiyyətin mədəni irsin qorunması və onun əhəmiyyəti barədə məlumatlandırılması, həmçinin turizm sahəsində ixtisaslaşmış kadrların hazırlanması bu sahənin davamlı inkişafını təmin edir.

Beynəlxalq Təsirlər - UNESCO və digər beynəlxalq qurumların mədəni obyektləri tanıtması və dəstəkləməsi bu sahəyə qlobal diqqət cəlb edir. Beynəlxalq sərgilər, festivallar və konfranslar mədəniyyətlərin tanınmasına və turizmin təşviqinə şərait yaradır.

Texnologiya və Rəqəmsallaşma- Virtual turlar, rəqəmsal muzeylər və mobil tətbiqlər vasitəsilə mədəni obyektlərin qlobal səviyyədə tanıdılması təmin edilir. Bu texnologiyalar turistlərin məlumatlılığını artırır və onlara səyahət planlamasını asanlaşdırır.

Ətraf Mühit Amilləri - Mədəni turizmin davamlı inkişafı ətraf mühitin qorunması ilə sıx bağlıdır. Turizm fəaliyyəti zamanı ətraf mühitin balansının qorunması, xüsusən də mədəni irs obyektlərinin yerləşdiyi ərazilərin ekoloji dayanıqlığının təmin edilməsi vacibdir. Davamlı turizm yanaşmaları tətbiq edilməli, turistlərin ətraf mühitə zərər verməsinin qarşısı alınmalıdır.

Ölkəmizdə də Mədəni turizmin inkişafını təmin etmək üçün geniş imkanlar mövcuddur ki bunlar Azərbaycanın ən qədim tarixi məskənlərdən biri olması ilə əlaqədardır. Bunun ən böyük örnəyini biz Bakı və Abşer rayonu ətrafında yerləşən mədəni irs obyektlərində görürük. Bu obyektlər həm öz tarixi həmdə öz memarlıq üslubu ilə turistlərin hər zaman diqqətində olmuşdur.

Bu obyektlər: Qız Qalası - Bakı İçərişəhərin cənub-şərqində yerləşən, iki mərhələdə inşa olunmuş qədim abidədir. Alt hissəsi e.ə. VII–VI əsrlərə, üst hissəsi isə XII əsrdə memar Məsud Davudoğlu tərəfindən tikilib. Qala 28–29 m hündürlükdə, 16.5 m diametrdə olub, səkkiz mərtəbəlidir və içərisində 21 m dərinliyində su quyusu var.Azərbaycan memarlığının simvolu sayılan Qız Qalası UNESCO-nun Ümumdünya İrs Siyahısına daxil edilib və milli əhəmiyyətli abidə kimi dövlət tərəfindən qorunur. 2000-ci il zəlzələsindən sonra bərpa olunaraq siyahıdakı təhlükəli abidələrdən çıxarılıb.[8]

Qız Qalası hazırda muzey kimi fəaliyyət göstərir və Bakı məzuniyyətiçün ən çox ziyarət olunan məkanlardan biridir. Onun üzərinə qalxaraq şəhərin panoramik mənzərəsini izləmək olur. Qala həm də memarlıq-dizayn baxımından özünəməxsus quruluşu və əfsanəvi hekayələri ilə turistləri cəlb edir.[8]

Bir digər obyekt isə: Şirvanşahlar Sarayı Kompleksi - XV əsrdə Şirvanşah II Xəlilullah dövründə inşa edilən Şirvanşahlar Sarayı İçərişəhərin ən böyük tarixi kompleksidir. Kompleksə əsas saray binası, Divankhana, saray məscidi, hamam, Şirvanşah otaqları və Seyid Yahya Bakuvi türbəsi daxildir. Binalar Şirvan-Absheron memarlıq məktəbinin nümunələri olmaqla, daş kalliqrafiyası və kərpic kubbələrlə zəngindir.[8]

Saray kompleksi Azərbaycan memarlığının "göyərçin üzüyü" hesab edilir və ölkənin mədəni irsinin ən qiymətli nümunələrindəndir. UNESCO-nun qiymətləndirməsinə görə, Şirvanşahlar Sarayı Azərbaycan memarlığının "incilərindən biri"dir. Şirvan dövlətinin siyasi və dini mərkəzi olan bu kompleks həm də sufizm və xalça sənəti ilə əlaqələndirilir.

Şirvanşahlar Sarayı Bakı üçün əsas turizm məkanlarından biridir. Kompleksdəki salnamə muzeyi, döşəmə naxışları, saray məscidi, hamam və türbələr tamaşaçılarda böyük maraq yaradır. İlin müxtəlif vaxtlarında xarici turistlər və yerli ziyarətçilər üçün ekskursiyalar təşkil edilir. Kompleksin ziyarətinə UNESCO statusu əlavə dəyər qatır və bələdçi xidmətləri ilə bu tarixi mühit haqda geniş məlumat verilir.

Bundan əlavə Mərdəkan Qalası da mövcuddur ki qala XII əsrdə Şirvanşah II Axsitan tərəfindən inşa olunmuş dördkünc müdafiə qalasıdır. Hündürlüyü 22 m, divarlarının hündürlüyü 7 m-dir. Qala beş mərtəbəli daxili quruluşa, 28×25 m ölçülü həyətə və çoxsaylı su quyularına malikdir. Spiral pilləkənləri vasitəsilə mərtəbələrə keçid mümkündür. Abidə X-XV əsrlərə aid müdafiə memarlığının nümunəsi kimi qiymətləndirilir. Axsitanın qələbəsinin xatirəsinə inşa edilən bu qala bölgənin müdafiəsində mühüm rol oynamış və milli irsin bir hissəsinə çevrilmişdir. Qalada tapılan daş əşyalar və kitabələr orta əsr Azərbaycan ornamentlərini əks etdirir. Dövlət tərəfindən qorunan qala son illərdə bərpa olunmuş, lakin hələ UNESCO Siyahısına daxil edilməmişdir. Turist marşrutlarına daxil edilən abidə maraqlı memarlığı və tarixi ilə ziyarətçiləri cəlb edir, eyni zamanda qaalada bələdçi xidməti də mövcuddur.

Mərdəkan Dairəvi Qalası (Şix Qalası) - Mərdəkan qəsəbəsində yerləşən Dairəvi Qala XV əsrin əvvəllərində, əsasən isə 1232-ci ildə Şirvanşah III Fariburzun dövründə memar Əbdülməcid Məsud oğlu tərəfindən inşa olunub. Qala 16 m hündürlükdə dairəvi qüllədən, 25×25 m ölçülü həyəti əhatə edən və 7 m hündürlükdə divarlardan ibarətdir. Divarlarda ərəb yazıları olan daş lövhələr yerləşir.

Qala Şirvanşahların müdafiə sistemi çərçivəsində mühüm rol oynamış və "Şix Qalası" adı ilə tanınmışdır. Əfsanəvi və arxeoloji əhəmiyyətə malik olan bu abidə günümüzə qədər yaxşı qorunub saxlanılıb. UNESCO siyahısında yer almasa da, milli səviyyədə qorunan abidədir və

son illərdə bərpa olunub. Yerli turizm marşrutlarında Böyük Mərdəkan Qalası ilə birlikdə turistlərin maraqla ziyarət etdiyi məkanlardandır.

Bütün bu tarixi abidələrlə yanaşı dini baxımdan da vacib olan abidələr mövcuddur ki bunlardan biri də Bibiheybət Məscididir. Məscid XIII əsrdə tikilmiş, 1936-cı ildə dağıdıldıqdan sonra 1997-ci ildə memar Sənan Sultanovun layihəsi ilə yenidən inşa olunmuşdur. Şirvan-Absheron üslubunda tikilən məsciddə altı kubbə, iki minarə, oyma mərmər qiblə divarı və zəngin naxışlar yer alır.

Məscid Ukeymə Xatunun türbəsi üzərində yerləşdiyindən müqəddəs dini ziyarətgah sayılır. Tarixən şəfa tapmaq üçün ziyarət edilən bu məkan Azərbaycanın islam memarlığının nümunəsidir. UNESCO siyahısında olmasa da, dövlət tərəfindən qorunur. Bakı yaxınlığında yerləşməsi və zəngin memarlıq üslubu ilə turistlər üçün cəlbedici məkandır.

Bakı İçərişəhərində turizm baxımından əhəmiyyətli olan hammalarda mövcuddur ki onların tarixi XIV–XIX əsrlərə aiddir. Onlardan Hacı Bani Hamamı (XIV–XV əsrlər), Kasım bəy Hamamı (XVII əsr), Ağa Mikayıl Hamamı (XVIII əsr) və Təzə Bazar Hamamı (1886) memarlıq üslubu ilə seçilir. Bu hamamlar tağlı divarlar, qülləbəndli kubbələr və yeraltı istilik sistemi ilə inşa olunub.

Hamamlar yalnız sanitar məkan deyil, sosial və mədəni həyatın bir hissəsi olub. Ədəbi və musiqi əsərlərində də yer alıb və milli hamam mədəniyyətinin simvoluna çevrilib. UNESCO-nun qeyri-maddi irs elementlərindən biri kimi dəyərləndirilir.

Hal-hazırda bir çox hamam dövlət tərəfindən qorunur və bəziləri bərpa olunaraq muzey və ya fəaliyyət göstərən hamam kimi fəaliyyət göstərir. Ağa Mikayıl Hamamı ənənəvi funksiyasını bərpa edib və turistlərin ziyarətinə açıqdır.

Bakı turizmində bu hamamlar klassik memarlığı və qədim hamam mədəniyyətini tanıtmaq baxımından mühüm əhəmiyyət daşıyır. Bələdçi turlarına və mədəni səyahətlərə daxil edilir.

Eyni zamanda Azərbaycan mədəniyyəti həm özünəməxsusluğu ilə seçilir, həm də tolerantlığı ən ali dəyər kimi özündə birləşdirərərək bütün xalqlara qucaq açır.

Ölkəmiz İran və Türkiyə, Rusiya ilə quru sərhədləri sayəsində bu ölkələrdən turistləri cəlb edir. Möminə Xatın türbəsi, Hüseyn Cavidin ev muzeyi və Duzdağ mağarası bölgənin əsas turistik məkanlarındandır. Qarabağ bölgəsi isə mədəni potensial baxımından xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. [1]

Əlbəttə bütün bu amillər düzgün şəkildə planlaşdırıldıqda və yerinə yetirildikdə mədəni turizm sahəsini əhəmiyyətli dərəcədə inkişaf etdirmək mümkündür. Lakin planlar və əməliyyatlar nə qədər qüsursuz yerinə yetirilsədə mədəni turizmin inkişafina manea olan bəzi problemlər və çətinliklər mövcuddur. Bunlar əsasən - mədəni irsin mühafizəsi ilə bağlı problemlər, iqtisadi çətinliklər, infrastruktur problemləri, cəmiyyətin maarifləndirilməsi problemləri kimi problemləri əhatə edir. Tədqiqatın növbəti hissəsində bunu ətraflı şəkildə izah edəcəyik.

Mədəni turizmin inkişafı bir çox müsbət təsirə malik olsa da, ciddi problemlər də mövcuddur. Mədəni irsin qorunması, iqtisadi dayanıqlılıq və infrastrukturun inkişafı ilə bağlı çağırışlar həm qlobal, həm də lokal səviyyədə mövcuddur. Turist axınının çoxluğu tarixi və mədəni irs obyektlərinə zərər verə bilər. Bərpa işlərinə ayrılan vəsaitin az olması bu obyektlərin məhv olmasına səbəb olur. Qeyri-qanuni qazıntılar və irs obyektlərinin satışı da böyük təhlükə yaradır. Mədəni turizmin davamlılığını təmin etmək üçün daha çox diqqət və resurs ehtiyacı vardır.

Maliyyə resurslarının çatışmazlığı mədəni turizmin inkişafında ən böyük problemlərdən biridir. Bir çox ölkələrdə mədəni turizm layihələrinə yetərli investisiyalar ayrılmır. Bu, infrastrukturun zəif qalmasına və turizm xidmətlərinin yüksək qiymətlərinə səbəb olur. İnkişaf etməkdə olan ölkələr bu iqtisadi məhdudiyyətləri daha çox hiss edir. Turizm infrastrukturu zəif

olan regionlarda mədəni turizmin inkişafı məhdud qalır. Yüksək səviyyədə xidmət üçün təlim keçmiş kadrların çatışmazlığı da problem yaradır.[6 s.40-42]

Cəmiyyətin mədəni irsin qorunmasının vacibliyini anlaması çətinləşir. Yerli icmalarda mədəni obyektlərin dəyərini təbliğ edən maarifləndirmə proqramlarının azlığı bu obyektlərin qeyri-davamlı istifadəsinə səbəb olur. Bəzi turistlər mədəni irsə hörmət etmirlər. Beynəlxalq əməkdaşlıq və tanıtım məsələləri də mədəni turizmin inkişafına mane olur. Bir çox ölkələr UNESCO kimi təşkilatlarla əməkdaşlıq etməkdə çətinlik çəkir.

Texnologiyanın və rəqəmsallaşmanın turizm sahəsinə tətbiqi ilə bağlı problemlər mövcuddur. Bir çox mədəni irs obyektləri hələ də rəqəmsallaşdırılmayıb və virtual turlar vasitəsilə təqdim edilmir. Bu, müasir turistlərin gözləntilərini qarşılamır və onları başqa yerlərə yönləndirə bilər. Rəqəmsal marketinq və sosial media istifadəsi də səmərəsizdir. Populyar mədəni irs obyektləri ətrafında turist sıxlığı təbiətin tarazlığını poza bilər, bu da həm mədəni irsin, həm də təbii mühitin zərər görməsinə səbəb olur.[6 s.50-55]

Mədəni turizm sahəsində hüquqi və idarəetmə çətinlikləri də nəzərə çarpır. Müvafiq qanunvericiliyin olmaması və ya zəif tətbiq olunması mədəni irs obyektlərinin qeyri-qanuni istifadəsinə və məhv olmasına şərait yaradır. Həmçinin, dövlət və özəl sektor arasında əməkdaşlığın çatışmazlığı bu sahənin inkişafını ləngidir. Mədəni turizmin inkişafında mövcud problemlər və çətinliklərin həlli üçün kompleks və strateji yanaşma tələb olunur. Mədəni irsin qorunması, maliyyə resurslarının artırılması, infrastrukturun təkmilləşdirilməsi və texnologiyanın tətbiqi kimi addımlar atılmalıdır. Həmçinin, cəmiyyətin maarifləndirilməsi və beynəlxalq əməkdaşlığın gücləndirilməsi bu sahədə mühüm nəticələr əldə etməyə kömək edəcəkdir. Bu çətinliklərin öhdəsindən gəlməklə mədəni turizm həm iqtisadi, həm də mədəni baxımdan daha böyük faydalar təmin edə bilər. [5 s.278-285]

Azərbaycan zəngin tarixi-mədəni irsi ilə seçilir və həmin irsin turizm mənbəyi kimi təbliği ölkənin strateji prioritetlərindəndir. İçərişəhər, Qobustan Qayaüstü Sənəti Mədəni Landşaftı, Şəki Xan Sarayı kimi obyektlər UNESCO-nun Ümumdünya İrs Siyahısına daxil edilib. Bu status hökumət səviyyəsində qorunma və təbliğat tədbirlərinin əsasını təşkil edir. Mədəni irsin turizm vasitəsilə təbliği təkcə abidələrin bərpası ilə kifayətlənmir, həm də onlara dair məlumatların kütləvi tədbirlərdə, mediada və sosial şəbəkələrdə geniş yayılmasını əhatə edir. [8]

Təbliğ vasitələrinə gəldikdə isə Azərbaycanın bu sahədə bir çox addımları olmuşdur ki bunlara sərgilər, festivallar, müxtəlif əməkdaşlıqlar vs aiddir.

Dövlət Turizm Agentliyi və Turizm Bürosu Pekin, Guangzhou (GITF) və Vyana (Ferien-Messe) kimi beynəlxalq turizm sərgilərində iştirak edərək İçərişəhər, Qobustan, Şəki və digər irs məkanlarını xarici turistlərə təqdim edir. Məsələn, 2024-cü ilin martında Vyanadakı sərgidə stend ziyarətçilərinə İçərişəhər və Qobustan barəsində məlumat verilib. 2021-ci ildə Dubay Expo çərçivəsində Azərbaycan turizm həftəsi keçirilib, burada "Dad gəmisi" milli kulinariya marşrutu təqdim olunub. [4 s. 22-25]

Azərbaycanın milli və beynəlxalq miqyasda təşkil edilən festivalları (musiqi, sənətkarlıq, gastronomiya) irs obyektlərinə diqqət çəkir. Bakıdakı Beynəlxalq Xalça Festivalı, İçərişəhərdəki Qurama (qadın tikiş sənəti) Festivalı, Şəkidəki "İpək yolu" musiqi festivalı və Terra Madre qida festivalları bunun bariz nümunəsidir. Hər il keçirilən bu tədbirlərdə tarixi abidələr fonunda konsertlər, sərgilər və ustad dərsləri təşkil olunur, bu da həm yerli, həm də xarici turistlərin cəlb edilməsinə xidmət edir.

Ölkədə formalaşdırılan regionlararası marşrutlar da mədəni irsi əhatə edərək onları təbliğ edir. Məsələn, "Baku City Tour" avtobus xətləri daxili turistlər üçün İçərişəhər, Yanardağ və Atəşgah kimi obyektləri rahat görməyə imkan verir. Eyni zamanda, "Macəra yaxındadır" kimi daxili turizm kampaniyaları ucbatından sərbəst marşrutlarla gəzinti populyarlaşıb. Hazırda Dağlıq Qarabağ və Şərqi Zəngəzurda qurulan anıt kompleksləri də yeni turizm marşrutlarına

daxil edilir.[9]

Bütün bunlarla yanaşı Azərbaycan Turizm Bürosu internet resursları (azerbaijan.travel portalı, sosial media kanalları) üzərindən irs obyektlərinin tanıdılması ilə məşğul olur. Rəqəmsal səyahət planlayıcıları, virtual tur imkanları və "Azerbaijan 101" kimi onlayn təlim platformaları sayəsində tələbələr və ekspertlər də mədəni irsi öyrənirlər. Sosial şəbəkələrdə və beynəlxalq media layihələrində (foto-konkurslar, bloq yazıları) Azərbaycan məkanlarının görüntülü təqdimatı bu yerlərə marağı artırır.[4 s. 22-25]

Cəmi olaraq, mədəni irs obyektlərinin turizm vasitəsilə təbliği dövlət və özəl sektorun sıx əməkdaşlığı ilə davam edir. Bərpa və yenidənqurma işləri, festivallar və sərgilər, marşrutların işlənməsi və beynəlxalq tanıtım kampaniyaları tarixi abidələrimizə diqqəti gücləndirir. Nəticədə İçərişəhər, Qobustan, Şəki, Atəşgah və digər irs məkanları dünyanın müxtəlif guşələrindən gələn turistlər tərəfindən daha çox seçilir, Azərbaycana maraq artır və ölkənin turizm potensialı genişlənir.

NƏTİCƏ

Mədəni turizmin inkişafını şərtləndirən amillərin araşdırılması nəticəsində aydın olmuşdur ki, bu sahənin inkişafı bir sıra mühüm faktorlardan asılıdır. Əvvəlcə, tarixi və mədəni irsin qorunması və düzgün təqdim edilməsi vacibdir. Bu, həm yerli əhalinin mədəniyyətinə, həm də xarici turistlərin maraqlarına uyğun olmalıdır. İqtisadi amillər, turizm sahəsinə investisiyalar, müvafiq dövlət siyasəti və özəl sektorun rolu da mədəni turizmin inkişafında əsas rol oynayır.

İnfrastrukturun inkişafı, xüsusilə otellər, nəqliyyat vasitələri və turizm mərkəzlərinin mövcudluğu, turistlərin bölgələrə cəlb edilməsində mühüm təsir göstərir. Mədəni turizmin daha da inkişaf etməsi üçün təhsil və maarifləndirmə sahəsindəki boşluqların aradan qaldırılması və bu istiqamətdə mütəxəssislərin hazırlanması lazımdır. Eyni zamanda, beynəlxalq əməkdaşlıq və texnologiyaların tətbiqi mədəni turizmin təşviqi üçün önəmli amillərdir.

Mədəni turizmin inkişaf etdirilməsi və gələcək nəsillərin bundan düzgün istifadəsini təmin etmək üçün bu istiqamətdə bir sıra təkliflər önə sürmək olar. Bu təkliflər əsas etibarı ilə həm perspektivdə hazırlanacaq planlara həmdə bu sahə ilə məşğul olan mütəxəssislərə faydalı olacaqdır. Bunlar :

1. Azərbaycan zəngin tarixi-mədəni iris ilə avropa şurası mədəni məarşurutlar şəbəkəsinə qoşulmaqla turist cəlbini və mədəniyyətin təbliğini artıra bilər.
2. Azərbaycan tarixi marşurutlarını Gürcüstan, İran, Türkiyənin tarixi marşurutları ilə birləştirərək vahid tur paketlər hazırlaya bilər.
3. Regional ölkələrlə üçlü marketinq kompaniyaları əməkdaşlığı edilə bilər. (tur paketlərinin birgə təklif edilməsi, mədəniyyət sahəsində turist axınının statistikası və izləmə sistemlərinin qurulması)
4. Turistlərin rahatlığı üçün mədəni turizm obyektləri ilə zəngin ölkələr (məsələn Azərbaycan-Türkiyə-Gürcüstan-İran) üçün vahid viza sistemi və ya electron viza sistemi yaradıla bilər.
5. Azərbaycan Tarix-Diyarşünaslıq Muzeyləri və abidələr arasında Fransa'dakı Loire Vadisi (UNESCO dünya irsi obyekti) kimi vahid bir şəbəkə yaradıla bilər.
6. Eyni zamanda İtaliya təcrübəsindəki muzeylər şəbəkəsi sistemi də Azərbaycanda ki muzeylər arasında tətbiq oluna bilər.
7. Muzey-kart (Museum Pass) sistemi yaradıla bilər ki bu system vasitəsi ilə də regionlardaki muzeyləri birləşdirən vahid ödənişli tur kartları təqdim edilə bilər.
8. Yerli icmalarla əməkdaşlıq edilərək mədəniyyətin tanıdılması bir başa onlar vasitəsi ilə həyata keçirilə bilər.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Afaq Zeynallı - Mədəni turizm Azərbaycanın "yumşaq güc" aləti kimi (məqalə) UNEC Tədqiqat Fondu 2022
2. Azərbaycan Respublikasının Qeyri-Hökumət Təşkilatlarına Dövlət Dəstəyi Agentliyi - Azərbaycanda mədəni irs və mədəni turizm: Resurslar, Məhsullar, Təcrübələr, İCOMOS Azerbaijan, Bakı 2022 s122
3. B. Whyte, T. Hood və B.P. White "Cultural & Heritage Tourism: A Handbook for Community Champions" **FPT**, 2012 s94
4. Citizens Development Corps. (2004). Rapid Tourism Assessment for the Azerbaijan Tourism Sector Development Program. Bakı: ATƏT-in Bakı Ofisinə təqdim olunmuş hesabat.
5. Timothy, D. J. Cultural Heritage and Tourism: An Introduction. Routledge nəşriyyatı - 2011. s888
6. The impact of culture on tourism - **OECD** (İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı) tərəfindən 2008 də yazılmışdır. s160
7. crossmedia.az
8. unesco.az
9. yanardag.az

Xanımnənə XUDİYEVA
Sumqayıt Dövlət Universiteti,
magistr
xanimxudiyeva555@gmail.com

RƏQƏMSAL PLATFORMALARIN ƏDƏBİYYAT TƏDRİSİNDƏ PEDAQOJİ POTENSİALI VƏ MİLLİ DƏYƏRLƏRİN TƏBLİĞİ

Xülasə: *Müasir dövrdə təhsil sistemlərinin rəqəmsallaşması ədəbiyyat tədrisində yeni yanaşmaların formalaşmasını tələb edir. Rəqəmsal platformalar, mobil tətbiqlər, sosial şəbəkələr və elektron tədris mühitləri ədəbi mətnlərin öyrənilməsinə interaktivlik və motivasiya gətirir. Bu tədqiqatda rəqəmsal texnologiyaların ədəbiyyat tədrisində pedaqoji potensialı nəzəri aspektdə təhlil olunur, həmçinin milli-mənəvi dəyərlərin qorunması və təbliği baxımından onların rolu elmi əsaslarla qiymətləndirilir.*

Açar sözlər: *rəqəmsal platformalar, ədəbiyyat tədrisi, pedaqoji potensial, milli dəyərlər, rəqəmsal təhsil.*

PEDAGOGICAL POTENTIAL OF DIGITAL PLATFORMS IN LITERATURE TEACHING AND PROMOTION OF NATIONAL VALUES

Abstract: *The digitalization of education systems in the modern era requires the formation of new approaches to teaching literature. Digital platforms, mobile applications, social networks and electronic learning environments bring interactivity and motivation to the study of literary texts. This study analyzes the pedagogical potential of digital technologies in teaching literature from a theoretical perspective, and also evaluates their role in terms of protecting and promoting national and spiritual values on scientific grounds.*

Keywords: *digital platforms, literature teaching, pedagogical potential, national values, digital education.*

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ В ПРЕПОДАВАНИИ ЛИТЕРАТУРЫ И ПРОДВИЖЕНИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ

Резюме: *Цифровизация систем образования в современную эпоху требует формирования новых подходов к преподаванию литературы. Цифровые платформы, мобильные приложения, социальные сети и электронные образовательные среды привносят интерактивность и мотивацию в изучение художественных текстов. В данном исследовании теоретически анализируется педагогический потенциал цифровых технологий в преподавании литературы, а также на научной основе оценивается их роль в защите и продвижении национальных и духовных ценностей.*

Ключевые слова: *цифровые платформы, преподавание литературы, педагогический потенциал, национальные ценности, цифровое образование.*

GİRİŞ

XXI əsrdə təhsilin əsas istiqamətlərindən biri rəqəmsal transformasiyadır. Bu transformasiya yalnız texniki yenilikləri deyil, həmçinin pedaqoji prosesin köklü dəyişməsini nəzərdə tutur: ənənəvi dərs modelləri ilə müqayisədə texnologiyaya yönələn yeni tədris-öyrənmə mühiti formalaşır [8, 2024]. Humanitar fənlər— xüsusilə ədəbiyyat bu mənada xüsusi önəm daşıyır, çünki ədəbiyyat fənni yalnız estetik və mədəni bilik vermir, eyni zamanda milli kimliyin, mənəvi dəyərlərin və vətənpərvərlik duyğusunun formalaşmasında mühüm rol oynayır. Belə bir yanaşma çərçivəsində, ədəbiyyat tədrisində texnologiyaların məqsədyönlü şəkildə tətbiqi yeni pedaqoji modellər və metodoloji yanaşmalar tələb edir.

Ənənəvi tədris üsulları əsasən müəllimmərkəzli, qeyri-interaktiv, bir-yanlı təqdimatlar rəqəmsal nəsil adlandırılan tələbələrin maraq və diqqətini tam təmin edə bilmir. Bu tələbə qrupları texnoloji çevrəsində "rəqəmsal yerlilər" kimi xarakterizə olunur və onlar daha interaktiv, öz-fəaliyyətli və kooperativ öyrənmə mühitlərini üstün tutur [10, c.9, s.1-6]. Bu səbəbdən ədəbiyyat tədrisində rəqəmsal platformalardan məqsədyönlü istifadənin elmi əsaslarının müəyyənləşdirilməsi aktual tədqiqat istiqamətidir.

Rəqəmsal pedaqogika və mobil öyrənmə nəzəriyyələri göstərir ki, texnologiya yalnız bir vasitə kimi deyil, həm də yeni tədris-öyrənmə fəlsəfəsinin tərkib hissəsi kimi qəbul edilməlidir. Məsələn, Sharples və həmkarları mobil öyrənməni "şəxsən və qarşılıqlı ünsiyyət vasitəsi ilə bir neçə kontekst üzrə bilikə gəlmə prosesi" kimi təsvir edirlər. Onların nəzəri modelində mobil texnologiyalar öyrənmə obyektini, sosial konteksti və alətləri bir-biri ilə əlaqələndirərək yeni şəraitdə bilik qurulmasını stimullaşdırır. Eyni zamanda, konstruktivizm yanaşmasına görə öyrənmə prosesi aktiv bilik qurulmasına əsaslanır: öyrənənlər əvvəlki bilikləri ilə yeni bilikləri əlaqələndirir, tədqiq edir, müzakirə edir və öz nəticələrini formalaşdırırlar[10,s.221-247].Rəqəmsal mühitdə isə bu aktiv və kooperativ imkanlar forumlar, interaktiv tapşırıqlar, kollaborativ yazı və müzakirə daha da genişlənə bilər ki, bu da ədəbiyyat tədrisində tələbənin təkcə reseptiv yox, həm də yaradıcı subyektə çevrilməsinə imkan verir.

Ədəbiyyat fənni kontekstində rəqəmsal platformaların istifadəsi eyni zamanda sosial-mədəni nəzəriyyə ilə uyğun gəlir. Tədris prosesində mədəniyyət, dil və texnologiya qarşılıqlı əlaqədə olur: rəqəmsal alətlər tələbənin mətinlə, mədəni kontekstlə, virtual mühitlə əlaqəsini aktivləşdirir və onu yalnız mətni oxuyan deyil, mənəvi dəyərlərin daşıyıcısı və yaradıcısına çevirir. Bu baxımdan, ədəbiyyat tədrisinə daxil edilən rəqəmsal texnologiyalar həm mədəni identifikasiyanı gücləndirə bilər, həm də yeni kommunikasiya kanalları vasitəsi ilə vətənpərvərlik və milli kimlik hisslərinin formalaşmasına töhfə verə bilər.

Eyni zamanda, rəqəmsal etikaya dair tədqiqatlar göstərir ki, təhsil subyektlərinin rəqəmsal davranış mədəniyyəti formalaşmadıqda, sosial mediada milli və mənəvi dəyərlərin təhrif olunması riski mövcuddur. Bu kontekstdə, rəqəmsal təhsil mühitində etik və mədəni dəyərlərin öyrədilməsi pedaqoji zərurət kimi çıxış edir: yəni yalnız texnologiyanı sinfə gətirmək kifayət deyil onun vasitə kimi istifadəsi ilə yanaşı, texnologiyanın nə üçün, necə və hansı dəyərlərə yönəldiyi də şüurlu şəkildə müzakirə edilməlidir.

Beləliklə, ədəbiyyat tədrisində rəqəmsal platformaların istifadəsinin elmi əsası bir neçə əsas komponentdən ibarətdir:

1. Məqsədli pedaqoji dizayn: texnologiyanın tətbiqi əvvəlcə məqsəd və pedaqoji yanaşma baxımından təhlil edilməlidir; bu, mobil öyrənmə və konstruktivizm kimi nəzəri çərçivələrlə uyğunlaşdırılmalıdır.

2. Öyrənənin fəallığı və sosial qarşılıqlı əlaqə: interaktiv və kollaborativ fəaliyyətlər tələbənin passiv mövqeyindən aktiv mövqeyə keçməsini təmin etməlidir.

3. Mədəni-dilkontekstual komponent: ədəbiyyat fənninin spesifikliyindən asılı olaraq, istifadə edilən platforma və texnologiya tələbənin milli dəyərlər, dil və mənəvi idealları ilə əlaqəsini gücləndirməlidir.

4. Etik və rəqəmsal davranış mədəniyyəti: rəqəmsal tədris mühiti şagirdlərə yalnız məzmun ötürmək üçün deyil, həm də etik düşüncə, rəqəmsal vətəndaşlıq və mənəvi məsuliyyət məsələlərini öyrətmək üçün istifadə edilməlidir.

Bu baxımdan, ədəbiyyatın rəqəmsal transformasiya yolu ilə tədrisi yalnız texnoloji yeniləşmə deyil, həm də pedaqoji, mədəni və etik yenidənqurma prosesidir. Belə bir çərçivədə tədqiqatçılar üçün əsas tapşırıq rəqəmsal platformalardan istifadə zamanı ədəbiyyat dərslərinin effektivliyini ölçmək üçün empirik modellər hazırlamaq, tələbələrin texnologiya ilə qarşılıqlı əlaqəsini, mədəni-dəyər nəticələrini və rəqəmsal etik şüuru sistemli şəkildə araşdırmaqdır.

Belə ki, rəqəmsal təhsil mühiti vasitəsilə məzmunun yalnız tədrisi deyil, həm də dəyər-yönümlü nəql edilməsi mümkündür. Azərbaycan ədəbiyyatında məsələn, Nizami Gəncəvinin "Xəmsə"sində, Füzulinin "Leyli və Məcnun" əsərində və müasir dövrdə Anar, Elçin kimi yazarların işlərində ailə, vətənpərvərlik, mərdlik, ədalət kimi dəyərlər mərkəzdə durur bu dəyərlər rəqəmsal mühitdə fərqli formatlarda interaktiv platformalar, rəqəmsal ədəbiyyat dərsləri, onlayn müzakirələr və sosial media kampaniyaları vasitəsilə geniş auditoriyalara çatdırıla bilər.

Milli dəyərlərin qorunması və inkişafı istiqamətində əsas pedaqoji vəzifə tələbələrdə mənəvi süzgəcin, yəni rəqəmsal etikanın formalaşdırılmasıdır. Rəqəmsal etika konsepti yalnız informasiya istehlakı ilə məhdudlaşmamalı, bu informasiyanın mədəni-dəyər kontekstində qavranılması, dəyərləndirilməsi və mənalı şəkildə işlənməsi əsas götürülməlidir. Bu yanaşma həm texnologiyanın vasitə kimi, həm də ideoloji alət kimi rolunu nəzərə alır. Məsələn, rəqəmsal etikaya dair tədqiqatlar vurğulayır ki, texnologiyanın təhsildə inteqrasiyası etik məsuliyyətin, rəqəmsal vətəndaşlığın və mənəvi şüurun formalaşması kimi aspektləri də nəzərə almalıdır.[17, c4, s.242-244].

Rəqəmsal platformalar ədəbiyyat tədrisində həm didaktik, həm də mədəni funksiyaları sintez edə bilir. Didaktik funksiyanın çərçivəsində, rəqəmsal mühit tələbənin oxuma, yazma, analiz etmə, interaktiv müzakirə aparma kimi fəaliyyətlərini aktivləşdirir: bu, yalnız passiv bilik qəbulunu deyil, aktiv bilik qurulmasını tədqiqatçı, yaradıcılıq subyekti mövqeyini dəstəkləyir. Mədəni funksiyanın çərçivəsində isə rəqəmsal platformalar dil və mədəniyyətin qarşılıqlı təsirini gücləndirir: ədəbiyyat mətni artıq yalnız mətndə qalmaz, multimedia, onlayn şərhlər, kollektiv layihələr vasitəsilə mədəni kodlara, milli identitetə, dil-ədəbiyyat kontekstinə açılır.Beləliklə, ədəbiyyat dərsində rəqəmsal platformalar tələbənin yalnız bilik qazanmasını deyil, tənqidi düşünmə bacarığını və mənəvi dəyərləri mənimsəmə prosesini gücləndirir.

Araşdırmalar göstərir ki, rəqəmsal texnologiyalar vasitəsilə milli-mənəvi dəyərlərin

təbliği yalnız texniki məsələ deyil bu, həm də ideoloji və mədəni məzmunun formalaşması məsələsidir. Məsələn, rəqəmsal transformasiyanın milli kimliğe təsiri haqqında tədqiqatlar qeyd edir ki, yeni rəqəmsal mədəniyyət şəraiti ənənəvi kimlik mexanizmlərinin yenidən nəzərdən keçirilməsinə səbəb olur. Bu baxımdan, tədris strategiyalarında rəqəmsal etikaya əsaslanan milli təlim modellərinin hazırlanması vacibdir yəni, texnologiya ilə yanaşı, onun içində yer alan dəyərlər və etika da sistemli şəkildə nəzərə alınmalıdır.

Azərbaycan kontekstində bu məsələ xüsusi aktuallıq kəsb edir. Məsələn, Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirliyi-nin rəqəmsal transformasiya strategiyasında birbaşa qeyd edilib ki, dövlətin informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sahəsində strateji məqsədlərindən biri "xalqın mənəvi-mədəni irsinin qorunması və geniş təşviqi"dir. Eyni zamanda, Azərbaycan təhsil sistemində rəqəmsal vətəndaşlıq, rəqəmsal davranış mədəniyyəti və mənəvi-mədəni dəyərlərin inteqrasiyası kimi amillər də müzakirə olunmaqdadır.

Azərbaycan təhsil sistemində son illərdə həyata keçirilən rəqəmsal transformasiya layihələri tədris prosesinə innovativ yanaşmaların gətirilməsində mühüm rol oynamışdır. Xüsusilə "Rəqəmsal bacarıqlar" proqramı müəllim və şagirdlər üçün rəqəmsal platformalardan effektiv istifadənin öyrədilməsini təmin etmişdir. Bu proqram çərçivəsində tətbiq olunan interaktiv dərs modelləri və onlayn tədris resursları öyrənməni daha çevik və iştirakçı xarakterə gətirmişdir. Məsələn, e-resurs.az **və** moodle.edu.az **kimi platformalar ədəbiyyat fənnində klassik mətnlərin interaktiv tapşırıqlar, testlər və video izahlarla təqdim olunmasına imkan yaradır. Bu, mobil öyrənmə və konstruktivist pedaqogika prinsipləri ilə üst-üstə düşərək şagirdin öyrənmə prosesində aktiv iştirakını təmin edir.**

Rəqəmsal mühitin tədrisdə tətbiqi eyni zamanda milli-mənəvi dəyərlərin təbliği baxımından da mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Azərbaycan ədəbiyyatının rəqəmsal formatlarda elektron kitablar, audiomateriallar, animasiyalar və interaktiv dərs planları şəklində təqdim olunması şagirdlərdə milli kimlik, estetik zövq və mədəni bağlılıq hisslərini gücləndirir. Təhsil Nazirliyinin dəstəklədiyi "Rəqəmsal ədəbiyyat dərsləri" layihəsində şagirdlər klassik ədiblərin əsərlərini yalnız oxumaqla kifayətlənmir, həm də sosial media vasitəsilə ailə, mərdlik, ədalət və vətənpərvərlik kimi mövzuları müzakirə edirlər. Bu, ədəbiyyatın ideoloji funksiyasının müasir texnologiya ilə uzlaşdırılmasına real nümunədir.

Digər tərəfdən, rəqəmsal etik davranış və məsuliyyət mövzusu da Azərbaycan təhsil sistemində getdikcə aktuallaşır. Ədəbiyyat fənnində bu yanaşma xüsusi önəm daşıyır, çünki şagirdlər rəqəmsal məzmunla işləyərkən həm yaradıcılıq sərbəstliyi, həm də etik məsuliyyət arasında balans qurmağı öyrənirlər. Bu, rəqəmsal etik şüurun pedaqoji praktikaya inteqrasiyasının yerli təhsil nümunəsidir.

Nəticə etibarilə, ədəbiyyat tədrisində rəqəmsal platformaların istifadəsi təkcə texnoloji yenilik deyil bu, həm də milli kimlik, dəyərlər və etika baxımından təhsil prosesinin yenidən qurulmasıdır. Təklif edilə bilər ki:

1. Rəqəmsal ədəbiyyat dərsləri hazırlanarkən müəllimlər yalnız texnologiyanı təqdim etməklə kifayətlənməyib, platformanın içindəki məzmunun dəyərlər-mədəniyyət kontekstindən keçirilməsini təmin etsinlər.

2. Şagirdlərə rəqəmsal mühitdə mətni oxumaqla yanaşı, həmin mətndə əks olunan dəyərləri müzakirə etmək, sinif və onlayn müzakirələr vasitəsilə şərh etmək imkanı verilsin.

3. Rəqəmsal etikaya dair fəaliyyətlər sistemli şəkildə dərslərin tərkib hissəsi olmalıdır.

4. Rəqəmsal platformalar vasitəsilə Azərbaycan ədəbiyyatının klassik və müasir nümunə əsərlərinin interaktiv təqdimatı həyata keçirilsin, beləliklə milli dəyərlər şagirdlərdə daha aktiv və mənalı şəkildə formalaşsın.

Beləliklə, rəqəmsal transformasiya yalnız texnologiyanı sinifə gətirmək deyil bu, ədəbi-

mədəni məzmunun yeni mühitə uyğun optimallaşdırılması, tədris-öyrənmə prosesinin dəyər-mərkəzli yenidənqurulması və rəqəmsal vətəndaşlıq və mənəvi şüurun formalaşması yönündə bir töhfədir. Təhsildə bu integrativ yanaşma həm şagirdin biliyini zənginləşdirir, həm də milli kimliyin, mədəniyyətin və mənəvi dəyərlərin yeni nəsillər tərəfindən davam etdirilməsinə imkan yaradır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Al Sayegh, H. (2017). Teaching literature using digital pedagogy: a case study. M.A. Thesis, American University of Beirut.
2. Aliyev, M. & Aliyeva, S. (2024). Revisiting digital transformation of Azerbaijan higher education in the new digital era. Yildiz Social Science Review, 10(1), 72–83. https://doi.org/10.51803/yssr.1441943
3. Aslan Hacıyeva, N., Hüseynov, R. T., Rövşənova, M., Mammadova, A. & başqaları. (2023). Digitalization of education in Azerbaijan. Azerbaijan International Journal of Education Studies, 17(2). https://doi.org/10.15837/aijes.v17i2.6450
4. Council of Europe. (2021). ETINED – Project on Academic Integrity in Armenia, Azerbaijan, Georgia, Kazakhstan and Turkey (Volume 6).
5. Digital ethics in education. (2022). UNESCO Report.
6. Floridi, L. (2013). The ethics of information. Oxford University Press.
7. Georgopoulou, M. S. (2024). Approaches to Digital Humanities Pedagogy: a systematic literature review within educational practice. Digital Scholarship in the Humanities, 40(1), 121–
.
8. Irkha, A., Hurskaya, V., Hryshchuk, M., & Tereshchuk, V. (2024). Digital Transformation in Education: Leveraging Technology for Enhanced Learning Experiences. Futurity Education (DOI).
9. Məmmədova, E. (2025). Rəqəmsal savadlılıq və sosial media alətlərinin öyrənmə prosesinə inteqrasiyası. Bakı: Təhsil Nəşriyyatı.
10. Prensky, M. (2011). Digital natives, digital immigrants. On the Horizon, 9(5), 1–6.
11. Selwyn, N. (2020). Education and technology: Key issues and debates. Bloomsbury Publishing.
12. Sharples, M. (2006). Big issues in mobile learning. University of Nottingham.
13. Sharples, M., Taylor, J., & Vavoula, G. (2007). A theory of learning for the mobile age. In R. Andrews & C. Haythornthwaite (Eds.), The SAGE Handbook of E-learning Research (pp. 221–247). SAGE.
14. Tanrikulu, D. (2020). … (müvafiq mənbə).
15. Traxler, J. (2018). Learning with mobile devices: The changing place of mobile learning. Research in Learning Technology, 26(1).
16. Turan, R. (2017). Representation of Azerbaijan national identity in the textbook of "Fatherland" used in Azerbaijan. SÜ TAD, 42, 593–612. https://doi.org/10.21563/sutad.377388
17. Turdaliyeva, F. R. q. (2024, December 09). Challenges of digitalized society: Why education needs digital ethics? International Journal of Artificial Intelligence, 4(10), 242–244.

Rəhiməxanım HƏSƏNZADƏ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistr
hasanzada.rahimaxanım.2401@atmu.edu.az

AZƏRBAYCANDA ELMİ TURİZMİN İNKİŞAFI VƏ ONA TƏSİR EDƏN AMİLLƏR

Xülasə: *Bu məqalədə Azərbaycanda elmi turizmin inkişafı və ona təsir edən amillər ətraflı şəkildə araşdırılmışdır. Elmi turizm turistlərin ali təhsil müəssisələri, laboratoriyalar, texnoparklar, elmi muzeylər və arxeoloji sahələrdə praktiki təcrübə qazanmasına imkan verən xüsusi turizm növüdür. Məqalədə elmi turizmin mahiyyəti, funksiyaları, beynəlxalq nümunələri və Azərbaycandakı inkişaf perspektivləri təqdim edilmişdir. Azərbaycanda arxeoloji ekspedisiyalar, ali təhsil müəssisələrinin laboratoriyaları və texnoparklar elmi turizmin inkişafında mühüm rol oynayır. Eyni zamanda beynəlxalq konfranslar və təhsil proqramları ölkənin elmi turizm potensialını artırır. Məqalədə elmi turizmin inkişafına mane olan infrastruktur, xidmət keyfiyyəti, maliyyə təminatı və hüquqi çərcivələr kimi problemlər və onların həll yolları müzakirə olunmuşdur. Təklif olunan tədbirlər elmi turizmin davamlı inkişafını və ölkənin beynəlxalq elmi məkanda tanınmasını dəstəkləyir.*

Açar sözlər: *Elmi turizm, elmi ekspedisiyalar, arxeoloji turizm, tədqiqat turizmi, beynəlxalq elmi əməkdaşlıq, elmi konfranslar, elmi turizm infrastrukturu, texnoparklar*

DEVELOPMENT OF SCIENTIFIC TOURISM IN AZERBAIJAN AND THE FACTORS AFFECTING IT

Abstract: *This article examines in detail the development of scientific tourism in Azerbaijan and the factors influencing it. Scientific tourism is a special type of tourism that allows tourists to gain practical experience in higher education institutions, laboratories, technoparks, scientific museums and archeology. The article presents the essence and functions of scientific tourism, international examples and development prospects in Azerbaijan. Archaeological expeditions, laboratories of higher education institutions and technoparks in Azerbaijan play an important role in the development of scientific tourism. At the same time, international conferences and educational programs increase the country's scientific tourism potential. The article discusses problems such as infrastructure, quality of service, financial security and legal frameworks that hinder the development of scientific tourism and their solutions. The proposed measures support the sustainable development of scientific tourism and the recognition of the country in the international scientific space.*

Keywords: *Scientific tourism, scientific expeditions, archaeological tourism, research tourism, international scientific collaboration, scientific conferences, scientific tourism infrastructure, technoparks*

РАЗВИТИЕ НАУЧНОГО ТУРИЗМА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ И ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЕГО РАЗВИТИЕ

Резюме: *В этой статье подробно рассматривается развитие научного туризма в Азербайджане и факторы, влияющие на него. Научный туризм - это особый вид туризма, который позволяет туристам получить практический опыт в высших учебных заведениях, лабораториях, технопарках, научных музеях и археологических областях. В статье представлены сущность, функции, международные примеры и*

перспективы развития научного туризма в Азербайджане. Археологические экспедиции, лаборатории высших учебных заведений и технопарки в Азербайджане играют важную роль в развитии научного туризма. В то же время международные конференции и образовательные программы повышают научный туристический потенциал страны. В статье обсуждаются такие проблемы, как инфраструктура, качество обслуживания, финансовое обеспечение и правовые рамки, которые препятствуют развитию научного туризма, и пути их решения. Предлагаемые меры поддерживают устойчивое развитие научного туризма и узнаваемость страны на международной научной арене.

Ключевые слова: *Научный туризм, научные экспедиции, археологический туризм, исследовательский туризм, международное научное сотрудничество, научные конференции, инфраструктура научного туризма, технопарки*

GİRİŞ

Son illərdə elmi turizm inkişaf edərək turizm, təhsil və elmi tədqiqatların qarşılıqlı əlaqəsini təmin edən mühüm istiqamət kimi formalaşmaqdadır.Bu növ turizm turistlərə yalnız ziyarət etdikləri obyektləri müşahidə etmək imkanı vermir, eyni zamanda onların elmi biliklərini praktikaya tətbiq etməsinə, laboratoriya və arxeoloji işlərdə iştirak etməsinə şərait yaradır. Azərbaycanda elmi turizmin inkişafı ölkənin zəngin təbii, tarixi və mədəni irsinə əsaslanır. Arxeoloji abidələr, universitet laboratoriyaları, texnoparklar və beynəlxalq elmi layihələr ölkədə elmi turizmin potensialını artırır.

Elmi turizm həm yerli gənc tədqiqatçıların bilik və bacarıqlarının inkişafına, həm də ölkənin beynəlxalq elmi əlaqələrinin güclənməsinə töhfə verir. Bununla yanaşı, bu sahə regionların iqtisadi və mədəni inkişafına müsbət təsir göstərir. Əsas məqsəd, Azərbaycanda elmi turizmin mövcud vəziyyətini, onun inkişafına təsir edən əsas amilləri və problemləri müəyyən etməkdir. Məqalədə həmçinin beynəlxalq təcrübələrdən nümunələr gətirilərək ölkədə elmi turizmin perspektivləri göstəriləcəkdir.

Elmi turizmin mahiyyəti və əhəmiyyəti

Elmi turizm səyahətçilərin ali təhsil müəssisələri, laboratoriyalar, texnoparklar və digər elmi obyektləri ziyarət etdiyi turizm növüdür. Burada turistlər sadəcə bələdçiləri dinləmir, həm də mühazirələrdə və praktik nümayişlərdə iştirak edərək nəzəri biliklərini praktikaya tətbiq edirlər.

"Elmi turizm" anlayışı ilk dəfə 1881-ci ildə Böyük Britaniyada ortaya çıxmışdır. Turizm ədəbiyyatında isə bu sahə 1980-ci illərin sonunda Şimali Karolina Universitetinin tədqiqatçıları Jean Laarman və Richard Perdue tərəfindən Kosta-Rikada aparılan sahə işləri ilə məşhur olmuşdur.[8]

Elmi turizm bir neçə funksiyanı yerinə yetirir. Birincisi, maarifləndirici funksiyadır — turistlər nəzəri biliklərini praktiki təcrübə ilə birləşdirərək öyrənirlər. İkincisi, iqtisadi funksiyadır — elmi səfərlər xüsusilə az inkişaf etmiş bölgələrdə turizm potensialını artırır və investisiyaları təşviq edir. Üçüncüsü, ekoloji və mədəni dəyərlərin qorunmasına xidmət edir, iştirakçılarda təbiətə və tarixi abidələrə qarşı məsuliyyət hissi yaradır.[9]

Elmi turizm müxtəlif formalarda həyata keçirilir:

1.Elm mərkəzlərinə ekskursiyalar – İştirakçılar ali təhsil müəssisələri, laboratoriyalar, muzeylər və sərgiləri ziyarət edərək alimlərlə ünsiyyət qurur və dərslərində iştirak edirlər.

2.Elmi ekspedisiyalar və könüllülük – Turistlər təbiət və arxeoloji sahələrdə tədqiqatlarda iştirak edir, məlumat toplama və elmi iş təcrübəsi qazanırlar.

3.Elmi araşdırma səfərləri – Turistlər birbaşa elmi tədqiqatlarda iştirak edərək öz bilik və bacarıqlarını tətbiq edirlər.

Elmi turizm bir çox ölkələrdə elmin, təhsilin və turizmin vəhdətini yaradan yeni

istiqamət kimi formalaşmışdır. Bu sahə həm elmi əlaqələrin genişlənməsinə, həm də regionların sosial-iqtisadi inkişafına töhfə verir.

Kosta-Rika bu sahədə ekoloji tədqiqatlara əsaslanan elmi turizmin uğurlu nümunəsidir. Burada Tropik Tədqiqatlar Təşkilatı (OTS) vasitəsilə müxtəlif ölkələrdən gələn alimlər tropik ekosistemlər üzərində araşdırmalar aparır, bu da həm təbiətin qorunmasına, həm də elmi əməkdaşlığa xidmət edir.

Avropada yerləşən CERN qelmi turizmin nümunəvi modelidir. Burada dünyanın müxtəlif ölkələrindən gələn tədqiqatçılar və tələbələr həm elmi ekskursiyalarda iştirak edir, həm də praktiki biliklər qazanırlar.

Eyni şəkildə, Oksford Universiteti elmi muzeylər və yay məktəbləri vasitəsilə minlərlə beynəlxalq tələbəni qəbul edir. Bu, elmi turizmin həm maarifləndirici, həm də iqtisadi əhəmiyyətini nümayiş etdirir.

Bu nümunələr göstərir ki, elmi turizm təhsil, tədqiqat və iqtisadi inkişafın qarşılıqlı əlaqəsini təmin edən mühüm istiqamətdir.

Azərbaycanda elmi turizmin formalaşması və inkişaf istiqamətləri

Azərbaycanda elmi turizm ölkənin zəngin təbii, tarixi və mədəni potensialına əsaslanır. Ölkənin müxtəlif regionlarında aparılan elmi fəaliyyətlər, ali təhsil müəssisələrinin laboratoriyaları, texnoparklar, beynəlxalq layihələr və elmi abidələr elmi turizmin inkişafı üçün əlverişli şərait yaradır. Elmi turizm yalnız tarixi və arxeoloji abidələrin ziyarətindən ibarət deyil, o, laboratoriya ekskursiyaları, tədqiqat mərkəzləri, konfranslar və innovasiya layihələrini də əhatə edir. Bu, həm gənc tədqiqatçıların, həm də turistlərin elmi proseslərdə iştirakını təmin edir və ölkənin elmi potensialını regional və beynəlxalq səviyyədə nümayiş etdirir.

Azərbaycan arxeologiyası qədim daş dövründən Son Orta Əsrlərə qədər uzanan zəngin tarixə malikdir. Arxeoloji abidələrin tədqiqi ölkənin həm yazıya qədər olan, həm də yazının meydana çıxmasından sonrakı tarixini öyrənmək üçün mühüm əhəmiyyət daşıyır. Maddi-mədəniyyət nümunələri, insanların ölkə ərazisində 2 milyon il əvvəl məskunlaşdığını göstərən dəlillərlə zəngindir.[3]

XIX əsrin 30–50-ci illərində arxeoloji abidələrin qeydə alınması ilə tədqiqatlar başlamış, ilk qazıntılar rus və alman mənşəli həvəskar araşdırıcılar tərəfindən aparılmışdır. 1923-cü ildə Azərbaycan Tədqiq və Tətəbbö Cəmiyyəti və Arxeoloji Komitənin yaradılması milli kadrların yetişdirilməsində əhəmiyyətli rol oynamış, 1924-cü ildən Bakı və ətraf bölgələrdə sistemli tədqiqatlar aparılmışdır. XX əsrin 50-ci illərindən etibarən isə milli arxeoloqların rolu artmışdır.[3]

İ.M.Cəfərzadə, S.M.Qazıyev, D.Şərifov, Ö.Ş.İsmizadə və digər tədqiqatçılar bu sahədə mühüm xidmət göstərmiş, yeni arxeoloqlar nəsli yetişmişdir. Azərbaycanda minlərlə arxeoloji abidə aşkar edilmiş, onların bir qismi regionlar üzrə təsnif olunaraq elmi dövriyyəyə daxil edilmişdir.[3]

2009–2015-ci illərdə Azərbaycan arxeoloqları Almaniyadan olan mütəxəssislərlə birgə "Qədim Kür" beynəlxalq layihəsi çərçivəsində Mil-Qarabağ bölgəsində kompleks tədqiqatlar aparmış, 2011-ci ildən Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin "Azərbərpa" Elmi-Tədqiqat İnstitutu ilə birgə Füzuli rayonunda Şeyx Babı xanəgahında arxeoloji qazıntı və bərpa-konservasiya işləri həyata keçirmişlər.

"Dağlıq Qarabağda Nərgiztəpə arxeoloji abidələr kompleksi" layihəsi Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Elmin İnkişafı Fondunun beynəlxalq xarakterli 2-ci "Şuşa qrantı" müsabiqəsinin qalibi olmuşdur. Son 10 ildə Qarabağ abidələrində aparılan qazıntılar zamanı çoxsaylı maddi-mədəniyyət nümunələri əldə edilmiş, bu materiallar yeni elmi əsərlərin və dissertasiya mövzularının hazırlanmasına imkan yaratmışdır.

2024-cü ilin iyul-avqust aylarında Naxçıvan Muxtar Respublikasında fəaliyyət göstərən altı arxeoloji ekspedisiya bölgənin elmi turizm potensialını ortaya qoymuşdur. AMEA

Naxçıvan Bölməsinin Tarix, Etnoqrafiya və Arxeologiya İnstitutu ilə AMEA Arxeologiya və Antropologiya İnstitutu tərəfindən aparılan tədqiqatlar Babək, Şərur və Ordubad rayonlarında, həmçinin Bülövqaya, I və II Xələc, Xaraba Gilan, I Maxta və II Kültəpə yaşayış yerlərində, eləcə də Şahtaxtı qədim abidələr kompleksində həyata keçirilmişdir. Bu ekspedisiyalar qədim tariximizin dərindən öyrənilməsinə, bölgənin mədəni və iqtisadi inkişafı ilə bağlı turizm imkanlarının müəyyənləşdirilməsinə xidmət edir. Arxeoloji qazıntılar turistlər üçün tədqiqat və öyrənmə imkanları yaradır, eləcə də bölgə sakinlərinin həyat tərzi və dünyagörüşünü əks etdirən eksponatlar vasitəsilə elmi turizm marşrutlarının formalaşmasına zəmin hazırlayır.

Arxeologiya və Etnoqrafiya İnstitutu Qarabağ abidələrində aparılan tədqiqatların nəticələrini beynəlxalq elmi ictimaiyyətə çatdırmaq üçün tədbirlər həyata keçirir. İl sonunda Məmmədəli Hüseynov tərəfindən Azıx mağarasından azıxantropun alt çənə sümüyünün tapılmasının 50 illiyinə həsr olunmuş beynəlxalq simpozium Bakıda keçiriləcək və dünyanın məşhur paleolitşünas alimlərinin iştirakı gözlənilir.

Azərbaycan Respublikası Elm və Təhsil Nazirliyinin Torpaqşünaslıq və Aqrokimya İnstitutunda AMEA-nın 80 illik yubileyi çərçivəsində "Açıq qapı" muzey günü təşkil edilmiş, tələbələr torpaq nümunələri, xəritələr və Kəhriz maketləri ilə tanış olmuşlar. Bu cür tədbirlər gənclərin elmi maariflənməsinə və elmi turizmə marağın artmasına xidmət edir.

Azərbaycanda elmi turizmin formalaşmasında ekoturizm və ətraf mühitin öyrənilməsinə yönələn layihələr mühüm rol oynayır. Bu istiqamətdə "Ana Kür" Ekoloji Problemlərin Öyrənilməsinə Kömək İctimai Birliyinin həyata keçirdiyi "Sağlam həyat – hər gün" adlı layihə diqqətəlayiq nümunələrdəndir. Layihə Azərbaycan Respublikası Prezidenti yanında QHT-lərə Dövlət Dəstəyi Şurasının maliyyə dəstəyi ilə icra olunmuş və əsas məqsədi biomüxtəlifliyin bərpası, ekoloji biliklərin artırılması və sağlam həyat tərzinin təbliği olmuşdur.[2]

Layihə çərçivəsində Salyan, Neftçala və Qaradağ rayonlarının ərazisində yerləşən Şirvan Milli Parkına ekoloji turlar təşkil edilmiş, gənclər və yeniyetmələr arasında biomüxtəlifliyin öyrənilməsi, təbiətin müşahidəsi və yaradıcı fəaliyyətin birləşdirildiyi tədbirlər keçirilmişdir. Bu turlar iştirakçılara ölkəmizin təbii sərvətləri ilə yaxından tanış olmaq, canlı aləmin müşahidəsi vasitəsilə ekoloji maariflərini artırmaq imkanı yaratmışdır.[2]

Azərbaycanda quş müşahidəsi (ornitoloji turizm) elmi turizmin ekoloji və elmi-tədris yönümlü inkişafına mühüm töhfə verən sahələrdən biridir. Ölkənin əlverişli coğrafi mövqeyi və müxtəlif landşaftları - dağlıq ərazilərdən bataqlıqlara qədər təxminən 400 quş növünün yaşayışına imkan yaradır. Bu zəngin quş aləmi həm yerli, həm də beynəlxalq turistlər üçün cəlbedici məkan kimi çıxış edir.[1]

Azərbaycan Turizm Bürosu (ATB) ölkəni quş müşahidəsi üzrə destinasiya kimi tanıtmaq məqsədilə azerbaijan.travel veb-saytı, sosial media, beynəlxalq jurnallar və sərgilər vasitəsilə məlumatlandırma və təşviqat işləri aparmışdır. Eyni zamanda dayanıqlı marşrutlar hazırlanmış, turist axını idarə olunmuş və yerli sakinlər üçün də dəstək təmin edilmişdir.

Bu istiqamətdə fəaliyyət göstərən turoperatorlar və turizm şirkətləri təşviq edilmiş, yerli əhali arasında quş müşahidəsi haqqında məlumatlılıq artırılmışdır. GNTA (Gürcüstan Milli Turizm Agentliyi), OSME və digər yerli və beynəlxalq təşkilatlar ilə əməkdaşlıq nəticəsində yeni müşahidə məntəqələri və marşrutlar yaradılmış, bələdçilərin təlimi və turistlər üçün infrastruktur inkişaf etdirilmişdir.[1]

Azərbaycanın quş müşahidəsi məkanları, o cümlədən Şirvan və Ağgöl milli parkları, Beşbarmaq dağı, Xınalıq və Laza kəndləri və Naxçıvan bölgəsi elmi turizm üçün unikal imkanlar təqdim edir. Bu yerlərdə həm miqrasiya edən yırtıcı quşlar, həm də endemik növlər müşahidə oluna bilər.

Azərbaycanın ornitoloji turizm imkanları beynəlxalq sərgilərdə, o cümlədən Birləşmiş Krallığın Rutland şəhərində keçirilən "Global Bird Fair" sərgisində təqdim olunmuşdur. Tədbir çərçivəsində ölkənin ekoloji müxtəlifliyi, milli parkları, qorunan əraziləri və quş növlərinin

qorunması sahəsində görülən tədbirlər barədə məlumat verilmiş, turoperatorlar və beynəlxalq ekspertlərlə əməkdaşlıq imkanları müzakirə edilmişdir

Beynəlxalq əməkdaşlıqların digər nümunəsi Avropa İttifaqının Horizon Europe proqramıdır. Bu təşəbbüs Azərbaycanlı tədqiqatçıları və innovatorları layihələrin hazırlanması üzrə təşkil olunan təlim düşərgələrində iştirak etməyə dəvət edir. Təlimlər elmi layihələrin yazılması, beynəlxalq tərəfdaşlıq mexanizmləri, maliyyə imkanları və Avropa Komissiyasının tədqiqat prioritetləri barədə praktik biliklərin artırılmasına yönəlmişdir. Horizon Europe proqramı Azərbaycanın elmi potensialının Avropa elmi məkanına inteqrasiyasına və elmi turizmin inkişafına mühüm töhfə verir.[4]

Eyni zamanda, Azərbaycanda ali təhsilin beynəlxalq inteqrasiyası elmi turizmin inkişafına əlavə imkanlar yaradır. Erasmus+ proqramı bu baxımdan xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Milli Erasmus+ Ofisi (NEO) Avropa Komissiyası, Təhsil, Audiovizual və Mədəniyyət üzrə İcraçı Agentliyi (EACEA) və yerli hakimiyyət orqanlarının dəstəyi ilə fəaliyyət göstərərək ali təhsil sahəsində beynəlxalq əməkdaşlığın genişlənməsinə xidmət edir. Proqram çərçivəsində Kredit mobilliyi, Birgə magistr proqramları və ali təhsildə kadr potensialının gücləndirilməsi istiqamətləri tədqiqatçıların və tələbələrin müxtəlif ölkələrdə elmi fəaliyyətə cəlb olunmasına şərait yaradır. NEO-nun əsas məqsədi beynəlxalq təhsil proqramlarının yerli səviyyədə effektiv həyata keçirilməsini təmin etmək, layihələrin nəticələrinin yayılmasına nəzarət etmək və ali təhsildə keyfiyyətli əməkdaşlıq mühitini dəstəkləməkdir. Belə təşəbbüslər Azərbaycanın elmi mühitinin Avropa təcrübəsinə inteqrasiyasını asanlaşdırır və ölkənin elmi turizm potensialını artırır.[5]

Azərbaycanda elmi turizmin inkişafında mövcud problemlər və həll yolları

Azərbaycanda elmi turizm infrastrukturunun və xidmətlərinin təkmilləşdirilməsi:

Azərbaycan elmi turizm potensialına malik ölkələrdən biridir və son illərdə bu sahədə müəyyən inkişaflar müşahidə olunur. Lakin, elmi turizmin tam potensialını reallaşdırmaq üçün infrastruktur və xidmətlərin daha da təkmilləşdirilməsinə ehtiyac var.[7]

Elmi turizm infrastrukturu turistlərin elmi obyektlərə – laboratoriyalara, texnoparklara, elmi muzeylərə və arxeoloji sahələrə – rahat çıxışını təmin etməlidir. Bunun üçün ekskursiyalar, açıq qapı günləri və praktiki tədqiqat imkanları üçün lazımi avadanlıq və şərait təmin edilməlidir.

Xidmət keyfiyyəti elmi turizmin uğuru üçün əhəmiyyətlidir. Tədqiqat ekspedisiyalarına və laboratoriya ziyarətlərinə gələn turistlər üçün təhlükəsizlik, rahatlıq və peşəkar dəstək təmin edilməlidir. Elmi təlim, seminar və praktik dərslər zamanı göstərilən yüksək xidmət səviyyəsi turistlərin təcrübəsini artırır və elmi fəaliyyətə marağı gücləndirir.

Elmi turizm marşrutlarının təşkili üçün nəqliyyat və yerləşmə imkanlarının da təkmilləşdirilməsi vacibdir. Beləliklə, ölkənin müxtəlif bölgələrindəki elmi obyektlərə çıxış asanlaşır və turistlərin səfərləri daha səmərəli olur.

İnvestisiya və maliyyə dəstəyi də infrastrukturun inkişafı üçün əhəmiyyətlidir. Dövlət və özəl sektor tərəfindən elmi turizm obyektlərinə sərmayə yatırılması, beynəlxalq layihələrdə iştirak üçün maddi resursların təmin edilməsi sahənin dayanıqlı inkişafını təmin edir.

Turizm təşkilatlarının təşviqi və elmi turizm məhsullarının tanıtımı:

Azərbaycanda elmi turizmin inkişafı üçün turizm təşkilatlarının təşviqi və elmi turizm məhsullarının, tədbirlərinin tanıtımı xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bu fəaliyyətlər ölkənin elmi imkanlarının beynəlxalq səviyyədə tanınmasına və daha çox tədqiqatçı, tələbə və elmi turistin ölkəyə cəlb olunmasına şərait yaradır.

Elmi turizm təşkilatları, laboratoriyalar, texnoparklar, elmi muzeylər, arxeoloji sahələr və tədqiqat mərkəzlərinin fəaliyyətini koordinasiya edərək, turistlər üçün əlçatan və cəlbedici edir. Eyni zamanda, bu təşkilatlar elmi ekspedisiyalar, yay məktəbləri və seminarlar kimi tədbirlərin təşkili və tanıtımında aktiv iştirak edir. Beləliklə, elmi turizm məhsullarının daha

geniş auditoriyaya çatdırılması təmin olunur.

Tanıtım işləri həm rəqəmsal platformalar (veb saytlar, sosial media), həm də beynəlxalq elmi sərgilər və konfranslar vasitəsilə həyata keçirilir. Məsələn, Bakı Dövlət Universiteti, AMEA və texnoparklar beynəlxalq elmi konfranslarda iştirak edərək ölkənin elmi turizm imkanlarını təqdim edir. Bu cür təşəbbüslər elmi turizmin inkişafını sürətləndirir və Azərbaycanı beynəlxalq elmi turizm bazarında daha rəqabətli edir.

Elmi turizm məhsullarının tanıtımı həm də regional inkişafa dəstək verir. Qarabağ, Naxçıvan, Şahdağ və digər bölgələrdə təşkil olunan elmi ekspedisiyalar və tədqiqat proqramları yalnız yerli elmi turizmi gücləndirmir, həm də bölgələrin iqtisadi və mədəni inkişafına töhfə verir.

Ölkədə elmi turizm sahəsində güclü strategiyanın hazırlanması və praktiki addımların atılması vacibdir. Bu strategiya aşağıdakı istiqamətləri əhatə etməlidir: elmi turizm infrastrukturunun təkmilləşdirilməsi, elmi turizm məhsullarının və tədbirlərinin tanıtımı, elmi turizm təşkilatlarının təşviqi və qanuni-maliyyə təminatının gücləndirilməsi.

Elmi turizm sahəsinin inkişafı üçün hüquqi çərcivə və maliyyə təminatı:

Azərbaycanda elmi turizmin inkişafı üçün hüquqi çərcivə və maliyyə təminatı xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bu tədbirlər elmi turizm obyektlərinin, o cümlədən laboratoriyalar, texnoparklar, elmi muzeylər və arxeoloji sahələrin fəaliyyətinin təhlükəsiz və səmərəli olmasını təmin edir və ölkənin elmi turizm potensialının genişlənməsinə şərait yaradır.[5]

Elmi turizm sahəsində fəaliyyət göstərən bütün müəssisələrin müvafiq lisenziya və sertifikatlara sahib olması zəruridir. Bu, turistlərin və iştirakçıların təhlükəsizliyini təmin edir və elmi tədbirlərin, o cümlədən konfranslar, simpoziumlar, yay məktəbləri və elmi ekspedisiyaların qaydalara uyğun təşkil olunmasına kömək edir. Həmçinin, hüquqi çərcivə turistlərin hüquqlarının qorunmasını və elmi turizm sahəsində standartların tətbiqini mümkün edir. [5]

Elmi turizm obyektlərinin inkişafı və elmi proqramların həyata keçirilməsi üçün maliyyə dəstəyi vacibdir. Dövlət tərəfindən texnoparklara, laboratoriyalara, elmi muzeylərə və arxeoloji ekspedisiyalara investisiyaların artırılması, həmçinin vergi güzəştləri və kredit imkanlarının təmin edilməsi elmi turizmin inkişafını sürətləndirir. Maliyyə dəstəyi eyni zamanda elmi turizm məhsullarının və tədbirlərinin, məsələn, eksperimental proqramlar, laboratoriya turları və beynəlxalq konfransların tanıtımı üçün reklam və təşviqat kampaniyalarının həyata keçirilməsinə imkan verir.

Elmi turizmin inkişafı üçün gənc tədqiqatçıların, tələbələrin və elmi turistlərin hazırlığı da önəmlidir. Bunun üçün xüsusi təlimlər, yay məktəbləri, praktiki laboratoriya proqramları və elmi ekspedisiyalar təşkil edilməlidir. Bu tədbirlər iştirakçıların elmi biliklərini artırır və onların elmi turizm fəaliyyətlərində effektiv iştirakını təmin edir.

Hüquqi çərcivə və maliyyə təminatının yaradılması, elmi turizm iştirakçılarının hazırlığı və elmi turizm məhsullarının tanıtımı ölkədə elmi turizmin davamlı inkişafını təmin edir. Bu addımlar Azərbaycanın elmi imkanlarının beynəlxalq səviyyədə tanıdılmasına, elmi turizm sahəsində rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına və gənc tədqiqatçıların bilik və təcrübələrinin genişlənməsinə xidmət edir.

NƏTİCƏ

Azərbaycanda elmi turizm ölkənin zəngin tarixi, mədəni və təbii potensialına əsaslanaraq inkişaf edir. Arxeoloji abidələr, universitet laboratoriyaları, texnoparklar, elmi ekspedisiyalar və beynəlxalq konfranslar ölkənin elmi turizm potensialını gücləndirir. Eyni zamanda, bu sahə gənc tədqiqatçıların bilik və bacarıqlarının artırılmasına, beynəlxalq elmi əlaqələrin genişlənməsinə və regionların iqtisadi-mədəni inkişafına töhfə verir.

Bununla belə, elmi turizmin inkişafına mane olan infrastruktur çatışmazlığı, xidmət keyfiyyəti, maliyyə təminatı və hüquqi çərcivə kimi problemlər mövcuddur. Bu problemlərin həlli üçün infrastrukturun təkmilləşdirilməsi, elmi turizm məhsullarının və tədbirlərinin təşviqi, qanuni və maliyyə dəstəyinin təmin edilməsi vacibdir. Təklif olunan tədbirlər elmi turizmin davamlı inkişafını təmin edir və Azərbaycanın beynəlxalq elmi turizm sahəsində rəqabət qabiliyyətini artırır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Turizm Bürosu.Quş müşahidəsi: Azərbaycanda: https://azerbaijan.travel/qus-musahidesi-az
3. AZƏRTAC. (2024). "Ana Kür" Ekoloji Problemlərin Öyrənilməsinə Kömək İctimai Birliyi ekoturizm layihəsinə start verib. https://azertag.az
4. Baxşəliyev, V. (2007). Azərbaycan arxeologiyası. Bakı: Elm.
5. EU NEIGHBOURS east. (2024). Horizon Europe azərbaycanlı tədqiqatçıları və innovatorları layihələrin yazılması üzrə təlim düşərgəsində iştirak etməyə dəvət edir. https://share.google/3trsf3V47DTtaHvZZ
6. İvanova, Y. A., və Bondarenko, N. V. (2019). Azərbaycanda turizmin inkişaf perspektivləri. Rusiya Elmi Jurnalı, 18–24.
7. Milli Erasmus+ Ofisi. (2024). Erasmus+ proqramının məqsədləri və fəaliyyət istiqamətləri. https://erasmusplus.org.az
8. Musayev, R. (2021). Azərbaycanda turizmin inkişafında dövlət tərəfinin rolu. Turizm və Məişət İdarəetməsi Jurnalı, 33–45.
9. Научно-популярный туризм: что это, зачем нужен и каким бывает. RED Internacional de Turismo Científico, 2025. https://share.google/eIODS5uQuY25gzNx2
10. Научный туризм: Откройте мир через путешествия знаний. RED Internacional de Turismo Científico, 2025. https://share.google/krf15EJLvYAMF9CQc

Dilarə ƏHMƏDOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
dilareehmedova97@gmail.com

ƏLİNCƏ QALASININ TURİZM POTENSİALININ İDARƏ EDİLMƏSİNDƏ MÜASİR YANAŞMALAR VƏ DAYANIQLI İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ

Xülasə. *Əlincə qalasının turizm potensialının idarə edilməsində müasir yanaşmalar onun tarixi-mədəni, təbii və sosial resurslarının inteqrasiyasına əsaslanır. Məqalədə dayanıqlı inkişaf, ekoturizm, icma əsaslı modellər və rəqəmsal idarəetmə sistemlərinin tətbiqi kimi istiqamətlər təhlil olunur. "Smart Heritage Management" konsepsiyası çərçivəsində təklif olunan tədbirlər Əlincə qalasını Azərbaycanın ilk ağıllı və ekoloji balanslı turizm marşrutuna çevirmək məqsədi daşıyır.*

Açar sözlər: *Əlincə qalası, dayanıqlı turizm, idarəetmə modeli, icma turizmi, rəqəmsal strategiya, ekoturizm*

MODERN APPROACHES TO MANAGING THE TOURISM POTENTIAL OF ALINJA CASTLE AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT PERSPECTIVES

Abstract. *Modern approaches to managing the tourism potential of Alinja Castle are based on integrating its cultural, natural, and social resources. The study analyzes sustainable development, eco-tourism, community-based participation, and digital management tools. Within the "Smart Heritage Management" concept, proposed measures aim to transform Alinja Castle into Azerbaijan's first intelligent and environmentally balanced tourism destination.*

Keywords: *Alinja Castle, sustainable tourism, management model, community tourism, digital strategy, eco-tourism*

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ТУРИСТИЧЕСКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ КРЕПОСТИ АЛИНЖА И ПЕРСПЕКТИВЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Резюме. *Современные подходы к управлению туристическим потенциалом крепости Алинжа основаны на интеграции историко-культурных, природных и социальных ресурсов. В статье рассматриваются направления устойчивого развития, экотуризма, цифрового управления и участия местных сообществ. Предложенная концепция "Smart Heritage Management" направлена на превращение Алинжи в первый интеллектуальный и экологически сбалансированный туристический маршрут Азербайджана.*

Ключевые слова: *крепость Алинжа, устойчивый туризм, управление, цифровизация, экотуризм, местные сообщества*

GİRİŞ

Əlincə qalası Azərbaycanın Naxçıvan Muxtar Respublikasının Culfa rayonu ərazisində, Xanəgah kəndi yaxınlığında, Əlincəçayının sağ sahilində, sıldırım və əlçatmaz dağ zirvəsində yerləşən nadir tarixi-memarlıq abidəsidir. Təxminən iki minillik yaşı olan bu qala həm Azərbaycan memarlıq irsinin, həm də Qafqaz regionunun strateji müdafiə tarixinin parlaq nümunəsidir. Memarlıq baxımından "Naxçıvan–Marağa" məktəbinə məxsus üslubda inşa

edilmiş Əlincə qalası, orta əsrlərdə hərbi istehkam olmaqla yanaşı, həm də idarəetmə, sığınacaq və mədəni mərkəz funksiyasını daşıyıb.

Qalanın unikal yerləşmə forması — dağın sərt yamacları üzərində mərtəbəli müdafiə sədləri və daş tikililəri — onu həm keçmişdə, həm də bu gün mühəndislik baxımından heyrətamiz edir. Ətraf təbiət və panoramik mənzərələrin ahəngi Əlincəni təkcə tarixi deyil, həm də estetik baxımdan cəlbedici məkana çevirir. Bu səbəbdən də qala çox vaxt "Azərbaycanın Maçu Piççusu" adlandırılır.

Müasir dövrdə Əlincə qalası təkcə tarixi abidə deyil, həm də yenilənən turizm məkanı və innovativ idarəetmə modeli üçün laboratoriya hesab olunur. Onun ərazisində rəqəmsal bələdçi sistemləri, AR texnologiyalı virtual ekskursiyalar və icma əsaslı turizm təşəbbüsləri tətbiq edilə bilər. Qalanın ətraf kəndlərində yerli bələdçilər, evdə qonaqlama xidmətləri, kənd təsərrüfatı məhsullarının satışı kimi fəaliyyətlər həm sosial, həm də iqtisadi cəhətdən regionun inkişafına töhfə verir [1, s. 128].

Əlincə qalasının gələcək potensialı, dayanıqlı turizm, ekoloji mühafizə və mədəni irs arasında balans yaratmaqla, onu yalnız Naxçıvanın deyil, bütün Azərbaycanın "ağıllı irs məkanı" (Smart Heritage Site) kimi tanıdacaq səviyyəyə yüksəldə bilər. Bu baxımdan Əlincə qalası həm keçmişin dəyəri, həm də gələcəyin turizm modelidir.

ƏSAS HİSSƏ

Əlincə qalasının turizm potensialı yalnız mövcud resursların istifadəsi ilə məhdudlaşmamalıdır; bu məkan Azərbaycan turizminin innovativ transformasiyası üçün pilot modelə çevrilə bilər. Qalanın strateji mövqeyi, fiziki mürəkkəbliyi və mistik tarixçəsi onu klassik "tarixi abidə" statusundan çıxarıb, yeni nəsil "təcrübə əsaslı turizm" (experience-based tourism) platformasına çevirməyə imkan verir. Burada məqsəd sadəcə ziyarətçi axını artırmaq deyil, hər turistin yaddaşında qalacaq çoxsəviyyəli emosional və mədəni təcrübə formalaşdırmaqdır.

Əlincə qalası dijital irs turizmi üçün ideal təcrübə sahəsidir. Tarixi faktların sadəcə lövhələrdə deyil, AR (artırılmış reallıq) texnologiyası vasitəsilə canlandırılması – məsələn, smartfonla qalanın XIV əsrdəki görkəmini izləmək, Teymurun mühasirə səhnələrini interaktiv şəkildə izləmək – həm gənc auditoriyanı cəlb edər, həm də turizmdə bilik və əyləncə arasında körpü yaradar. Bu, regionda "ağıllı turizm" (smart tourism) konsepsiyasının ilk nümunəsi ola bilər [2, s. 259].

Əlincə dağının relyefi onu adrenalin və sağlamlıq yönümlü turizm üçün fərqli bir laboratoriyaya çevirir. Qalaya qalxmaq prosesi sadəcə fiziki səyahət yox, həm də "özünü aşma" (self-overcoming) fəlsəfəsini daşıyır. Bu xüsusiyyətdən istifadə edərək, burada "Mind & Mountain" adlı psixoloji və fiziki balans proqramları, "Sunrise at Alinja" adlı səhər yoqa turları, "Heritage Hike" tipli eko-idrak yürüşləri təşkil edilə bilər. Beləliklə, Əlincə qalası sırf tarixi abidə deyil, həm də şəxsiyyətin yenilənməsi və psixoloji sağlamlıq məkanı kimi mövqeləndirilə bilər.

Yerli icma ilə inteqrasiyada yeni iqtisadi model – "Alinja Circular Model" tətbiq oluna bilər. Bu modeldə turistin xərclədiyi hər 10 manatın ən az 6 manatı yerli əhali arasında paylanır: bələdçi, kənd məhsulları, çay evləri, əl işləri və ekoloji təmizlik xidmətləri. Bu sistem həm regionda dayanıqlı rifah yaradar, həm də icma iştirakını stimullaşdırar. Hətta "Əlincə markası" altında yerli məhsulların – bal, lavaş, giləmeşə çayı, xalça mini-suvenirlər – satış şəbəkəsi qurula bilər.

Əlincə qalası "ağıllı monitorinq sistemi" ilə təchiz edilə bilər. Bu sistem ziyarətçi sayını, havanın keyfiyyətini, torpaq eroziyasını və s. sensorlar vasitəsilə real vaxtda izləyər. Belə yanaşma, UNESCO-nun "Heritage Site Sustainability" standartlarına uyğun "data-driven

management” modelini Azərbaycanda ilk dəfə tətbiq etmiş olar.

Əlincə qalasının turizm potensialı onun daş divarlarında deyil, ideyasında gizlidir — “dağa qalxan hər kəs bir mərhələni fəth edir” anlayışı. Əgər bu fikir brendləşdirilərsə, Əlincə qalası təkcə Naxçıvanın simvolu deyil, Azərbaycanın dayanıqlı və yenilikçi turizminin nişanı kimi tanına bilər.

2024-cü ilin turizm statistikasına baxdıqda aydın görünür ki, Azərbaycan artıq regionda post-pandemiya turizm bərpasını tamamlamış və “rəqəmsal yönümlü bərpa mərhələsinə” keçmişdir. Ölkə üzrə mehmanxana və yerləşmə vasitələrində gecələmələrin ümumi sayı 4,28 milyon nəfərə çatmışdır ki, bu da əvvəlki illə müqayisədə təxminən 18–20% artım deməkdir. Bu artım yalnız say göstəricisi deyil, həm də turizm davranışının dəyişməsini əks etdirir: turistlər artıq sadəcə görmək yox, yaşamaq və paylaşmaq istəyirlər [3, s. 93-94].

Bu mənzərədə Naxçıvanın payı hələ ki cəmi 1% (təxminən 42,8 min gecə) təşkil etsə də, bu rəqəmin arxasında böyük inkişaf trayektoriyası gizlidir. Çünki Naxçıvan bu gün turizmin ən sürətlə yüksələn iki seqmentinə — “eco-adventure tourism” və “spiritual minimalism” trendinə – tam uyğun gəlir. Əlincə qalası bu baxımdan regionun “mikrobrend” mərkəzi kimi çıxış edə bilər: yüksək enerjili, emosional, fiziki və mənəvi dəyərləri birləşdirən təcrübə məkanı.

2024-cü ildə Naxçıvana gələn xarici ziyarətçilərin sayı 32 782 nəfər olmuşdur. Bu göstərici bəlkə hələ ki kiçik görünür, amma onun strukturu diqqətəlayiqdir: ziyarətçilərin 70%-i təbiət və tarixi obyektlərə maraq göstərən fərdi səyahətçilərdir. Bu o deməkdir ki, Naxçıvan kütləvi turizm bazarında yox, emosional fərdilik üzərində qurulmuş yeni nəsil turizm konsepsiyasına cavab verir. Əgər bu seqmentə düzgün yönəlmə aparılarsa, Əlincə qalası yaxın 5 ildə region üçün “ikonik destinasiya”ya çevrilə bilər.

Ümumilikdə ölkə üzrə 2024-cü ilin ilk 8 ayında 1,34 milyon xarici turistin gəlməsi fonunda Naxçıvanın payı hələ ki simvolik görünür, amma bu vəziyyət “zəiflik” deyil, strateji fürsət pəncərəsi kimi qiymətləndirilməlidir. Çünki Naxçıvanın turizm tutumu hələ tam istifadə olunmayıb, bu da planlı inkişaf üçün boş sahə yaradır. Bu gün Azərbaycanın digər turizm bölgələri (Qəbələ, Şəki, Quba) artıq daşıma limitinə yaxınlaşdığı halda, Naxçıvan hələ də “sıfırdan modelləşdirilə bilən təmiz turizm laboratoriyası” kimi qalır.

Əlincə qalası bu kontekstdə rəqəmsal və davamlı turizm axınlarını sınaqdan keçirmək üçün pilot zona ola bilər. Burada “ağıllı axın monitorinqi” tətbiq edilə bilər — məsələn, girişdə QR əsaslı ziyarətçi qeydiyyatı, dağa qalxışda real-time sıxlıq xəritəsi, mövsümə görə “dynamic slot allocation” sistemi (pik dövrlərdə turist axınının bərabərləşdirilməsi). Bu sistem həm təhlükəsizliyi təmin edər, həm də turizm axınını mövsümi deyil, davamlı hala gətirər.

“Tələb” göstəriciləri artıq sadəcə sayla ölçülməməlidir. Əlincə qalası üçün gələcəkdə əsas indikator turistin təcrübə dəyəri olacaq. Məsələn, ortalama qalma müddəti 1,5 gündən 2,2 günə qalxarsa, bu, 40%-lik iqtisadi artım deməkdir. Və ya bir turistin yerli xidmətlərə xərclədiyi məbləğ 35 AZN-dən 60 AZN-ə yüksələrsə, bu, region üçün mikroiqtisadi multiplikator effekti yaradar.

Naxçıvan və xüsusilə Əlincə qalası üçün turizm axınını yalnız “gələnlərin sayı” kimi deyil, “qalmaq, yaşamaq və yenidən qayıtmaq potensialı” kimi ölçmək vacibdir. Əgər bu üç komponent balanslaşdırılsa, Əlincə qalası sadəcə ziyarət yeri deyil, davamlı insan axınının mərkəzi olacaq — həm iqtisadi, həm mədəni, həm də ruhani anlamda [4, s. 29-30].

Naxçıvan və Əlincə qalası üzrə turizm axını göstəriciləri (2024–2027)

Cədvəl 1.

Göstərici	Ölçü vahidi	2024 (real)	2025 (proqnoz)	2026 (proqnoz)	2027 (proqnoz)	Trendlə bağlı izah (yenilikçi baxış)

Ümumi gecələmə sayı (ölkə üzrə)	min nəfər-gecə	4 282,8	4 650	4 980	5 350	Smart turizm tətbiqləri ilə daxili səyahətlərin artımı gözlənilir
Naxçıvanın payı	%	1,0	1,2	1,5	1,8	Regionda eko və macəra turizminin payının yüksəlməsi
Naxçıvanda gecələmə sayı	nəfər-gecə	42 800	55 800	74 700	96 300	"Alinja Experience Route" kimi brendləşmiş marşrutlar nəticəsində artım
Xarici turist axını (ölkə üzrə)	nəfər	1 340 000	1 520 000	1 760 000	2 000 000	Post-pandemiya dövründə brendləşmiş təcrübə turizmi trendləri
Naxçıvana gələn xarici ziyarətçilər	nəfər	32 782	41 500	53 800	69 200	Hava əlaqələrinin bərpası və yeni logistik marşrutların açılması
Əlincə qalasına yönəlmiş ziyarətçi axını (təxmini)	nəfər	18 000	27 000	41 000	60 000	"AR Heritage Trail" və rəqəmsal bələdçi sistemlərinin tətbiqi
Turistlərin orta qalma müddəti (Naxçıvan)	gün	1,4	1,7	1,9	2,2	"Stay & Feel" proqramı ilə qalma müddətinin artması
Turistin orta xərci (yerli xidmətlərdə)	AZN	35	46	55	65	Yerli məhsullar və təcrübə əsaslı alış tendensiyası artır
Yerli icma gəlirləri (Alinja ətrafı kəndlər)	min AZN	220	340	510	760	"Alinja Circular Model" tətbiqi nəticəsində icma payının artması
Turizmin ÜDM-də payı (ölkə üzrə)	%	3,2	3,6	4,1	4,6	Turizmin rəqəmsal transformasiyası və regionlara inteqrasiya ilə

						artım

Mənbə: https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=6170&lang=en

Əlincə qalasının turizm potensialının dayanıqlı idarə edilməsi yalnız ziyarətçi sayının artırılması ilə deyil, bu axının fiziki, sosial və ekoloji təhlükəsizliyinin elmi əsaslarla tənzimlənməsi ilə mümkündür. Qalanın relyef strukturu və 1 500-ə yaxın pilləkənli sıldırım marşrutu onun həm üstünlüyü, həm də idarəetmə baxımından çağırışıdır.

Beynəlxalq turizm planlaşdırması təcrübəsində (xüsusilə UNESCO və ICOMOS tərəfindən təklif olunan "Carrying Capacity Assessment" çərçivəsində) piyada marşrutlarında təhlükəsiz sıxlıq 0,75–1,0 nəfər/m norma ilə müəyyən edilir. Əlincə qalasının pilləkən uzunluğu və dönüşlü trayektoriyası nəzərə alındıqda, maksimum nəzəri tutum təqribən 1 100–1 500 nəfər aralığında qiymətləndirilə bilər. Lakin bu rəqəm yalnız fiziki dözümlülük baxımından keçərlidir. Real və komfortlu ziyarət təcrübəsi üçün "aktiv zonada eyni anda" 300–500 nəfərlik limit optimal sayılır. Bu, həm ziyarətçinin təhlükəsizliyini, həm də mədəni abidənin struktur sabitliyini qoruyur.

Bu yanaşma klassik "statik tutum"dan fərqli olaraq dinamik daşıma modeli ilə işləməlidir. Yəni, marşrutdakı insan axını sabit deyil, zamanla axıcı və tənzimlənən olmalıdır. Bunun üçün Əlincə qalasında "time-slot biletlənmə sistemi" tətbiq edilə bilər. Belə sistemdə ziyarətçilər giriş biletlərini saat aralıqları üzrə (məsələn, 09:00–10:30, 10:30–12:00 və s.) rezerv edir. Bununla həm izdiham azaldılır, həm də turistlər üçün fərdi təcrübə dəyəri yüksəlir [5, s. 193].

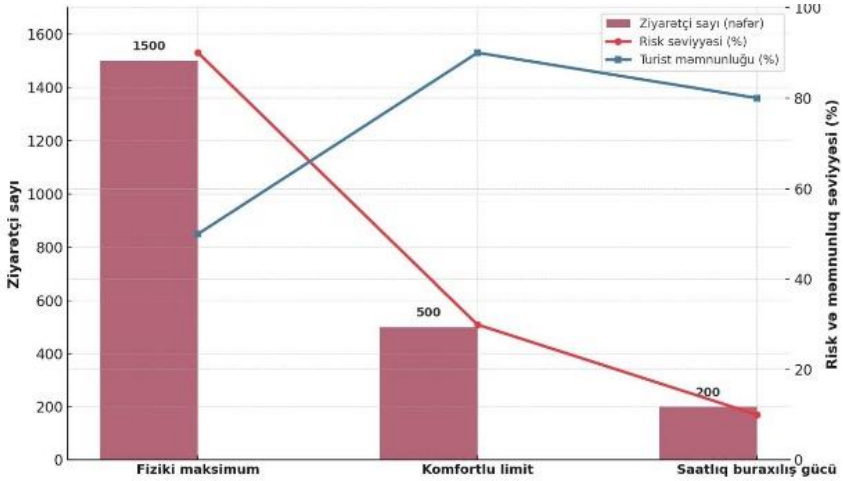
Orta qalxış müddətinin 60–90 dəqiqə olması göstərir ki, qalxış və eniş axını bir-birinə çarpazlaşmadan idarə oluna bilər. Bu məlumat əsasında saatlıq buraxılış gücü 150–200 nəfər aralığında müəyyən edilir. Bu, həm infrastruktur yüklənməsini azaldır, həm də ərazidəki mikroiqlim və torpaq eroziyasının qarşısını alır. Bu model "flow optimization" prinsiplərinə əsaslanaraq Əlincə qalasını Azərbaycanın ilk "intelligent heritage route" nümunəsinə çevirə bilər.

Gələcək mərhələdə bu sistem real vaxtlı sensor və kamera nəzarəti ilə avtomatlaşdırıla bilər. Məsələn, ziyarətçi sıxlığı müəyyən bir həddi keçdikdə sistem yeni girişləri 15 dəqiqəlik fasilə ilə gecikdirə bilər. Bununla həm təhlükəsizlik, həm də təbiət qorunması balansda saxlanılar.

"Daşıma qabiliyyəti" yalnız fiziki ölçü kimi deyil, emosional və sosial daşıma kimi də düşünülməlidir. Yəni turistin rahatlığı, sakitlik dəyəri və təbiətlə harmoniya hissi pozulmamalıdır. Bu səbəbdən əlincə qalası üçün məqsəd "çox turist" deyil, "doğru miqdarda və doğru təcrübədə turist" konsepsiyasını formalaşdırmaq olmalıdır.

Belə bir model Əlincə qalasının turizm idarəetməsində təhlükəsizlik, resurs qorunması və dayanıqlı təcrübə balansını təmin edərək onu yalnız Naxçıvanın deyil, bütün Cənubi Qafqazın "smart-müqəddəs marşrut" nümunəsinə çevirə bilər [6, s. 321].

Şəkil 1. Əlincə qalasının daşıma qabiliyyəti, risk və məmnunluq bazası



Mənbə: müəllif tərəfindən

Əlincə qalasının müasir idarəetmə yanaşmaları yalnız fiziki infrastrukturun təkmilləşdirilməsi ilə deyil, həm də ziyarətçi davranışının optimallaşdırılması, yerli icmaların iqtisadi iştirakının artırılması və rəqəmsal texnologiyaların inteqrasiyası ilə formalaşmalıdır. Bu, Azərbaycanın 2023–2026 Turizm Strategiyasının 9 sütun prinsipləri və Qlobal Davamlı Turizm Şurasının (GSTC) dayanıqlılıq çərçivələri ilə uzlaşan yeni nəsil "Smart Heritage Management" modelidir. Əsas məqsəd, tarixi irsin qorunmasını iqtisadi inkişaf, sosial rifah və rəqəmsal transformasiya ilə eyni müstəviyə gətirməkdir.

İlk mərhələ — ziyarətçi axınının idarə edilməsi — turizmdə təhlükəsizlik və təcrübə keyfiyyətinin mərkəzinə çevrilməlidir. Əlincə qalasında "time-slot" əsaslı ziyarət sistemi tətbiq edilə bilər ki, bu sistemdə turistlər onlayn platforma vasitəsilə konkret saat aralığında bilet alır, girişdə QR kod vasitəsilə yoxlanılır və bu yolla real vaxtda marşrutdakı sıxlıq tənzimlənir. Bu yanaşma izdiham riskini aradan qaldırmaqla yanaşı, ziyarətçinin fərdi təcrübə dəyərini də artırır. Əlavə olaraq, iki istiqamətli ("yuxarı qalxış – eniş") hərəkət zolaqlarının nişanlanması, istirahət ciblərinin yerləşdirilməsi və havanın istilik yükünə görə mövsümi tənzimlənmiş ziyarət cədvəlləri fiziki təhlükəsizlik və tibbi risklərin qarşısını alacaq. Belə idarəetmə sistemində əsas performans göstəriciləri (KPI) kimi gözləmə vaxtının 10 dəqiqədən az, pilləkən sıxlığının isə 1 nəfər/metrdən çox olmaması hədəflənir [7, s. 353].

İkinci istiqamət, icma-mərkəzli turizm modelidir (Community-Based Tourism – CBT). Bu model Əlincə ətrafındakı Xaneqah və Culfa kəndlərinin sosial-iqtisadi sisteminə turizmin real təsirini artırmaq məqsədi daşıyır. Yerli bələdçilərin sertifikasiyası, evdə qonaqlama və çay təcrübələrinin təşkili, kənd məhsullarının satışı və aqroturizm marşrutlarının formalaşdırılması nəticəsində turizm gəlirlərinin ən azı 40%-nin birbaşa yerli icmaya yönəlməsi mümkündür. Bununla yanaşı, qadın sahibkarlığı, gənclərin bələdçi kimi işə cəlbi və kənd təsərrüfatı ilə turizmin sinerjisi Əlincəni "sosial turizm innovasiyası" nümunəsinə çevirəcək. Bu istiqamətdə konkret KPI-lər kimi yerli təchizatçılara gedən xərclərin payının 40%-dən yuxarı olması və ən azı 30 bələdçinin təhlükəsizlik və mədəni irs üzrə sertifikatlaşdırılması müəyyən edilə bilər.

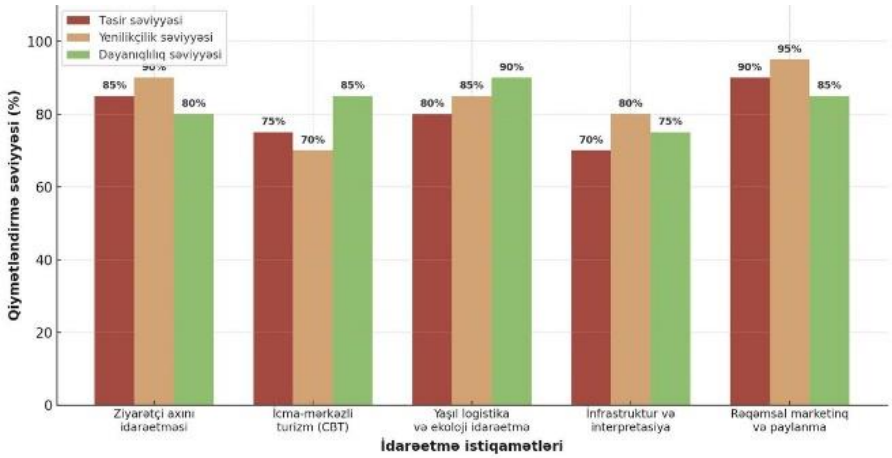
Üçüncü mərhələ ekoloji davamlılıq və yaşıl logistikanın qurulmasıdır. Əlincə qalasına aparan yolun ətəyində "park-and-ride" sistemi yaradılmalı, oradan yalnız elektriklə işləyən mikro-şatllar muzeyə qədər hərəkət etməlidir. Zirvəyə qalxış isə yalnız piyada marşrutla həyata keçirilməlidir. Bu sistem karbon emissiyalarını minimuma endirəcək, həmçinin ərazidə sükunət və təbiət balansını qoruyacaq. Qalanın marşrut xəttində zibil qutuları əvəzinə "pack-in/pack-out" prinsipi tətbiq olunmalı, girişdə su doldurma məntəqələri və çoxistifadəli qab təşviqi təmin edilməlidir. Bu yanaşmanın nəticəsi kimi marşrut boyu zibil sıxlığının 0,5 ədəd/100 metr göstəricisindən aşağı saxlanması və e-şatl istifadəsinin 70%-ə çatması hədəflənə bilər.

Dördüncü istiqamət infrastruktura və interpretasiyaya yönəlib. Qalanın baza hissəsində "Əlincə 3D Panoram" və interaktiv taymlayn (Eldəgüzlər dövründən Teymurun 1401-ci il mühasirəsinə qədər) qurularaq ziyarətçilərin tarixi faktları yalnız oxumaqla deyil, vizual və emosional şəkildə yaşaması təmin edilə bilər. Yol boyunca 500-pilləlik intervallarla fövqəladə əlaqə QR-ları və istiqamət markerləri əlavə olunmalı, bununla da itmə və ya yıxılma hadisələri sıfıra endirilə bilər. KPI kimi muzeydə orta ziyarət müddətinin 20 dəqiqədən çox, ziyarətçi məmnuniyyətinin isə 4,6/5 səviyyəsində olması hədəflənir [8, s. 275].

Beşinci istiqamət isə rəqəmsal marketinq və turizm məhsullarının qlobal paylanması ilə bağlıdır. Əlincə qalası "Machu Picchu of Azerbaijan" brendi ilə təqdim edilə bilər, lakin bu, kütləvi turizm deyil, "slow travel" və "mindful heritage experience" yanaşması ilə birləşdirilməlidir. Naxçıvanın 2–3 günlük kompleks turizm marşrutu (Əlincə – İlandağ – Duzdağ – Ordubad) formalaşdırılaraq, regionun orta qalma müddətini 1,8 gecədən yuxarıya qaldırmaq mümkündür. Bu, həm ziyarətçi axınını bərabərləşdirəcək, həm də iqtisadi gəlirliliyi artıracaq.

Əlincə qalasının idarəetmə strategiyası "sadəcə turizm obyekti" anlayışından çıxaraq "təcrübə, texnologiya və icma arasında balans modeli"nə çevrilir. Bu model tətbiq edildiyi halda, Əlincə 2027-ci ilə qədər Azərbaycanın ilk "Smart Sustainable Heritage Site" statusunu qazanmaq potensialına malik olacaq – burada hər bir ziyarətçi təkcə tarixi deyil, həm də gələcəyin idarəetmə sistemini təcrübə edəcək [9, s. 85-86].

Şəkil 2. Əlincə qalasının idarəetmə istiqamətləri üzrə təsir, yenilik və dayanıqlılıq səviyyəsi



Mənbə: https://visitsilkroad.org/destination/alinja-castle

Əlincə qalasının turizm bazarı və əlçatanlıq imkanları strateji planlaşdırma baxımından mühüm əhəmiyyət daşıyır. Qalaya çatmaq üçün əsas marşrut Naxçıvan şəhərindən Xaneqah istiqamətində yerləşir və bu yol həm yerli, həm də xarici turistlər üçün əsas giriş nöqtəsi hesab olunur. Beynəlxalq səviyyədə ən rahat giriş marşrutu Bakı–Naxçıvan daxili aviareysi vasitəsilə təmin edilir, bu da turizm axınının sürətli və təhlükəsiz şəkildə yönləndirilməsinə imkan yaradır. Alternativ olaraq, İran və Türkiyə ilə sərhəd keçidlərindən istifadə də mümkündür ki, bu, transsərhəd turizm modelinin inkişafı üçün əlavə potensial açır. Əlincəyə səyahət üçün optimal mövsüm yaz və payız aylarıdır, çünki bu dövrlərdə hava şəraiti həm fiziki fəaliyyət, həm də mənzərə baxımından daha uyğundur. Yay aylarında yüksək temperatur, qışda isə sərt relyef şəraiti ziyarət axınını məhdudlaşdıra bilər [10, s. 175]. Buna görə də planlaşdırmada mövsümi bərabərləşdirilmiş turizm təşviqləri əsas istiqamət kimi qəbul edilməlidir.

NƏTİCƏ

Əlincə qalasının turizm idarəetməsində effektiv qərarvermə və dayanıqlılığın təmin olunması üçün real vaxtlı monitorinq sistemləri və "dashboard" göstəricilərinin tətbiqi zəruridir. Bu yanaşma yalnız statistik məlumatların toplanmasını deyil, həm də operativ analiz və sürətli reaksiya imkanlarını formalaşdırır. Belə bir "smart monitoring" modeli həm dövlət, həm də yerli icma səviyyəsində qərarların elmi əsaslarla qəbulunu təmin edə bilər.

Ziyarətçi sayı (günlük və aylıq) — "time-slot" rezervasiya sistemindən alınan onlayn məlumatlara əsaslanmalıdır. Bu göstərici marşrutun real tutumuna nəzarət etmək və mövsümi balansı qorumaq üçün əsas məlumat mənbəyidir. Günlük axınların təhlili pik saatlarda sıxlığın artdığı nöqtələri müəyyən etməyə, resursların bərabər paylanmasına və işçi qüvvəsinin planlaşdırılmasına imkan verəcək.

Orta qalma müddəti (Naxçıvan) — regionun turizm gəlirliliyinin ən vacib indikatorudur. Hal-hazırda bu göstərici təxminən 1,4 gündür, lakin strateji məqsəd 1,8 gecədən yuxarı qalma müddətinə nail olmaqdır. Bu artım yalnız otel gəlirlərini deyil, həm də yerli xidmətlərdən istifadənin həcmini artıracaq. "Stay & Feel" proqramı, aqroturizm və təcrübə əsaslı turlar bu göstəricini uzunmüddətli saxlamağa kömək edə bilər.

Yol təhlükəsizliyi — hər 10 000 ziyarətə düşən insident sayı ilə ölçülməlidir. Qalada pilləkənli marşrutun olması nəzərə alınaraq, təhlükəsizlik hadisələrinin sıfır səviyyəsində saxlanılması əsas prioritetdir. Sensor əsaslı xəbərdarlıq sistemləri, istirahət cibləri və mütəmadi yoxlamalar bu KPI-nin dayanıqlı şəkildə qorunmasına imkan verəcək.

İcma gəliri — turizmin sosial təsirinin ən vacib ölçüsüdür. Bu göstərici ziyarətçi başına düşən yerli xərclər (bələdçi, yemək, nəqliyyat, suvenirlər və s.) əsasında hesablanır. Hədəf odur ki, hər bir turistin xərclədiyi 1 manatın ən azı 0,4 manatı birbaşa yerli icmaya yönəlsin. Bu, "Alinja Circular Model" iqtisadi sisteminin mərkəzi ideyasıdır və sosial rifahın uzunmüddətli qorunmasını təmin edir.

Ətraf mühitin vəziyyəti — marşrut üzrə müntəzəm "zibil auditləri" ilə ölçülməlidir. Hər 100 metr məsafədə tullantı sıxlığının 0,5 ədəd səviyyəsini aşmaması ekoloji dayanıqlılığın əsas kriteriyası hesab olunur. Bundan əlavə, su-doldurma stansiyalarının istifadəsi sayına əsaslanan göstərici həm su resurslarının düzgün idarə edilməsini, həm də plastik tullantıların azalmasını izləməyə imkan verəcək.

Ziyarətçi məmnuniyyəti (satisfaction score) — beynəlxalq platformalarda (tripadvisor, Google Maps, NPS sorğuları) izlənməlidir. Hal-hazırda Əlincə qalası yüksək reytinqə malikdir, lakin bu göstəricinin qorunması üçün interaktiv təcrübə, bələdçi keyfiyyəti və rahatlıq səviyyəsi davamlı şəkildə analiz edilməlidir.

Bu "dashboard" sistemi vasitəsilə Əlincə qalasının idarəetməsi "reaktiv nəzarət"dən "proaktiv optimallaşdırma" mərhələsinə keçə bilər. Yəni qərarlar hadisələr baş verdikdən sonra deyil, göstəricilərin dəyişmə tendensiyasına əsasən əvvəlcədən qəbul ediləcək. Nəticədə, Əlincə qalası yalnız turizm obyektinə deyil, davamlı, rəqəmsal və intellektual idarəetmə mərkəzinə çevriləcək.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Məmmədov, R. Azərbaycanın turizm potensialı və dayanıqlı inkişaf imkanları. Bakı: Turan Nəşriyyatı, 2021, 284 s.
2. Həsənov, A. Naxçıvanın tarixi abidələri və turizm inkişafı strategiyası. Naxçıvan: Əcəmi Nəşriyyatı, 2020, 312 s.
3. Əliyeva, L. Mədəni irsin idarəedilməsi və rəqəmsal transformasiya. Bakı: Elm və Təhsil, 2022, 276 s.

4. Rüstəmov, S. Azərbaycan memarlıq məktəbləri və tarixi qalalar. Bakı: Şərq-Qərb, 2019, 198 s.
5. Qasımova, N. Ekoturizm və icma əsaslı idarəetmə modelləri. Gəncə: Elm Nəşriyyatı, 2023, 245 s.
6. Smith, M.K. Issues in Cultural Tourism Studies. London: Routledge, 2021, 340 p.
7. Hall, C.M. Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships. New York: Pearson Education, 2019, 378 p.
8. Weaver, D. Sustainable Tourism: Theory and Practice. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2020, 302 p.
9. Иванова, Е.В. Экологический туризм и региональное развитие. Москва: Финансы и Статистика, 2018, 256 с.
10. Петров, А.Н. Цифровая трансформация туризма и управление культурным наследием. Санкт-Петербург: Герда, 2022, 228 с.
11. https://www.stat.gov.az/news/index.php?id=6170&lang=en

Elvin MƏLİKLİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
elvinmelikli0@mail.com

BAKIDA MÖVCUD OLAN DAHİ MUSİQİÇİLƏRİN EV MUZEYLƏRİN VƏ ONLARIN İNKİŞAF POTENSİALI

Xülasə*: Bakıda yerləşən dahi musiqiçilərin ev muzeyləri Azərbaycanın mədəni irsinin qorunması və gələcək nəsillərə ötürülməsi baxımından əvəzsiz əhəmiyyətə malikdir. Bu muzeylər yalnız keçmişin yadigarı və ya bir sənətkarın şəxsi əşyalarının toplandığı məkan deyil, əslində bir millətin musiqi ruhunun və bədii düşüncəsinin canlı təcəssümüdür. Hər bir ev muzeyi - istər Üzeyir Hacıbəylinin, istər Qara Qarayevin, istərsə də Niyazinin - təkcə bir fərdin həyatına yox, eyni zamanda onun dövrünə, düşüncə tərzinə və cəmiyyətlə olan qarşılıqlı əlaqəsinə işıq tutur. Bu muzeylər, Azərbaycanın musiqi tarixi, mədəni düşüncə sistemləri və yaradıcı mühit haqqında zəngin məlumatlar təqdim etməklə yanaşı, ziyarətçilərin emosional təcrübə yaşamasına da imkan yaradır. Əşyaların arasında dolaşmaq, sənətkarın istifadə etdiyi not dəftərlərinə baxmaq və ya onun pianinosunu görmək insanı sanki o dövrə qaytarır. Bu isə, muzeylərin sadəcə informativ deyil, həm də tərbiyəvi və ruhlandırıcı funksiyalarını önə çıxarır. Lakin bu qədər potensiala baxmayaraq, Bakıda yerləşən ev muzeyləri bir sıra sistematik və texniki problemlərlə üz-üzədir. Bəzi muzeylərdə təmir və mühafizə işləri uzun illərdir aparılmır, ekspozisiya materialları zamanla köhnəlir və rəqəmsal təqdimat metodlarının olmaması gənc auditoriyanın marağını azaldır.*

Eyni zamanda, marketinq strategiyalarının zəif olması, bu muzeylərin geniş ictimaiyyətə çatdırılmasında əngəl törədir. Halbuki, bu məkanlar həm ölkə daxilində, həm də beynəlxalq səviyyədə Azərbaycanın mədəniyyət diplomatiyasının gücləndirilməsi üçün vacib platforma ola bilər. Bununla belə, bu muzeylərin gələcək inkişafı üçün mövcud imkanlar kifayət qədər ümidvericidir. Əgər rəqəmsallaşma, texnoloji modernləşmə, gənclərlə əlaqələrin artırılması və turizm sahəsi ilə koordinasiyalı əməkdaşlıq həyata keçirilsə, bu muzeylər həm maarifləndirici, həm də iqtisadi baxımdan səmərəli fəaliyyət göstərə bilərlər. Eyni zamanda, dövlət və özəl sektor arasında partnyorluqlar qurularaq sponsorluq mexanizmləri inkişaf etdirilə bilər.

Beləliklə, dahi musiqiçilərin ev muzeyləri yalnız keçmişi qoruyan mərkəzlər deyil, gələcək üçün ilhamverici, yaşayan və dinamik mədəniyyət ocaqlarına çevrilə bilər.

Açar sözlər: *ev muzeyi, Bakı, musiqiçi, Üzeyir Hacıbəyli, Qara Qarayev, Müslüm Maqomayev, Niyazi, mədəni irs, muzey idarəçiliyi, turizm, rəqəmsallaşma.*

HOUSE MUSEUMS OF GREAT MUSICIANS IN BAKU AND THEIR DEVELOPMENT POTENTIAL

Abstract: *The house museums of great musicians located in Baku play an invaluable role in preserving Azerbaijan's cultural heritage and passing it on to future generations. These museums are not just collections of a few personal items or remnants of the past; they are, in fact, vivid representations of a nation's musical soul and artistic mindset. Each house museum - whether it belongs to Uzeyir Hajibeyli, Gara Garayev, or Niyazi - sheds light not only on the personal life of an individual but also on the era they lived in, their intellectual approach, and their interaction with society. These museums offer rich insights into Azerbaijan's musical history, cultural thought systems, and creative environments, while also allowing visitors to experience an emotional connection. Walking among the displayed items, viewing the composer's handwritten scores or seeing the piano they once played takes the visitor on a nostalgic journey. Thus, these museums stand out not only for their educational value but also for their inspirational and moral functions. Despite this enormous potential, the house museums in Baku face several systemic and technical problems. In some of them, restoration and maintenance work has been neglected for years; the exhibition materials have aged; and the absence of digital presentation methods has reduced the interest of younger audiences. Additionally, the weak marketing strategies hinder the promotion of these museums to a broader public. However, these spaces could serve as essential platforms for strengthening Azerbaijan's cultural diplomacy both domestically and internationally. Nevertheless, the development potential of these museums remains highly promising. If digitization, technological modernization, youth engagement, and coordinated collaboration with the tourism sector are implemented, these museums can become both educational and economically efficient institutions. At the same time, partnerships between the state and the private sector can help develop sustainable sponsorship mechanisms. In this way, the house museums of great musicians will not only preserve the past but also evolve into inspiring, living, and dynamic cultural centers for the future.*

Keywords: *house museum, Baku, musician, Uzeyir Hajibeyli, Gara Garayev, Muslum Magomayev, Niyazi, cultural heritage, museum management, tourism, digitization.*

ДОМА-МУЗЕИ ВЫДАЮЩИХСЯ МУЗЫКАНТОВ В БАКУ И ИХ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ

Резюме*: Дома-музеи великих музыкантов, расположенные в Баку, играют бесценную роль в сохранении культурного наследия Азербайджана и передаче его будущим поколениям. Эти музеи - не просто собрания личных вещей или реликвий прошлого, а живое воплощение музыкального духа нации и её художественного мышления. Каждый такой музей - будь то музей Узеира Гаджибекова, Гары Гараева или Ниязи - проливает свет не только на жизнь конкретного человека, но и на его эпоху, мировоззрение и взаимоотношения с обществом. Эти музеи предоставляют богатую информацию об истории азербайджанской музыки, культурной мысли и творческой среде, а также позволяют посетителям пережить эмоциональный опыт. Прогуливаясь среди экспонатов, глядя на рукописные ноты композитора или его личное пианино,*

человек словно возвращается в ту эпоху. Таким образом, музеи выполняют не только информационную, но и воспитательную, вдохновляющую функцию. Несмотря на такой потенциал, многие бакинские дома-музеи сталкиваются с рядом системных и технических проблем. В некоторых из них ремонт и реставрационные работы не проводились годами, экспозиции устарели, а отсутствие цифровых технологий снижает интерес молодёжи.

Кроме того, слабые маркетинговые стратегии мешают эффективному продвижению этих музеев в обществе. Хотя при грамотном подходе они могут стать важной платформой для культурной дипломатии Азербайджана как внутри страны, так и за её пределами. Тем не менее, потенциал для развития этих музеев остаётся весьма обнадёживающим. При внедрении цифровых технологий, модернизации, усилении взаимодействия с молодёжью и туризмом, они могут превратиться в значимые образовательные и экономически эффективные учреждения. Кроме того, партнёрство между государственным и частным секторами может способствовать развитию механизмов спонсорства. Таким образом, дома-музеи великих музыкантов станут не только центрами, хранящими прошлое, но и вдохновляющими, живыми и динамичными культурными пространствами будущего.

Ключевые слова: *дом-музей, Баку, музыкант, Узеир Гаджибейли, Гара Гараев, Муслим Магомаев, Ниязи, культурное наследие, управление музеями, туризм, цифровизация.*

GİRİŞ

Bakı şəhəri, təkcə paytaxt statusu ilə deyil, həm də Azərbaycanın mədəni həyatının mərkəzi olması ilə seçilir. Qədim və müasir memarlığın, zəngin tarixin və müxtəlif mədəniyyətlərin kəsişdiyi bu şəhər, əsrlər boyu sənət, elm və musiqi mühitinin inkişaf etdiyi mühüm bir məkana çevrilmişdir. Burada fəaliyyət göstərən ev muzeyləri - xüsusilə də ölkənin musiqi mədəniyyətinə böyük töhfələr vermiş dahi sənətkarların həyat və yaradıcılığına həsr olunmuş muzeylər - milli kimliyimizin, tarixi yaddaşımızın və bədii dəyərlərimizin qorunmasında misilsiz rol oynayır [2]. Bu muzeylər sadəcə eksponatların toplanıldığı məkanlar deyil, onlar həm də keçmişlə bu gün, sənətkarla cəmiyyət, fərdlə kollektiv yaddaş arasında bir körpü rolunu oynayır. Məsələn, Üzeyir Hacıbəyli, Qara Qarayev, Müslüm Maqamayev, Niyazi kimi musiqi dahilərinin yaşayıb - yaratdığı evlərin bu gün muzeyə çevrilməsi, yalnız onların şəxsi əşyalarını qorumaqla kifayətlənmir - bu məkanlar həm də musiqi irsini duymaq, sənətkarın ruhunu hiss etmək üçün yaradılmış canlı laboratoriyalardır [8]. Tarixi sənədlər, şəxsi əşyalar, əlyazmalar, nota köçürülmüş əsərlər, nadir fotolar və hətta yaşanmış məkanın özü belə bu muzeyləri yalnız keçmişi xatırlamaq üçün deyil, onu yaşatmaq və gələcək nəsillərə ötürmək üçün ideal vasitəyə çevirir [8]. Bununla yanaşı, ev muzeyləri ziyarətçilərə yalnız məlumat ötürmək məqsədi daşımır, həm də emosional bağ yaratmaq, mənəvi dəyərləri aşılamaq və milli fəxr hissini gücləndirmək məqsədinə xidmət edir. Onlar qonaqlara Azərbaycanın mədəni təbiətini daha yaxından tanımaq imkanı verir. Lakin zaman keçdikcə bu dəyərli mədəniyyət ocaqlarının bir çoxu diqqətdən kənarda qalır, bəziləri isə ciddi texniki, inzibati və ictimai çətinliklərlə üzləşərək öz ilkin funksionallığını və cazibəsini itirir [9]. Əvvəllər böyük maraqla ziyarət olunan bu muzeylərin bir hissəsi bu gün yalnız formal fəaliyyət göstərir, ziyarətçi sayı azalır, innovativ yanaşmalar tətbiq edilmir və müasir nəsillə əlaqə qurmaqda çətinlik çəkilir [9].

Bu məqalədə məqsəd - Bakıda yerləşən dahi musiqiçilərin ev muzeylərinin hazırkı vəziyyətini təhlil etmək, onların qarşılaşdığı əsas çətinlikləri ortaya qoymaq və inkişaf potensiallarını araşdırmaqdır. Eyni zamanda, bu muzeylərin daha funksional, interaktiv və dayanıqlı mədəniyyət müasir dövrə uyğun olaraqməkanlarına çevrilməsi üçün hansı strateji

yanaşmaların zəruri olduğunu müzakirə etmək əsas hədəflərdən biridir. Çünki bir xalqın musiqi yaddaşı itərsə, onun mənəvi yaddaşı da zamanla solub yox ola bilər - bu səbəbdən də ev muzeylərinin qorunması və inkişafı yalnız mədəni məsələ deyil, strateji əhəmiyyət daşıyan milli vəzifədir.

Bakıda yerləşən ən tanınmış ev muzeylərindən biri Üzeyir Hacıbəylinin ev muzeyidir. Onun yaşayıb-yaratdığı evdə yaradılan bu muzey, Azərbaycan musiqisinin ilk professional memarının irsini qoruyur və gələcək nəsillərə ötürür [5]. Üzeyir bəyin yaradıcılığı təkcə Azərbaycan deyil, ümumilikdə Şərq musiqisinin inkişafında mühüm rol oynamışdır. Onun həyatına və fəaliyyətinə birbaşa şahidlik edən əşyaların qorunduğu bu muzey, ziyarətçilərə sadəcə informativ deyil, həm də dərin emosional təcrübə yaşadır. Muzeydə sərgilənən şəxsi əşyalar, notlar, məktublar, pianino və fotolar vasitəsilə ziyarətçilər Üzeyir bəyin dünyasına sanki bir zaman kapsulu vasitəsilə səyahət edə bilirlər [5]. Onun iş otağı, yaradıcılıq mühiti, vətənə və xalqına bağlılığı ilə zəngin bir atmosfer yaradır. Lakin bu muzeyin texniki bazası və interaktiv imkanları müasir muzeyçilik tələblərindən geri qalır. Eksponatların təqdimatı ənənəvi üsullarla aparıldığından, xüsusilə gənc nəsil üçün bu mühit yetərincə cəlbedici olmaya bilər [9].

Qara Qarayevin ev muzeyi isə bir qədər fərqli yanaşma ilə təqdim olunur. Müasirlik və interaktivlik bu muzeyin əsas fərqləndirici cəhətləridir. Burada interaktiv ekranlar, multimedia panellər, audio bələdçilər və hətta bəzi interaktiv musiqi nümunələri təqdim olunur ki, bu da ziyarətçilərdə daha çox maraq və iştirak hissi yaradır [10]. Qarayevin yenilikçi ruhu muzeyin ekspozisiyasına da sirayət edib - onun not dəftərləri, sinfonik əsərlərinin yazılı variantları, dirijor çubuğu və digər nadir eksponatlar ziyarətçilərin diqqətini çəkir. Bundan əlavə, bəzi otaqlarda ziyarətçilər Qarayevin musiqilərini dinləyə bilər və onun bədii təfəkküründün izlərini real səslərlə hiss edə bilərlər. Lakin bütün bu üstünlüklərə baxmayaraq, muzeyin geniş auditoriya tərəfindən tanınması istənilən səviyyədə deyil. Marketinq fəaliyyətlərinin zəifliyi, xüsusilə də sosial media platformalarında və turizm resurslarında yetərsiz təbliğat muzeyin ziyarətçi axınına mənfi təsir göstərir [7].

Bakıda yerləşən görkəmli sənətkarların ev muzeyləri sırasında Müslüm Maqomayevin ev muzeyi də xüsusi önəm daşıyır. Burada sənətkarın şəxsi əşyaları, səhnə kostyumları, not dəftərləri, afişalar, foto və video materiallar, disk və kaset kolleksiyası nümayiş olunur ki, bunlar onun həm musiqiçi, həm də vətəndaş obrazını bütöv şəkildə əks etdirir. Ziyarətçilər muzeydə sadəcə məlumat deyil, həm də dərin emosional təcrübə yaşayır, Maqomayevin ifalarının əks-sədasını hiss edirlər. Lakin muzeydə interaktiv texnologiyaların çatışmazlığı və zəif marketinq fəaliyyəti diqqətdən qaçmır. Gənc nəsil üçün daha cəlbedici mühit yaratmaq məqsədilə multimedia panelləri və rəqəmsal arxivlərin tətbiqi zəruridir. Buna baxmayaraq, burada keçirilən musiqili tədbirlər və xatirə gecələri muzeyi passiv ekspozisiyadan çıxarıb canlı mədəniyyət mərkəzinə çevirir və Müslüm Maqomayevin zəngin irsini gələcək nəsillərə ötürür[9].

Dirijor Maestro Niyazinin ev muzeyi isə həm klassik təqdimatı, həm də canlı tədbirlərlə zəngin proqramları ilə seçilir. Burada vaxtaşırı keçirilən musiqili gecələr, ustad dərsləri, gənc musiqiçilərin çıxışları və sərgilər bu məkanı yalnız passiv muzey formatından çıxarıb, canlı mədəniyyət mərkəzinə çevirir [8]. Niyazinin dünya şöhrətli dirijor kimi fəaliyyəti, onun Avropa və Şərq musiqisi arasında körpü rolu muzeyin ekspozisiyasına ustalıqla əks etdirilib. Lakin burada da müasir texnologiyaların çatışmazlığı, eksponatların konservasiyası üçün laboratoriya şəraitinin olmaması, interaktiv sistemlərin qurulmaması və sponsorluq imkanlarının məhdudluğu muzeyin inkişaf imkanlarını ciddi şəkildə məhdudlaşdırır [9].

Bu üç ev muzeyinin müqayisəli təhlili göstərir ki, onların hər biri unikal irsə sahib olsa da, ortaq problemlər eyni dərəcədə aktualdır. Maddi-texniki bazanın zəifliyi, ixtisaslı kadr çatışmazlığı, kurator və mühafizəçilərin peşəkar hazırlığının zəifliyi, eləcə də ictimaiyyətlə əlaqələrin zəif təşkili bu muzeylərin effektiv fəaliyyət göstərməsinə əngəl törədir [2]. Bundan

əlavə, eksponatların saxlanma şəraiti də bir çox hallarda standartlara uyğun deyil. Rütubət, işıqlandırma sistemlərinin köhnəlməsi, iqlimləşdirmə və ventilyasiya sistemlərinin olmaması nəticəsində tarixi materiallar zədələnmə təhlükəsi altındadır [9]. İctimaiyyətlə əlaqələrin qurulmaması, məktəblərlə əməkdaşlığın zəif olması, bələdçi xidmətlərinin məhdudluğu və turizm marşrutlarında ev muzeylərinə lazımi yerin ayrılmaması da bu sahədə problemlər yaradır. Sosial media platformalarında aktivliyin zəif olması, eləcə də broşür, veb sayt və mobil tətbiqlərin olmaması ziyarətçilərin məlumatlılıq səviyyəsini aşağı salır və muzeylərə marağı azaldır [7].

Lakin bu ev muzeylərinin inkişaf potensialı kifayət qədər böyükdür və bu potensialı reallaşdırmaq üçün strateji yanaşmalar tələb olunur. İlk növbədə, bu muzeylər rəqəmsallaşdırılmalı, 360 dərəcə virtual turlar, mobil tətbiqlər və artırılmış reallıq (AR) texnologiyası vasitəsilə geniş auditoriyaya çatdırılmalıdır [10], [3]. Bu cür texnologiyalar, xüsusilə pandemiya dövründə sübut etdi ki, mədəniyyət müəssisələrinin fiziki məkanla məhdudlaşması artıq köhnəlmiş yanaşmadır. Virtual turlar və rəqəmsal arxivlər həm yerli, həm də beynəlxalq ziyarətçilər üçün əlçatanlıq imkanlarını artırır [6].

Təhsil və təlim proqramları vasitəsilə bu muzeylər məktəblilər, tələbələr və musiqi ixtisaslı şəxslər üçün öyrədici platformalara çevrilə bilər. Ustad dərsləri, seminarlar, master klas, yay məktəbləri və muzeydə təcrübə proqramları kimi fəaliyyətlər bu məkanları canlı öyrənmə mühitinə çevirə bilər [1]. Bununla yanaşı, bələdiyyələr, qeyri-hökumət təşkilatları və özəl sektorla birgə layihələrin həyata keçirilməsi, muzeylərin sosial və iqtisadi dayanıqlığını təmin edə bilər [4]. Turizm sektorunun bu muzeylərlə inteqrasiyası xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Şəhər turlarının proqramına ev muzeylərinin daxil edilməsi, turizm operatorları ilə əməkdaşlıqların qurulması, broşür və bələdçi materiallarında bu məkanlara yer verilməsi turist axınını artırmaqla yanaşı, musiqi irsinin daha geniş auditoriyaya təqdim olunmasına imkan yaradacaqdır[7].

Bakıda yerləşən dahi musiqiçilərin ev muzeyləri Azərbaycanın mədəni irsinin qorunmasında mühüm rol oynayır. Bu muzeylər sadəcə bir sənətkarın şəxsi həyatına dair məlumat verməklə kifayətlənmir, həm də həmin dövrün bədii düşüncə tərzini, ictimai münasibətlərini, musiqi dilini və milli kimliyini gələcək nəsillərə ötürmək missiyasını daşıyır. Hər bir ev muzeyi - istər Üzeyir Hacıbəyli, istər Qara Qarayev, istər Müslüm Maqamayev, istərsə də Niyazi olsun - xalqımızın estetik dünyagörüşünü, musiqiyə münasibətini və mədəniyyətə verdiyi dəyəri əks etdirən canlı abidələrdir. Lakin onların bugünkü durumu, təəssüf ki, müasir dövrün tələblərinə tam cavab vermir [9]. Bir çox hallarda bu muzeylərdə ziyarətçi təcrübəsi zəifdir, ekspozisiyalar köhnəlmiş və statik təqdimat formaları ilə məhdudlaşır, yeni texnologiyaların tətbiqi isə ya yoxdur, ya da çox zəif səviyyədədir. Gənclər üçün bu məkanlar təəssüf ki, "baxılıb keçilən", darıxdırıcı muzey imicində qalıb. Halbuki musiqiçinin həyatını, onun iç dünyasını və yaradıcılıq prosesini dinamik, interaktiv və hiss etdirici formatda təqdim etmək mümkündür və bu, artıq bir seçim deyil, zərurətdir.

Keçmişin dahi musiqiçilərinin izini yaşadan bu evlər, əslində, gələcəyin musiqi və mədəniyyət siyasətinin bünövrəsini təşkil edə bilər. Onlar bir tərəfdən milli-mədəni irsi qorumaq, digər tərəfdən isə mədəni diplomatiya vasitəsi kimi istifadə olunmaq potensialına malikdirlər. Bu məkanlar Azərbaycanın dünyaya tanıtdığı sənətkarların hekayəsini təkcə ölkə daxilində deyil, beynəlxalq platformalarda da danışa bilər. Onları unutmaq yox, gücləndirmək zamanıdır - çünki keçmişə sahib çıxmaq gələcəyə daha inamla addımlamaq deməkdir [1]. Bu baxımdan, hər bir ev muzeyi dövlətin mədəni strategiyasında prioritet istiqamət kimi nəzərdən keçirilməli və dayanıqlı inkişaf üçün ardıcıl və kompleks tədbirlər planı həyata keçirilməlidir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət Nazirliyi. (2022*). Ev muzeylərinin inkişaf konsepsiyası 2022–2026.* Bakı.
2. Əliyev, M. (2019*). Mədəniyyət və muzeyşünaslıq.* Bakı: Elm nəşriyyatı.
3. Əliyeva, R. (2019). "Virtual muzeylər: imkanlar və reallıqlar". *Mədəniyyət və İncəsənət*, №4, s. 58–64.
4. Həsənov, C. (2018). *Bakının mədəni xəritəsi.* Bakı: Şərq-Qərb.
5. İsmayılov, F. (2023). *Azərbaycan musiqi mədəniyyəti*. Bakı: Təhsil Nəşriyyatı.
6. Karimova, N. (2020). "Cultural heritage and youth engagement". *Journal of Museum Innovation,* Vol. 5, Issue 4, s. 88–97.
7. Quliyev, S. (2021). "Bakı ev muzeylərində turizmin təşkili". *Turizm və Cəmiyyət,* №1, s. 12–19.
8. Məmmədli, A. (2021). "Musiqi irsinin qorunmasında muzeylərin rolu". *Kulturoloji Tədqiqatlar,* №3, s. 30–36.
9. Rəhimova, T. (2020). "Ev muzeylərinin idarə olunması və ictimai əlaqələr". *Azərbaycan Muzey Jurnalı,* №2, s. 45–52.
10. UNESCO. (2021). *Museums in the Digital Era*. Paris: UNESCO Publishing.

Aytən ABBASOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
ayten.a.2002@icloud.com

MOLLA NƏSRƏDDİN JURNALININ ƏDƏBİ-İCTİMAİ ƏHƏMİYYƏTİ

Xülasə: *Məqalədə jurnalın ədəbi-ictimai əhəmiyyəti, onun cəmiyyətdəki təsiri və Cəlil Məmmədquluzadənin ziyalı mövqeyi araşdırılır. Tədqiqat göstərir ki, jurnal vasitəsilə sosial və siyasi problemlər əyani şəkildə təqdim edilmiş, milli şüurun və ictimai maarifin formalaşmasına töhfə verilmişdir. Məmmədquluzadənin redaktor və müəllif kimi fəaliyyəti, onun ictimai məsuliyyət və vətəndaşlıq mövqeyinin nümunəsi olaraq, həm dövrün, həm də müasir oxucu üçün önəmlidir. Məqalədə jurnalın satirik üslubu, maarifçilik rolu və cəmiyyətə təsiri elmi əsaslarla təhlil olunur, Cəlil Məmmədquluzadənin ziyalı mövqeyi həm nəzəri, həm də praktiki baxımdan qiymətləndirilir. Tədqiqat jurnalın və yazıçının irsinin sosial və mədəni əhəmiyyətini ortaya qoyur, onların çağdaş ədəbiyyat, jurnalistika və mədəni diskurs üçün model olduğunu göstərir. Məqalə həmçinin milli ədəbi və mədəni irsin qorunması, təbliği və gənc nəslin maariflənməsi baxımından aktual məsələləri vurğulayır. Araşdırma nəticəsində jurnalın və yazıçının ictimai təsir mexanizmləri, həmçinin onların müasir dövrdəki əhəmiyyəti və tətbiq imkanları təqdim edilmişdir.*

Açar sözlər: *Molla Nəsrəddin, jurnal, Cəlil Məmmədquluzadə, ziyalı mövqeyi, maarifçilik.*

LITERATURE AND SOCIAL SIGNIFICANCE OF MOLLA NASREDDIN'S MAGAZINE

Abstract: *The article examines the literary and social significance of the magazine, its influence on society, and the intellectual position of Jalil Mammadguluzade. The study shows that social and political problems were presented visually through the magazine, and a contribution was made to the formation of national consciousness and public education. Mammadguluzade's activity as an editor and author, as an example of his social responsibility and civic position, is important for both the contemporary and modern reader. The article*

analyzes the magazine's satirical style, its educational role and its impact on society on a scientific basis, and evaluates Jalil Mammadguluzadeh's intellectual position from both theoretical and practical perspectives. The study reveals the social and cultural significance of the magazine and the writer's legacy, showing that they are a model for contemporary literature, journalism and cultural discourse. The article also highlights current issues in terms of the protection and promotion of national literary and cultural heritage and the education of the younger generation. As a result of the study, the mechanisms of social influence of the magazine and the writer, as well as their importance and application in the modern era, are presented.

Keywords: *Molla Nasreddin, magazine, Jalil Mammadguluzadeh, intellectual position, education*

ЛИТЕРАТУРНАЯ И СОЦИАЛЬНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ЖУРНАЛА МОЛЛЫ НАСРЕДДИНА

Резюме: *В статье рассматриваются литературно-общественное значение журнала, его влияние на общество, а также интеллектуальная позиция Джалила Мамедкулизаде. Исследование показывает, что через журнал наглядно представлялись общественно-политические проблемы, вносился вклад в формирование национального самосознания и просвещение народа. Деятельность Мамедкулизаде как редактора и автора, как пример его социальной ответственности и гражданской позиции, важна как для современного читателя, так и для современного современника. В статье на научной основе анализируется сатирический стиль журнала, его воспитательная роль и влияние на общество, а также с теоретической и практической точек зрения оценивается интеллектуальная позиция Джалила Мамедкулизаде. Исследование раскрывает социально-культурное значение журнала и наследия писателя, показывая, что они являются образцом для современной литературы, журналистики и культурного дискурса. В статье также освещаются актуальные вопросы охраны и популяризации национального литературного и культурного наследия, воспитания подрастающего поколения. В результате исследования раскрываются механизмы социального влияния журнала и писателя, их значение и применение в современную эпоху.*

Ключевые слова: *Молла Насреддин, журнал, Джалил Мамедкулизаде, интеллектуальная позиция, воспитание.*

GİRİŞ

"Molla Nəsrəddin" jurnalı və Cəlil Məmmədquluzadənin ziyalı mövqeyi müasir dövrdə də aktualdır. Jurnal cəmiyyətin sosial və siyasi problemlərinə diqqət çəkərək, maarifləndirmə funksiyasını həyata keçirirdi. Onun satirik və tənqidi üslubu bugünkü jurnalistika və ədəbi tənqid üçün nümunə təşkil edir. Məmmədquluzadənin ziyalı mövqeyi ictimai məsuliyyət və vətəndaşlıq prinsiplərinin təbliği baxımından önəmlidir. Jurnal milli şüurun formalaşmasında mühüm rol oynayıb, bu gün də gənc nəsil üçün ədəbi və mədəni irs nümunəsidir. Onun əsərləri və jurnal fəaliyyəti ictimai-siyasi məsələlərə obyektiv yanaşma qabiliyyətini göstərir. "Molla Nəsrəddin" vasitəsilə cəmiyyətin müxtəlif problemləri satirik və ədəbi metodlarla əyani şəkildə təqdim olunub. Jurnalın təhlili həm tarix, həm də müasir dövr üçün elmi tədqiqatlarda geniş istifadə olunur. Məmmədquluzadənin ictimai mövqeyi və jurnalın funksiyası ziyalıların rolunu və məsuliyyətini anlamağa kömək edir. Bu baxımdan mövzu milli mədəniyyətin qorunması, ədəbiyyatın ictimai təsiri və tarixi maarifçilik ənənələrinin araşdırılması üçün aktualdır.

ƏSAS HİSSƏ

Azərbaycan milli mətbuatı XIX əsrin ikinci yarısında yaranmış və "Əkinçi" qəzeti ilə tarixdə ilk dəfə öz mövqeyini cəmiyyət qarşısında təsdiq etmişdir. Bu qəzet milli mətbuatın inkişafında önəmli rol oynamış və ölkədə mətbuat ənənələrinin formalaşmasına zəmin yaratmışdır. Azərbaycan mətbuatı cəmiyyətin maariflənməsi, ictimai şüurun yüksəldilməsi və mədəni inkişafın təmin olunmasında mühüm vasitə olmuşdur. "Əkinçi" qəzetindən başlayaraq, "Şərqi-Rus", "Füyuzat", "Azərbaycan" və "525-ci qəzet" kimi nəşrlərə qədər uzanan yol, ölkəmizdə müasir cəmiyyətin quruculuğunun zəngin tarixi salnaməsini əks etdirmişdir [9, s. 5].

Azərbaycan milli mətbuatının inkişafında zirvə nöqtəsi, şübhəsiz ki, Cəlil Məmmədquluzadənin rəhbərliyi ilə nəşr olunan "Molla Nəsrəddin" jurnalının fəaliyyətidir. Bu jurnal milli satirik mətbuatın əsası kimi tanınır və əvvəlki nəşrlərdə yalnız məhdud şəkildə istifadə olunan satira ənənəsini tam bir ədəbi-mədəni platforma şəklinə gətirmişdir. "Molla Nəsrəddin" ilk dəfə müstəqil, ardıcıl və uzunömürlü satirik jurnal kimi fəaliyyətə başlamış, Azərbaycan ədəbiyyatında və mətbuatında mühüm vəzifə yerinə yetirmişdir.

Jurnal yalnız Azərbaycan üçün deyil, geniş mənada türk-müsəlman dünyasında da satirik mətbuatın inkişafına və demokratik ictimai fikrin formalaşmasına mühüm təsir göstərmişdir. Şərq aləmində satira ənənəsinin əsasını qoyan bu jurnal, genişmiqyaslı sosial, mədəni və siyasi maarifçilik fəaliyyətinə dəstək olmuşdur. Məmmədquluzadə və onun rəhbərlik etdiyi jurnal, Şərqin milli-mənəvi oyanışı, dirçəlişi və azadlıq uğrunda mübarizəsinin sistemli və ardıcıl simvoluna çevrilmişdir [10, s. 67].

"Molla Nəsrəddin" jurnalının ideya və məzmunu, onun yüksək mübariz keyfiyyətləri, forma və üslubunun bənzərsizliyi jurnalın Azərbaycan və Qərb mətbuatı səviyyəsində rəqabətə tab gətirə biləcək potensialını ortaya qoyur. Belə demək mümkündür ki, "Molla Nəsrəddin" jurnalının fəaliyyətində Şərq və Qərb mətbuat ənənələrinin sintezi uğurla həyata keçirilmiş, Azərbaycan mətbuatı bu jurnalla yeni tarixi epoxaya çıxmışdır. Yeni dövrdə ədəbiyyat, mətbuat və ictimai fikir sahəsində Azərbaycan "Molla Nəsrəddin" vasitəsilə Qərb standartlarına uyğunlaşmışdır [5, s. 23].

"Molla Nəsrəddin" həm də Azərbaycan xalqının milli azadlıq və dövlət müstəqilliyi uğrunda apardığı mübarizənin əhəmiyyətli simvolu olmuşdur. Bu jurnal milli istiqlal ideyalarını sistemli, nizami və ardıcıl şəkildə oxucuya çatdırmış, Azərbaycan xalqının maariflənməsi və vətənpərvərlik ruhunun güclənməsinə xidmət etmişdir. Cəlil Məmmədquluzadə və onun rəhbərlik etdiyi jurnal milli-mənəvi varlığın, demokratiya ideyalarının və milli istiqlal mübarizəsinin əsas hərəkətverici qüvvələrindən biri olmuşdur.

"Molla Nəsrəddin" həm Azərbaycan, həm də türk-müsəlman dünyasında demokratiya, söz azadlığı və insan hüquqları ideyalarının təbliği baxımından önəmli platforma olmuşdur. Jurnal milli azadlıq və dövlət müstəqilliyi uğrunda aparılan mübarizənin mətbuatda ifadə olunmuş ən önəmli simvolu hesab edilir. Məmmədquluzadə jurnal vasitəsilə oxucuları maariflənməyə, sosial məsuliyyətə və milli oyanışa çağırmışdır.

Azərbaycan ədəbiyyatında və mətbuatında realist-satirik ənənələrin inkişafı birbaşa "Molla Nəsrəddin" jurnalının fəaliyyəti ilə bağlıdır. Bu jurnalın işığında tənqidi realizm və satirik üslub inkişaf etmiş, Azərbaycan yazıçı və şairlərinin yeni nəsli yetişmişdir. Jurnalın səhifələrində yayımlanan əsərlər realist-satirik ədəbiyyatın formalaşmasına və karikaturanın milli sərvətə çevrilməsinə xidmət etmişdir [7, s. 15-16].

"Molla Nəsrəddin" jurnalının yaratdığı ədəbi məktəb Azərbaycan ədəbiyyatında özünəməxsus yer tutur. Bu məktəb Nizami, Füzuli və Mirzə Fətəli Axundzadə məktəbləri ilə eyni səviyyədə dayanır və Cəlil Məmmədquluzadə tərəfindən formalaşdırılmışdır. O, həm ədəbiyyatın, həm mətbuatın, həm də ictimai fikrin inkişafında əsas rol oynayan rəhbər ziyalı kimi tanınmışdır.

Jurnal, eyni zamanda, Azərbaycan milli-mənəvi dəyərlərinin qorunması, xalqın

maariflənməsi və demokratik düşüncənin inkişafında güzgü funksiyasını yerinə yetirmişdir. Məmmədquluzadə və jurnalın fəaliyyətinə baxmadan, Azərbaycan milli-mədəni və siyasi tarixini təsəvvür etmək mümkün deyil. Onların fəaliyyəti milli-mənəvi oyanış, dövlətçilik və demokratik inkişaf baxımından əvəzolunmazdır.

"Molla Nəsrəddin" jurnalı milli istiqlal ideyalarının əkinçisi, söz və fikir azadlığının təbliğatçısı, vətənpərvərlik və demokratiya ideyalarının mətbu vasitəsi olmuşdur. Bu jurnal realist-satirik ədəbiyyatın, karikaturanın və publisistikanın inkişafına davamlı təsir göstərmiş, geniş mənada ədəbi və ictimai epoxanı müəyyən etmişdir.

Jurnalın nəşri ilə başlayan və günümüzədək davam edən dövr ədəbiyyatda, mətbuatda və ictimai fikir sahəsində "Molla Nəsrəddin" epoxası adlanır. Cəlil Məmmədquluzadənin uzaqgörən ideyaları, jurnalın möhkəm proqramı və mənalı fəaliyyəti mollanəsrəddinçilik məktəbinin əbədi yaşama haqqını təmin etmişdir.

"Molla Nəsrəddin" jurnalı Azərbaycan mətbuatının və ədəbi mühitinin inkişafında mühüm mərhələni təşkil edən, öz dövründə həm ədəbi, həm də ictimai sahədə əvəzsiz rol oynamış orqandır. Jurnalın birinci nömrəsi 7 aprel 1906-cı ildə Tiflis şəhərində, artıq yazıçı və publisist kimi tanınmış Cəlil Məmmədquluzadənin baş redaktorluğu ilə nəşr olunmuşdur. Bu nəşr Azərbaycan milli mətbuatının tarixində ilk müstəqil satirik-yumoristik jurnal kimi əhəmiyyət kəsb edir.

Cəlil Məmmədquluzadə jurnalın yaranmasından əvvəl 1905-ci ilin avqust ayında Tiflisdə "Novruz" adlı qəzet çıxarmağa rəsmi icazə almış, lakin həmin dövrün məhdudiyyətləri səbəbindən – o dövrdə ruhani və hökumət təsirlərindən azad fəaliyyət mümkün olmadığından – qəzetin nəşrindən imtina etmişdir. 17 Oktyabr 1905-ci il manifesti ilə yaranmış "nəfəs genişliyi" isə onu satirik jurnal çıxarmağa həvəsləndirmişdir. Nəticədə, 21 fevral 1906-cı ildə Tiflis Qubernatoruna müraciət edərək, "Qeyrət" mətbəəsində çap olunmaq şərti ilə "Molla Nəsrəddin" jurnalını nəşr etməyə icazə almışdır.

Jurnalın ilk nömrəsi min tirajla nəşr olunmuş, 500 nüsxəsi bir gün ərzində Tiflis şəhərində satılmışdır. Bu uğur Cəlil Məmmədquluzadənin ziyalı mövqeyi və milli-mənəvi ideyalarına olan cəmiyyətin marağının təzahürü olmuşdur. Dövrün tanınmış ziyalıları – Nəriman Nərimanov, Üzeyir Hacıbəyli, Firidun bəy Köçərli, Əli bəy Hüseynzadə, Əhməd bəy Ağayev və başqaları – jurnalın nəşrini yüksək qiymətləndirmiş, onu milli-mənəvi inkişafın və maarifçiliyin mühüm vasitəsi kimi dəyərləndirmişlər.

"Molla Nəsrəddin" jurnalının təsiri təkcə Azərbaycanda deyil, türk-müsəlman dünyasında da müşahidə olunmuşdur. Jurnalın əsas məqsədi cəmiyyətin maariflənməsi, mövhumat, cəhalət və fanatizmin tənqidi, sosial-ictimai islahatların təşviqi idi. Peterburqda nəşr edilən "Ülfət" qəzeti jurnalın lətifələrini və ciddi satirik yazılarını yüksək qiymətləndirmiş, Firidun bəy Köçərlinin "Tiflisskiy listok" qəzetində qeyd etdiyi kimi, jurnal müsəlman cəmiyyətini islah etmək missiyasını ustalıqla yerinə yetirmişdir.

Jurnalın fəaliyyətində Cəlil Məmmədquluzadənin şəxsi ziyalı mövqeyi, onun milli və vətəndaşlıq prinsipləri ilə bərabər inkişaf etmişdir. Məmmədquluzadə sadə, açıq və anlaşıqlı dilin istifadəsi ilə cəmiyyətin geniş təbəqələrinə müraciət edərək, milli şüurun yüksəlməsinə və maarifçilik ideyalarının yayılmasına böyük töhfələr vermişdir. Bununla yanaşı, jurnalın redaksiya heyəti – Ömər Faiq Nemanzadə, Məşədi Ələsgər Bağırov və başqaları – həm də ideya və texniki sahədə jurnalın yüksək keyfiyyətlə çıxmasına dəstək olmuşdur.

Jurnalın vizual və estetik tərtibatında Tiflis Rəssamlıq və Heykəltaraşlıq məktəbinin müdiri Oskar Şmerlinq, müəllim Jozef Rotter və məşhur azərbaycanlı rəssam Əzim Əzimzadənin çəkdiyi karikaturalar mühüm rol oynamış, bu əsərlər həm savadlı təbəqə, həm də yazıb-oxumağı bacarmayan geniş kütlə arasında jurnalın populyarlığını artırmışdır.

"Molla Nəsrəddin" jurnalının ideya və məzmun baxımından yüksək səviyyədə təşkil olunması, Mirzə Ələkbər Sabir, Əli Nəzmi, Əliqulu Qəmküsar və digər istedadlı şair və

yazıçıların yetişməsi və çıxış etməsi üçün geniş platforma yaratmışdır. Jurnalın satirik üslubu və açıq dil siyasəti, cəmiyyətin sosial problemlərini obyektiv şəkildə işıqlandıraraq, milli maarifçilik və demokratik düşüncənin inkişafına təkan vermişdir [6, s. 67].

Beləliklə, "Molla Nəsrəddin" jurnalı Cəlil Məmmədquluzadənin ziyalı mövqeyinin və ictimai-mədəni missiyasının həyata keçirilməsi baxımından əsas vasitə olmuş, Azərbaycan cəmiyyətinin sosial-ictimai maariflənməsi, demokratik ideyaların təşviqi və milli-mənəvi dəyərlərin qorunması sahəsində əvəzsiz rol oynamışdır. Jurnalın fəaliyyəti Azərbaycan mətbuatı tarixində yeni bir epoxanı – satirik və realist-publisist ədəbiyyatın yüksəliş dövrünü – başlatmışdır.

Beləliklə, mollanəsrəddinçilik bir ideya və ədəbi-fikir hərəkatı kimi formalaşmışdır. Cəlil Məmmədquluzadə və onun rəhbərlik etdiyi mollanəsrəddinçilər həm vətəndaş, həm də ədəbi-mədəniyyət sahəsində təsirli şəxsiyyətlər kimi tanınmış, xalqın istəkli nümayəndələri və ədəbi ictimai fikrin aparıcı qüvvələrinə çevrilmişlər. Bu dövr Azərbaycan mətbuatında və ədəbiyyatında "Molla Nəsrəddin" mərhələsinin başlanğıcı hesab olunur.

"Molla Nəsrəddin" dövrü ədəbiyyatı və mətbuatı milli oyanış, cümhuriyyətçilik, müstəqillik, millilik, demokratiya, mübarizə və azadlıq kimi əsas prinsipləri əks etdirirdi. "Kiçik adamın" taleyi ön plana çəkilməsi jurnalı xalqın gündəlik həyatına yaxınlaşdırmış, Azərbaycançılıq ideyası isə bu nəşrdə milli bir ideologiya səviyyəsinə çatdırılmışdır. Cəlil Məmmədquluzadə Azərbaycançılıq ideyasının əsas müəlliflərindən biri, Böyük Azərbaycan idealının sadiq tərəfdarı və mübarizidir. Onun əsərləri, xüsusilə də "Molla Nəsrəddin" jurnalı, Azərbaycan tarixi və mədəniyyəti haqqında dərin məna daşıyan əsərlərdir.

"Azərbaycan" adlı məşhur məqalə jurnalın həm publisistika, həm də mollanəsrəddinçilik ideyasında əhəmiyyətli yer tutan Azərbaycançılıq ideyasının ümumiləşdirilmiş bəyanatı hesab olunur. Bu məqalə milli oyanış və özünü dərk etmə ideyasının bədii manifestidir. Məqalədə Azərbaycanın coğrafiyası və tarixi Cəlil Məmmədquluzadənin ustad qələmi ilə əks olunmuşdur. Məqalədən bir parça belədir [2, s. 17]. :

"Bəzi vaxt otururam, papağımı qabağıma qoyub fikrə gedirəm. Xəyallara dalıram. Özümdən soruşuram: 'Mənim anam kimdir?' Öz-özümə cavab verirəm: Mənim anam rəhmətlik Zəhrabanu bacı idi. Dilim hansı dildir? Azərbaycan dilidir. Vətənin haradır? Azərbaycan vilayətidir. Haradadır Azərbaycan? Çox hissəsi İrandadır, mərkəzi Təbriz şəhəridir. Qalan hissələri Gilandan başlayaraq qədim Rusiya və Osmanlı imperiyasının ərazisinə qədərdir." [1, s. 89].

O dövrdə jurnal həm "Həyat", "İrşad", "Tərəqqi" kimi qəzetlərlə, həm də "Füyuzat" jurnalı ilə birlikdə fəaliyyət göstərmiş, mətbuat dünyasında önəmli yer tutmuşdur. Hər bir nəşr müxtəlif yollarla xalqın maariflənməsinə xidmət etmiş, bir-birini tamamlamışdır. Lakin sovet dövründə "Molla Nəsrəddin" və "Füyuzat" jurnalları, həmçinin Cəlil Məmmədquluzadə və Əli bəy Hüseynzadə bir-birinə qarşı qoyulmuş, fərqli ideoloji cərəyanları təmsil edən qruplar kimi təqdim edilmişdir. Sovet terminologiyasına görə, Cəlil Məmmədquluzadə tənqidi realizmi, Əli bəy Hüseynzadə isə "mürtəce romantizmi" təmsil edən yazar kimi göstərilmişdir.

Tarixi faktlara baxsaq, "Füyuzat" və "Molla Nəsrəddin" yalnız iki il fəaliyyət göstərmiş, lakin sonradan ədəbi tarixçilər tərəfindən uzun illər süni qarşıdurma mərkəzində saxlanmışdır. Halbuki Əli bəy Hüseynzadə "Həyat" qəzetində "Molla Nəsrəddin" və "Dəbistan" haqqında yazdığı məqalədə jurnalın banisi Cəlil Məmmədquluzadəyə heyranlıq və rəğbətini gizlətməmişdir. Bu, hər iki yazıçının milli maarif və vətən sevgisi baxımından ümumi məqsədlərə xidmət etdiyini göstərən maraqlı nümunədir.

"Molla Nəsrəddin"in tənqid və gülüş alətləri yalnız zahiri olub, altında isə göz yaşları axır. Bu tənqidlərin arxasında ahu-zar, giryə və kədərlər vardır… Bu, ürəyi duyğularla dolu olan "Molla Nəsrəddin" xəndəsidir."

"Molla Nəsrəddin" jurnalı əsas olaraq Şərqdəki zülm və qaranlıqla mübarizə ideyasına

həsr olunmuşdu və bu proqram türk-müsəlman xalqlarının əksəriyyətinin taleyini əhatə edirdi. Jurnalda Hindistan, Əfqanıstan, Türkiyə, Orta Asiya, Qafqaz və Rusiya müsəlmanlarının həyatı, mübarizəsi və sosial problemləri işıqlandırılmışdır. Cəlil Məmmədquluzadə bu nəşri türk-müsəlman dünyasının problemlərinə yönəlmiş, maarifçi və uzaqgörən bir jurnal səviyyəsinə çıxarmışdır.

Xüsusilə İran və Cənubi Azərbaycan məsələlərinə geniş yer verilmiş, bu ölkələrdə baş verən ictimai-siyasi və milli-mənəvi proseslər jurnal vasitəsilə işıqlandırılmışdır. "Molla Nəsrəddin" həm Şimali, həm də Cənubi Azərbaycandakı oxucular üçün əhəmiyyətli bir mətbu orqan olmuşdur. 1906-cı ilin aprelinə jurnalın İranın müxtəlif şəhərlərində böyük maraqla qarşılandığı və minlərlə abunəçi qazandığı qeyd edilmişdir.

Jurnalın İran mövzusunda ardıcıl diqqət yetirdiyi məsələlərdən biri Məşrutə hərəkatı olmuşdur. "İranda hürriyyət" silsiləsi və Mirzə Ələkbər Sabirin satiraları Səttərxan hərəkatını dəstəkləmiş və xalqın diqqətini məşrutəçilərə yönəltmişdir. Məqalələrdə azərbaycanlıların dini, namusu, vətəni üçün mübarizəyə çağırış edilmişdir.

Təbrizdə jurnalın nəşri böyük maraqla qarşılanmış, hətta ilk nömrələr bəzi məkanlarda qadağan edilməyə çalışılmışdır. Lakin xalqın təkidi ilə nəşr davam etdirilmişdir. 1921-ci ildə Təbrizdə çıxan 8-ci nömrə Cənubi Azərbaycanda milli-mədəni oyanışa və ictimai düşüncənin inkişafına böyük töhfə vermişdir.

Jurnal Cənubi Azərbaycanda geniş yayılmış, çoxlu abunəçi qazanmış və yerli yaradıcı qüvvələri bir araya gətirmişdir. Mirzəli Möcüz, İskəndərxan Qəffari, Əbülfət Ələvi, Seyid Əli Bəhzad və digər ədiblər "Molla Nəsrəddin" vasitəsilə realist-satirik ədəbiyyat və mətbuat sahəsində yeni imkanlar əldə etmiş, milli və ictimai düşüncə inkişaf etmişdir.

Azərbaycan ədəbiyyatı və mətbuatı tarixində "Molla Nəsrəddin" jurnalı özünəməxsus ədəbi məktəb yaratmış ilk nəşrdir. Digər ədəbi məktəblərdən fərqli olaraq, "Molla Nəsrəddin" məktəbi həm yazıçı, həm şair, həm də rəssam yaradıcılığını birləşdirir, ictimai fikri əhatə edir və müxtəlif janrları özündə cəmləşdirir. Heç bir ədəbi məktəb "Molla Nəsrəddin" qədər eyni vaxtda bu qədər yaradıcı qüvvəni bir araya gətirməmişdir. XX əsrin əvvəllərində Cəlil Məmmədquluzadənin ardıcıl səyləri nəticəsində Azərbaycan ziyalılarının mollanəsrəddinçi "ordu"su formalaşmışdır. Bu ordunun başında Mirzə Cəlil dayanırdı. Əbdürrəhim bəy Haqverdiyev etiraf edirdi ki, bu ədəbi cəbhədə yaradıcılıq qüvvələri fərqli olsa da, mövzu verən və istiqamət göstərən jurnal və onun baş redaktoru olmuşdur.

"Molla Nəsrəddin" jurnalı tənqidi-realist ədəbiyyatın əsas mərkəzini təşkil etmiş, müxtəlif janr və mövzuları öz ətrafında birləşdirmişdir. Onun yaranmasına qədər Azərbaycanda və Şərqdə ədəbi məktəblər əsasən görkəmli sənətkarların adları ilə bağlı idi. Nizami, Füzuli, Əlişir Nəvai və Mirzə Fətəli Axundzadə məktəbləri daha çox davamçılar sayəsində formalaşmışdı. Amma "Molla Nəsrəddin" konkret bir mətbuat orqanı ətrafında yaradıcı qüvvələrin birləşməsi ilə ilk dəfə müstəqil ədəbi məktəb yaratdı. Bu, yalnız Azərbaycanda deyil, ümumən türk-müsəlman dünyasında birinci belə nümunə idi.

Cəlil Məmmədquluzadənin təşkilatçılıq bacarığı və ədəbi məharəti jurnalın uğurunun əsas səbəbi idi. O, Şərq milli ənənələrini və Qərb maarifçiliyini birləşdirərək yeni tipli ədəbiyyat və mətbuat yaratmış, jurnalın ətrafına çoxlu tərəfdarlar toplaşmışdır. "Molla Nəsrəddin" jurnalının birinci nömrəsində gedən "Sizi deyib gəlmişəm" məqaləsi isə jurnalın və ədəbi məktəbin manifesti kimi çıxış etmişdir. Məqalədə müsəlman qardaşlara müraciət, kiçik adamın mətbuata gətirilməsinin zəruriliyi, tənqid hədəflərinin müəyyənləşdirilməsi və açıq ana dilində yazmanın vacibliyi vurğulanırdı.

Cəlil Məmmədquluzadə şeir sahəsində də yeni yol açmış, "Lisan bəlası" şeiri ilə gələcək mollanəsrəddinçi şairləri müəyyənləşdirmək məqsədini güdmüşdür. Jurnalın birinci nömrəsində alman rəssamı Oskar Şmerlinqin çəkdiyi "Müsəlman dünyasının oyanışı" karikaturası isə mollanəsrəddinçi karikaturaçılıq məktəbinin proqramını təqdim edirdi. Eyni

zamanda, "Molla Nəsrəddin" yeni janrlar – "teleqramlar", "atalar sözü", "poçt qutusu", "bilməli xəbərlər" – yaratmış, bu janrlar uzun illər mollanəsrəddinçi publisistikanın əsasını təşkil etmişdir.

Cəlil Məmmədquluzadə jurnal vasitəsilə ədəbiyyatı istiqamətləndirmiş, "Poçt qutusu" yazıları ilə gələcək ədəbi nəslə dərs vermişdir. Buradakı tapşırıq və tövsiyələr yeni mollanəsrəddinçi ədəbi məktəbin dərsləri hesab olunurdu. O, hətta tanınmış yazıçılara belə güzəşt etmədən tələbkar mövqe tutmuşdur. "Poçt qutusu" bölmələri Mirzə Ələkbər Sabir, Əli Razi Şamçızadə, Əli Məhzun, Əli Nəzmi, Əliqulu Qəmküsar, Əbdürrəhim bəy Haqverdiyev, Salman Mümtaz və Məhəmmədəli Sabit kimi yazıçılara istiqamət verən ədəbi dərslər funksiyasını daşımışdır.

Cəlil Məmmədquluzadənin bədii əsərləri Azərbaycan ədəbiyyatı və mətbuatı üçün nadir nümunələrdən sayılır. O, ədəbiyyatımıza kiçik hekayə janrını, kiçik adam obrazını, tragikomediyanı, satirik publisistikanı, felyeton janrını və "açıq ana dili" üslubunu gətirmiş, həmçinin Azərbaycançılıq və cümhuriyyət ideyalarını genişləndirmişdir. Bu xüsusiyyətlərinə görə müasirləri onu "ədəbi dövrün başçısı" adlandırmışlar.

Cəlil Məmmədquluzadə "Molla Nəsrəddin" jurnalının ətrafında yazıçı, şair, publisist və karikaturaçıları birləşdirərək vahid ədəbi məktəb yaratmışdır. Bu məktəb daxilində müxtəlif yaradıcılıq istiqamətləri inkişaf etmiş, "məktəb içində məktəblər" kimi şeir, realist nəsr, satirik publisistika və karikatura sahələri formalaşmışdır. Hətta "Molla Nəsrəddin" şeir məktəbinin zəminində Sabir satira məktəbi, karikatura sahəsində isə Əzim Əzimzadə karikatura məktəbi meydana gəlmişdir.

"Molla Nəsrəddin" ədəbi məktəbinin şeir sahəsi xüsusilə geniş nailiyyətlər göstərmişdir. Mirzə Ələkbər Sabir bu məktəbin ən böyük nümayəndəsi sayılır və onun satirik şeirləri həm Azərbaycan, həm də türk-müsəlman dünyası ədəbiyyatında ən yüksək səviyyə kimi qiymətləndirilir. Məktəb bir çox tanınmış satirik şair və yazıçını yetirmişdir, o cümlədən Əli Nəzmi, Məmməd Səid Ordubadi, Əliqulu Qəmküsar, Mirzəli Möcüz, Əli Razi Şamçızadə, Əli Məhzun, Məhəmmədəli Sabit və başqaları [3, s. 16].

Nəsr sahəsində də Cəlil Məmmədquluzadə mollanəsrəddinçi realist və satirik nəsrin zirvəsini qoymuşdur. Onun yaradıcılığı həm öz dövrü, həm də sonrakı nəsillər üçün örnək olmuş, Azərbaycan nəsrində tənqidi-realist və satirik üslubun möhkəm təməlini yaratmışdır. Mollanəsrəddinçi publisistika da ədəbi-ictimai fikrin inkişafında xüsusi rol oynamışdır. Cəlil Məmmədquluzadənin bu sahədə yazıları aktual, kəskin və müasir xarakter daşıyırdı.

Jurnalın karikatura sahəsi isə onun digər mühüm nailiyyətlərindən biridir. Karikaturalar mollanəsrəddinçi şeir, nəsr və publisistikanı tamamlamış, jurnalın oxucu dairəsini genişləndirmişdir. Bu sahədə Əzim Əzimzadə, İsmayıl Axundov, Qəzənfər Xalıqov, Yusif Vəzir Çəmənzəminli, Hüseyn Əliyev, Hüseynqulu Zeynalov, Əmir Hacıyev və bir çox xarici ustalar yetişmişdir.

Beləliklə, "Molla Nəsrəddin" ədəbi məktəbi ədəbiyyatımızın, milli mədəniyyətimizin, mətbuatımızın və ictimai fikrimizin inkişafında çoxşaxəli və böyük töhfələr vermiş, müxtəlif yaradıcılıq sahələrini birləşdirərək Azərbaycan mədəniyyətində unudulmaz bir iz qoymuşdur.

"Molla Nəsrəddin" jurnalı yalnız bir mətbuat orqanı olmayıb, həm də eyniadlı ədəbi məktəbi ilə birlikdə mollanəsrəddinçilik adlanan xüsusi bir ədəbi və ictimai təlimi meydana gətirmişdir. Bu təlimin əsasını Azərbaycançılıq və milli müstəqillik ideyaları təşkil edir. Mollanəsrəddinçilik, ədəbiyyatda tənqidi realizm və satira vasitəsilə cəmiyyətdə dəyişiklik yaratmaq, xalqın milli-mənəvi şüurunu yüksəltmək və demokratik düşüncələri müdafiə etmək məqsədini daşıyan ideya və fəaliyyət sistemidir.

Mollanəsrəddinçilik təliminin əsas prinsiplərindən biri "kiçik adam" obrazıdır. Bu obraz vasitəsilə xalqın gündəlik həyatı, onun problemləri və arzuları ədəbiyyata və mətbuata gətirilmiş, müdafiəsi təmin olunmuşdur. Eyni zamanda, bu təlimin nümayəndələri "açıq ana

dili" ilə yazmağı əsas üslubi qayda kimi qəbul etmiş, xalqla birbaşa, anlaşılan dildə ünsiyyət qurmağın vacibliyini vurğulamışlar.

Mollanəsrəddinçilik, həm də satira vasitəsilə ictimai prosesləri dəyişmək, yeniləşdirmək və cəmiyyəti maarifləndirmək məqsədini güdür. "Molla Nəsrəddin" jurnalının dili, üslubu, janrları, tipajları və karikaturaları mollanəsrəddinçi poetikanın əsasını təşkil etmiş, satirik publisistika milli mətbuatın, ictimai fikrin və ədəbiyyatın inkişafında mühüm rol oynamışdır. Mollanəsrəddinçilik həm də demokratik ideyaların təbliği və müdafiəsi hərəkatı kimi qəbul edilmişdir.

Jurnalın fəaliyyət müddəti artıq tarixi fakt hesab olunur, lakin mollanəsrəddinçilik ideyaları hələ də davam edir. Bu ideyalar müstəqil Azərbaycan dövləti, milli ədəbiyyat və mətbuatla birgə yaşamaqda, inkişaf etməkdədir və cəmiyyətin tərəqqisinə, milli-mənəvi şüurun dərinləşməsinə töhfə verməkdədir. Azərbaycan ədəbiyyatı, mətbuatı, ictimai fikri və karikatura sənətinin son yüz ildən artıq dövrdəki bütün əsas inkişaf istiqamətlərində Cəlil Məmmədquluzadənin irsi və "Molla Nəsrəddin" jurnalının rolu əvəzsizdir.

Dövlət səviyyəsində də mollanəsrəddinçilik təliminə yüksək qiymət verilmişdir. Görkəmli ədəbiyyatşünaslar və tədqiqatçılar, o cümlədən Əli Nazim, Mir Cəlal, Əziz Mirəhmədov və başqaları Cəlil Məmmədquluzadənin həyat və yaradıcılığı, mollanəsrəddinçi ədəbiyyatın tədqiqinə mühüm elmi töhfələr vermişlər. Ümummilli lider Heydər Əliyev bu fəaliyyətin Azərbaycan xalqının milli oyanışında və milli dirçəlişində misilsiz rol oynadığını xüsusi vurğulamışdır.

Prezident İlham Əliyevin sərəncamları ilə "Molla Nəsrəddin" jurnalının və Cəlil Məmmədquluzadənin yubileyləri geniş şəkildə qeyd edilmiş, jurnalın əsərləri əsasında tədqiqat və nəşrlər həyata keçirilmişdir. Jurnalın kiril və latın qrafikası ilə çap olunan nəşrləri oxucular, tədqiqatçılar və tələbələr üçün əvəzsiz bir qaynaqdır və yeni nəsillərin mənəvi tərbiyəsində, milli şüurun formalaşmasında əhəmiyyətli rol oynayır. Beləliklə, mollanəsrəddinçilik həm ədəbi, həm də ictimai fikir təlimi olaraq daim inkişafda olan və Azərbaycan dövlətçiliyinə, milli-mənəvi özünüdərkin gücləndirilməsinə xidmət edən əbədiyaşar bir ideyadır. "Molla Nəsrəddin" ədəbi məktəbi və onun ideyaları bu gün də ədəbiyyat, mətbuat və ictimai həyat üçün böyük örnək olmaqda, Azərbaycan cəmiyyətinə və milli mədəniyyətə işıq saçmaqdadır [10, s. 16].

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. A. Paşayev. "Molla Nəsrəddin": dostları, düşmənləri. Bakı, 1982, səh. 10
2. Bax: "Şərqi-Rus" qəzeti, 19 mart 1903, N° 32
3. Cəlil Məmmədquluzadə. Cavabımız. "Molla Nəsrəddin" jurnalı, 11 dekabr 1911, N944
4. Cəlil Məmmədquluzadə. Əsərləri, 4 cilddə, III cild (tərtib edən İ. Həbibbəyli). Bakı, "Öndər", 2004, səh. 5
5. Cəlil Məmmədquluzadə. Əsərləri, 4 cilddə, IV cild (tərtib edən və izahların müəllifi İ. Həbibbəyli). Bakı, "Öndər", 2004, səh. 66
6. Cəlil Məmmədquluzadə. Əsərləri, 4 cilddə, IV cild. Bakı, "Öndər", 2004, səh. 97
7. Əli bəy Hüseynzadə. "Molla Nəsrəddin" və "Dəbistan". "Həyat" qəz., 18 may 1906, N°125
8. Elçin. Həqiqət, ancaq həqiqət. "Ədəbiyyat və incəsənət" qəzeti, 19 fevral 1988, N98 (2279)
9. F. Köçərli. "Molla Nəsrəddin"
10. Mir Cəlal. Azərbaycanda ədəbi məktəblər. Bakı, "Ziya-Nurlan", 2004, səh. 61

Günel MİKAYILOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
gunel.mikayilova@gmail.com

KƏLBƏCƏR BÖLGƏSİNDƏKİ ORTA ƏSR ALBAN QALASI LEH VƏ ƏTRAFI

Xülasə. *Bu məqalədə orta əsr memarlıq abidəsi — Kəlbəcər bölgəsindəki IX əsrə aid Leh qalası təsvir olunur. Bu tikili ərəb istilasından və yeni bir din olan İslamın yaranmasından sonra keçmiş Qafqaz Albaniyasının qalan xristian əhalisinin əsasən dağlıq ərazilərdə məskunlaşdığı dövrə aiddir. Xaçen kimi knyazlıqlarla təmsil olunan qədim dövlətçiliyin qalıqları orada qalmışdır. Məşhur Səhl ibn Smbatın oğlu Şahzadə Atrnerseh bu qalanı dağlıq ərazilərdə hakimiyyətini möhkəmləndirmək üçün tikmişdir. Qalanın ətrafında çoxsaylı monastırlar, kilsələr və məqbərələr yerləşir ki, bunlar birlikdə vahid tikililər kompleksini təşkil edir.*

Açar sözlər: *Lex qalası, Xaçen knyazlığı, Qafqaz Albaniyası, Kəlbəcər rayonu*

THE MEDIEVAL ALBANIAN FORTRESS OF LEH AND ITS SURROUNDINGS IN THE KELBAJAR REGION

Abstract. *This article describes a medieval architectural monument—the Leh Fortress in the Kelbajar District, dating back to the 9th century. This structure dates back to the era when, after the Arab conquest and the establishment of a new religion, Islam, the remaining Christian population of the former Caucasian Albania occupied mostly the mountainous regions. Remnants of ancient statehood, represented by principalities such as Khachen, remained there. Prince Atrnerseh, son of the renowned Sahl ibn Smbat, built this fortress to consolidate his power in the highlands. The fortress's surroundings are home to numerous monasteries, churches, and mausoleums, which together form a single complex of structures.*

Key words: *Lekh fortress, Khachen principality, Caucasian Albania, Kalbajar District*

СРЕДНЕВЕКОВАЯ АЛБАНСКАЯ КРЕПОСТЬ ЛЕХ И ЕЕ ОКРЕСТНОСТИ В КЕЛЬБАДЖАРСКОМ РАЙОНЕ.

Резюме: *Рассказывается о памятнике средневекового зодчества – крепости Лех в Кельбаджарском районе, относящейся к 9 веку. Данное сооружение относится к эпохе, когда после арабского завоевания и утверждения новой религии – ислама, сохранившееся христианское население бывшей Кавказской Албании занимало по большей части горные территории. Там сохранились осколки древней государственности в лице таких княжеств как Хачен. Князь Атрнерсех, сын известного Сахла ибн Смбата, построил данную крепость с целью упрочнения своей власти. В окрестностях данной крепости расположено много монастырей, церквей, мавзолеев, вместе с которыми она образует единый комплекс сооружений.*

Ключевые слова: *Лехская крепость, Хаченское княжество, Кавказская Албания, Кельбаджарский район.*

ВВЕДЕНИЕ

После освобождения Кельбаджарского района в результате победы в Отечественной войне 2020 года изучение историко-архитектурных памятников

средневековой архитектуры Кавказской Албании, расположенных на его территории, приобретает важное значение в силу целого ряда причин.

В первую очередь следует отметить, что их изучение способствует пониманию истории и культуры Кавказской Албании, особенностей средневекового строительства, техники, архитектурных стилей и религиозных традиций региона. Благодаря изучению данных памятников, можно ожидать привлечения к ним внимания местных и зарубежных туристов, что благотворно влияет на развитие местной экономики и способствует повышению узнаваемости региона. Научные исследования в данном направлении необходимы также для выявления неизученных ранее памятников, определения их статуса и необходимости охраны.

Основное содержание проведенного исследования.

Расположенный на западе Азербайджанской Республики в бассейне реки Тертер, в горах Малого Кавказа, на высоте 1500-3800 метров над уровнем моря, Кельбаджарский район имеет площадь в 2314 квадратных километров [1]. Район был создан 8 августа 1930 года. Естественными границами Кельбаджара являются горные хребты Далидаг, Кейти, Муровдаг, Кяпаз, Карабахского нагорья. Самая высокая вершина — Джамишдаг (хребет Муровдаг), высотой 3724 метра. Таким образом, со всех сторон район окружен горами, перейти которые можно только через перевалы. По территории района протекает река Тертер, а также ее множество притоков, а также расположено множество высокогорных озер, среди которых можно назвать Большой и Малый Алагёль, Гарагёль, Ганлыгёль, и Залхагёль. Ущелья, по которым протекают реки и речушки, покрытые лесами склоны и высокогорные луга, составляют основной природный ландшафт района.

Заселённая с доисторических времен людьми, территория Кельбаджарского района входила в состав Албанского царства, а после распада Арабского халифата – в состав Хаченского княжества [6, стр.406-413]. После распада последнего, находившегося долгое время под верховной властью Саларидов, Сельджуков, Хулагидов, Гара-гоюнлу, Ак-гоюнлу и Сефевидов, земли современного Кельбаджарского района вошли в состав княжества Цар (Зар). С возникновением же в середине 18 столетия Карабахского ханства они стали его частью. На территории района находится множество памятников архитектуры, являющихся неотъемлемой частью многовековой азербайджанской культуры [3]. Данные памятники представляют важное значение в силу того, что их изучение способствует пониманию многовековой культуры Азербайджана, истории как всей страны, так и ее регионов. Исследование сохранившихся памятников очень ценно и с точки зрения изучения истории архитектуры, сформировавшихся архитектурных школ, их развития, преемственности и новаторства, а также существовавших межкультурных контактов.

Среди памятников Кельбаджарского района, относящихся ко времени существования Хаченского княжества, относится крепость Лех, расположенная около села Сеидляр. Данный памятник исторической архитектуры вызвал интерес азербайджанских ученых еще в советское время и был изучен целым рядом исследователей [2]. О постройке во второй четверти 9 века данной крепости хаченским князем Атрнерсехом, сыном известного Сахла ибн Смбата, рассказывается в «Истории Албан» Моисея Каланкатуйского. Поскольку Атрнерсех был в 854 году пленен арабами, то строительство крепости очевидно осуществлялось ранее этой даты. Крепость находится на правом берегу реки Лев, примерно в 600 метрах от нее на восточном склоне покрытой лесом крутой горы. Она расположена на высоте 280 метров относительно берега реки и имеет форму неправильного прямоугольника с площадью 92 на 60 метров [4].

Внутренняя часть крепости имеет уклон на восток. Единственная дорога к ней

представляет собой узкую тропу вдоль юго-западной стены крепости и подходит к входу, расположенному с северной стороны крепости. Средняя толщина стен составляет 1,6 метра, высота их сохранившихся участков – до 8 метров. Крепость построена из местного необработанного камня на известковом растворе. На территории крепости сохранилось с полдесятка углублений глубиной до 5 метров, служивших, очевидно, для хранения воды и прочих припасов на случай осады. Помимо этого, внутри крепости находятся развалины прямоугольного в плане помещения, а под северо-западной башней в скальном основании вырублено другое помещение, служившее, очевидно, наблюдательным пунктом.

На некотором расстоянии от крепости на вершинах удобных для обозрения окрестностей гор расположены сторожевые башни, составлявшие вместе с нею единую оборонительную систему. Одна из сторожевых башен расположена на высоте 2018 метров на горе Караул на расстоянии 2,4 км от крепости. Площадь ее 4,3 на 3,3 метра, толщина стен 0,7 метра, высота сохранившихся участков постройки – 3 метра. Такая же сторожевая башня расположена на вершине горы Джомард (высота 1876 метров), у одноименного села. Сторожевые башни, как и крепость, построены из местного необработанного камня на известковом растворе. Всего в 0,8 км. от крепости, в полукилометре от реки Лев, посередине окруженной горами долины, находятся развалины безымянного албанского монастыря. Его ансамбль состоит из однокупольной церкви, часовни, примыкающей к ней, и пристройки, относящихся к 13 веку. Церковь сильно разрушена и от ее купола, восьмигранного в основании, практически ничего не осталось. Стены церкви, сооруженные из необработанного и грубо обработанного камня на известковом растворе, были некогда покрыты фресками, а крыша ее была черепичной. На территории монастыря находится могила католикоса албанской церкви Степана IV (1262-1323), о чем свидетельствует надгробный камень, расположенный в северной части монастыря, на котором имеется надпись следующего содержания: «Здесь усоп владыка Степан – католикос Албанский».

Рядом с селением Тякягая, на левом берегу реки Лев, у подножия скалы расположена еще одна церковь, Ее размеры 7,46 на 5,58 метров, построена она из необработанного и грубо обработанного местного камня, толщина стен до 1,17 метров. Своды церкви полностью обрушились, по ряду признаков относится она к концу 13-14 веку. В 2,5 км. к северо-востоку от крепости Лех, у села Чапни, на высоте более 1400 метров, сохранилась группа памятников. Церковь, датируемая 13 веком, имеет длину в 5,5 метра с толщиной стен порядка 0,8 метров. А рядом с ней расположены развалины двухэтажного мавзолея, часовни, а также большое количество надгробных памятников [5, с.227]. В селении Кешишкенд, расположенном в северо-восточной части района сохранилась однонефная сводчатая полуразрушенная церковь, размерами 14,2 на 7,6 метра. Перекрытие последней, взятое под двускатную кровлю, поддерживается подпружными арками, покоящимися на двух парах пилястров. По обе стороны алтарной апсиды находятся ризницы, а вход обращен на юг. Построена она из необработанного камня, на известковом растворе, за исключением выполненных из гладко оттёсанного камня подпружных арок. Имеющиеся в церкви хачдаши датированы 1196 и 1222 годами, а сама церковь относится к 12 веку.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Арабское завоевание и распространение ислама оказали определяющую роль в дальнейшем развитии архитектурного искусства Кавказской Албании. В условиях распада единого государства возникают мелкие феодальные владения, правители

которых стремились распространить свое влияние даже в таких отдалённых и труднодоступных территориях, как Кельбаджарский район. С этой целью местные феодалы возводили на данных территориях крепости, служившие упрочнению их власти. Крепость Лех является одной из них. Данная крепость является свидетельством происходившего на данных территориях историко-культурного процесса, заключавшегося в развитии местной архитектурной школы под влиянием целого ряда факторов, возникших в результате расширения межкультурных контактов и трансформации местной традиции под воздействием смены общественно-политической ситуации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Kəlbəcər rayonunun vandalizmə məruz qalmış abidələri. https://scara.gov.az/az/xeberler/print/kelbecer-rayonunun-vandalizme-meruz-qalmis-abideleri
2. Mirzəyev, M. Kəlbəcərdə bir qala var: [Löh qalası haqqında]/M.Mirzəyev, Ş.Əsgərov //Ulduz.- 1971.- №1.- S.34- 37.
3. Orta əsrlər memarlığı VIII-XIV əsrlər /G. H. Məmmədova, Z. G. Məmmədova (elmi red.); layihə rəhbəri E. Qasımzadə ; tərc. Avrasiya Tərcümə Mərkəzi ; Azərb. Resp.-nın Memarlar İttifaqı.
4. Sultanov S. Kəlbəcər qalaları //Sovet kəndi.- 1984.- 20 sentyabr.
5. Ахундов Д.А. Архитектура древнего и раннесредневекового Азербайджана. Азербайджанское государственное издательство. Баку. 1986,
6. Мамедова Ф. Кавказская Албания и албаны,

Nurlan ABBASOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
abbasovnurlan001@gmail.com

MƏŞHUR TURİZM DESTİNASİYALARI

Xülasə: *Turizm müasir dövrün mühüm sahələrindən biridir və əhəmiyyəti getdikcə daha da artmaqda davam etməkdədir. Eyni zamanda qloballaşan dünyada mədəni inteqrasiyanın, qlobal iqtisadi bağların və beynəlxalq əlaqələrin ən böyük göstəricilərindən biridir. Turizmin tərkibində müxtəlif məqsədlərlə dünyanın müxtəlif və fərqli yerlərinə səyahətlər edilməsi daxildir ki, tarix boyu insanlar turistik fəaliyyətlər göstəmişdir.*

Hər il milyonlarla insanlar müxtəlif səbəblərdən turistik fəaliyyətlər göstəririlər. Buna istirahət etmək, macəra, yeni mədəniyyətlərlə tanış olmaq, tarix, elmi araşdırma və hər hansı xalqlın mədəniyyətinin öyrənilməsi, həmçinin alış-veriş də daxildir. Turizm destinasiyası müəyyən ərazilərdə və ya şəhərlərdə turistlərin diqqətini çəkən, insanları özünə yönləndirən yerlər aiddir. Bu turizm destinasiya anlayşı genişdir və yalnız məkan deyil, məkanın təbii, tarixi, mədəni və iqtisadi potensialını da ifadə edir. Dünyada çoxlu sayda turizm destinasiyaları mövcuddur və bu məkanlar ölkəyə iqtisadi və mədəni güc qatır. [1,s.12-13]

Açar sözlər: *Turizm destinasiyası, Avropa, Asiya, Afrika, Amerika, Okeaniya*

POPULAR TOURIST DESTINATIONS

***Abstract**: Tourism is one of the important areas of the modern era and its importance continues to grow. At the same time, it is one of the greatest indicators of cultural integration, global economic ties and international relations in a globalized world. Tourism includes traveling to different and different places in the world for various purposes, and people have been engaged in tourist activities throughout history.*

Every year, millions of people engage in tourism activities for various reasons. These include relaxation, adventure, learning about new cultures, history, scientific research, and studying the culture of any people, as well as shopping. A tourist destination refers to places in certain areas or cities that attract tourists and attract people to them. This concept of a tourist destination is broad and refers not only to a place, but also to the natural, historical, cultural, and economic potential of the place. There are many tourist destinations in the world, and these places add economic and cultural strength to the country. [1,s.12-13]

***Keywords:** Tourism destination, Europe, Asia, Africa, America, Oceania*

ПОПУЛЯРНЫЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ

***Резюме:** Туризм – одна из важнейших сфер современной жизни, и его значение продолжает расти. Кроме того, он служит одним из важнейших показателей культурной интеграции, глобальных экономических связей и международных отношений в глобализированном мире. Туризм включает в себя путешествия в различные уголки мира с различными целями, и люди занимались туризмом на протяжении всей истории.*

***Ключевые слова:** Туристическое направление, Европа, Азия, Африка, Америка, Океания*

GİRİŞ

Turizm sektoru xüsusən 21 əsrdə olmaqla sürətlə böyüyən sektordur və iqtisadi göstəricilərdə bunu deməyə əsas verir. Hər keçən gün ölkələrin turizim sektorları ölkələrə daha çox iqtisadi qazanc, iş yeri və mütxəlif gəlirlər qazandırır. World Travel & Tourism Council (WTTC) məlumatına əsasən, 2024-cü il etibari ilə qlobal olaraq turizm sektoru ÜDM-in 10% təşkil etmiş və bu sahədə isə 330 ilyon çalışmışdır. Bu isə insanlara yeni iş imkanları, dövlətlərə isə xalqı təmin etmək və ölkı büdcəsini formlaşdırmaq üçün yeni sahələr əldə etmək deməkdir. Buna ən böyük nümunələrdən biri isə Yunanistandır. Yunanistan öz adalarını turistik məqsədlərlə istifadə edir və adalarda yaşayan xalqın sayından 5-6 dəfə turist bu yerlərə səyahət edərək ölkəyə qazanc gətirirlər.[2,s.5-14]

Dünyada turizm destinasiyalarını baxımından müxtəlif bölgələr üzrə qiymətləndirmək mümkündür. Hər bir bölgə özünə məxusuluğu və çeşidliliyi ilə seçilir. Xalqlar buralarda keçmiş və müasir dövrdəki fəaliyyəti, həmçinin tarix boyu formalaşan öz adət-ənənələri ilə bu məkanları əsrarəngiz və cəlbedici yerlərə çevirirlər. [3,s.22-30]

Avropa qitə olaraq öz çeşidli və fərqli mədəniyyətləri özündə ehtiva etməsi ilə seçilən yerlərdən biridir. Mədəniyyət, tarix və memarlıq baxımında öz fərqliliyi göstərməkdədir. Həmçinin Avropada formalaşan elmi mərkəzlər və Avropın müsir dünyaya verdiyi elmi və yeniliçi töhfələr bu qitəyə turistik marağı artırır və Oksford, Kembric, Boloniya kimi yerlərə, Avropanın keçmişdən günümüzə formalaşan elm mərkəzləri mədəniyyət parçası kimi turistik destinasiyalara çevrilir. Avropanın ən çox cəlb edən yerlərinə nümunə kimi müxtəlif şəhərləri göstərmək olar. Məsələn:

1. Paris(Fransa)- Notr-Dam kilsəsi, Eyfel qülləsi,Luvr muzeyi və Sena çayı ilə bu şəhər öz cəlbediciliyi ilə seçilir. "Sevgi şəhəri" olaraq adlandırılan Paris romantik şəhər olaraq bilinir və həm tarixi şəhər olması, özündə bu tarixiliyi əks etdirməsi, həm də Parisin incəsənət mərkəzi olması da bu şəhəri insanların üçün səyahət edilməli məkana çevirir. Məsələn, Luvr muzeyində başda Mona Liza tablosu olmaqla müxtəlif ölkələrdən tarixi eksponatların toplanması bu məkanı turizm üçün önəmli edir.

2. Roma(İtaliya) - Antik Roma imperiyasının mərkəzi olan bu şəhərdə Vatikan, Pantheon, Kolizey və roma Forumu və bir çox yerlər diqqət çəkən nöqtələrdir. Xüsusilə, tarixindən dolayı cəlbedici olan şəhərin əfsanaələrlə dolu olması, bir çox hekayəyə sahib olması, eyni zamanda Avropa tarixində və onun mədəniyyətində böyük rol oynamsı həm bütün dünyanın, xüsusuilə tarixsevərlərin diqqətini çəkir. Həmçinin şəhərin Roma imperiyasının mirası olan memarlığı özündə geniş surətdə əks etdirməsi arxitekturaya və memarlıqla maraqlananları, mədəniyyətlər arasındakı fərqləri öyrənməyi sevərlər üçün şəhəri önəmi nöqtə edir.

3. London(Böyük Britaniya)- tarixi sarayaları, möhtəşəm və qeyri-adi keçmişi, həmçinin Britaniya muzeyi, ilk metro olan London metrosu və təbiət möcüzələrindən biri olan Temza çayı ilə şəhər fərqlənir. London romalılar tərəfindən salınsa da, sonrakı dövrdə müxtəlif mədəniyyətlər- britonlar, alman tayfaları şəhərin tarixində iştirak etmişdir. Şəhərdə müxtəlif saraylar- Vestminister, Bakinqem Britaniyanın zəngin keçmişinin mirası olaraq və həmçinin öz gözəlliyi ilə cəlbedici yerlərdir. Digər tərəfdən Temza çayının qabarma-çəkilmə prosesi nəticəsində və şəhərə ayrı bir gözəllik qatması ilə turistlərin ziyarət ediyi nöqtələrdir.

4. Barselona(İspaniya) - Antonio Gaudinin əsərləri, xüsusilə öz əzəməti və füsunkarlığı ilə Sagrada Familia kilsəsi və Park Güell şəhəri memarlı baxımından unikal edən məkanlardır. Şəhərin qotik memarlıq üslubunu əks etdirməsi və Sagrada Familia daxil olmaqla bu memarlığın ecazkar incə detallara malik olması insanları cəlb edən məqamlardır. Qotik üslub Roma memarlığın daha fərqli olub, Avropa qitəsinin zəngin memarlığını əks etdirən əsas məqamlardan biridir.

5. Praqa(Çexiya) - Orta əsr memarlığı, karl körpüsü və köhnə şəhər meydanı şəhərin əsas turistik yerləridir. Şəhərin orta əslərdə Müqəddəs Roma imperiyası dövründə özn zəngin tarixinə daha böyük dəyərlər qatmış və müasir formasını almışdır.[3,s.22-30,4,s.45-47,5,s.10-13,6,s.7-9]

Avropada bu məkanlarla yanaşı saysız öz unikallığı ilə seçilən məkan vardır. Buna Madrid, Qranada, Venesiya, Afina, Budapeşt və.s nümunə göstərmək mümkündür. Bu şəhərlər öz cazibədarlığı ilə turistlərin ziyarət etdiyi əsas şəhərlər sırasında gəlir.[13]

Asiya qitəsi də həmçinin özünə məsusluğu ilə seçilən qitədir. Sivizasiyaları, bu sivilizasiyaların inşa etdiyi mədəniyyətlər və Asiyanın təbiəti əsas nüanslardır. Bir çox mədəniyyətin başlanğıcı olan Asiya bu mədəniyyətlərin yaşaması və ya yox olmasında asılı olmayaraq izlərini özündə saxlamaqdadır ki, bu da Asiyanı cəlbedici edir. Asiyanın cəlbedici məkanlarına daxildir:

1. Tokyo(Yapniya) - Seno-Ji məbədi, Tokyo qülləsi və Şibuya kəsişməsi şəhərin ən bilənən məkanlarıdır. Tokyonun və Yaponiyanın valehedici təbiəti, həmçinin yapon xaqlının coğrafiyadan dolayı izolasyiada tamamilə yeni bir mədəniyyət inşa etməsi və onun unikallığı insanların marağını bura artırır. Əlavə olaraq isə Yaponiya memarlığı və tarix ilə müasirliyin, qərb və yapon memarlığının şəhərdə əks olunması şəhəri ümumi olaraq cəlbedici edir. Bu xüsusi turizm destinasyiaları isə ən çox ziyarət edilənlərdir.

2. Banqkok(Tailand)- Budda məbədləri, özünə məxsus gecə bazarları və ekzotik yeməkləri ilə seçilən məkandır. Şəhərin özündə hind-çin bölgəsinin əsrarəngizliyini ehtiva etməsi və şəhərin özündə zəngin mədəniyyət daşıması şəhərin insanların tərəfindən öyrənilməsi istəyini artıran əsas məqamlardır. Bu da şəhəri cəlbedici edir və hər il milyonlarla insan şəhərə

səyahət edir.

3. Bali(İndoneziya)- tropik təbiəti, mədəni festivalları və çimərlikləri ilə turistlərin ən çox sevdiyi nöqtələrədən biridir. Bali yerləşdiyi nöqtə etibari ilə zənginliyi özündə birləşdişdirir və təbiəti insanların istirahəti üçün əvəzsizidir.

4. Dubay(BƏƏ)- Lüks alış-veriş mərkəzləri, Burj Khalifa və süni adalar ilə cəlbedici yerlərdən birdir. Süni intelekt və komputerləşmə, müasir memarlıq başda olmaqla yenilikçi və modern memarlıq şəhərin təməlidir. Sürücüsüz taksi olmaqla bir çox yeniliçi layihələr sınaq edilməyə çalışmaqla insanları cəlb edir. Xüsusuilə BƏƏ müstəqil olduqdan sonra şəhər müasir texnologiyalarla səhranın ortasında sıfırdan yaradılması insan biliyinin gücünü göstərməklə yanaşı, şəhərin bundan dolayı unikallığı insanları cəlb edən əsas nüasndır.

5. Pekin(Çin)- Qadağan şəhər, Çin səddi və Çinin qədim minillik tarixi ilə şəhər ecazkardır. Şəhərdə imperiyalardan qalan və həmçinin Çin mədəniyyətini ehtiva edən çoxlu nümunələr mövcuddur. Eyni zamanda şəhər müasirliyi ilə seçilir. Çin mədəniyyətiə uyğun olaraq şəhərin formalaşdırlması şərq mədəniyyətini və Çinin çox əsrlik mədəniyyətini öyrənmək istəyənlər üçün şəhəri cəlbedici edir.[7,s.33-38,14]

Asiyada Edu, Aqra, Yeni Delhi, İsfahan olmaqla bir çox digər cəlbedici və unikal yerlər də mövcududur və hər biri milyonlarla turist qəbul etməkdədir.[10]

Amerika qitəsi təbiət möcüzələri və öz mədəni çeşidliliyi ilə fərqlənir. Eyni zamanda öz tarixi ilə də köhnə dünyadan fərqlənir. Amerikada turizm destinasiyalarına nümunə göstəriləcək başlıca yerlər bunlardır: Nyu York şəhəri hansı ki, Azadlıq heykəli, Times Square, Central Park və Broadway teatrları ilə dünya turizminin mərkəzi sayılır. ABŞ-nin ən çox tanınan və bilinən şəhərlərindən biridir. Bundan başqa isə ABŞ-nin Sakit okean sahillərində yerləşən Los Anceles şəhəri turistik məkanlardan biridir. Hollivud, Kaiforniya çimərlikləri və öz əyləncə sektoru ilə dünyada məşhurdur. Eyni zamanda Los Anceles ispanlar, Nyu-York isə hollandiyalılar tərəfindən əsası qoyulmuşdur ki, bu da şəhərlərin özünəməxsusluğunu artıran məqamlardır.[8,s.15-21]

Rio-de-Janeyro Braziliyanın ən turistik şəhəridir və şəhər "Xilaskar İsa" heykəli, Kerneval, həmçinin Kopakabana ilə tanınır. Şəhərdə keçirilən Kerneval və.s görmək üçün milyonlarla insan şəhərə gəlir. Eyni zamanda Rio-de-Janeyronun çimərlikləri dünyada ən gözəl yerlərədən biri olaraq nəzərdə tutulur və turistlər bura tətil məqsədi ilə tez-tez səyahət edirlər. Mərkəzi Amerikada yerləşən və Meksikanın paytaxtı Mexiko şəhəri isə öz tarixi zənginliyi ilə seçilir. İnsanlar bura xüsusulə qədim Maya mədəniyyəti və Aztek mədəniyyəti, bu mədəniyyətin qoyduğu izləri görmək üçün gəlirlər. Son olaraq isə Kanadanın ən gözəl və turistik şəhərləri olan Toronto və Vankuver turizm destinasiyalarındandır. Şəhərlərin gözəl təbiəti, təmizliyi, ekosistemi və görkəmli gölləri və dağ mənzərələri ilə insanların gözlərini oxşayır. Təbiətsevər insanlar bu yerlərə tez-tez səyahət edirlər.[11,s.11-13]

Afrika turizmi əsasən öz ekosisteminin cəlbediciliyi və bu bölgənin eko-sisteminin fərqliliyindən dolayı seçilir. Eyni zamanda macəra turizmi və bu yerlərin tarixi nöqtələri turistləri cəlb edən məqamlarıdır. Buna misal kimi, Qahirə şəhəri Qədim Misir piramidiaları ilə dünyada ən çox bilinən nöqtədir. Həmçinin sfinkslər, sərdabələr, Qədim Misirdən qalan macəra dolu sirlər və hekayələr insanlarda maraq oyadır.Keyptaun şəhəri CAR-da yerləşir və dağ turizmi, okean sahilləri, eyni zamanda Stol dağı ilə məşhurdur. Marrakeş isə Afrikanın Şimal-qərbində- Mərakeşdə yerləşir və öz Şərq bazarları, böyük tarixi keçmişindən iras qalan qədim sarayları və insan zövqünü oxşayan ədviyyatlı mətbəxi ilə seçilir. Afrikada digər məşhur nötqələrdən biri də Serengetidir. Tanzaniyada yerləşən bu məkan öz flora və faunası ilə seçilir. "Böyük beşlik"(Aslan, fil, kərgədan, camış, bəbir) ilə məşhurdur. Bu canlıların qırmızı kitabda olması, həmçinin bu bölgəyə məxsus olması ekoloq və zooloqları, alimləri bu bölgəni öyrənməyə sövq edir. Bunun nəticəsində bir çox sənədli film bu turizmin inkişafına daha da töhvə vermişdir. Son olaraq isə bu bölgələrin hər birinin tamamilə bir-birindən fərqli bir şəkildə

inkşaf keçən sivilizasiyalardan olması və müxtəlif mədəniyyətlərə malik olması, bu bölgələri tarixi, turistik aspektən də unikal edən məqamdır. Hər bir məkanda tamamilə yeni şeylər öyrənmək və maraqlı səyahət prosesi keçirmək mümkündür.[9,s.25-28,12]

Okeaniya bölgəsi ektoturizm məkanları və həmçinin Sakit okean adaları ilə tanınır. İnsanlar bu məkanları görmək üçün və təbiəti öyrənmək üçün bura səyahət edirlər. Sidney Avstraliyanın ən məşhur və görkəmli şəhərlərindən biridir. Şəhər opera binası və Liman körpüsü şəhərin ən cazibədar nöqtələridir. Yeni Zelandiya isə təbiəti, ekoçeşidliliyi, vulkanları və "Üzülərin hökmdarı" filminin çəkildiyi nöqtələrlə fərqlənir. Son olaraq isə Fivi və Maldiv adaları dünyada hər kəs tərəfindən tanınan və tətil üçün turizm destinasiyasına çevrilən yerlərdir. İnsanların tətil üçün ilk düşündükləri və markaya çevrilmiş yerlərdir. Dəniz turizmi və həmçinin bal ayı turizmi üçün populyar yerlərdir.[10,14]

NƏTİCƏ

Dünyanın məşhur turizm destinasiyaları — Avropadan Asiyaya, Amerikadan Afrikaya — müxtəlif mədəni, təbii və iqtisadi faktorların təsiri altında formalaşır. Turizmin həm iqtisadi, həm mədəni, həm də sosial tərəfləri var və bu sahə dövlət siyasətləri, beynəlxalq əməkdaşlıqlar və yerli icmalar üçün önəmlidir. Lakin eyni zamanda dayanıqlılıq, infrastruktur, texnologiya, yeni turizm meylləri və idarəetmə kimi çağırışlarla da üz-üzədir. Bu səbəbdən gələcəkdə turizmin inkişafı yalnız turist sayının artması ilə deyil — keyfiyyət, yerli fayda və məsuliyyət aspektləri ilə ölçüləcəkdir. Xüsusuilə sürətlə dəyişən dünyada qloballaşma meyillər və əlçatanlıq məsələləri önəmli faktorlardır. Turistik məkanların təhlükəsizlik və asnalıqla əlçatan olması, insanlar tərəfindən ən önəmli faktorlardır. Bu kimi məsələlərin önəmi hər keən gün artmaqdadır. Xüsusilə kibertəhlükəsizlik və informasiya əlçatanlığı günümüzdə turizm sektoru üçün də önəmli sahələrdir. Ölkələr bu sürətli yeniliklərlə ayaqlaşmalı və öz turizm sektorlarını daha da sürətlə inkişaf etdirməlidirlər.[10,15]

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. World Tourism Organization. (2024). *World Tourism Barometer: 2024 Edition*, **pp. 12–18**.
2. World Travel & Tourism Council. (2024). *Economic Impact Report 2024*, **pp. 5–14**.
3. World Tourism Organization. (2024). *International Tourism Highlights: Global Review 2024*, **pp. 22–30**.
4. Lonely Planet. (2023). *France Travel Guide*, **pp. 45–47**.
5. Steves, R. (2022). *Rome & Vatican Travel Guide*, **pp. 10–13**.
6. National Geographic. (2023). *London Travel Guide*, **pp. 7–9**.
7. World Tourism Organization. (2023). *Asia-Pacific Tourism Statistics 2023*, **pp. 33–38**.
8. World Travel & Tourism Council. (2024). *Travel & Tourism Economic Impact 2024*, **pp. 15–21**.
9. Lonely Planet. (2023). *Africa & Oceania Travel Guide*, **pp. 25–28**.
10. World Economic Forum. (2024). *Travel & Tourism Development Index 2024*, **pp. 40–46**.
11. National Geographic. (2023). *Rio de Janeiro Travel Guide*, **pp. 11–13**.
12. UNESCO World Heritage Centre. (2023). *Global Heritage List: Annual Report 2023*, **pp. 50–52**.
13. European Travel Commission. (2023). *European Tourism Report 2023*, **pp. 16–23**.
14. World Tourism Organization. (2023). *Tourism Highlights: 2023 Edition*, **pp. 4–9**.
15. Oxford Economics. (2023). *Global Tourism Forecast 2023–2030*, **pp. 60–68**.

Heydər SƏFƏROV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
heydersaf@gmail.com

ŞAHBUZ RAYONUNDA TURİZMİN İNKİŞAFINI ŞƏRTLƏNDİRƏN AMİLLƏR

Xülasə: *Şahbuz rayonu Naxçıvan Muxtar Respublikasının yüksək turizm potensialına malik ərazilərindən biridir. Rayonun ekoloji cəhətdən təmiz mühiti, mülayim iqlimi və füsunkar təbiət mənzərələri onun turizm inkişafı üçün mühüm təbii amillər yaradır. Batabat gölü və ətrafındakı mineral bulaqlar sağlamlıq və ekoturizm istiqamətində böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bu ərazidəki dağ-məşə və çəmənlik landşaftları kənd, dağ və qış turizminin inkişafı üçün əlverişli şərait formalaşdırır. Şahbuz rayonunda 140-dan çox tarixi və mədəniyyət abidəsinin mövcudluğu bölgənin mədəni turizm potensialını gücləndirir. Şapurqala, Fərhad evi, Ağdaban qalası və Gəlin Qayası kimi arxeoloji abidələr qədim yaşayış mədəniyyətinin mühüm nümunələridir. Rayon ərazisində yerləşən Batabat və Ağbulaq istirahət mərkəzləri müasir turizm infrastrukturu ilə xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsinə töhfə verir. Xüsusilə Ağbulaq xizək kompleksi qış turizminin inkişafında əhəmiyyətli rol oynayır. Şahbuzun mineral bulaqları, o cümlədən Badamlı suyu və zəngin dərman bitkiləri sağlamlıq turizmi üçün mühüm resurs hesab olunur. Rayonda həyata keçirilən abadlıq və infrastruktur layihələri regionun turizm potensialını artırır. "Naxçıvan Muxtar Respublikasının 2023–2027-ci illər üçün Dövlət Proqramı" çərçivəsində Şahbuzun Kükü kəndinin turistik kənd kimi inkişaf etdirilməsi nəzərdə tutulur. Bütün bu amillər Şahbuz rayonunun Naxçıvanda aparıcı turizm mərkəzinə çevrilməsinə real zəmin yaradır.*

Açar sözlər: *Şahbuz, turizm, sağlamlıq, ekoturizm, inkişaf.*

FACTORS DETERMINING THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN SHAHBUZ DISTRICT

Abstract: *Shahbuz District is one of the districts of the Nakhchivan Autonomous Republic with high tourism potential. The district's environmentally friendly environment, mild climate, and captivating natural landscapes provide important natural factors for tourism development. Lake Batabat and its surrounding mineral springs are significant for health and ecotourism. The mountainous, forested, and meadowy landscapes in this area create favorable conditions for the development of rural, mountain, and winter tourism. The presence of more than 140 historical and cultural monuments in the Shahbuz region enhances the cultural and tourism potential of the region. Archaeological sites such as Shapurghala, Farhad's House, Aghdaban Fortress, and the Bride's Rock are important examples of ancient residential culture. The Batatab and Agbulag recreation centers, located in the region, contribute to the improvement of service quality through their modern tourism infrastructure. In particular, the Agbulag Ski Resort plays a significant role in the development of winter tourism. The mineral springs of Shahbuz, including almond juice and rich medicinal plants, are considered an important resource for health tourism. The improvement and infrastructure projects being implemented in the region are increasing the tourism potential of the area. The development of the village of Kyukyu as a tourist village is part of the "State Program of the Nakhchivan Autonomous Republic for 2023-2027." These factors create a solid foundation for Shahbuz to become a leading tourist destination in Nakhchivan.*

Keywords: *Shahbuz, tourism, health, ecotourism, development.*

ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В ШАХБУЗСКОМ РАЙОНЕ

Резюме: *Шахбузский район является одним из районов Нахчыванской Автономной Республики с высоким туристическим потенциалом. Экологически чистая окружающая среда района, мягкий климат и увлекательные природные ландшафты создают важные природные факторы для развития туризма. Озеро Батабат и окружающие его минеральные источники имеют большое значение для оздоровительного и экотуризма. Горно-лесные и луговые ландшафты в этой местности формируют благоприятные условия для развития сельского, горного и зимнего туризма. Наличие в Шахбузском районе более 140 памятников истории и культуры усиливает культурно-туристический потенциал региона. Археологические памятники, такие как Шапургала, дом Фархада, крепость Агдабан и Скала Невесты, являются важными примерами древней жилой культуры. Базы отдыха Батабат и Агбулаг, расположенные на территории района, способствуют повышению качества обслуживания благодаря современной туристической инфраструктуре. В частности, горнолыжный комплекс Агбулаг играет значительную роль в развитии зимнего туризма. Минеральные источники Шахбуза, в том числе миндальный сок и богатые лекарственные растения, считаются важным ресурсом для оздоровительного туризма. Реализуемые в районе проекты благоустройства и инфраструктуры повышают туристический потенциал региона. В рамках" государственной программы Нахчыванской Автономной республики на 2023-2027 годы " предусмотрено развитие села Кюкю как туристического села. Все эти факторы создают реальную основу для превращения Шахбузского района в ведущий туристический центр Нахчывана.*

Ключевые слова: *Шахбуз, туризм*, здоровье, экотуризм, развитие.

GİRİŞ

Şahbuz rayonu, Naxçıvan Muxtar Respublikasının şimal hissəsində yerləşir və təbii gözəllikləri, zəngin tarixi irsi və unikal mədəniyyəti ilə turistlərin diqqətini cəlb edən bir bölgədir. Son illərdə bu rayonun turizm potensialının inkişafı üçün müxtəlif tədbirlər görülməkdədir. Lakin turizmin inkişafını təmin etmək üçün bir sıra amillər mövcuddur. Bu tədqiqatın məqsədi, Şahbuz rayonunda turizmin inkişafını şərtləndirən əsas amilləri müəyyənləşdirərək, onların sektora təsirini təhlil etməkdir. Coğrafi mövqe, təbii şərait, tarixi və mədəni irs, eləcə də infrastruktur mühüm yer tutur. Həmçinin, bu amillərin birləşməsi rayonda turizmin gələcək inkişafı üçün əlverişli şərait yaradır.

ƏSAS HİSSƏ

Naxçıvanın füsunkar təbiətinə malik Şahbuz rayonu bütün fəsillərdə öz gözəlliyi ilə seçilir. Təmiz havası, təkrarolunmaz mənzərələri ilə turistləri cəlb edən bu bölgə yayda çiçəklərlə bəzənir, payızda bol meyvələri ilə tanınır, qışda isə ağ örpəyə bürünərək sehrli bir görünüş qazanır. Müstəqillik illərində daha da abadlaşan və müasirləşən rayon indi əsl turizm mərkəzinə çevrilmişdir. Rayon ərazisində 140-a yaxın tarixi və mədəniyyət abidəsi qeydə alınmış, onlardan 6-sı dünya əhəmiyyətli abidə kimi tanınmışdır. Bu, turistlərin diqqətini xüsusilə cəlb edən amillərdəndir [6].

Şahbuzun əlverişli coğrafi mövqeyi burada ekoturizmin, kənd və yaşıl turizmin, sağlamlıq və qış turizminin inkişafı üçün geniş imkanlar yaradır. Burada bir dəfə olan hər bir qonaq bu torpağın təkrarsız təbiətinə valeh olur və dörd fəsilin harmoniyasını yenidən görmək

üçün Şahbuza qayıtmaq istəyir.

Azərbaycanın Naxçıvan Muxtar Respublikasının Şahbuz rayonu ərazisində əsrarəngiz bir göl var. Ona təbiətin möcüzəsi də demək olar. Söhbət şirinsulu göl olan Batabatdan gedir. Batabat uçqun və sürüşmədən yaranan bənd gölüdür və Şahbuz Dövlət Təbiət Qoruğunun bir hissəsini təşkil edir. Bu göl, təbiətin möcüzəsi olaraq turizmin inkişafına töhfə verir. Gölün ətrafındakı karbonat, hidrokarbonat və kalsium-natrium-maqnezium mineral tərkibli bulaqların suyundan mədə-bağırsaq xəstəliklərinin müalicəsində istifadə olunur. Günəşli günlərin sayının çox olması, mülayim iqlim və gözoxşayan dağ landşaftı gölə təkrarsız kolorit verərək, Naxçıvandan, Azərbaycanın başqa regionlarından, eləcə də xaricdən turistləri özünə cəlb edir. Batabat zonasının ekoloji cəhətdən sağlam və zəngin dağ-məşəli, çəmənli təbiəti müalicə, istirahət, və turizm baxımından xüsusilə əlverişlidir. Bu yerlərin günəşli və təmiz havası, rəngarəng təbiəti iqlim və tibb mütəxəssislərinin fikrincə ürək-damar, sinir, ağciyər və s. xəstəliklərin müalicəsi üçün çox faydalıdır. Bütün bunlara baxmayaraq, göstərilən ərazilərdə dağ havası və təbii dərman bitkiləri ilə müalicə kurortu hələlik fəaliyyət göstərmir [5, s. 245-246].

Çox saylı mineral mənbələr arasında Badamlı ehtiyatları sutkada 1000 /, Vayxır sutkada 475 l su verirlər. Rayonun iqlimi soyuqdur. Yanvarda temperatur -8 -10° C şaxta, iyulda +15 +20° C istidir. Yağıntıların illik miqdarı 500-700 mm bərabərdir, davamlı qar örtüyü müşahidə olunur, kurort istirahətinin yaradılması və qış idman növlərinin təşkili üçün məsləhət görülür [2, s. 169].

Şahbuz rayonunda yerləşən Badamlı kəndinin mineral bulaqları XIX əsrin sonlarında baş verən zəlzələ nəticəsində ortaya çıxıb. 1947-ci ildə kiçik istehsal sahəsi yaradılaraq ilk dəfə əl üsulu ilə su istehsalına başlanılıb. Möcüzəvi Badamlı suyu dəniz səviyyəsindən 1274 metr yüksəklikdə çıxarılır. İnsan sağlamlığı üçün zəngin mineral tərkibə malikdir [8].

Şahbuz rayonunun Gömür kəndində yerləşən mineral bulaqlar bu bölgənin təbii sərvətlərindən biri kimi diqqəti cəlb edir. Kənd ərazisində adi içməli su mənbələri ilə yanaşı, müalicəvi xüsusiyyətlərə malik mineral bulaqlar da mövcuddur. Bu sular, təbiətin insana bəxş etdiyi şəfa qaynaqları hesab olunur. Onlardan bəziləri yerli əhali tərəfindən istifadə olunsa da, hələ də təbiətin qoynunda axaraq çay sularına qarışan bulaqlar da vardır. Gömür kəndinə gələn ziyarətçiləri kəndin girişində yerləşən məşhur "Şəfa bulağı" qarşılayır. Bol və təmiz suyu ilə seçilən bu bulağın üzərində xüsusi bulaq abidəsi inşa edilmişdir. Üç axarlı bu bulaqdan həm yerli sakinlər, həm də gələn turistlər yararlana bilir. Ətrafda yaradılmış istirahət guşəsi, kölgəlik söyüdlər, əkilmiş gül-çiçəklər və quraşdırılmış oturacaqlar, xüsusilə yay mövsümündə burada insanların sayını artırır. "Şəfa bulağı"na yaxın ərazidə yerləşən "Şor su" bulağı da öz xüsusiyyətlərinə görə fərqlənir. Yer təkindən qaynamaqla üzə çıxan bu su mənbəyi yerli əhali arasında "qotur suyu" kimi tanınır. Müalicəvi xüsusiyyətləri ilə seçilən bu bulaq əsasən dəri xəstəliklərinin müalicəsində istifadə olunur. Son illərdə bulağın üzərində çardaq tikilmiş, ətrafında istirahət şəraiti yaradılmış və ziyarətçilərin istifadəsi üçün əlverişli şərait təmin edilmişdir [4].

Şahbuz rayonu dərman bitkilərinin növünə görə təkcə Qafqazda yox bütün Avropada unikal bir yer sayılır. Bir-biri ilə növbələşən yaşıl yaylalar və sərt sıldırımlı qayalıqlar burada ekoturizmin müxtəlif növləri olan ov, dağ, macəra turizminin inkişafı üçün geniş perspektivlər açır. Heydər Əliyev adına su anbarından açılan iri suvarma kanalları bölgədəki ekoturizm destinasiyalarının daha da genişlənərək, Cəhri və Sirab kəndlərini də əhatə edə bilər. Naxçıvan şəhərinə və beynəlxalq hava limanına yaxın olan bu ərazilər də ekoturizmin inkişafı üçün perspektiv istiqamətdir.

Şahbuz rayonunun mədəni-tarixi irsi də turistlərin cəlb edilməsində əsas rol oynayır. Bu bölgədə mədəni turizm həvəskarları üçün maraqlı olan çoxsaylı tarixi və memarlıq abidələri var. Rayon ərazisində Eneolit, Tunc, Dəmir dövrlərinə, antik dövrə və orta əsrlərə aid yaşayış yerləri, qəbir abidələri qeydə alınmış və öyrənilmişdir. Kükü çayı vadisində eradan əvvəl III

minilliyə aid yaşayış yerləri mövcuddur. Tədqiqatçılar tərəfindən Sarıdərə, Ağbulaq, Kolanı, Kükü, Külüs, Şamlar qədim yaşayış yerləri öyrənilmişdir. Aşkar olunmuş mədəniyyət nümunələri, qəbirlər, sikkə nümunələri eramızın əvvəllərində ərazidə böyük mədəni yyətin olduğunu sübut edir.

Şapurqala Şahbuz rayonunun eyniadlı kəndi - Şahbuzkənd yaxınlığında, Naxçıvançayın sol sahilində hər tərəfdən sıldırım qayalarla əhatə olunmuş hündür dağın üzərində yerləşir. Xalq arasında çoxdan məlum olmasına baxmayaraq, arxeoloji abidə kimi 1990-cı ildə qeydə alınmışdır, sahəsi 1300 kv.m-dir. Qalaya qalxan yol qayalıq olub olduqca çətin keçirilir. Yolun üstündə yerli əhali tərəfindən ziyarət olunan Pir vardır. Qalanın mərkəzi hissəsində tamamilə dağıdılmış tikinti qalıqlarına, bişmiş kərpic və çəhrayı rəngli gil qab qırıqlarına təsadüf edilirdi. Bu sahədə mədəni təbəqəni yoxlamaq üçün 2,5 x 2,5 m ölçüdə şurf qoyuldu. Qazıntı zamanı kül qalıqları izləndi və forma verməyən çəhrayı və boz rəngli gil qab qırıqları tapıldı. Təbəqə 0,5 m dərinlikdə qurtarırdı. Bu səviyyədə dən daşlarının qırıqları və bişmiş kərpiclərdən qurulmuş dairəvi formada olan ocaq yerinə təsadüf olundu. Ocağın içərisi boz rəngli küllə dolmuşdu. Başqa maddi-mədəniyyət qalıqlarına təsadüf olunmadı.Şapurqaladan toplanmış gil məmulatına və tikinti qalıqlarına əsasən demək olar ki, burada eramızın ilk əsrlərindən XV-XVI əsrlərədək həyat davam etmişdir. Şapurqaladan həm müdafiə məqsədilə, həm də gözətçi məntəqəsi kimi istifadə edilmişdir [3, s. 244-246].

Fərhad evi Şahbuz rayonunun Biçənək kəndindən şərqdə Batabat yaylağında yerləşir. O, böyük qayanın içərisində çapılmış dörd otaqdan ibarətdir. Onlar bir istiqamətdə gedən düz keçid vasitəsi ilə birləşirlər. Tavanlar tağ şəkillidir. Otaqlar olduqca kobud yonulmuşdur. Onların bəzilərində divarlar boyunca ensiz səkilər düzəldilmişdir. Divarlarda şam, yaxud çıraq qoymaq üçün kiçik taxçalar düzəldilmişdir. Birinci otağın sağ küncündə su ilə dolu çala vardır. Giriş qapısının hündürlüyü 2,20 m, eni 1, 30 m-dir. Xalq arasında Fərhad evi adı ilə tanınan bu abidənin qəbir abidəsi olduğu təsdiq olunmuşdur. Abidənin girişinin sol tərəfində qazılmış taxçada vaxtilə mixi yazı - kitabə olmuşdur. Lakin kitabə indiyədək saxlanmamış, təbii aşınma nəticəsində dağılmışdır. Kitabənin yerləşdirildiyi uzunsov, dördkünc formalı taxça indiyədək qalmışdır. Abidə Yaxın Şərq ölkələrindən aşkar olunmuş bənzərlərinə əsasən e.ə.VII-VI əsrlərə aid edilir [3, s. 256].

Ağdaban qalası Şahbuz rayonunun Şada kəndindən cənubda, hündür, oval təpənin üzərində yerləşir. Təpənin üst hissəsi düz olduğundan yaşayış yeri üçün olduqca əlverişlidir. Təpənin zirvəsi qala divarları ilə əhatə olunmuşdur. Lakin divarlar tamamilə dağıldığından onların yalnız özülü salamat qalmışdır. Bəzi qisimlərdə divarlar 1 m hündürlüyündə saxlanmışdır. Qalanın içəri tərəfində dördkünc formalı, daşdan inşa edilmiş binaların qalıqları saxlanmışdır. Tədqiqat zamanı yaşayış yerindən Antik dövrün son mərhələsinə aid çəhrayı rəngli keramika parçaları aşkar olunmuşdur. Arxeoloji tapıntılara əsasən yaşayış yerini I-X əsrlərə aid etmək olar [3, s. 278].

Gəlin qayası Qonaqgörməz yaylağının yaxınlığında yerləşir. Təbii qaya parçasından ibarət olan abidə insan fiqurunu xatırlatdığına görə Gəlin qayası adlandırılmışdır. Xalq arasında olan rəvayətə görə o, özünü düşmənlərdən qorumağa çalışan namuslu bir qadının heykəlidir. Abidə Azərbaycan xalqının daşa dönmə ilə bağlı inanclarını əks etdirir [3, s. 274].

Batabat müdafiə divarı Biçənək kəndindən şimalda, Kaha dərəsinə gedən yolun üzərindədir. Burada yolun hər iki tərəfində iri daşlardan hörülmüş divar qalıqlarına rastlanmışdır. Divarın eni 1,5 m, uzunluğu 25 m-dir. Divar yaxından axan çayla qayalığın arasına çəkilmiş və müdafiə xarakteri daşımışdır. Hazırda divarlar 0,5-1 m hündürlükdə salamat qalmışdır. Divar qalıqlarını I-X əsrlərə aid etmək olar [3, s. 273].

Turizmin uğurlu inkişafı üçün vacib amil turistlərin rahatlığını və təhlükəsizliyini təmin etməli olan zəruri infrastrukturun mövcudluğudur, bu baxımdan dağların qoynunda yerləşən *Batabat İstirahət Mərkəzi* qonaqlara unikal istirahət imkanları təqdim edir; burada restoran,

uşaq oyun meydançası, voleybol sahəsi, çardaqlar, kotteclər və fərdi otaqlar mövcuddur, restoranın milli və türk mətbəxi seçmələri, eləcə də ləziz təndir və ocaq yeməkləri isə mütləq dadılmalıdır. Təbiət qoynunda yerləşən çardaqlar, dağ marşrutları üzrə at-cıdır yürüşləri, meşədə gəzinti, Batabat gölü ətrafında piknik və ocaq ətrafında musiqili gecələr qonaqlara həm əyləncə, həm də dinclik təklif edir. Eyni zamanda, Naxçıvan şəhərindən 50 km məsafədə, Şahbuz rayonunun Ağbulaq kəndində yerləşən *Ağbulaq İstirahət Mərkəzi* hotel, restoran, kafe-bar, mini futbol meydançası, satış mağazası və uşaq klubuna malikdir, burada ümumi uzunluğu 1500 metr olan dağ-xizək mərkəzi turistlər üçün eniş zolağı, kanat xətti, xizəksürmə təlim zonası, əyləncə və uşaq parkları ilə təmin edilmişdir [7].

"Naxçıvan Muxtar Respublikasının sosial-iqtisadi inkişafına dair 2023–2027-ci illər üçün Dövlət Proqramı" çərçivəsində turizm sektorunun inkişafı istiqamətində mühüm tədbirlər həyata keçirilir. Dövlət Proqramı çərçivəsində Naxçıvanda iki turistik kəndin seçilməsi istiqamətində işlər görülüb. Müxtəlif kəndlərə baxış keçirilərək Şahbuz rayonunun Kükü kəndi ilkin mərhələdə turistik kənd olaraq müəyyənləşdirilib. Gələcəkdə bu kəndlərdə müvafiq turizm infrastrukturunun yaradılması planlaşdırılır [1].

NƏTİCƏ

Şahbuz rayonunun zəngin təbii resursları, unikal tarixi-mədəni irsi və əlverişli coğrafi mövqeyi onun turizm potensialını formalaşdıran əsas amillərdəndir. Rayon ərazisində ekoturizm, sağlamlıq və qış turizmi kimi müxtəlif turizm növlərinin inkişafı üçün geniş imkanlar mövcuddur. Dövlət səviyyəsində həyata keçirilən infrastruktur layihələri və "Naxçıvan Muxtar Respublikasının sosial-iqtisadi inkişafına dair 2023–2027-ci illər üçün Dövlət Proqramı" turizm sahəsinin davamlı inkişafına təkan verir. Gələcəkdə bu istiqamətdə həyata keçiriləcək layihələr Şahbuz rayonunu regionun mühüm turizm mərkəzlərindən birinə çevirməyə şərait yaradacaqdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Naxçıvan Muxtar Respublikasının sosial-iqtisadi inkişafına dair 2023–2027-ci illər üçün Dövlət Proqramı
2. Abadov Məsim Kazım oğlu. Azərbaycan turizmi və onun inkişaf problemləri. Bakı, "Şərq-Qərb" Nəşriyyat Evi, 2014, 248 səh.
3. Baxşəliyev Vəli Baxşəli oğlu. Naxçıvanın arxeoloji abidələri. – Bakı: Elm, 2008, 301 s.
4. Əliyəva Hafizə. Şahbuz rayonunun Gömür kəndi möcüzəvi bulaqları ilə zəngindir. Səs, 2021, s.10
5 Həsənov A.N. Azərbaycanda regional turizmin inkişafı: problemlər, perspektivlər. Bakı: [Avropa], 2012.,362 s.
6. Məmmədova Mətanət. Naxçıvanın Şahbuzu: 4 fəsil gəl, gör… Səs, 2024, s. 8-9.
7. https://azerbaijan.travel/naxcivanin-istirahet-merkezleri
8. https://www.badamli.az/

Rəvan ZÜLFÜQAROV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
revan.zulfugarov@gmail.com

ORDUBAD RAYONUNDA TURİZMİN İNKİŞAF İMKANLARI - TARİXİ-MƏDƏNİ POTENSİAL VƏ TƏBİİ RESURSLARIN ROLU

Xülasə*: Bu məqalədə Ordubad rayonunun turizm inkişaf imkanları onun tarixi-mədəni irsi və təbii resurslarının sistemli şəkildə təhlili əsasında öyrənilmişdir. Tədqiqatda regionun coğrafi mövqeyi, relyefi, iqlimi, ekoloji müxtəlifliyi, sosial-iqtisadi göstəriciləri və infrastruktur vəziyyəti araşdırılmışdır. Ordubadın qədim şəhərsalma mədəniyyəti, memarlıq abidələri, dini kompleksləri, xalq sənətkarlığı, bağçılıq ənənələri və kənd təsərrüfatı məhsulları onun çoxşaxəli turizm potensialını müəyyənləşdirir. Məqalədə ekoturizm, aqroturizm, mədəni, sağlamlıq və istirahət turizmi sahələrinin inkişafı üçün əlverişli təbii və sosial şəraitin mövcudluğu vurğulanmış, davamlı turizm modelinin yaradılması, yerli icmaların və özəl sektorun bu prosesdə fəal iştirakı üçün konkret təkliflər verilmişdir. Nəticə etibarilə, Ordubad rayonunun zəngin tarixi və təbii irsinin qorunması, eləcə də beynəlxalq səviyyədə tanıdılması regionun turizm mərkəzinə çevrilməsinə imkan yaradır.*

Açar sözlər: *Ordubad, turizm potensialı, tarixi-mədəni irs, ekoturizm, davamlı inkişaf*

TOURISM DEVELOPMENT OPPORTUNITIES IN THE ORDUBAD DISTRICT – THE ROLE OF HISTORICAL-CULTURAL POTENTIAL AND NATURAL RESOURCES

Abstract: *This article provides a detailed scientific assessment of the tourism development potential of the Ordubad district, based on an in-depth analysis of its historical, cultural, and natural resources. The study examines the geographical location, landscape, climate, ecological diversity, socio-economic features, and infrastructure conditions of the region. Ordubad's ancient urban culture, architectural monuments, religious complexes, traditional crafts, and agricultural heritage form the foundation of its multidimensional tourism potential. The paper emphasizes the existence of favorable conditions for the development of ecotourism, agrotourism, cultural, recreational, and health tourism. Furthermore, it proposes practical recommendations for creating a sustainable tourism model, enhancing infrastructure, and increasing the participation of local communities and the private sector in tourism management. The study concludes that the preservation and international promotion of Ordubad's natural and cultural heritage can transform the district into a leading tourism center of the Nakhchivan Autonomous Republic and an example of regional tourism progress in Azerbaijan.*

Keywords: *Ordubad, tourism potential, cultural heritage, ecotourism, sustainable development*

ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ОРДУВАДСКОМ РАЙОНЕ – РОЛЬ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ПОТЕНЦИАЛА И ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ

Резюме: *В статье проводится всесторонний научный анализ возможностей развития туризма в Ордувадском районе на основе глубокого изучения его историко-культурных и природных ресурсов. Рассмотрены географическое положение, рельеф, климатические условия, экологическое разнообразие, социально-экономические*

показатели и уровень инфраструктуры региона. Древняя культура градостроительства, архитектурные памятники, религиозные комплексы, народные ремесла и сельскохозяйственные традиции формируют основу многоаспектного туристического потенциала Ордувада. В статье подчеркивается наличие благоприятных условий для развития экотуризма, агротуризма, культурного, оздоровительного и рекреационного туризма. Кроме того, предложены практические меры по созданию модели устойчивого туризма, совершенствованию инфраструктуры и активному участию местных сообществ и частного сектора в управлении туристической деятельностью. Отмечается, что сохранение и продвижение природного и культурного наследия Ордувада позволит превратить район в ведущий туристический центр Нахичеванской Автономной Республики и пример регионального развития туризма в Азербайджане.

Ключевые слова: *Ордувад, туристический потенциал, культурное наследие, экотуризм, устойчивое развитие*

GİRİŞ

Müasir dövrdə turizm iqtisadiyyatın aparıcı sahələrindən birinə çevrilmiş və regionların sosial-iqtisadi inkişafında mühüm rol oynamışdır. Azərbaycanın müxtəlif bölgələrində, xüsusilə Naxçıvan Muxtar Respublikasında bu sahənin inkişafı dövlət siyasətinin əsas istiqamətlərindən biridir. Qədim tarixə, zəngin təbiətə və özünəməxsus mədəniyyətə malik olan Ordubad rayonu turizm potensialı baxımından Naxçıvanın ən perspektivli regionlarından biri hesab edilir.

Ordubad həm tarixi, həm də coğrafi baxımdan strateji mövqedə yerləşmişdir. Qədim İpək Yolu üzərində yerləşməsi nəticəsində əsrlər boyu ticarət, mədəniyyət və sivilizasiyalararası əlaqələrin mərkəzi olmuşdur. Bu amil Ordubadı həm tarix elmi, həm də mədəni turizm baxımından tədqiq üçün maraqlı məkan kimi təqdim edir.

Hazırkı mərhələdə Ordubad rayonunda turizmin inkişafı həm iqtisadi, həm də mədəni aspektdən mühüm əhəmiyyət daşıyır. Turizmin inkişafı yerli əhalinin məşğulluğuna, regionun iqtisadi aktivliyinə və infrastrukturun yenilənməsinə bilavasitə təsir göstərir. Bununla yanaşı, turizm Ordubadın milli-mənəvi irsinin qorunması və gələcək nəsillərə çatdırılması üçün də mühüm vasitə rolunu oynayır.

Məqalənin əsas məqsədi Ordubad rayonunun turizm potensialının elmi əsaslarla təhlil edilməsi, onun tarixi-mədəni və təbii resurslarının iqtisadi inkişafda rolunun müəyyənləşdirilməsi, eləcə də dayanıqlı turizm modelinin formalaşdırılması üçün praktiki təkliflərin irəli sürülməsidir. Tədqiqatın metodoloji əsasını deskriptiv-coğrafi analiz, müşahidə, müqayisəli qiymətləndirmə və elmi mənbələrin sistemləşdirilməsi təşkil edir.

Ordubad Rayonunun Ümumi Coğrafi və Sosial-İqtisadi Xüsusiyyətləri.

Ordubad rayonu Naxçıvan Muxtar Respublikasının cənub-şərq hissəsində, Araz çayının sol sahilində, İran İslam Respublikası ilə sərhəddə yerləşir. Rayonun ümumi sahəsi təxminən **970 kvadrat kilometr** təşkil edir. Ərazinin əsas hissəsini Zəngəzur silsiləsinin dağlıq və dağətəyi zonaları tutur. Relyefin mürəkkəb quruluşu burada müxtəlif iqlim tiplərinin formalaşmasına səbəb olmuşdur: yüksək dağlıq ərazilərdə soyuq və rütubətli, vadilərdə isə mülayim isti iqlim üstünlük təşkil edir.

Ordubadın torpaq və su ehtiyatları, eləcə də təbii florası kənd təsərrüfatının, xüsusən də bağçılıq və tərəvəzçiliyin inkişafı üçün əlverişlidir. Rayonun iqtisadi həyatında **Ordubad limonu**, **nar**, **qoz**, **alça** kimi məhsullar həm daxili bazarda, həm də ixrac potensialı baxımından önəm daşıyır. Bu kənd təsərrüfatı ənənələrinin qorunması və turizmlə əlaqələndirilməsi aqroturizmin inkişafına geniş imkan yaradır.

Əhalinin əsas hissəsi kənd yerlərində məskunlaşmış və tarixən təbiətlə sıx əlaqədə formalaşan həyat tərzinə malikdir. Bu xüsusiyyətlər kənd turizminin və etnoqrafik turizmin inkişafı üçün mühüm sosial baza yaradır.

Ordubad şəhəri regionun inzibati, mədəni və iqtisadi mərkəzi kimi çıxış edir. Burada son illərdə bir sıra abadlaşdırma və infrastruktur layihələri həyata keçirilmiş, yeni istirahət parkları, mədəniyyət evləri və mehmanxanalar tikilmişdir. Bununla belə, turizm sahəsində dayanıqlı inkişafın təmin edilməsi üçün nəqliyyat əlaqələrinin təkmilləşdirilməsi, bələdçi və informasiya xidmətlərinin inkişafı vacib hesab olunur.

Beləliklə, Ordubad rayonunun coğrafi mövqeyi, iqlim və təbii resurs müxtəlifliyi, əhalinin ənənəvi həyat tərzi regionun turizm potensialının formalaşmasında mühüm təbii-sosial baza yaradır.

Tarixi-Mədəni Potensial.

Ordubad Azərbaycanın ən qədim şəhərlərindən biridir və onun tarixi minilliklərə dayanır. Tarixi mənbələrdə şəhərin adı ilk dəfə XII əsrdə çəkilsə də, arxeoloji tədqiqatlar burada daha qədim yaşayış məskənlərinin mövcudluğunu sübut etmişdir. Qədim şəhərsalma planı, qala divarlarının qalıqları və məhəllə strukturu Ordubadın orta əsrlər dövründə mühüm mədəni və ticarət mərkəzi olduğunu göstərir.

Rayonda mövcud olan çoxsaylı **memarlıq abidələri**, **qəbirüstü daşlar**, **məscidlər**, **hamamlar** və **karvansaraylar** mədəni turizmin əsas dayaqlarındandır. Ordubad şəhərinin mərkəzində yerləşən **Cümə məscidi** XVII əsrə aid olub, Azərbaycan memarlığının nadir nümunələrindəndir. **Ordubad karvansarayı**, **Aza qalası**, **Ələkli qalası**, **Nüsnüs türbəsi**, **Qanlıdərə nekropolu** kimi abidələr həm yerli, həm də beynəlxalq turistlər üçün böyük maraq doğurur.

Bölgənin mədəni irsi yalnız daş abidələrlə məhdudlaşmır. **Ordubad mətbəxi** və **xalq sənətkarlığı** da bu irsin mühüm tərkib hissəsidir. Dulusçuluq, xalçaçılıq, ağac oyma sənəti kimi sahələr bu gün də bəzi kəndlərdə davam etdirilir. Bu ənənələrin qorunması və turizm fəaliyyətinə inteqrasiyası regionun mədəni identikliyini qorumaqla yanaşı, iqtisadi gəlirlilik baxımından da əhəmiyyətlidir.

Ordubad həmçinin Azərbaycanın elm və mədəniyyət tarixində dərin iz buraxmış şəxsiyyətlərin vətənidir. Akademik **Yusif Məmmədəliyev**, ictimai-siyasi xadim **Əbülfəz Elçibəy**, yazıçı və alim **Ələkbər Tağıyev** kimi şəxsiyyətlərin həyatı və fəaliyyəti ilə bağlı muzey və ev-eksponatların yaradılması mədəni turizmin yeni istiqamətlərini formalaşdıra bilər.

Mədəniyyət sahəsində keçirilən **"Ordubad Mədəniyyət Günləri"**, **"Əl Sənətləri Festivalı"**, **"Milli Mətbəx Həftəsi"** kimi tədbirlər həm yerli əhalinin, həm də turistlərin marağını artırır. Belə tədbirlərin beynəlxalq səviyyəyə çıxarılması regionun turizm brendinin gücləndirilməsinə mühüm töhfə verə bilər. [4, s.64–68], [5, s.80–85]

Təbii Turizm Resursları və Ekoturizm İmkanları.

Ordubad rayonu təbii-coğrafi baxımdan Naxçıvanın ən rəngarəng və füsunkar bölgələrindən biridir. Relyefin dağlıq olması və iqlim müxtəlifliyi burada çoxsaylı təbii-landşaft komplekslərinin formalaşmasına səbəb olmuşdur. Ərazidə yerləşən **Zəngəzur silsiləsinin cənub yamacları**, **Ordubad çayı vadisi**, **Əylis dərəsi** və **Nüsnüs meşə massivləri** ekoturizm baxımından xüsusi maraq kəsb edir.

Rayonun flora və faunası zəngindir. Burada 200-dən çox bitki növü, o cümlədən dərman bitkiləri (çobanyastığı, yarpız, adaçayı və s.) yayılmışdır. Heyvanlar aləmi də ekoloji balansın qorunması baxımından əhəmiyyətlidir. **Ordubad Milli Parkı** bu müxtəlifliyi qorumaq məqsədilə yaradılmış və ekoturizm fəaliyyətlərinin həyata keçirilməsi üçün əsas mərkəzə çevrilmişdir. Parkın ərazisində Qafqaz dağ keçisi, qonur ayı, bəbir, cüyür kimi nadir növlərin yaşadığı təsdiqlənmişdir.

Təbii bulaqlar, mineral sular və dağ çayları rayonun sağlamlıq turizmi potensialını

artırır. **Dəstə**, **Əylis**, **Vanand** və **Paraga** kəndlərində yerləşən bulaqların suyu tərkibcə minerallarla zəngin olub, həzm və tənəffüs sistemi xəstəliklərinin müalicəsində istifadə olunur. Bu mənbələr əsasında sanatoriya və müalicəvi istirahət komplekslərinin yaradılması region iqtisadiyyatı üçün yeni gəlir mənbələri yarada bilər.

Ordubadın təbiət mənzərələri fotoqrafiya, yürüş (trekking), dağ velosipedi, quş müşahidəsi (birdwatching) kimi turizm növləri üçün də geniş imkan açır. Rayonun yüksək dağlıq ərazilərində — xüsusilə **Gilan**, **Biləv**, **Unus** kəndlərində yerləşən təbii yaylaqlar yay turizminin inkişafı baxımından çox əlverişlidir.

Ərazi həmçinin **dağ-əfsanə marşrutları**, **mədəni-piyada turları** və **geoturizm** üçün də potensiala malikdir. Belə turlar vasitəsilə həm təbiət, həm də tarix birləşərək turistlər üçün unikal təcrübə yaradır. [2, s.14–18]

Turizm infrastrukturu və inkişaf istiqamətləri.

Turizm sektorunun davamlı inkişafı üçün zəruri olan əsas amillərdən biri müasir və funksional infrastrukturun mövcudluğudur. Ordubad rayonunda son illərdə bu istiqamətdə bir sıra dövlət və özəl sektor təşəbbüsləri həyata keçirilmişdir. Lakin mövcud potensialla müqayisədə infrastrukturun səviyyəsi hələ də istənilən nəticəni vermir.

Rayonun mərkəzi olan Ordubad şəhərində son illərdə **yolların yenilənməsi**, **tarixi abidələrin bərpası**, **kommunikasiya sistemlərinin təkmilləşdirilməsi** kimi mühüm layihələr icra olunmuşdur. Məsələn, **Ordubad–Naxçıvan avtomobil yolu** yenidən qurulmuş, kəndlərarası əlaqə xeyli yaxşılaşmışdır. Bu, turistlərin regiona rahat şəkildə daxil olmasına şərait yaradır. Bununla belə, dağlıq kəndlərə gedən yolların bir hissəsi mövsümi keçilməz olur ki, bu da xüsusilə qış və yaz aylarında turizm fəaliyyətlərini məhdudlaşdırır. [1, s.20–25]

Turizm infrastrukturunun mühüm elementi olan **qonaqlama obyektləri** baxımından Ordubad məhdud sayda imkanlara malikdir. Rayon mərkəzində və bəzi kəndlərdə (məsələn, Əylis, Biləv, Dəstə) kiçik miqyaslı qonaq evləri fəaliyyət göstərir. Lakin **orta və yüksək səviyyəli otel kompleksləri, istirahət mərkəzləri və düşərgə zonaları** hələ formalaşmayıb. Əgər bu sahəyə yerli və xarici investisiyalar cəlb edilərsə, Ordubad **eko-turizm və kənd turizmi** üçün unikal istiqamətə çevrilə bilər. [6, s.53–56]

Bundan əlavə, **turizm informasiya mərkəzlərinin** yaradılması vacibdir. Hal-hazırda Ordubadda turistlər üçün sistemləşdirilmiş məlumat bazası və marşrut planlaşdırma xidməti mövcud deyil. Turistlər çox zaman bölgəni fərdi şəkildə tədqiq edir, bu isə onların təhlükəsizliyi və məlumatlılığı baxımından çatışmazlıqlar yaradır. Əgər dövlət və bələdiyyə səviyyəsində turizm yönümlü informasiya mərkəzi fəaliyyətə başlasa, həm yerli sahibkarların fəaliyyəti koordinasiya olunar, həm də ziyarətçilər üçün praktiki bələdçilik xidməti təmin edilər.

İnfrastrukturun digər mühüm komponenti **nəqliyyat və əlaqə xidmətləridir**. Ordubad şəhəri Naxçıvan şəhərindən təxminən 80 kilometr məsafədə yerləşir və buradan mütəmadi avtobus və taksi xətləri fəaliyyət göstərir. Gələcəkdə **daxili hava reysi və ya sürətli dəmir yolu bağlantısı** qurularsa, rayonun turizm axını xeyli artar. Eyni zamanda, **rəqəmsal infrastrukturun** – internet və mobil rabitənin kəndlərdə genişləndirilməsi turizmin informasiya və kommunikasiya yönünü gücləndirəcəkdir. [4, s.45–49], [7, s.34–36]

İnkişaf istiqamətləri baxımından qeyd etmək olar ki, Ordubadda üç əsas turizm növünün formalaşması məqsədəuyğundur:

1. Ekoturizm və dağ turizmi – Zəngəzur silsiləsinin ətəklərində yürüşlər, dağ dırmanışı, çay kənarında düşərgə turları.

2. Mədəni və tarixi turizm – Ordubad şəhərinin qədim bazar meydanı, məscid və karvansaray kompleksləri, Əylis və Biləv kəndlərindəki abidələr.

3. Aqroturizm və kənd həyatı turizmi – Ordubad armudu, narı, qozu və badamı kimi yerli məhsulların tanıdılması, kənd təsərrüfatı proseslərində iştirak edən turistlər üçün xüsusi proqramlar.

Gələcək planlamada **Ordubad – Culfa – Naxçıvan – Təbriz** istiqamətli regional marşrutun yaradılması xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Bu marşrut həm beynəlxalq səviyyədə turist axınına səbəb ola bilər, həm də regionun iqtisadi inteqrasiyasını gücləndirər.

Turizmin iqtisadi və sosial təsirləri.

Turizm fəaliyyəti hər bir region üçün çoxşaxəli iqtisadi və sosial nəticələr doğurur. Ordubad rayonunda turizmin inkişafı kənd yerlərində iqtisadi aktivliyi artırmaq, məşğulluğu genişləndirmək və yerli icmaların gəlir mənbələrini diversifikasiya etmək baxı mından mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

İlk növbədə, **turizmin iqtisadi təsiri** birbaşa və dolayı gəlir axınlarında özünü göstərir. Turistlərin xərclədiyi vəsaitlər yerli qonaq evləri, restoranlar, nəqliyyat, suvenir satış məntəqələri və kənd təsərrüfatı məhsullarının bazarlarını canlandırır. Məsələn, kənd turizmi fəaliyyətləri nəticəsində fermerlər öz məhsullarını daha geniş bazara çıxara bilər, bu isə kənd iqtisadiyyatının davamlılığını təmin edər.

İkinci mühüm istiqamət **sosial təsirlərdir**. Turizmin inkişafı bölgə əhalisinin dünyagörüşünün genişlənməsinə, gənclərin yeni peşələr (bələdçilik, xidmət, marketinq və s.) üzrə ixtisaslaşmasına imkan yaradır. Bu proses regiondan **miqrasiyanın azalmasına** və gənclərin öz doğma torpağında qalaraq iqtisadi fəaliyyətə qoşulmasına şərait yaradır.

Üçüncü aspekt isə **mədəni irsin qorunması** ilə bağlıdır. Turizm Ordubadın qədim abidələrinin bərpasına əlavə stimul yaradır, çünki turist marağı bu abidələrin iqtisadi dəyərini artırır. Beləliklə, tarixi məscidlər, hamamlar, karvansaraylar və bazar yerləri yalnız keçmişin yadigarı kimi deyil, həm də gəlirin mənbəyi kimi yenidən dəyərləndirilə bilər.

Bununla yanaşı, turizmin inkişafı **ekoloji və sosial məsuliyyətli yanaşma** tələb edir. Əgər nəzarətsiz turizm fəaliyyəti genişlənərsə, təbii landşaftların və mədəni mühitin zədələnməsi riski yarana bilər. Buna görə də Ordubadda "**davamlı turizm**" modeli formalaşdırılmalıdır. Bu model çərçivəsində təbiətin qorunması, tullantıların idarə olunması, yerli əhalinin turizm proseslərinə cəlb edilməsi və gəlirlərin bərabər bölüşdürülməsi kimi prinsiplər əsas götürülməlidir.

İqtisadi baxımdan potensial çox genişdir: hesablamalara görə, əgər Ordubad rayonuna ildə təxminən **20–25 min turist** cəlb edilərsə, yerli iqtisadiyyata illik **1,5–2 milyon manat** civarında əlavə gəlir gətirmək mümkündür. Bunun üçün investisiyalarla yanaşı, **turizm idarəçiliyi və kadr hazırlığı** məsələlərinə də diqqət ayrılmalıdır. [1, s.25–30], [3, s.70–73]

NƏTİCƏ

Yekun olaraq qeyd etmək olar ki, Ordubad rayonunun turizm inkişafı böyük potensiala əsaslanır və bu potensial həm təbii, həm də mədəni komponentlərin vəhdətindən formalaşır. Rayonun qədim şəhərsalma quruluşu, memarlıq abidələri, zəngin etnoqrafik mühiti və ekoloji təmiz təbiəti turizmin bütün əsas növlərinin — mədəni, ekoloji, aqro və istirahət turizminin — inkişafı üçün əlverişli şərait yaradır.

Lakin bu potensialın reallaşdırılması üçün bir sıra addımlar atılmalıdır. Əvvəla, **turizm infrastrukturunun təkmilləşdirilməsi** vacibdir. Dağ kəndlərinə aparan yolların bərpası, mehmanxana və qonaq evlərinin sayının artırılması, xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsi və rəqəmsal infrastrukturun gücləndirilməsi prioritet məsələlər sırasındadır.

İkincisi, **yerli icmaların turizmə inteqrasiyası** təmin edilməlidir. Turizm fəaliyyəti yalnız xarici investorlara əsaslanmamalı, kənd sakinləri də bu prosesin aktiv iştirakçısına çevrilməlidirlər. Bunun üçün təlim proqramları, bələdçilik kursları və mikro-maliyyə layihələri həyata keçirilə bilər.

Üçüncüsü, **Ordubadın beynəlxalq səviyyədə tanıdılması** istiqamətində məqsədyönlü marketinq strategiyası hazırlanmalıdır. Ordubad brendi "Azərbaycanın ən qədim şəhərlərindən

biri" kimi təqdim olunaraq, regionun tarixi və təbiətinin harmoniya içində təqdim edilməsi turist marağını artırar.

Nəticə etibarilə, Ordubad rayonunun tarixi-mədəni və təbii potensialı düzgün planlaşdırma və davamlı idarəetmə vasitəsilə reallaşdırılarsa, rayon yaxın illərdə **Naxçıvan Muxtar Respublikasının turizm mərkəzlərindən birinə** çevrilə bilər. Bu isə həm yerli iqtisadiyyatın inkişafına, həm də Azərbaycanın regional turizm siyasətinin uğurlu icrasına töhfə verəcəkdir.

ƏDƏBİYYAT SIYAHISI

1. Azərbaycan Respublikası Turizm Agentliyi. (2023). *Azərbaycan turizminin regional inkişaf strategiyası 2023–2030*. Bakı.
2. Naxçıvan MR Turizm Departamenti. (2022). *Naxçıvanın turizm potensialı və inkişaf istiqamətləri*.
3. Əliyev, M. (2021). *Regional turizmin idarə edilməsi problemləri*. Bakı: Elm nəşriyyatı.
4. Həsənov, İ. (2020). *Naxçıvanın tarixi abidələri və onların qorunması*. Naxçıvan Universiteti nəşriyyatı.
5. UNESCO Mədəni İrs Mərkəzi. (2019). *Cultural Heritage of the South Caucasus*. Paris.
6. Əliyeva, S. (2020). "Ekoturizmin sosial-iqtisadi əhəmiyyəti." *Azərbaycan Coğrafiya Jurnalı*, №4, s. 42–56.
7. Dövlət Statistika Komitəsi. (2023). *Naxçıvan MR-in sosial-iqtisadi göstəriciləri*.

Aysu TAHİROVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
aysutahiir@gmail.com

TURİZMDƏ SAHİBKARLIĞIN SPESİFİK XÜSUSİYYƏTLƏRİ

Xülasə. *Məqalədə turizmdə sahibkarlığın spesifik xüsusiyyətləri, onun iqtisadi, sosial və texnoloji aspektləri təhlil olunur. Araşdırmada göstərilir ki, turizm sahibkarlığının əsas uğur amilləri innovasiya, yerliləşdirmə, sosial məsuliyyət və davamlılıq yanaşmasıdır. Qarabağ bölgəsində icma əsaslı turizm, Bakı və Abşeronda mədəni-gastronomik istiqamətlər, rəqəmsal platformaların tətbiqi bu sahədə inkişaf üçün strateji istiqamətlər kimi müəyyən edilir. Nəticələr göstərir ki, turizm sahibkarı yalnız iqtisadi fəaliyyət subyekti deyil, həm də sosial və mədəni dəyər yaradan yaradıcı qüvvədir.*

Açar sözlər: *turizm sahibkarlığı, innovasiya, davamlılıq, yerliləşdirmə, rəqəmsallaşma, icma modeli.*

SPECIFIC CHARACTERISTICS OF ENTREPRENEURSHIP IN TOURISM

Abstract: *The article analyzes the specific characteristics of tourism entrepreneurship and its economic, social, and technological aspects. The research highlights innovation, localization, social responsibility, and sustainability as the main success factors. Community-based tourism in Karabakh, cultural-gastronomic directions in Baku and Absheron, and the use of digital platforms are identified as strategic paths for development. The findings reveal that a tourism entrepreneur is not only an economic actor but also a creative force generating social and cultural value.*

Keywords: *tourism entrepreneurship, innovation, sustainability, localization, digitalization, community model.*

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ТУРИЗМЕ

Резюме: *В статье анализируются специфические особенности предпринимательства в туризме, а также его экономические, социальные и технологические аспекты. Исследование показывает, что ключевыми факторами успеха являются инновации, локализация, социальная ответственность и устойчивое развитие. В Карабахе — развитие общинного туризма, в Баку и Апшероне — культурно-гастрономические направления и цифровые платформы рассматриваются как стратегические приоритеты. Установлено, что предприниматель в туризме — это не просто экономический субъект, а творческая сила, создающая социальные и культурные ценности.*

Ключевые слова: *предпринимательство в туризме, инновации, устойчивость, локализация, цифровизация, общинная модель*

GİRİŞ

Turizmdə sahibkarlıq müasir dövrdə yalnız iqtisadi fəaliyyət forması deyil, həm də mədəni, sosial və texnoloji yenilənmənin mühüm istiqaməti kimi çıxış edir. Qloballaşma, rəqəmsallaşma və dəyişən istehlak davranışları bu sahədə fəaliyyət göstərən sahibkarlardan çeviklik, innovativ düşüncə və sosial məsuliyyət tələb edir. Turizm sahibkarı artıq sadəcə xidmət göstərən deyil, təcrübə yaradan, məkanı və mədəniyyəti iqtisadi dəyərə çevirən şəxsdir. O, həm iqtisadi artımı təmin edir, həm də yerli dəyərlərin beynəlxalq təqdimatında vasitəçi rolunu oynayır. Bu baxımdan turizm sahibkarlığı yaradıcılıq, strategiya və idarəetmənin sintezi üzərində qurulur. Azərbaycanın regional potensialı – Qarabağ, Bakı və Şəki kimi mərkəzlər – bu modelin reallaşması üçün geniş imkanlar açır. Mövzu üzrə tədqiqat turizmdə sahibkarlığın spesifik xüsusiyyətlərini, idarəetmə strategiyalarını və dayanıqlı inkişaf imkanlarını kompleks şəkildə təhlil etməyi hədəfləyir [1, s. 133].

ƏSAS HİSSƏ

Ənənəvi sahibkarlıqdan turizm sahibkarlığını fərqləndirən əsas spesifik məqamlar bunlardır:

- İnnovasiya və fərqləndirmə;
- Adaptivlik və dəyişkən mühitə uyğunlaşma;
- Yaşam tərzi motivasiyası (“lifestyle entrepreneurship”);
- Yüksək səviyyədə xidmət və təcrübə yönümlülük;
- Kiçik və orta ölçülü müəssisələrin (KOM) üstünlükdə olması;
- Məkan və yerli resursların mühüm rolu;
- Risk, tələblər və mövsümi dəyişkənlik [2, s. 16-19].

Turizmdə sahibkarlığın xüsusiyyətləri bu sahəni digər iqtisadi fəaliyyət formalarından fərqləndirən canlı, çevik və yaradıcı təbiətə malikdir. Turizm sahibkarı yalnız xidmət göstərən deyil, həm də təcrübə yaradan şəxsdir. O, insanları yeni mədəniyyətlərlə tanış edir, yerli irsi qoruyaraq iqtisadi dəyərə çevirir və hər bir ziyarəti unikal hadisəyə çevirir. Bu baxımdan

turizmdə sahibkarlıq həm iqtisadi, həm sosial, həm də mədəni prosesdir – burada qazancla yanaşı, dəyərlərin paylaşımı və təcrübənin idarə olunması da baş verir.

Turizm sahibkarının əsas gücü yenilik tapmaq bacarığındadır. O, bazarda eyni təkliflər arasında fərqlənmək üçün fərqli düşünür: mövcud resurslara yeni baxış gətirir, adi bir marşrutu hekayəyə çevirir, adi bir qonaq evini yerli mədəniyyətin vitrininə çevirir. Bu, sahibkarın düşüncə çevikliyinin göstəricisidir. Turistlərin maraqları və davranışları tez dəyişdiyi üçün bu sahədə fəaliyyət göstərən hər kəs bazarın ritmini daim izləməli, yeni trendlərə uyğunlaşmalı və bəzən də onları qabaqlamalıdır. Turizmdə sahibkarlığın uğuru məhz bu çeviklik və qabaqcıl düşüncə ilə müəyyən olunur.

Turizm sahəsində işləyən sahibkar üçün yer sadəcə coğrafi məkan deyil – o, məhsulun özüdür. Dağ, dəniz, kənd, şəhər və ya mədəni abidə – hamısı sahibkarın təqdim etdiyi təcrübənin ayrılmaz hissəsidir. Buna görə də turizm sahibkarı məkanın potensialını dərk etməli, onu ziyarətçiyə dəyərli və cəlbedici formada təqdim etməlidir. Bu, həm ekoloji, həm də mədəni məsuliyyət tələb edir. Sahibkar təbiəti yalnız gəlir mənbəyi kimi deyil, qorunmalı resurs kimi görməlidir. Bu yanaşma həm turistin gözləntisini qarşılayır, həm də yerli icmanın maraqlarını qoruyur.

Turizmdə sahibkarlıq çox vaxt kiçik və orta müəssisələr üzərində qurulur. Bu, sahəyə səmimilik və autentiklik gətirir. Ailəvi qonaq evləri, kənd turları, yerli ustaların fəaliyyətləri turizmin ruhunu formalaşdırır. Belə müəssisələrdə sahibkar həm menecer, həm marketoloq, həm də bələdçidir. Onun işi yalnız xidmət göstərmək deyil, qonaqla əlaqə yaratmaq, mədəniyyətini paylaşmaq və onu təəccübləndirməkdir. Bu cür birbaşa münasibət turizmin əsas cazibə qüvvəsidir – səmimiyyət və fərdilik.

Turizm sahibkarı eyni zamanda risklərlə yaşamağı bacarmalıdır. Mövsüm dəyişkənliyi, xarici amillər və iqtisadi dalğalanmalar bu sahədə sabitliyi azaldır. Lakin uğurlu sahibkar bunu maneə kimi deyil, fürsət kimi görür. Mövsümdənkənar dövrlərdə yeni təkliflər hazırlayır, xidmətlərini yenidən qurur, yeni bazarlar axtarır. Bu proses davamlı inkişafı təmin edir və sahibkarın uzunmüddətli mövqeyini gücləndirir.

Turizmdə sahibkarlıq təkcə biznes fəaliyyəti deyil, həm də yaradıcı və strateji düşüncə formasıdır. Burada əsas məqsəd turistin gözləntilərini aşmaq, məkana yeni həyat vermək və iqtisadi dəyəri mədəni məzmunla birləşdirməkdir. Uğurlu turizm sahibkarı bazarı izləyən deyil, bazarı formalaşdıran şəxsdir — o, iqtisadiyyatla mədəniyyət, texnologiya ilə insan təcrübəsi arasında körpü yaradır [3, s. 250].

Turizm sahibkarlığı üzrə aparılmış son illərin tədqiqatları göstərir ki, bu sahə yalnız iqtisadi dinamikanı deyil, həm də sosial, mədəni və texnoloji dəyişiklikləri özündə birləşdirən çoxölçülü bir sistemə çevrilmişdir. Müxtəlif ölkələrdə aparılan elmi araşdırmalar, sorğular və modelləşdirmələr nəticəsində məlum olmuşdur ki, turizm sahibkarlarının fəaliyyət göstəriciləri bir sıra əsas faktorlarla – liderlik, planlaşdırma, innovasiya, sosial məsuliyyət və həyat tərzi motivasiyası ilə birbaşa əlaqəlidir. Əldə olunan nəticələr həm empirik göstəricilərlə, həm də statistik analizlə təsdiqlənmişdir ki, turizm sektorunun inkişafı yalnız infrastruktur və investisiya ilə deyil, sahibkarın şəxsi keyfiyyətləri, davranış strategiyası və idarəetmə mədəniyyəti ilə müəyyən olunur.

2025-ci ildə həyata keçirilmiş "Business Characterization and Performance of Tourism Entrepreneurs in the Gocta Destination: An Analysis Using Smart PLS" adlı tədqiqat bu sahədə mühüm nəticələr ortaya qoymuşdur. Araşdırma zamanı 47 turizm sahibkarı ilə dərin sorğular və strukturlaşdırılmış müsahibələr aparılmış, onlardan 44,7%-i kişi, 55,3%-i isə qadın olmuşdur. Qadın sahibkarların payının yüksək olması diqqətəlayiq nəticədir, çünki bu, turizmdə qadın təşəbbüskarlığının artan rolunu və gender balansının tədricən bərqərar olduğunu göstərir. Araşdırmanın statistik modeli "Smart PLS" proqramı üzərindən qurulmuş və nəticələrə görə liderlik (p=0.047), planlaşdırma (p=0.041) və innovasiya (p=0.007) kimi dəyişənlər sahibkarlıq

performansına və biznesin davamlılığına müsbət və əhəmiyyətli təsir göstərmişdir. Bu nəticə onu göstərir ki, turizm biznesində uğurun əsas mənbəyi maliyyə kapitalı deyil, idarəetmə kapitalıdır – yəni sahibkarın vizyonu, qərarvermə bacarığı və strateji plan qurma qabiliyyəti. Tədqiqatda sahibkarların 68%-i son üç ildə fəaliyyətlərini genişləndirdiklərini, 22%-i yeni xidmət növləri təqdim etdiklərini, 10%-i isə digər bölgələrdə filial açdıqlarını bildirmişdir. Bu göstəricilər sahədə müəyyən bir institusional yetkinlik formalaşdığını təsdiqləyir [4, s. 8].

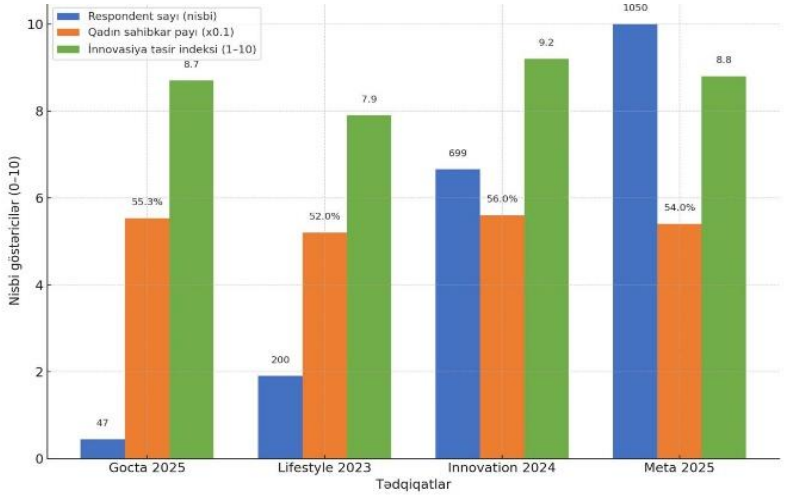
2023-cü ildə aparılmış "Measuring Sustainable Tourism Lifestyle Entrepreneurship" adlı tədqiqatda turizm sahibkarlığının davamlılıq və həyat tərzi kontekstində öyrənilməsi məqsəd qoyulmuşdur. 200 respondent arasında aparılan sorğuda 4 əsas göstərici müəyyən edilmişdir: sosial məsuliyyət, ətraf mühitə hörmət, icma ilə əməkdaşlıq və şəxsi həyat keyfiyyəti. Bu göstəricilər üzrə aparılan statistik analiz nəticəsində Cronbach's Alpha = 0.736 səviyyəsində etibarlılıq əldə olunmuşdur ki, bu da sosial elmlər üçün yüksək nəticə sayılır. Araşdırmanın nəticələrinə əsasən, respondentlərin 63%-i öz bizneslərini yalnız iqtisadi mənfəət üçün deyil, həm də yerli icmanın rifahına töhfə vermək məqsədilə qurduqlarını bildirmişdir. 41%-i isə bizneslərini "öz həyat fəlsəfəsinin ifadə forması" kimi dəyərləndirmişdir. Bu faktlar göstərir ki, turizm sahəsində sahibkarlıq getdikcə daha çox dəyər əsaslı modelə çevrilir – burada sosial fayda, ekoloji məsuliyyət və fərdi məmnunluq iqtisadi uğurla eyni dərəcədə önəmlidir. Həmçinin bu tədqiqatda respondentlərin 58%-i işçilərinə çevik iş qrafiki və təlim imkanları yaratdıqlarını qeyd etmişdir ki, bu da turizm sahibkarlığında "yumşaq idarəetmə" tendensiyasının artdığını göstərir.

Qlobal miqyasda aparılmış ən geniş tədqiqatlardan biri olan "Determinants of the Propensity for Innovation among Entrepreneurs in the Tourism Industry" (2024) adlı araşdırmada 699 turizm sahibkarı iştirak etmişdir. Məlumatlar göstərmişdir ki, yaş, təhsil səviyyəsi, gender və biznes təcrübəsi kimi amillər sahibkarın innovasiyaya meyilində statistik baxımdan əhəmiyyətli rol oynayır. Regresiya analizinin nəticələrinə əsasən, ali təhsilli sahibkarların innovativ davranış indeksi orta hesabla 0,23 vahid daha yüksək olmuşdur. 25–40 yaş arası sahibkarlar innovasiya tətbiqində 67% aktivlik nümayiş etdirmiş, 40 yaşdan yuxarı qrupda isə bu göstərici 48%-də qalmışdır. Eyni zamanda qadın sahibkarların 56%-i yeni ideyaları bazara çıxarmaqda daha cəsarətli olduqlarını, kişilərin isə risklərin idarə olunmasında daha sabit davranış göstərdiklərini bildirmişdir. Bu məlumatlar turizm sahibkarlığının gender baxımından taraz inkişaf etdiyini və müxtəlif yaş qruplarının biznes mədəniyyətinə fərqli dəyərlər gətirdiyini göstərir [5, s. 10].

Bu tədqiqatların müqayisəli təhlili ümumi mənzərəni aydın göstərir: turizmdə sahibkarlıq liderlik keyfiyyətləri, innovasiya yönümlü davranış, planlı idarəetmə və sosial məsuliyyət kimi sütunlar üzərində dayanır. Araşdırmalardan çıxan statistik göstəricilər bu sahədə uğurun üç əsas meyarla ölçüldüyünü təsdiqləyir: (1) strateji idarəetmə qabiliyyəti, (2) yaradıcılıq və yeniliyə açıqlıq, (3) sosial və ekoloji dəyərlərlə inteqrasiya. 2025-ci il üçün aparılmış meta-analitik hesabatlara əsasən, turizm sahibkarlarının 72%-i bizneslərini rəqəmsal platformalar vasitəsilə idarə edir, 61%-i onlayn marketinq alətlərindən aktiv istifadə edir, 37%-i isə süni intellekt əsaslı sistemləri qərarvermə prosesinə daxil etmişdir. Bu göstəricilər sahənin artıq texnoloji və analitik səviyyədə formalaşmağa başladığını sübut edir.

Tədqiqatlar bir daha təsdiqləyir ki, turizm sahibkarlığı dinamik, sosial yönlü və bilik əsaslı bir fəaliyyət sahəsidir. Onun inkişafı yalnız kapitala deyil, intellektual liderliyə, sosial məsuliyyətə və yaradıcı idarəetmə bacarıqlarına əsaslanır. Statistik baxımdan bu sahə ən çox qadın iştirakı, gənc yaş qrupu aktivliyi və texnoloji tətbiqlərin sürətli yayılması ilə seçilir. Bu xüsusiyyətlər gələcəkdə turizmdə sahibkarlığın regional iqtisadiyyatda yenilik və dayanıqlılıq yaradan aparıcı qüvvəyə çevriləcəyini göstərir [6, s. 48].

Şəkil 1. Turizm sahibkarlığı üzrə tədqiqat göstəricilərinin çoxölçülü müqayisəsi



Mənbə: https://www.ijirss.com/index.php/ijirss/article/view/3580[1], https://www.mdpi.com/2071-1050/15/2/1201[2], https://arxiv.org/abs/2401.13679[3]

Turizmdə sahibkarlığın təşkili və strategiyasının formalaşdırılması yalnız bazar mexanizmləri və iqtisadi planlaşdırma ilə məhdudlaşmır — bu, həm də mədəni, sosial və texnoloji düşüncənin idarəetmə sisteminə inteqrasiyası deməkdir. Turizm sektorunda sahibkarlığın uğuru artıq xidmətin həcmi ilə deyil, onun təcrübə dəyəri, sosial təsiri və uzunmüddətli dayanıqlığı ilə ölçülür. Bu baxımdan müasir sahibkar həm iqtisadi planlayıcı, həm də mədəni strateq kimi düşünməlidir.

Turizm sahibkarlığında yerliləşdirmə (localization) ən mühüm strateji istiqamətlərdən biridir. Sahibkar üçün "məhsul" artıq yalnız tur paketləri deyil — məkana, mədəniyyətə və insana toxunan bir hekayədir. Yerli resursların, əl işlərinin, milli mətbəxin və folklorun biznes modelinə daxil edilməsi həm məhsulun fərqliliyini artırır, həm də yerli icmanın iqtisadi iştirakını gücləndirir. Bu, həm sosial, həm də marketinq baxımından turizm brendinə dərinlik verir. Məsələn, kənd və eko-turizm layihələrində yerli qadınların əl işlərinin və kənd mətbəxinin təqdim olunması, həm mədəniyyətin qorunmasına, həm də turizmin iqtisadi təsirinin geniş yayılmasına xidmət edir.

İkinci əsas strateji istiqamət rəqəmsallaşma və texnologiyanın inteqrasiyasıdır. XXI əsr turizmində informasiya texnologiyaları artıq dəstək aləti deyil — biznesin özəyidir. Virtual turlar, 3D təqdimatlar, onlayn rezervasiya sistemləri, mobil tətbiqlər, sosial media vasitəsilə interaktiv reklam və rəqəmsal müştəri analitikası sahibkarın qərarvermə prosesini optimallaşdırır. Rəqəmsal alətlər həm də davranış təhlilinə əsaslanaraq, xidmətin fərdiləşdirilməsinə imkan yaradır. Məsələn, süni intellekt əsaslı sistemlər turistlərin baxış tarixçəsinə, zövqlərinə və büdcəsinə uyğun fərdi təkliflər formalaşdıra bilir. Bu, xidmətin emosional dəyərini yüksəldir və müştəri sadiqliyini artırır [7, s. 305].

Turizm sahibkarlığında davamlılıq (sustainability) artıq trendlərdən biri deyil, zərurətə çevrilib. Sahibkar təbiəti yalnız gəlir mənbəyi kimi deyil, biznesinin əsas tərəfdaşı kimi qəbul etməlidir. Davamlı turizm strategiyası ekoloji qorunma, sosial ədalət və iqtisadi effektivliyin balansına əsaslanır. Bu istiqamətdə enerji qənaətli infrastrukturların qurulması, tullantısız xidmət modellərinin tətbiqi və yerli icmalarla qarşılıqlı fayda yaratmaq prinsipləri önə çıxır. Bu, həm də beynəlxalq sertifikatlaşdırma (LEED, GSTC, Green Globe) sistemlərinə uyğun fəaliyyət üçün əsas yaradır və turizm brendinə beynəlxalq etibarlılıq qazandırır.

Müasir sahibkar üçün növbəti strateji addım niş bazarların (niche markets) araşdırılmasıdır. Qlobal turizm bazarında rəqabət çoxaldıqca, kütləvi xidmət modelləri getdikcə dəyərini itirir. Bunun əvəzində kiçik, ixtisaslaşmış, emosional dəyəri yüksək təcrübələr ön plana çıxır: wellness və sağlamlıq turizmi, kənd və agro-turizm, kulinariya və mədəni irs turları,

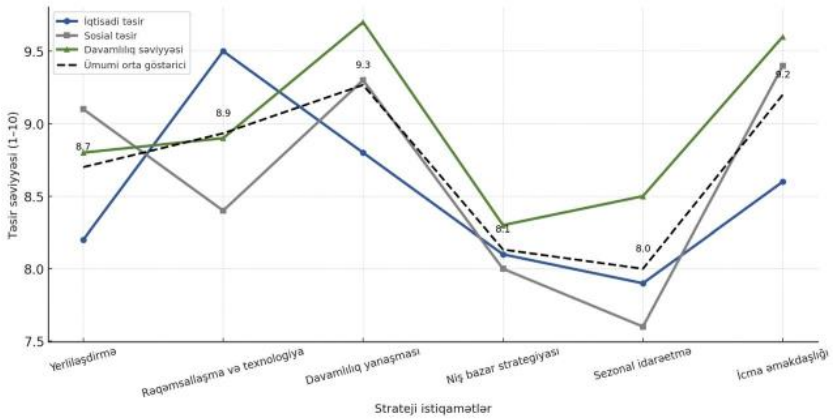
macəra və ekoloji turlar bu baxımdan böyük potensiala malikdir. Niş bazar strategiyası sahibkara həm daha sabit auditoriya, həm də yüksək mənfəət marjası qazandırır. Bu sahələrdə fərqlilik və autentiklik əsas uğur amilidir.

Turizm sahibkarlığında sezonal risklərin idarə olunması da strateji əhəmiyyət daşıyır. Mövsüm dəyişkənliyi turizm sektorunda iqtisadi qeyri-sabitliyin əsas səbəblərindən biridir. Uğurlu sahibkar bu riski qabaqcadan planlaşdırmaq üçün bazar diversifikasiyasına, çoxmövsümlü xidmət paketlərinə və regional paylanmaya üstünlük verir. Məsələn, yay mövsümündə dağ və kənd turlarına fokuslanmaq, qış mövsümündə isə şəhər və mədəni tədbirlər turizmini inkişaf etdirmək bazarın sabitliyini qoruyur. Əlavə olaraq, "ölü mövsüm" dövrlərində xidmətlərin təkmilləşdirilməsi, işçi heyətin təlimi və yeni məhsulların hazırlanması üçün istifadə olunması uzunmüddətli dayanıqlıq yaradır [8, s. 194].

Turizm sahibkarlığının uğuru icma ilə əməkdaşlıq dərəcəsi ilə ölçülür. Yerli əhali ilə tərəfdaşlıq modeli həm resurs bazasını genişləndirir, həm də sosial legitimlik yaradır. İcma əsaslı sahibkarlıq turistlərlə daha səmimi, autentik əlaqə qurmağa imkan verir. Bu yanaşma iqtisadi dəyərin bir hissəsini yerli sakinlər arasında paylaşdırır, regionun sosial-iqtisadi strukturunu gücləndirir və dayanıqlı inkişaf məqsədlərinə xidmət edir.

Turizmdə sahibkarlığın effektiv təşkili yerli mədəniyyət, rəqəmsal texnologiya və sosial məsuliyyətin kəsişməsində formalaşır. Sahibkar yalnız bazarın oyunçusu deyil, həm də regionun identitetini quran və gələcəyin təcrübə iqtisadiyyatını dizayn edən yaradıcı qüvvədir. Bu strategiyaların tətbiqi nəticəsində turizm sahəsində biznes modeli sadə kommersiya fəaliyyətindən çıxaraq, insan, məkan və texnologiya harmoniyasına əsaslanan innovativ idarəetmə sisteminə çevrilir.

Şəkil 2. Turizmdə sahibkarlıq strategiyalarının xətti müqayisəsi



Mənbə: https://www.mdpi.com/2071-1050/15/2/1201

Azərbaycanda turizm sahibkarlığının müasir kontekstində tətbiqetmə yalnız iqtisadi fəaliyyət kimi deyil, həm də regional inkişaf, mədəni diplomatiya və texnoloji yenilənmə prosesi kimi qiymətləndirilməlidir. Ölkə daxilində müxtəlif regionların potensialı bu sahənin lokallaşdırılmış, amma qlobal dəyərə malik modellərlə inkişaf etdirilməsinə imkan yaradır.

Qarabağ bölgəsi turizm sahibkarlığının kənd və ekoturizm istiqamətində təbii bir laboratoriyasıdır. Bərpa olunan kəndlərdə yerli qonaq evi modeli, ailə əsaslı turizm təşəbbüsləri və əllə istehsal edilən məhsulların təqdimatı regiona həm iqtisadi gəlir, həm də sosial reabilitasiya gətirə bilər. Bu modeldə sahibkarlıq yalnız qazanc məqsədi daşımır, həm də bölgənin mədəni yaddaşını və təbiət balansını qorumağa yönəlir. Yerli sakinlər turizm zəncirinin bir parçasına çevrilərək həm xidmət, həm məhsul, həm də təcrübə təklifçisi olur [9, s. 24].

Bakı və Abşeron yarımadası üçün isə turizm sahibkarlığının əsas istiqaməti mədəni və gastronomik təcrübə əsaslı turizmdir. Paytaxtda artan restoran və mədəniyyət festivalları, "Baku Jazz Festival", "Qida Sərgiləri", "Street Food Baku" kimi tədbirlər sahibkarlıq üçün yeni niş bazar yaradır. Burada əsas çağırış texnoloji təqdimatdır — sahibkarlar rəqəmsal platformalar üzərindən (mobil tətbiqlər, sosial media kampaniyaları, virtual turlar) yerli mətbəxi və mədəniyyət təcrübəsini turistə fərqli formada çatdıra bilər. Bu, Azərbaycan brendini beynəlxalq səviyyədə "mədəni təcrübə destinasyonu" kimi möhkəmləndirir.

Rəqəmsal transformasiya istiqamətində isə kiçik tur operatorları və yerli sahibkarların birgə fəaliyyətini dəstəkləyən platformalar xüsusi əhəmiyyət daşıyır. "TourMap.az", "ExperienceBaku" və ya "TravelKarabakh" kimi virtual layihələr üçün potensial var. Bu platformalar vasitəsilə turistlər fərdi marşrutlar tərtib edə, yerli xidmət təminatçıları ilə birbaşa əlaqə yarada bilərlər. Sahibkar üçün bu model vasitəçisiz iqtisadi sistem yaradır, əlavə xərc azalır, müştəri loyallığı isə artır [10, s. 384].

Turizm startapları Azərbaycanda gənc sahibkarlar üçün innovativ meydan ola bilər. Burada "təcrübə yönümlü" xidmətlər — məsələn, VR/AR (virtual və artırılmış reallıq) texnologiyaları ilə qədim qalaların və abidələrin virtual turları, "gecə yaşayışlı kənd proqramları" (turistin kənd həyatına birbaşa inteqrasiyası), velosiped və idman turizmi kimi fəaliyyətlər gənc nəsil turistlərin marağına cavab verir. Bu model həm də ekoloji baxımdan dayanıqlıdır və mövsümi asılılığı azaldır.

Azərbaycanda turizm sahibkarlığının gələcək inkişafı yerli dəyərlərin innovasiya ilə birləşdirilməsi prinsipinə əsaslanmalıdır. Qarabağ kənd turizmi, Bakı gastronomik turizmi və rəqəmsal platforma yönümlü xidmətlər birlikdə milli turizm ekosisteminin üç sütununu formalaşdırır. Bu model ölkəni yalnız turizm məkanı kimi deyil, həm də təcrübə yaradan brend kimi mövqeləndirə bilər [11, s. 13-15].

NƏTİCƏ

Aparılan təhlil göstərir ki, turizm sahibkarlığının effektiv inkişafı yalnız iqtisadi artım deyil, həm də mədəni kimliyin qorunması və texnoloji çevikliyin təmin olunması ilə mümkündür. Bu sahədə əsas yenilik sahibkarın rolunun dəyişməsindədir — o, artıq xidmət təminatçısı deyil, təcrübə dizayneri və sosial dəyər yaradıcısıdır. Yeni dövrdə turizm biznesi "məkan + mədəniyyət + texnologiya" sintezinə əsaslanmalıdır. Rəqəmsal tətbiqlər, VR/AR əsaslı virtual turlar, kənd və icma mərkəzli layihələr bu modelin innovativ təməlini formalaşdırır. Azərbaycanın potensialı, xüsusən Qarabağ və Bakı regionlarında, bu strategiyanın reallaşması üçün əlverişlidir. Əgər sahibkarlar fərdiləşdirilmiş xidmətlər, data-analitik qərarvermə və ekoloji yönümlü idarəetməni birləşdirə bilsələr, turizm sektoru sadəcə gəlir mənbəyi deyil, dayanıqlı innovasiya və milli brend yaradan iqtisadi-mədəni sistemə çevriləcək.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Məmmədov Elşən Qədir oğlu. Azərbaycanda turizmin bazarının formalaşması və idarə olunmasının regional xüsusiyyətləri. Bakı, "Gənclik" Nəşriyyatı, 2013, 172 səh.
2. Işıka, C., Günlü Küçükaltan, E., Kaygalak Çelebi, S., Çalkın, Ö., Ensere, İ., & Çelik, A. (2019). Tourism and Entrepreneurship: A Literature Review. Journal of Ekonomi, 1(1), 1-27.
3. Alsos, G. A., Clausen, T. H., & Solvoll, S. (2014). Tourism Entrepreneurship – Review and Future Directions. Nord University.

4. Lestari, Y. D., Utami, D. D., & Dhewanto, W. (2023). Rural Tourism Entrepreneurship: A Systematic Literature Review on Resources and Challenges. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, 12(4), 1322-1344.
5. Manalua, S. A., Simatupanga, T. M., & Novania, S. (2024). Tourism entrepreneurship research: a mixed embeddedness approach. Cogent Business & Management, 11(1), 2418421.
6. Fu, H., Okumus, F., Wu, K., & Köseoglu, M. A. (2019). The entrepreneurship research in hospitality and tourism. International Journal of Hospitality Management, 78, 1-12.
7. Martín-Navarro, A., Velicia-Martín, F., & Medina-Garrido, J. A. (2023). Causal propensity as an antecedent of entrepreneurial intentions in tourism students. arXiv preprint.
8. Montañes-del-Río, M. A., Medina-Garrido, J. A. (2023). Determinants of the Propensity for Innovation among Entrepreneurs in the Tourism Industry. arXiv preprint.
9. Vlassas, V. (2021). Entrepreneurship and Innovation in Tourism. International Journal of Management Studies and Social Science Research, 3(6).
10. Pillai, R., & Pimentel, M. (2021). Quality of life defined: a tourism Entrepreneurs perspective. International Journal of Social Science & Technology, issue 8.
11. Fernández-Bedoya, V. H., Ruiz-Palacios, M. A., Meneses-La-Riva, M. E., & Suyo-Vega, J. A. (2025). Tourism Entrepreneurship in Latin America: A Systematic Review of Challenges, Strategies, and Post-COVID-19 Perspectives. Sustainability, 17(3), 989.
12. https://www.ijirss.com/index.php/ijirss/article/view/3580
13. https://www.mdpi.com/2071-1050/15/2/1201
14. https://arxiv.org/abs/2401.13679

.

Jalə MURADOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
zhalya.muradova2341@mail.ru

"YAŞIL" İQTİSADİYYATA KEÇİD ŞƏRAİTİNDƏ TURİZMİN İNKİŞAF PROBLEMLƏRİ

Xülasə: *Turizm dünya iqtisadiyyatının mühüm tərkib hissəsi olub, məşğulluğun artırılmasına və ÜDM-in yüksəlməsinə töhfə verir. 2019-cu ildə turizm sektoru qlobal ÜDM-in 10,4%-ni təşkil etmişdir, lakin COVID-19 pandemiyası bu göstəricinin əhəmiyyətli dərəcədə azalmasına səbəb olmuşdur. 2024-cü ildə dünya turizmi demək olar ki, böhrandan əvvəlki səviyyəyə bərpa olunmuşdur ki, bu da onun iqtisadiyyat üçün əhəmiyyətini bir daha vurğulayır. Lakin iqtisadi faydalarına baxmayaraq, turizm ətraf mühitə mənfi təsir göstərir; o cümlədən tullantılarla çirklənmə, resursların həddindən artıq istehlakı və ekosistemlərin məhv edilməsi. Məqalədə turizmin iqtisadiyyat və ətraf mühit üçün həm müsbət, həm də mənfi nəticələri araşdırılır.*

Açar sözlər: *turizm, "yaşıl" iqtisadiyyat, dayanıqlı turizm*

PROBLEMS OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF THE TRANSITION TO A "GREEN" ECONOMY

Abstract: *Tourism is an important component of the global economy, contributing to job creation and GDP growth. In 2019, the tourism sector accounted for 10.4% of global GDP;*

however, the COVID-19 pandemic led to a significant decline in this indicator. By 2024, global tourism had nearly recovered to its pre-crisis level, highlighting its importance for the economy. Nevertheless, despite its economic benefits, tourism has a negative impact on the environment, including waste pollution, excessive consumption of resources, and destruction of ecosystems. The article examines both the positive and negative effects of tourism on the economy and the environment.

Keywords: *tourism, "green" economy, sustainable tourism*

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К "ЗЕЛЁНОЙ" ЭКОНОМИКЕ

Резюме: *Туризм — важная составляющая мировой экономики, способствующая созданию рабочих мест и увеличению ВВП. В 2019 году сектор туризма составил 10,4% мирового ВВП, но пандемия COVID-19 привела к значительному снижению этого показателя. В 2024 году мировой туризм почти восстановился до докризисного уровня, что подчеркивает его важность для экономики. Однако, несмотря на экономические выгоды, туризм оказывает негативное воздействие на экологию, включая загрязнение отходами, чрезмерное потребление ресурсов и разрушение экосистем. В статье рассматриваются как положительные, так и негативные последствия туризма для экономики и окружающей среды.*

Ключевые слова: *туризм, «зеленая» экономика, устойчивый туризм*

ВВЕДЕНИЕ

Путешествия и туризм вносят огромный вклад в современную экономическую систему. Анализ влияния туризма на экономику требует всестороннего рассмотрения его вклада в формирование ВВП. Данный вклад отражает не только прямые туристические расходы, а является показателем того, как туризм стимулирует экономику посредством создания рабочих мест, инвестиций в инфраструктуру и стимулирования смежных отраслей. В 2022 году туристическая индустрия обеспечивала более 22 миллионов рабочих мест, что свидетельствует о её значительном вкладе в мировой рынок труда [4]. При этом, когда речь идет о рабочих местах, связанных с туризмом, большинство ассоциирует их с туристическими агентами, персоналом гостиниц и обслуживающим персоналом туристических достопримечательностей. Однако необходимо учитывать, что во всем мире существует огромное количество рабочих мест, непосредственно или косвенно связанных с туризмом и смежными отраслями. Это включает в себя широкий спектр профессий, от транспортных работников и гидов до специалистов в области информационных технологий, маркетинга и даже сельского хозяйства, которые обслуживают туристическую отрасль.

В 2019 году сектор путешествий и туризма обеспечил 10,4 % мирового ВВП, что эквивалентно приблизительно 10 трлн долларов США [4]. Сюда входят не только прямые расходы туристов — размещение и питание, а также и косвенные траты в смежных секторах, таких как транспорт, шопинг и развлечения. Однако к 2022 году этот показатель снизился до 7,6 %, что связано с последствиями глобального кризиса, вызванного пандемией COVID-19 [4].

В период пандемии COVID-19 сфера туризма продолжила функционировать, но её деятельность была существенно ограничена в связи с введением карантинных мер, закрытием границ и ограничением передвижения как внутри стран, так и на международном уровне. Эти обстоятельства привели к резкому снижению

туристических потоков, снижению доходов предприятий индустрии гостеприимства и массовому сокращению рабочих мест. Однако согласно статистическим данным представленным в обзоре Всемирной туристской организацией ООН (ЮНВТО) опубликованном 20 января 2025 года. В 2024 году общее количество международных туристических поездок составило приблизительно 1,4 миллиарда, что на 11 % (около 140 миллионов поездок) превышает показатели 2023 года [5]. Эти данные свидетельствуют о почти полном восстановлении мировой туристической отрасли — на 99 % — по сравнению с докризисным уровнем, зафиксированным до начала пандемии COVID-19 [4].

Однако, несмотря на очевидные экономические выгоды, туристическая индустрия оказывает значительное влияние на окружающую среду и экосистему. Массовый туризм, особенно в популярных направлениях, приводит к исчерпанию природных ресурсов, загрязнению воды и воздуха, а также к деградации экосистем. Строительство инфраструктуры, таких как отели, курорты и транспортные сети, часто требует масштабных изменений в природных ландшафтах, что может разрушать местные экосистемы и угрожать биоразнообразию.

Кроме того, в процессе туризма возникает значительное количество отходов, включая пластиковые изделия, которые нередко оказываются в океанах и других водоемах, что приводит к экологическим катастрофам. Транспортные средства, такие как самолеты и автобусы, способствуют увеличению выбросов углекислого газа, что оказывает влияние на изменение климата.

Первые шаги, направленные на решение экологических проблем начались еще в 1950–1970-е годы, когда основной акцент делался на борьбу с загрязнением и реакцию на последствия хозяйственной деятельности. В этот период начало формироваться глобальное экологическое сознание, вызванное ростом химического, радиационного загрязнения и страхом перед ядерной угрозой. [2, с 7]

Значимым событием стало проведение Первой международной конференции по проблемам загрязнения воздуха (1955), однако отсутствие международной координации тормозило прогресс. Поворотным моментом стало принятие в 1962 году резолюции Генеральной Ассамблеи ООН «Экономическое развитие и охрана природы», в которой впервые прозвучало признание необходимости баланса между экономическим ростом и сохранением окружающей среды. [2, с 7]

С развитием концепции экологической экономики, основное внимание стало уделяться интеграции экологических принципов в различные сферы жизнедеятельности. Одним из самых ярких примеров интеграции стала туристическая отрасль. Переход к «зелёной» экономике в туризме означает необходимость внедрения устойчивых практик, направленных на снижение негативного воздействия на природу. Однако на практике это сталкивается с множеством вызовов таких как:

Загрязнение окружающей среды отходами

Одной из самых актуальных проблем, с которой сталкивается туризм, является загрязнение окружающей среды отходами, особенно пластиковыми. Эта проблема приобрела глобальный масштаб, особенно в местах с высокой туристической активностью. В туристических зонах часто отсутствует необходимая инфраструктура для сбора и переработки мусора. Это приводит к тому, что отходы сбрасываются в открытые территории или не утилизируются должным образом. Пластик и другие отходы нередко попадают в океаны, реки и озера. Это не только загрязняет воду, но и представляет угрозу для морской фауны. Ежегодно в океаны попадает около 8 миллионов тонн пластика, что приводит к гибели морских птиц, млекопитающих и рыб [6].

Для эффективного решения проблем, связанных с загрязнением окружающей среды отходами в туристических районах, необходимо развивать современные системы сбора, сортировки и переработки мусора. Важным шагом является отказ от одноразового пластика и внедрение многоразовых или биоразлагаемых материалов, что позволит значительно сократить объёмы пластиковых отходов. Кроме того, проведение информационных кампаний и образовательных программ способствует формированию экологически ответственного поведения у туристов и повышает уровень их осведомлённости о важности правильной утилизации отходов.

Многие страны уже начали активно бороться с проблемой загрязнения отходами в туризме. Так, Азербайджанский туристический совет присоединился к Глобальной инициативе по сокращению пластиковых отходов, приняв на себя обязательства по снижению использования одноразового пластика и внедрению систем переработки [8]. В Таиланде в 2018 году был временно закрыт пляж Майя-Бэй для восстановления экосистемы, пострадавшей от массового туризма и пластикового загрязнения. Аналогичные меры предприняло правительство Филиппин, закрыв на шесть месяцев остров Боракай для очистки и экологической реабилитации. В результате остров стал одним из образцовых примеров экологически устойчивого туристического направления.

Избыточное потребление природных ресурсов

Избыточное потребление природных ресурсов в туризме, особенно воды и энергии, представляет собой серьёзную экологическую проблему. Туристическая индустрия требует значительных объёмов этих ресурсов, что может приводить к дефициту в регионах с ограниченными запасами. В гостиницах и туристических объектах вода используется для уборки, стирки, питания, бассейнов и т.д.

Экономное использование воды — один из важнейших шагов к устойчивому развитию туристической отрасли. Установлено, что туристы потребляют значительно больше воды, чем местные жители, причём объёмы зависят от региона. По данным Всемирной туристской организации, среднесуточное потребление воды одним гостем в европейских отелях составляет около 394 литров, тогда как в странах Азии, таких как Таиланд, Индонезия, Гонконг или Сингапур, оно достигает 677 литров, а на Барбадосе — целых 839 литров. [9].

Для сравнения, в домашних условиях средний европеец использует всего 120–150 литров воды в день, а жители таких городов, как Барселона или Копенгаген, и вовсе около 105 литров — один из самых низких показателей в Европе. Однако во время отпуска на курортах Средиземноморья водопотребление может увеличиться в четыре раза, а на Барбадосе — в восемь. Эти данные ясно демонстрируют, насколько резко возрастает нагрузка на водные ресурсы в туристических регионах, что требует принятия устойчивых решений в сфере водопользования.

Для решения проблемы избыточного водопотребления следует внедрение систем рециркуляции воды, а также важно использование технологий для сбора дождевой воды. Отель **"Soneva Fushi"** на Мальдивах является отличным примером успешного внедрения систем рециркуляции воды и сбора дождевой воды. Этот экологичный курорт использует систему, которая позволяет повторно использовать сточные воды для полива растений и других технических нужд, значительно сокращая потребление пресной воды. Кроме того, отель установил системы для сбора дождевой воды, которую направляют на хозяйственные нужды. Эти меры помогают значительно снизить нагрузку на местные водные ресурсы и способствуют более устойчивому использованию воды, что является важным шагом в направлении экологически чистого туризма.

Еще одной серьезной экологической проблемой в туризме является избыточное потребление энергии. Гостиницы являются одними из самых энергозатратных в

коммерческом секторе. Они нуждаются в большом количестве энергии для отопления, кондиционирования, освещения и работы различного оборудования. Потребность в горячей воде, стирке белья и поддержании комфортной температуры значительно увеличивает общие энергозатраты. Зависимость от энергии, которая часто вырабатывается из ископаемого топлива, приводит к значительным выбросам парниковых газов, усугубляя глобальное изменение климата.

Для решения этой проблемы в туристической индустрии необходимо переходить на использование возобновляемых источников энергии. Солнечные и ветровые электростанции позволяют значительно снизить углеродный след, уменьшив зависимость от традиционных углеродных источников энергии. Отель "Solar Hotel", расположенный в Германии, является отличным примером успешного использования возобновляемых источников энергии в туристической индустрии [7]. Отель полностью зависим от солнечной энергии для обеспечения своих потребностей в электричестве и отоплении. На крыше здания установлены солнечные панели, которые производят достаточно энергии для покрытия всех нужд отеля, включая освещение, отопление и кондиционирование. Кроме того, в отеле используется система для утилизации и переработки энергии, извлекаемой из сточных вод, что позволяет еще больше снизить потребление энергии. Эти инновационные решения значительно снижают углеродный след и делают отель примером устойчивого туризма, способствующего охране окружающей среды.

Разрушение природных экосистем

Для строительства отелей, курортов и транспортных объектов часто вырубаются леса, разрушаются береговые линии или изменяются русла рек, что серьезно нарушает местные экосистемы. Леса играют важную роль в регулировании углеродного баланса, поглощая углекислый газ и выделяя кислород. Вырубка деревьев нарушает этот процесс, способствуя накоплению углекислого газа в атмосфере и ускоряя изменения климата. Леса также поддерживают водный цикл, регулируя влажность воздуха и предотвращая эрозию почвы. Уничтожение таких экосистем приводит к утрате среды обитания для множества видов флоры и фауны. Разрушение береговых зон, в свою очередь, часто связано с развитием инфраструктуры, что увеличивает риск наводнений и других природных катастроф.

Для борьбы с разрушением экосистем, вызванным строительством и урбанизацией, важно внедрять устойчивые практики и разрабатывать эффективные меры защиты природы. В ряде стран активно внедряются программы по восстановлению лесов и охране существующих лесных массивов. Например, в Бразилии была значительно сокращена вырубка лесов в Амазонии благодаря усиленному контролю за незаконной вырубкой и введению стимулирующих программ для местных жителей, которые могут получать поддержку за участие в восстановлении экосистем [10].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Туризм сталкивается с множеством проблем в условиях перехода к «зелёной» экономике. Для достижения баланса между экономическими выгодами туризма и сохранением природы необходимо активно внедрять устойчивые практики, такие как использование возобновляемых источников энергии, сокращение отходов и рациональное использование природных ресурсов. Примеры успешных инициатив, таких как экологически чистые курорты и системы переработки воды, показывают, что возможен переход к более экологичному и устойчивому туризму.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бобылев С.Н., Захаров В.М. Экология и экономика. «Зелёная» экономика. Человек и природа. – М.: Департамент природопользования и охраны окружающей среды города Москвы / Центр устойчивого развития и здоровья среды ИБР РАН / Центр экологической политики России, 2015. – 98 с.
2 Липина С.А., Агапова Е.В., Липина А.В. Зеленая экономика. Глобальное развитие. – М.: Изд-во Проспект, 2016. – с. 234, тираж 500 экз.
3. Шимова О.С. Устойчивый туризм: учеб. -метод пособие / Минск: РИПО, 2014 – 158 с.
4. Туризм \\ Мировой рынок: [сайт]. - https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Туризм_(мировой_рынок)
5. World Tourism Barometer: January 2025: [сайт]. – https://en.unwto-ap.org/news/worldtourismbarometer_jan2025/
6. Global Tourism Plastics Initiative \\ Tourism's Plastic Pollution Problem: [сайт]. - https://www.oneplanetnetwork.org/programmes/sustainable-tourism/global-tourism-plastics-initiative/tourisms-plastic-pollution-problem?utm_source=chatgpt.com
7. TACKLE WASTE & POLLUTION: [сайт]. – https://sustainabletravel.org/our-work/waste-pollution/?utm_source=chatgpt.com
8. Global Tourism Plastics İnitiative: [сайт]. – https://azerbaijan.travel/tourism-development-strategy/global-tourism-plastics-initiative?utm_source=chatgpt.com
9. Saving water, the first step towards sustainable tourism: [сайт]. – https://www.wearewater.org/br/insights/saving-water-the-first-step-towards-sustainable-tourism/?utm_source=chatgpt.com
10. Environmental Impact of Hotel Industry: [сайт]. – https://www.northernridge.earth/environmental-impact-of-hotel-industry-20jul24/?utm_source=chatgpt.com

Gülyaz ALLAHVERDİYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
allahverdiyevagulyaz02@gmail.com

ALEKSANDR DÜMANIN YARADICILIQ İRSİ VƏ ONUN DÜNYA ƏDƏBİYYATINDA ROLU

Xülasə: *Məqalədə XIX əsr fransız ədəbiyyatının görkəmli nümayəndəsi Aleksandr Dümanın yaradıcılıq irsi və onun dünya ədəbiyyatında tutduğu mövqe araşdırılmışdır. Yazıçının həyat və yaradıcılıq yolu, bədii üslubu, əsərlərində insan azadlığı, ədalət və mənəvi dəyərlər kimi mövzuların təcəssümü tədqiq edilmişdir. Dümanın "Qafqaz" əsəri kontekstində Qafqaz xalqlarının, o cümlədən azərbaycanlıların mədəni irsinin bədii təqdimatı xüsusi diqqət mərkəzinə çəkilmişdir. Məqalədə həmçinin yazıçının qlobal ədəbiyyata təsiri, onun romantizm dövründən müasir dövrə qədər davam edən əhəmiyyəti elmi-nəzəri aspektdən təhlil olunur.*

Açar sözlər: *Aleksandr Düma, dünya ədəbiyyatı, Qafqaz, mədəni irs, romantizm, Azərbaycan*

THE CREATIVE LEGACY OF ALEXANDRE DUMAS AND HIS ROLE IN WORLD LITERATURE

Abstract: *The article explores the creative legacy of Alexandre Dumas, one of the most*

prominent figures of 19th-century French literature, and examines his significant role in world literature. It analyzes the writer's life, artistic style, and key themes such as freedom, justice, and moral values reflected in his works. Special attention is given to the depiction of the cultural heritage of the peoples of the Caucasus—particularly Azerbaijanis—in Dumas's The Caucasus. The study also discusses the global influence of Dumas's works and their lasting relevance from the Romantic era to modern literature.

***Keywords**: Alexandre Dumas, world literature, The Caucasus, cultural heritage, romanticism*

ТВОРЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ АЛЕКСАНДРА ДЮМА И ЕГО РОЛЬ В МИРОВОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

***Резюме:** В статье исследуется творческое наследие Александра Дюма — одного из выдающихся представителей французской литературы XIX века, а также его роль в мировой литературе. Рассматриваются жизнь и творчество писателя, особенности его художественного стиля, темы свободы, справедливости и духовных ценностей. Особое внимание уделено произведению «Кавказ» и изображению в нём культурного наследия народов Кавказа, в частности азербайджанцев. В работе также анализируется влияние творчества Дюма на мировую литературу и актуальность его идей в современном контексте.*

***Ключевые слова:** Александр Дюма, мировая литература, Кавказ, культурное наследие, романтизм, Азербайджан.*

GİRİŞ

XIX əsr dünya ədəbiyyatının nəhəng simalarından biri olan Aleksandr Düma (1802–1870) yalnız Fransa ədəbiyyatının deyil, ümumbəşəri ədəbi irsin də parlaq nümayəndələrindən biridir. O, roman, dram və səyahətnamə janrlarında yaratdığı zəngin irsi ilə Avropa romantizminin formalaşmasında mühüm rol oynamışdır. Dümanın əsərləri, xüsusilə "Üç muşketyor", "Monte Kristo qrafı", "Qara tülkü", "Qafqaz" və digərləri, həm bədii dəyəri, həm də insani və mənəvi idealları ilə dünya oxucusunun qəlbində dərin iz buraxmağı bacarmışdır.

Onun yaradıcılığı təkcə Fransanın mədəni sərhədləri ilə məhdudlaşmamış, Qafqazdan Latın Amerikasına, Afrikadan Asiyaya qədər müxtəlif xalqların ədəbi və mədəni inkişafına təsir göstərmişdir. Bu baxımdan Dümanın irsi yalnız bədii nümunələr toplusu deyil, həm də xalqlar arasında mədəni körpü rolunu oynayan universal ədəbiyyat hadisəsidir.

Aleksandr Düma 1802-ci il iyulun 24-də Fransanın Villers-Kotterets şəhərində anadan olmuşdur. Onun atası general Tomas-Aleksandr Düma Haiti mənşəli qaradərili bir şəxs, anası isə fransız idi. Bu qarışıq mənşə sonradan onun şəxsiyyətinin formalaşmasına və dünyagörüşünə böyük təsir etmişdir.

Gənclik illərində teatrla maraqlanan Düma ilk uğurunu "Henri III və sarayı" adlı dram əsəri ilə qazanmışdır. Daha sonra o, tarixə, macəraya və insan psixologiyasına əsaslanan nəhəng romanlar yazmağa başlamışdır.

Onun ən məşhur əsərləri — "Üç muşketyor", "İyirmi il sonra", "Monte Kristo qrafı" — dünya ədəbiyyatının klassik nümunələrinə çevrilmişdir. Bu əsərlərdə insanın azadlıq arzusu, ədalətə inam, dostluq və sədaqət kimi dəyərlər əsas motivlər kimi ön plana çıxır.

Dümanın əsərləri çox vaxt kollektiv yaradıcılıq nəticəsində meydana gəlmiş, lakin onun bədii təfəkkürü və təhkiyə bacarığı sayəsində vahid bir üslubda formalaşmışdır. O, geniş kütlələrə müraciət etməyi bacaran, eyni zamanda bədii dərinliyi qoruyan yazıçı kimi

tanınmışdır.

Aleksandr Düma haqqında tədqiqatlar XIX əsrin sonlarından başlayaraq bu günə qədər davam edir. Fransada və digər ölkələrdə onun irsi həm ədəbi-estetik, həm də mədəni-sosioloji aspektlərdən öyrənilmişdir.

Fransız tədqiqatçısı André Maurois Dümanı "xalqın yazıçısı" adlandırırdı. Maurois qeyd edirdi ki, Dümanın əsas gücü onun hekayə danışmaq bacarığındadır — o, oxucunu hadisələrin içərisinə çəkir və qəhrəmanları ilə emosional bağ qurmağa vadar edir.

Rus ədəbiyyatşünaslığında da Dümanın əsərləri böyük maraq doğurmuşdur. XIX əsrdə rus tərcüməçiləri və tənqidçiləri onun romanlarını yüksək dəyərləndirərək, Fransız romantizminin Rusiya ədəbiyyatına təsirində mühüm rol oynadığını vurğulamışlar.

Azərbaycan ədəbiyyatında isə Aleksandr Dümanın adı xüsusilə "Qafqaz" əsəri vasitəsilə tanınır. Bu əsərdə yazıçı Qafqazın mədəni müxtəlifliyini, xalqının qonaqpərvərliyini və mənəvi zənginliyini təsvir etmişdir. Son illərdə Azərbaycan alimləri tərəfindən də Dümanın Qafqaz səfəri və bu səfərin onun yaradıcılığına təsiri mövzusunda tədqiqatlar aparılmaqdadır.

Bu tədqiqatlar göstərir ki, Dümanın "Qafqaz" əsəri təkcə səyahətnamə deyil, həm də Qafqaz xalqlarının mədəni irsinə olan dərin marağın ifadəsidir. O, bu regionun insanlarını, adət-ənənələrini, geyimlərini, musiqisini və memarlığını ədəbiyyat vasitəsilə dünyaya tanıtmışdır.

Dümanın təsiri yalnız romantizm dövrü ilə məhdudlaşmır. Onun yaradıcılıq prinsipləri, hadisə quruluşu və personaj tipi sonrakı əsrlərin bir çox yazıçısına ilham mənbəyi olmuşdur.

XX əsrdə və müasir dövrdə Dümanın romanları bir çox dillərə tərcümə edilmiş, film, teatr və serial adaptasiyaları ilə yeni nəslə tanıdılmışdır. Onun qəhrəman tipi — cəsur, ədalətli, eyni zamanda insani zəifliklərə malik insan modeli — bu gün də universal mənada aktualdır.

Dümanın əsərlərindəki multikultural baxış tərzi xüsusilə diqqətəlayiqdir. O, fərqli millətlərin mədəniyyətinə hörmətlə yanaşır, Qafqazda, Şərqdə və Avropada gördüklərini bəşəri dəyərlərlə birləşdirirdi. "Qafqaz" əsərində azərbaycanlıların həyat tərzi və mədəni irsinin təqdim olunması bu baxımdan onun humanist dünyagörüşünün bariz nümunəsidir.

Məhz bu universal baxış sayəsində Düma dünya ədəbiyyatının sərhədlərini aşaraq, müxtəlif xalqların mənəvi dəyərlərini birləşdirən ədəbi fiqura çevrilmişdir.

NƏTİCƏ

Aleksandr Düma dünya ədəbiyyatının inkişafında əvəzsiz rol oynamış, romantizmin ən parlaq nümayəndələrindən biri kimi universal humanizm ideyalarını bədii yaradıcılıq vasitəsilə ifadə etmişdir. Onun əsərləri yalnız macəra süjetləri ilə deyil, dərin mənəvi və ictimai məzmunu ilə də seçilir.

Dümanın "Qafqaz" əsəri isə onun bəşəri baxış bucağının ən canlı təzahürlərindən biridir. Bu əsər vasitəsilə yazıçı Qafqaz xalqlarının, o cümlədən azərbaycanlıların mədəni irsini dünya ədəbiyyatına gətirir və bununla xalqlar arasında qarşılıqlı anlayışın, hörmətin və mədəni əlaqələrin möhkəmlənməsinə töhfə verir.

Beləliklə, Aleksandr Dümanın yaradıcılığı təkcə Fransa ədəbiyyatının deyil, bütün dünya ədəbiyyatının ümumi sərvətinə çevrilmişdir. Onun ədəbi irsi bu gün də oxunur, öyrənilir və insanı mənəvi kamilliyə çağırır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Düma A. Qafqaz səfəri. Bakı: Şərq-Qərb nəşriyyatı, 2008.
2. Düma A. Üç muşketyor. Paris: Michel Lévy Frères, 1844.
3. Düma A. Monte Kristo qrafı. Paris: Pétion, 1845–1846.
4. Maurois A. Les Trois Dumas. Paris: Hachette, 1957.

5. Chenevière G. Alexandre Dumas: Sa vie et son temps. Paris: Librairie Hachette, 1967.
6. Səfərov F. Fransız ədəbiyyatında romantizm və A.Düma fenomeni. Bakı: Elm və Təhsil, 2012.
7. Əliyeva S. Aleksandr Dümanın Qafqaz səyahətinin ədəbi və tarixi konteksti // Azərbaycan Filologiyası Jurnalı, №3, 2019, s. 55–63.
8. Qasımova N. A.Dümanın "Qafqaz" əsərində Şərq obrazı // Dünya ədəbiyyatı problemləri, Bakı Dövlət Universiteti nəşri, 2020, s. 88–96.
9. Prawer S. S. Romanticism and Adventure: The Legacy of Alexandre Dumas. London: Cambridge University Press, 1985.
10. Məmmədov R. XIX əsr fransız ədəbiyyatında realizm və romantizmin sintezi. Bakı: Elm, 2006.
11. Leclerc J. Alexandre Dumas et le monde: Voyages et universalité. Paris: Éditions Gallimard, 1992.
12. Quliyev E. Qafqaz motivləri dünya ədəbiyyatında. Bakı: ADPU Nəşriyyatı, 2015.
13. Kazımzadə M. Dümanın Qafqaz təsvirləri və azərbaycanlı obrazlarının ədəbi mənası // Filologiya məsələləri, №2, 2021, s. 41–49.
14. Dumas A. Impressions de voyage: Le Caucase. Paris: Calmann-Lévy, 1859.
15. Aghayeva T. The Reflection of Azerbaijani Cultural Heritage in Alexandre Dumas's "The Caucasus" // Baku University Review of Humanities and Social Sciences, 2022, Vol. 5, No. 2, pp. 23–31.

Qismət XASƏNMƏDOV
Azərbacan Turizm və Menecment Universiteti,
magistr
qismetxasen@gmail.com

AZƏRBAYCANDA KƏND TURİZMİNİN İNKİŞAFINDA KORPORATİV İDARƏETMƏ MODELLƏRİNİN TƏTBİQİ İMKANLARI

Xülasə: *Məqalədə Azərbaycanda kənd turizminin inkişafında korporativ idarəetmə modellərinin tətbiqi imkanları təhlil edilmişdir. Tədqiqat göstərir ki, kənd turizminin dayanıqlı inkişafı yalnız resursların mövcudluğu ilə deyil, həm də müasir idarəetmə prinsiplərinin – şəffaflıq, hesabatlılıq, məsuliyyət və ədalətlilik – tətbiqi ilə mümkündür. Kooperativlər, KOB-lar və biznes assosiasiyaları sektorun əsas strukturları kimi qiymətləndirilmiş, onların resursların birləşdirilməsi, risklərin bölüşdürülməsi, strateji planlaşdırma və innovativ texnologiyalardan istifadəyə imkan yaratdığı vurğulanmışdır. Eyni zamanda, hüquqi bazanın qeyri-kamilliyi, idarəetmə bacarıqlarının məhdudluğu və maliyyə çətinlikləri kimi problemlər qeyd edilərək, dövlət-özəl əməkdaşlığının gücləndirilməsi təklif olunur. Nəticədə, korporativ idarəetmə modellərinin tətbiqi regional inkişaf, yerli icmaların rifahı və milli turizm brendinin formalaşmasına töhfə verə bilər.*

Açar sözlər: *kənd turizmi, korporativ idarəetmə, kooperativlər, KOB-lar, biznes assosiasiyaları*

POSSIBILITIES OF APPLICATION OF CORPORATE MANAGEMENT MODELS IN THE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN AZERBAIJAN

Abstract: *The article analyzes the possibilities of applying corporate governance*

models in the development of rural tourism in Azerbaijan. The study shows that sustainable development of rural tourism is possible not only with the availability of resources, but also with the application of modern management principles - transparency, accountability, responsibility and fairness. Cooperatives, SMEs and business associations are assessed as the main structures of the sector, it is emphasized that they allow for pooling resources, sharing risks, strategic planning and the use of innovative technologies. At the same time, problems such as the imperfection of the legal framework, limited management skills and financial difficulties are noted, and it is proposed to strengthen public-private cooperation. As a result, the application of corporate governance models can contribute to regional development, the well-being of local communities and the formation of a national tourism brand.

Keywords: *rural tourism, corporate governance, cooperatives, SMEs, business associations*

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МОДЕЛЕЙ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В РАЗВИТИИ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Резюме: *Аннотация: В статье анализируются возможности применения моделей корпоративного управления в развитии сельского туризма в Азербайджане. Исследование показывает, что устойчивое развитие сельского туризма возможно не только при наличии ресурсов, но и при применении современных принципов управления – прозрачности, подотчётности, ответственности и справедливости. Кооперативы, МСП и бизнес-ассоциации рассматриваются как основные структуры сектора, подчёркивается, что они позволяют объединять ресурсы, распределять риски, осуществлять стратегическое планирование и использовать инновационные технологии. В то же время отмечаются такие проблемы, как несовершенство правовой базы, ограниченные управленческие навыки и финансовые трудности, и предлагается укреплять государственно-частное сотрудничество. В результате применение моделей корпоративного управления может способствовать региональному развитию, благосостоянию местных сообществ и формированию национального туристического бренда.*

Ключевые слова: *сельский туризм, корпоративное управление, кооперативы, МСБ, бизнес-ассоциации*

GİRİŞ

Korporativ idarəetmə — müəssisənin fəaliyyətinin şəffaf, məsuliyyətli və balanslaşdırılmış şəkildə təşkili sistemidir. Bu model yalnız biznesin iqtisadi tərəflərini deyil, həm də sosial, etik və ekoloji məsuliyyətləri nəzərə alır. Onun əsas məqsədi sahibkarların, işçilərin, investorların və cəmiyyətin maraqlarını uzlaşdırmaq, qərar qəbul etmə prosesində şəffaflığı və etibarlılığı təmin etməkdir. Məsələn, kənd turizmi ilə məşğul olan bir ailə təsərrüfatında (məsələn, Qax rayonunda fəaliyyət göstərən "Əlincə Eko-Turizm Evi") korporativ idarəetmə prinsiplərinin tətbiqi işçilərin və ailə üzvlərinin vəzifə bölgüsünü, gəlir paylaşımını və müştəri məmnuniyyətini sistemli şəkildə tənzimləməyə imkan yaradır

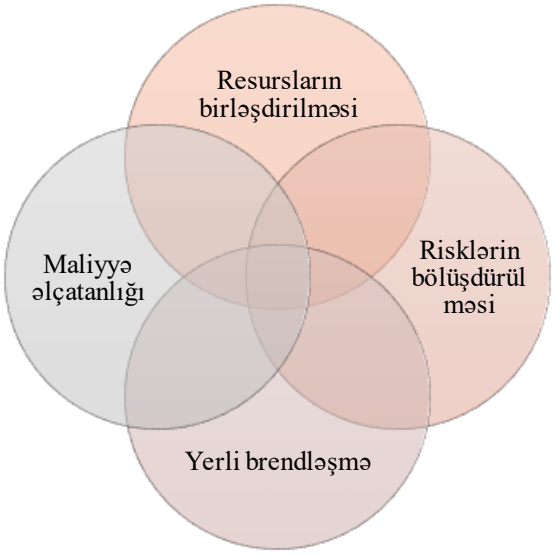
Bu prinsiplərin kənd turizmi sektoruna tətbiqi xüsusilə kooperativlər, kiçik və orta biznes subyektləri (KOB-lar) və biznes assosiasiyaları vasitəsilə həyata keçirilə bilər. Məsələn, Zaqatalada bir neçə kəndin qonaq evlərinin birləşərək vahid turizm marşrutu yaratması ("Bal marşrutu", "Fındıq yolu" və s.) həmin kooperativlərin korporativ idarəetmə mexanizmlərindən istifadə etməsi sayəsində mümkün olmuşdur. Belə birgə idarəetmə forması həm turizm infrastrukturunun səmərəli istifadəsini, həm də kənd əhalisinin gəlir əldə etməsini təmin edir [1,

s. 118].

Kənd turizmi təbii olaraq bir çox tərəfin — fermerlərin, sahibkarların, yerli icma üzvlərinin və turizm operatorlarının əməkdaşlığını tələb edir. Bu baxımdan kooperativ idarəetmə modeli kənd turizminin idarə edilməsində ən uyğun formalarından biridir.

Kooperativlər kənd yerlərində turizm fəaliyyətini birləşdirərək aşağıdakı üstünlükləri təmin edə bilər:[2, s. 88-102].

Şəkil 1. Kooperativlərin kənd turizmində üstünlükləri



Resursların birləşdirilməsi. Kənd turizmi sahəsində uğurlu fəaliyyət üçün müxtəlif resursların — torpaq, yaşayış evləri, kənd təsərrüfatı məhsulları, nəqliyyat və qida xidmətlərinin — birləşdirilməsi mühüm əhəmiyyət daşıyır. Kooperativ idarəetmə modeli bu resursların səmərəli şəkildə inteqrasiyasına imkan verir. Məsələn, Şəki-Zaqatala bölgəsində yerləşən kəndlərdə turizm kooperativləri torpaq sahiblərini, ev sahibi ailələri və yerli sənətkarları bir araya gətirərək kompleks turizm məhsulu formalaşdıra bilər. Belə ki, bir fermer öz təsərrüfatında üzüm və bal istehsalını təmin edərkən, qonşu ailə qonaq evi kimi xidmət göstərir, yerli ustalar isə turistlər üçün sənətkarlıq emalatxanaları təşkil edirlər. Nəticədə, bütün iştirakçılar bir-birini tamamlayan xidmətlər təqdim edərək vahid turizm təcrübəsi yaradırlar. Bu cür model turist üçün daha cəlbedici, sahibkarlar üçün isə daha gəlirli sistem formalaşdırır.

Risklərin bölüşdürülməsi. Turizm fəaliyyəti mövsümi xarakter daşıdığı üçün gəlir səviyyəsi il ərzində dəyişkən olur. Kooperativ idarəetmə modelində gəlir və məsuliyyət bütün üzvlər arasında ədalətli şəkildə bölüşdürülür ki, bu da maliyyə sabitliyini qorumağa kömək edir. Məsələn, Qax və Oğuz rayonlarında bir neçə ailənin birləşərək yaratdığı kənd turizmi kooperativi turist axınının azaldığı mövsümlərdə gəlir itkisini kompensasiya etmək üçün birgə tədbirlər həyata keçirə bilər. Fermerlər məhsullarını kooperativ adı altında satışa çıxarır, ev sahibləri isə təmir və yeniləmə xərclərini ortaq büdcədən maliyyələşdirirlər. Beləliklə, bir ailənin riski bütün qrup arasında paylaşılır və heç kim fəaliyyətini itirmir. Bu yanaşma həm iqtisadi, həm də sosial baxımdan uzunmüddətli davamlılıq yaradır.

Yerli brendləşmə. Kənd turizminin inkişafında brendin formalaşdırılması mühüm strateji amildir. Kooperativlər vasitəsilə bir neçə kənd və ya region vahid turizm brendi yarada bilər. Məsələn, Lerik və Yardımlı rayonlarında fəaliyyət göstərə biləcək "Cənub Dağ Kəndləri Turizm Şəbəkəsi" adlı kooperativ, kəndlərin təbiət gözəlliklərini, milli mətbəxini və folklor ənənələrini birləşdirərək vahid brend kimi tanıdılmasını təmin edə bilər. Belə brendləşmə turistlər üçün aydın və tanınan kimlik yaradır, həm də yerli istehsalçıların məhsullarının (bal,

pendir, çörək, çay, xalça və s.) satış imkanlarını genişləndirir.

Bundan başqa, Qusar və Quba bölgələrində "Qafqaz Dağ Kəndləri" adlı potensial turizm brendi altında fəaliyyət göstərən kəndlər yerli xalçaçılıq, dağ yürüşləri və milli mətbəx nümunələrini vahid konsepsiyada təqdim edə bilərlər.

Maliyyə əlçatanlığı. Kənd yerlərində fərdi sahibkarların və ailə təsərrüfatlarının ən böyük çətinliklərindən biri maliyyə resurslarına çıxışın məhdudluğudur. Kooperativlər bu problemi qismən həll edir, çünki onlar dövlət dəstəyi, qrantlar və güzəştli kreditlər üçün daha uyğun hüquqi formaya malikdirlər. Məsələn, KOBİA (Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi) və Aqrar Kredit və İnkişaf Agentliyi kənd turizmi istiqamətində fəaliyyət göstərən kooperativlərə aşağı faizli kreditlər və texniki yardım proqramları təqdim edir. Əgər bir kənddə bir neçə ailə birləşərək "eco-farm turizmi" layihəsi yaradırsa, bu kooperativ daha asan şəkildə kredit və ya subsidiya ala bilər. Bu modelin praktik nümunəsi kimi İsmayıllı rayonunda bir neçə ailənin birgə yaratdığı "Lahıc Eko-Turizm Kooperativi"ni göstərmək olar. Onlar birgə kredit əldə edərək kənd evlərini bərpa etmiş, eyni zamanda regionda turizm infrastrukturu (yollar, yönləndirici lövhələr, informasiya mərkəzi və s.) formalaşdırmışlar [3, s. 55-67].

Azərbaycanda kənd turizminin inkişafı prosesində kiçik və orta biznes subyektlərinin (KOB-ların) fəaliyyəti mühüm rol oynayır. Bu sahədə fəaliyyət göstərən çoxsaylı mikro və kiçik bizneslər əsasən ailə təsərrüfatları, fərdi sahibkarlar və yerli icma üzvləri tərəfindən idarə olunur. Lakin belə müəssisələrin uzunmüddətli dayanıqlılığını və rəqabətqabiliyyətliliyini təmin etmək üçün korporativ idarəetmə standartlarının tətbiqi zəruridir.

Bu standartların tətbiqi bir tərəfdən sahibkarların maliyyə intizamını gücləndirir, digər tərəfdən isə xidmətlərin keyfiyyətini artıraraq müştəri etimadını möhkəmləndirir. Məsələn, biznes planlaşdırması və strateji idarəetmə kənd turizmi müəssisələrinə fəaliyyət istiqamətlərini düzgün müəyyənləşdirməyə, bazar tələblərinə uyğun strategiyalar hazırlamağa imkan verir. Eyni zamanda, maliyyə hesabatlarının şəffaf aparılması investorlar və tərəfdaşlar üçün etibarlı məlumat bazası formalaşdırır, bu da əlavə sərmayələrin cəlb edilməsinə şərait yaradır

Bundan əlavə, müştəri məmnunluğu və keyfiyyət standartlarının monitorinqi kənd turizmi obyektlərində göstərilən xidmətlərin səviyyəsini beynəlxalq tələblərə uyğunlaşdırır. Bu prosesdə müştəri rəylərinin təhlili, xidmət keyfiyyətinə dair davamlı qiymətləndirmələr və təkmilləşdirmə tədbirləri əsas rol oynayır.

Müasir dövrdə kənd turizminin idarə edilməsində İT texnologiyalarından səmərəli istifadə xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Onlayn rezervasiya sistemləri, rəqəmsal marketinq və sosial media idarəçiliyi kimi alətlər vasitəsilə turizm müəssisələri daha geniş auditoriyaya çıxış əldə edir, satış və tanıtım proseslərini avtomatlaşdırır. Beləliklə, korporativ idarəetmə prinsiplərinin və rəqəmsal texnologiyaların inteqrasiyası kənd turizmi sektorunda KOB-ların fəaliyyətini səmərələşdirir, onların beynəlxalq turizm zəncirlərinə qoşulmasına və dayanıqlı iqtisadi inkişafın təmin olunmasına mühüm töhfə verir [4, s. 112-125].

Kənd turizminin inkişafında biznes assosiasiyaları və turizm klasterləri mühüm rol oynayır. Bu strukturlar müxtəlif maraqlı tərəfləri — dövlət qurumlarını, sahibkarları, turizm təşkilatlarını və yerli icmaları bir araya gətirərək, sektorun idarə edilməsində koordinasiyanı və qarşılıqlı əlaqəni gücləndirir. Korporativ idarəetmə prinsiplərinə əsaslanan belə assosiasiyalar kənd turizminin inkişafında vahid standartların formalaşmasına, şəffaf və məsuliyyətli idarəetmə mexanizmlərinin yaradılmasına şərait yaradır.

Bu cür təşkilatlar vasitəsilə turizm sahəsində keyfiyyət standartlarının müəyyənləşdirilməsi, təlim və sertifikatlaşdırma proqramlarının həyata keçirilməsi və birgə marketinq strategiyalarının hazırlanması mümkün olur. Məsələn, bölgələr üzrə fəaliyyət göstərən turizm assosiasiyaları yerli sahibkarlar üçün təlimlər təşkil edərək onların idarəetmə və xidmət bacarıqlarını inkişaf etdirə bilər. Eyni zamanda, bu qurumlar kənd turizmi marşrutlarının brendləşdirilməsində, milli və beynəlxalq sərgilərdə iştirakın təşkilində mühüm

vasitə rolunu oynayır.

Azərbaycan Turizm Bürosu, Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi (KOBİA), eləcə də yerli bələdiyyələr arasında bu cür assosiasiyalarla əməkdaşlığın gücləndirilməsi kənd turizminin strukturlaşdırılmış və davamlı inkişafına mühüm töhfə verir. Belə əməkdaşlıq çərçivəsində dövlət sektoru normativ-hüquqi dəstək göstərir, KOBİA təlim və maliyyə alətləri təqdim edir, bələdiyyələr isə yerli səviyyədə infrastruktur və logistikanın inkişafına dəstək verir. Nəticədə, bu model həm idarəetmədə şəffaflığı artırır, həm də regionlarda sosial-iqtisadi aktivliyi canlandırır [5].

Bununla belə, kənd turizmi sektorunda korporativ idarəetmənin tətbiqi bir sıra problemlərlə üzləşir. Ən əsas çətinliklərdən biri sahibkarlıq mədəniyyətinin və idarəetmə bacarıqlarının məhdudluğudur. Bir çox kənd təsərrüfatı yönümlü sahibkarlar turizm biznesinin spesifik xüsusiyyətlərini — müştəri yönümlülük, xidmət keyfiyyəti və bazar araşdırması kimi aspektləri — tam mənimsəməmiş olurlar. Bundan əlavə, hüquqi və normativ bazanın qeyri-kamil olması kənd turizmi subyektlərinin rəsmi qeydiyyat, vergi və lisenziyalaşdırma prosedurlarında çətinliklər yaratmaqdadır [6, s. 72].

Eyni zamanda, iqtisadi resurslara çıxışın məhdudluğu yəni, kapital, kredit və texnologiya çatışmazlığı – kənd turizmi müəssisələrinin genişlənməsini ləngidir. Bu problem xüsusilə ucqar bölgələrdə daha qabarıq şəkildə hiss olunur. Həmçinin, yerli icmalar arasında kooperasiya mədəniyyətinin zəifliyi resursların birgə idarə edilməsinə mane olur və fərdi təşəbbüslərin kollektiv sistemə çevrilməsini çətinləşdirir.

Bu səbəbdən kənd turizminin davamlı inkişafı üçün dövlət və özəl sektor arasında əməkdaşlığın gücləndirilməsi, təlim və maarifləndirmə proqramlarının artırılması böyük əhəmiyyət daşıyır. Dövlət qurumları tərəfindən biznes inkubatorları, təlim mərkəzləri və məsləhət xidmətlərinin yaradılması, özəl sektor tərəfindən isə innovativ idarəetmə modellərinin və rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi bu sahənin inkişafını stimullaşdıra bilər. Beləliklə, korporativ idarəetmə prinsiplərinin effektiv tətbiqi kənd turizminin səmərəli, şəffaf və dayanıqlı inkişafı üçün əsas zəmin yaradır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Əliyev, R. (2020). Kənd turizminin inkişaf perspektivləri Azərbaycanda. Bakı: Nurlan. s. 118.
2. Əliyeva, N., & Quliyev, T. (2022). Kooperativlərin kənd turizmində rolu və idarəetmə modelləri. Azərbaycan Turizm Araşdırmaları Jurnalı, 4(1), 88-102.
3. Həsənov, F. (2019). Turizm sektorunda korporativ idarəetmə və iqtisadi effektivlik. Bakı Dövlət Universiteti Elmi Jurnalı, 3(45), 55-67.
4. Məmmədov, S. (2018). Sustainable Development of Rural Tourism: Challenges and Opportunities. Journal of Tourism and Hospitality Management, 6(2), 112-125.
5. World Tourism Organization (UNWTO). (2020). Rural Tourism and Community-Based Tourism: Guidelines for Policy and Practice. Madrid: UNWTO.
6. Иванов, А. (2021). Корпоративное управление в туристическом секторе: зарубежный и отечественный опыт. Москва: Юрайт. с. 72

Nəcməddin ŞIXƏLİYEV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
sixeliyevnecmeddin@gmail.com

AZƏRBAYCAN MUZEYLƏRİNDƏ MÜASİR TİPLİ SƏRGİLƏRİN TƏŞKİLİ PRİNSİPİ

Xülasə: *Məqalədə Azərbaycan muzeylərində müasir tipli sərgilərin təşkili prinsipi və onun xüsusiyyətləri araşdırılmışdır. Müasir sərgilər ənənəvi sərgilərdən fərqli olaraq interaktivlik, innovativ texnologiyaların tətbiqi və ziyarətçi yönümlülüyü ilə seçilir. Tədqiqat göstərir ki, ölkəmizdə Heydər Əliyev Mərkəzi, Milli İncəsənət Muzeyi, Qobustan Dövlət Tarix-Bədii Qoruğu, Xalça Muzeyi kimi nümunələr vasitəsilə muzey sərgiləri yeni mərhələyə yüksəlmişdir. Bu mərkəz və muzeylərdə sensor ekranlar, multimedia zalları, audio-bələdçilər, virtual reallıq kimi vasitələr tətbiq olunmuş, sərgilərin məzmunu tematik və konseptual baxımdan zənginləşdirilmişdir. Müasir sərgilər sayəsində ziyarətçilər eksponatları sadəcə seyr etmir, onlarla qarşılıqlı əlaqəyə girir, tarix və mədəniyyəti canlı təcrübə olaraq yaşayırlar. Məqalədə həmçinin müasir sərgilərin təhsil və ictimaiyyətlə əlaqə (PR) sahələrinə təsiri təhlil edilir. Nəticələr göstərir ki, interaktiv muzey mühiti şagird və tələbələr üçün səmərəli öyrənmə platforması yaradır, muzeylər cəmiyyət üçün açıq mərkəzlərə çevrilir. Beləliklə, Azərbaycan muzeylərinin cəlbediciliyinin artması, ziyarətçi sayının çoxalması və mədəni maarifləndirmə funksiyasının güclənməsi məhz müasir tipli sərgilərin tətbiqi ilə birbaşa bağlıdır. Məqalə boyunca əldə olunan qənaət odur ki, muzeylərimizin gələcək inkişafı üçün müasir sərgi prinsiplərinin geniş şəkildə tətbiq olunması vacibdir və bu sahədə atılan addımlar uğurlu nəticələr verməkdədir.*

Açar sözlər*: muzey sərgisi, müasir texnologiyalar, interaktiv ekspozisiya, Heydər Əliyev Mərkəzi, Qobustan qoruğu, təhsil, ictimaiyyətlə əlaqə.*

THE PRINCIPLE OF ORGANIZING MODERN EXHIBITIONS IN AZERBAIJANI MUSEUMS

Abstract: *This article examines the principles of organizing modern-style exhibitions in Azerbaijani museums and their distinctive features. Unlike traditional displays, modern exhibitions are characterized by interactivity, the use of innovative technologies, and a visitor-centered approach. The study shows that museum exhibitions in Azerbaijan have entered a new phase through examples such as the Heydar Aliyev Center, the National Art Museum, the Gobustan State Historical-Art Reserve, and the Carpet Museum. These institutions have implemented tools like touch-screen kiosks, multimedia halls, audio guides, and virtual reality, enriching the thematic and conceptual content of exhibitions. Thanks to modern exhibitions, visitors do not merely observe exhibits but interact with them, experiencing history and culture in an immersive way. The article also analyzes the impact of modern exhibitions on education and public engagement (PR). The findings indicate that an interactive museum environment provides an effective learning platform for students and turns museums into open centers for the community. Consequently, the increased attractiveness of Azerbaijani museums, higher visitor numbers, and strengthened educational outreach are directly linked to the adoption of modern exhibition principles. The overarching conclusion is that the broad application of contemporary exhibition principles is essential for the future development of our museums, and*

steps taken in this direction are yielding successful results.

Keywords: *museum exhibition, modern technologies, interactive display, Heydar Aliyev Center, Gobustan reserve, education, public engagement.*

ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ТИПА ВЫСТАВОК В МУЗЕЯХ АЗЕРБАЙДЖАНА

Резюме: *В статье исследуются принципы организации выставок современного типа в музеях Азербайджана и их особенности. В отличие от традиционных, современные музейные экспозиции характеризуются интерактивностью, использованием инновационных технологий и ориентацией на посетителя. Проведенное исследование показывает, что благодаря таким примерам, как Центр Гейдара Алиева, Национальный музей искусств, Государственный историко-художественный заповедник Гобустан и Музей ковра, музейные выставки в Азербайджане вышли на новый уровень. В этих учреждениях внедрены сенсорные экраны, мультимедийные залы, аудиогиды, элементы виртуальной реальности, а содержание экспозиций обогащено тематически и концептуально. Благодаря современным выставкам посетители не только созерцают экспонаты, но и взаимодействуют с ними, проживая историю и культуру в интерактивной форме. В статье также анализируется влияние современных выставок на образование и связи с общественностью. Результаты показывают, что интерактивная музейная среда обеспечивает эффективную платформу для обучения школьников и студентов, а музеи превращаются в открытые центры для общества. Таким образом, повышение привлекательности азербайджанских музеев, рост числа посетителей и усиление просветительской функции напрямую связаны с внедрением принципов современных выставок. Основной вывод заключается в том, что для дальнейшего развития наших музеев жизненно важно широкое применение принципов организации современных экспозиций, и предпринятые в этом направлении шаги уже приносят успешные результаты.*

Ключевые слова: *музейная выставка, современные технологии, интерактивная экспозиция, Центр Гейдара Алиева, заповедник Гобустан, образование, связь с общественностью.*

GİRİŞ

Müasir dövrdə muzey sərgilərinin təşkili sahəsində böyük dəyişikliklər baş vermişdir. Son onilliklərdə ekspozisiya sənəti muzey işinin əsas və müstəqil fəaliyyət növlərindən biri kimi özünü təsdiq etmiş, muzeyşünaslıqda dinamik inkişaf edən xüsusi bir istiqamətə çevrilmişdir [1, s.12]. Muzey və sərgi məkanlarının dizaynı, yeni texnologiyaların tətbiqi və ziyarətçi təcrübəsinin zənginləşdirilməsi müasir muzeyşünaslığın diqqət mərkəzindədir. Muzey ekspozisiyalarının tərtibatında ən son tendensiyaların izlənilməsi muzeylərin zamanla ayaqlaşan, qabaqcıl mədəniyyət ocaqları kimi fəaliyyət göstərmək istəyi ilə bağlıdır. Başqa sözlə, bu gün muzeylər yalnız tarixi və mədəni irsin qorunduğu məkanlar deyil, eyni zamanda cəmiyyətin dünyagörüşünü formalaşdıran və aktual mövzuları əks etdirən dinamik qurumlardır.

Muzey sərgilərinin müasir tipdə təşkili prinsipi interaktivlik, innovativ texnologiyaların istifadəsi, tematik zənginlik və auditoriya yönümlülük kimi amillərə əsaslanır. Yeni nəsil sərgilər ziyarətçiləri passiv tamaşaçıdan aktiv iştirakçıya çevirən yanaşmaları ehtiva edir. Bu yanaşma çərçivəsində multimedia təqdimatları, sensor ekranlar, audio-bələdçilər, virtual və artırılmış reallıq elementləri geniş tətbiq olunur. Müasir sərgi texnologiyaları ekspozisiya məkanını uzun müddət aktual saxlayaraq, ziyarətçilərdə güclü təəssürat yaratmağa xidmət edir

[2, s.45]. Belə sərgilər audiovizual vasitələrin, işıqlandırma texnikalarının və innovativ dizayn həllərinin sintezindən istifadə etməklə eksponatların məzmununu daha təsirli çatdırmağa imkan verir. Nəticə etibarilə, muzeylər yeni texnologiyalar sayəsində məlumatları daha cəlbedici formada təqdim edir, ziyarətçi təcrübəsini fərdiləşdirir və geniş auditoriyanı muzeylərə cəlb edir.

ƏSAS HİSSƏ

Muzeylər cəmiyyətin mədəni yaddaşını qorumaqla yanaşı, müasir dövrdə maarifləndirmə və əyləndirmə funksiyalarını bir araya gətirən məkanlara çevrilir. Ənənəvi sərgilərdə eksponatlar statik şəkildə vitrinlərdə nümayiş olunurdusa, müasir sərgilərdə ekspozisiyanın ssenarisi ziyarətçinin fəal iştirakını təmin edəcək formada qurulur. İnteraktiv sərgi prinsiplərinə əsasən, ziyarətçilər düymələrə toxunaraq, sensor ekranlarla məlumat əldə edərək və ya xüsusi qurğular vasitəsilə eksponatlarla "əlaqə quraraq" prosesi canlı təcrübəyə çevirirlər. Bunun nəticəsində muzey ziyarəti öyrədici olmaqla bərabər, yadda qalan bir təcrübəyə çevrilir. Muzey ekspozisiyasında tətbiq olunan bu interaktiv metodlar ziyarətçilərin eksponatları daha dərindən mənimsəməsinə imkan yaradır. Məsələn, "Azərbaycan müəllimi" qəzetində qeyd olunduğu kimi, real eksponatlar, interaktiv sərgilər və bəzən laboratoriya şəraitində keçirilən təcrübələr vasitəsilə şagirdlər sadəcə nəzəri bilikləri deyil, həm də onların praktiki təzahürlərini öyrənə bilirlər [3, s.5]. Bu, muzeyləri sanki sinif otağının davamı kimi, lakin daha canlı və əyani tədris mühiti olaraq təqdim edir.

Müasir sərgilərdə multimedia texnologiyalarının rolu xüsusilə vurğulanmalıdır. Multimedia zalı, audio-vizual instalyasiyalar, panoramik proyeksiyalar vasitəsilə eksponatların tarixi konteksi və əhəmiyyəti ziyarətçilərə dolğun çatdırılır. Məsələn, Heydər Əliyev Mərkəzinin muzeyi dizaynı və tətbiq olunan yeni texnologiyaları ilə seçilir [4, s.47]. Bu muzey ekspozisiyasında ümummilli lider Heydər Əliyevin həyatının müxtəlif dövrləri innovativ üsullarla əks etdirilir. Muzeyin maraqlı bölmələrindən biri eks-prezidentin müxtəlif xarici ölkə rəhbərləri ilə görüşlərini əks etdirən multimedia zalıdır [4, s.47]. Burada interaktiv ekranlarda arxiv foto və videomateriallar təqdim olunmaqla, ziyarətçilər tarixi şəxsiyyətin beynəlxalq əlaqələrini sanki canlı izləyirmiş kimi təcrübə edirlər. Muzeyin "Beynəlxalq əlaqələr" adlı bölməsində isə məlumatlar xüsusi interaktiv qlobus vasitəsilə təqdim olunur ki, bu da texnologiyanın maraqlı tətbiq nümunəsidir [4, s.48]. Beləliklə, müasir muzey texnologiyaları eksponatları statik nümayiş obyektindən interaktiv öyrənmə vasitəsinə çevirir.

Muzey sərgilərində audio-bələdçi və rəqəmsal tətbiqlər də son illərin yeniliklərindəndir. Bir çox muzey artıq müxtəlif dillərdə audio-bələdçilər, mobil tətbiqlər vasitəsilə ziyarətçilərə sərbəst turlar keçmə imkanı verir. QR kod texnologiyası ilə eksponatların yanında məlumat lövhələri yaratmaq, artırılmış reallıq (AR) vasitəsilə eksponatın virtual təsvirini canlandırmaq da müasir sərgilərin tərkib hissəsinə çevrilib. Məsələn, Azərbaycan Xalça Muzeyində eksponatların daha detallı öyrənilməsi üçün sensor ekranların qurulması, xalça naxışlarının animasiya ilə təqdim olunması kimi yeniliklər həyata keçirilib. Xüsusilə, bu muzeydə Səfəvi dövrü xalçalarının rəqəmsal böyüdülməsi və naxışların interaktiv analizini təmin edən ekranlar ziyarətçilərin marağına səbəb olur [5, s.103]. Bununla yanaşı, Muzeydə "Öz ilməni toxu" adlı interaktiv instalyasiya qurulmuşdur ki, bu da ölkəmizdə muzey sahəsində ilk belə təcrübə hesab oluna bilər. Həmin instalyasiya vasitəsilə ziyarətçilər muzeyin foyesində quraşdırılmış xüsusi dəzgahlarda (hana) ənənəvi xovsuz xalça toxuma prosesində birbaşa iştirak edirlər. Ziyarətçilər rəngli iplər seçərək xalçanın bir parçasını toxuyur, muzey əməkdaşları isə onlara bu prosesi öyrədir. Bu layihə nəticəsində auditoriya nümayəndələri özlərini sadəcə tamaşaçı deyil, yaradıcı prosesin bir hissəsi kimi hiss edirlər [6, s.4]. Şübhəsiz ki, belə bir interaktiv yanaşma ziyarətçilərdə unudulmaz təəssüratlar yaradır və onları muzeylə daha güclü emosional bağ

qurmağa sövq edir.

Müasir sərgilərin təşkili zamanı tematik konsepsiya və ssenari quruculuğu da əsas prinsiplərdəndir. Yəni ekspozisiyadakı hər bir eksponat ümumi mövzuya xidmət etməli, ardıcıllıqla ziyarətçini müəyyən hekayə xətti boyunca aparmalıdır. Azərbaycan Milli İncəsənət Muzeyinin son illərdə tətbiq etdiyi yeni sərgi yanaşmaları buna misal ola bilər. Muzeydə 2025-ci ilin sentyabr ayında açılmış "Azərbaycan təsviri sənəti: klassikadan postmodernizmə" adlı yeni daimi ekspozisiya milli incəsənətimizin inkişaf mərhələlərini vahid bir konsept altında cəmləşdirir. Bu ekspozisiyada XX əsrin 50-ci illərindən 2000-ci illərə qədər olan dövrə aid 80-dən çox rəngkarlıq, qrafika və heykəltəraşlıq nümunəsi tematik zallarda nümayiş olunur [7, s.3]. Zallar mövzu üzrə bölgüyə malikdir – məsələn, bir zal Bakının tarixi mənzərələrinə, digəri görkəmli şəxsiyyətlərin portretlərinə, bir başqası isə abstrakt üslublu əsərlərə həsr edilib. Beləliklə, ekspozisiyanın kuratorluq prinsipi elə qurulub ki, müxtəlif nəsillərə mənsub sənətkarların əsərləri bir araya gətirilərək milli incəsənətin bütöv və dinamik mənzərəsi yaradılır. Yeni yaradılmış ekspozisiya tamaşaçılara Azərbaycan təsviri sənətinin zəngin yaradıcılıq xəttini izləməyə imkan verir və milli incəsənətin dövr ərzindəki dinamik inkişafını əks etdirir [7, s.4]. Bu yenilənmə muzeyin ənənəvi təqdimat tərzindən fərqli olaraq, daha kuratorlu və konseptual yanaşma əsasında hazırlandığını göstərir ki, bu da müasir muzey işinin vacib cəhətidir.

Azərbaycan muzeylərində müasir sərgilərin nümunələri.

Azərbaycanın muzey sektoru son illərdə bir sıra uğurlu müasir sərgi nümunələri ilə zənginləşmişdir. Bu nümunələr göstərir ki, ölkəmizdə milli irsin təqdimatında innovativ üsulların tətbiqi diqqət mərkəzindədir. Aşağıda bir neçə mühüm nümunə ətraflı təhlil olunur.

Heydər Əliyev Mərkəzi.

2012-ci ildə istifadəyə verilmiş Heydər Əliyev Mərkəzi həm müasir memarlıq abidəsi, həm də müasir sərgi mərkəzi kimi tanınır. Məşhur memar Zaha Hadidin futuristik üslubda dizayn etdiyi bu mərkəz Bakının müasir simvollarından birinə çevrilmişdir. Mərkəzin binasında geniş sərgi salonları, konqres zalı və Heydər Əliyev Muzeyi fəaliyyət göstərir. Heydər Əliyev Muzeyi Mərkəzin ən cəlbedici hissələrindən biri kimi dəyərləndirilir və burada ölkənin tarixinin mühüm bir dövrü – Heydər Əliyevin Sovet Azərbaycanı və müstəqillik dövründəki fəaliyyəti innovativ təqdimatla əks olunur. Muzeydə interaktiv multimedia təqdimatları geniş yer tutur. Məsələn, Heydər Əliyevin müxtəlif dövlət rəhbərləri ilə görüşlərini ziyarətçilərə təqdim edən multimedia zalında arxiv videoları sensor ekranlar vasitəsilə nümayiş olunur [4, s.47]. Bundan başqa, muzeydə "Beynəlxalq əlaqələr" zalında quraşdırılmış elektron qlobus ziyarətçilərə Heydər Əliyevin dünya ölkələri ilə münasibətlərinə dair məlumatları interaktiv şəkildə əldə etməyə imkan verir. Muzey ekspozisiyasında Heydər Əliyevin şəxsi əşyaları, təltif olunduğu orden-medallar, xarici dövlətlərdən aldığı hədiyyələr də təqdim olunur. Lakin ən önəmlisi, bütün bu eksponatlar müasir dizayn və işıqlandırma texnikası ilə müşayiət olunur, informativ mətnlər elektron lövhələrdə üç dildə təqdim edilir. Heydər Əliyev Mərkəzi mütəmadi olaraq müvəqqəti sərgilərə də ev sahibliyi edir – burada həm yerli, həm də dünya incəsənətinin qiymətli nümunələrinin sərgiləri təşkil olunur. Mərkəzin sərgi salonları beynəlxalq standartlara uyğun qurulduğu üçün Fernando Botero, Endi Uorhol kimi məşhur sənətkarların əsərlərinin sərgiləri də burada keçirilib. Bu amillər Heydər Əliyev Mərkəzini ölkədə müasir sərgi mədəniyyətinin öncülü mövqeyinə çıxarır.

Azərbaycan Milli İncəsənət Muzeyi.

Ölkənin ən böyük incəsənət muzeyi olan Milli İncəsənət Muzeyi (Rüstəm Mustafayev adına) son onilliklərdə infrastrukturu və ekspozisiya siyasəti baxımından modernləşdirilmişdir. Muzey iki tarixi binada – De Burun sarayı və Mariinski qızlar gimnaziyasının binasında – yerləşməklə yanaşı, 2013-cü ildə bu iki binanı birləşdirən müasir aritekturaya malik keçid korpusu inşa edilmişdir [8, s.2]. Bununla muzeyin sahəsi və ekspozisiya imkanları genişlənmiş,

yeni zallar yaradılmışdır. Muzeyin yeni ekspozisiyalarında ənənəvi vitrin təqdimatı ilə yanaşı, elektron məlumat köşkləri, rəqəmsal audiobələdçilərdən istifadə tətbiq olunur. Məsələn, muzeydə ziyarətçilər üçün rəqəmsal audio-tur sistemi qurulub ki, bu da bir neçə dildə eksponatlar haqqında məlumat almağa şərait yaradır. Həmçinin, əsərlər haqqında ətraflı məlumat verən interaktiv ekranların bəzi zallarda quraşdırılması planlaşdırılır. Muzeyin keçirdiyi sərgilər arasında müasir kuratorluq yanaşması ilə seçilən layihələr də var. Ötən illərdə Milli İncəsənət Muzeyi "Anderqraund – yeni həyat", "Özün üçün təbəssümü kəşf et" kimi maraqlı sərgilərə ev sahibliyi edib, "eMotion 32" adlı media layihəsini təqdim edib [9, s.15]. Bu kimi tədbirlər muzeyin cəlbediciliyini artırmaqla yanaşı, gənc auditoriyanı muzeyə cəlb etmək baxımından əhəmiyyətlidir. 2025-ci ildə açılan "Klassikadan postmodernizmə" daimi ekspozisiyası isə muzeyin kolleksiyasını yeni baxış bucağından təqdim etməyə imkan verib. Burada əsərlər xronoloji yox, tematik və konseptual şəkildə qruplaşdırılaraq verilir ki, bu da tamaşaçıda Azərbaycan təsviri sənətinin inkişaf xətti barədə daha aydın təsəvvür yaradır. Beləliklə, Milli İncəsənət Muzeyi tədricən həm fiziki infrastrukturunu, həm də ekspozisiya yanaşmasını müasirləşdirərək, klassik muzeydən müasir kuratorlu muzey modelinə doğru irəliləyir.

***Qobustan Dövlət Tarix-Bədii Qoruğu.Muzeyi*:**

Açıq səma altında qayaüstü rəsm abidələri ilə məşhur olan Qobustan qoruğunda 2011-ci ildə müasir tələblərə cavab verən yeni muzey kompleksi inşa edilmişdir. Bu muzey binası innovativ texnologiyalarla təchiz olunmuş və 2013-cü ildə "Avropada İlin Muzeyi" xüsusi mükafatına layiq görülmüşdür. Qobustan Muzeyi girişdən başlayaraq ziyarətçini sanki qədim dövrlərə "səyahətə" aparan tərtibata malikdir. İnteraktiv informasiya sistemləri qoruğun zəngin tarixini əyani şəkildə çatdırır. Məsələn, muzeydə xüsusi sensor ekranlar quraşdırılıb və onlar vasitəsilə Qobustanın qayaüstü təsvirləri barədə ətraflı məlumat almaq mümkündür. Sensor ekranlarda ziyarətçilər xəritə üzərində müxtəlif qaya sənəti nümunələrini seçərək, onların şəkillərini böyüdə, haqqında mətn və səsli izahları oxuya bilirlər. Bundan əlavə, muzeydə əyləncəli-maarifləndirici oyunlar və 3D videoproyeksiyalar da qurulub. Bu multimedia proqramları Qobustan qayaüstü rəsmlərinin çəkildiyi dövrün həyat tərzini canlandırır – məsələn, virtual ov səhnələri, qədim insanların məişətini əks etdirən animasiyalar nümayiş olunur. Ziyarətçilər interaktiv oyunlar vasitəsilə, məsələn, qədim insanların hansı alətlərlə qayalara rəsmlər çəkdiyini sınaqdan keçirə bilirlər. Muzeyin məlumat mərkəzində bir neçə dildə elektron məlumat bazası yaradılıb; burada sensor ekranlı terminallar vasitəsilə istənilən mövzu üzrə məlumat tapmaq mümkündür. Qobustan muzeyinin ekspozisiyasında həmçinin maketlər və modellərdən istifadə olunub – qədim insanların yaşayış məskənlərinin, ov səhnələrinin maketləri ziyarətçilərdə tarixi dövr barədə canlı təsəvvür yaradır. Bütün bu interaktiv və innovativ yanaşmalar nəticəsində Qobustan Muzeyi ziyarətçilərə təkcə tarixi məlumat vermir, həm də zamanlararası interaktiv dialoq yaratmış olur. Muzeyin belə yeni yanaşmalarla qurulması onun həm yerli, həm də beynəlxalq miqyasda tanınmasına səbəb olmuşdur. Qobustan qoruğu muzeyi "ibtidai dövr incəsənətinə marağın artırılması və qabaqcıl texnologiyaların istifadəsi vasitəsilə ictimai maarifləndirmə" sahəsində əldə etdiyi nailiyyətə görə Avropa Muzey Forumu tərəfindən mükafatlandırılmışdır [10, s.7]. Bu uğur Azərbaycanın muzey sektorunda müasir sərgi prinsiplərinin tətbiqinə parlaq nümunədir.

Yuxarıda təhlil olunan nümunələrdən əlavə, Azərbaycanda digər muzey və sərgi məkanlarında da müasir təşkiletmə prinsiplərinə rast gəlinir. Məsələn, Milli Azərbaycan Tarixi Muzeyi bəzi zallarında multimedia köməyi ilə tarixi canlandırma elementləri tətbiq etmişdir; İçərişəhər Muzey Mərkəzi interaktiv turlar və rəqəmsal ekskursiyalar təklif edir; Müasir İncəsənət Muzeyi (Bakı) isə açıq sərgi məkanı konsepsiyası (divarsız qalereya formatı) ilə fərqlənir. Bu kimi addımlar bütövlükdə ölkəmizdə muzey işinin tədricən modernləşdiyini, sərgilərin qurulmasında yeni metod və texnologiyalardan istifadənin genişləndiyini göstərir.

Təhsil və ictimaiyyətlə əlaqə aspekti.

Muzeylərdə müasir tipli sərgilərin təşkilinin mühüm tərəflərindən biri də təhsil və ictimaiyyətlə əlaqə (ictimai iş) aspektidir. Muzey sərgiləri təkcə eksponatları nümayiş etdirmək üçün deyil, həm də geniş ictimaiyyəti maarifləndirmək, mədəni irsə marağı artırmaq və sosial ünsiyyəti gücləndirmək üçün bir vasitə kimi görülməlidir. Bu baxımdan müasir sərgilər muzeylərin təhsil funksiyasını gücləndirir və ictimaiyyətlə əlaqələrini möhkəmləndirir.

İlk növbədə, müasir muzey sərgiləri təhsil prosesinə inteqrasiya olunur. Bir çox məktəb və təhsil qurumları muzeylərlə əməkdaşlıq edərək dərsləri muzey mühitində keçirməyə başlayıblar. Belə ki, "Muzeydə dərs" proqramları çərçivəsində şagirdlər tarix, incəsənət, coğrafiya kimi fənnlərə dair mövzuları birbaşa eksponatlar üzərində öyrənirlər. Bu zaman interaktiv sərgi elementləri öyrənmə prosesini daha canlı və anlaşılan edir. Məsələn, şagirdlər Tarix Muzeyində arxeoloji eksponatların surətlərini öz əlləri ilə toxuna, quraşdırma oyunlarında iştirak edə, virtual tur vasitəsilə keçmişə "səyahət" edə bilirlər. Bu kimi fəaliyyətlər şagirdlərdə öyrənilən mövzuya qarşı maraq oyadır və biliklərin daha yaxşı mənimsənilməsini təmin edir. Müasir sərgilərin təlim-tərbiyə funksiyası təkcə məktəblilərə yox, müxtəlif yaş qruplarına şamil edilir – muzeylərdə böyüklər üçün mühazirələr, ustad dərsləri, ailəvi ekskursiyalar da təşkil olunur. Beləliklə, muzey sərgisi öz mahiyyətinə görə ömürboyu təhsil konsepsiyasının tərkib hissəsinə çevrilir. [11, s. 466–467]

İctimaiyyətlə əlaqə (PR) aspektinə gəldikdə, müasir muzey sərgiləri muzeylərin cəmiyyətə açılmasını sürətləndirir. Əgər keçmişdə muzeylər daha çox elmi-tədqiqat institutu kimi qapalı idisə, indi muzeylər açıq qapı siyasəti yürüdür, yəni ictimaiyyət üçün əlçatanlığı maksimum dərəcədə artırırlar. Müasir sərgilər maraqlı və yenilikçi kontent təqdim etdiyinə görə media tərəfindən də işıqlandırılır, sosial şəbəkələrdə geniş müzakirə olunur ki, bu da muzeylərin tanıdılmasına xidmət edir. Məsələn, Azərbaycanda 18 may Beynəlxalq Muzeylər Günündə bütün muzeylərdə açıq qapı günü elan olunur, xüsusi tədbirlər və interaktiv sərgilər təşkil edilir. Bu cür kampaniyalar cəmiyyətdə muzeylərə qarşı müsbət imic formalaşdırır.

NƏTİCƏ

Araşdırmadan görünür ki, Azərbaycan muzeylərində müasir tipli sərgilərin təşkili prinsipi uğurla tətbiq edilməkdədir. Girişdə qeyd olunduğu kimi, muzey ekspozisiyasının müasir tərtibatı dünya muzeyşünaslığında zəruri trendlərdəndir və ölkəmiz də bu trendlərə uyğunlaşma yolundadır. Heydər Əliyev Mərkəzi, Milli İncəsənət Muzeyi, Qobustan Qoruğu, Xalça Muzeyi kimi nümunələr göstərir ki, milli mədəniyyətimizi müasir dövrün tələblərinə uyğun təqdim etmək mümkündür və bu, ziyarətçilər tərəfindən rəğbətlə qarşılanır. İnteraktiv formatlar, texnoloji innovasiyalar, multimedia elementləri sayəsində muzey sərgiləri daha maraqlı, cəlbedici və maarifləndirici olur.

Müasir sərgilərin təşkilində əsas prinsip auditoriyaya yönəlik olmaqdır – yəni sərgilər ziyarətçinin maraq və tələbatlarına uyğun planlaşdırılır. Bunun üçün ekspozisiya dizaynı estetik cəlbediciliklə yanaşı, informativ zənginlik təmin edir, müxtəlif öyrənmə üslublarına xitab edən elementlərdən (vizual, eşitmə, interaktiv toxunma və s.) istifadə olunur. Nəticədə, muzey ziyarətçiləri eksponatlarla daha dərin bağ qurur, muzey ziyarəti elm və mədəniyyət öyrənməyin zövqlü bir forması kimi qəbul edilir.

Azərbaycan muzeylərinin qarşısında duran vəzifə bu istiqamətdə fəaliyyətləri davam etdirmək, daha çox innovativ sərgilər təşkil etməklə muzeyləri cəmiyyətə daha da yaxınlaşdırmaqdır. Müzey rəhbərliyi və mütəxəssislər beynəlxalq təcrübədən yararlanaraq sərgi texnologiyalarını təkmilləşdirməli, rəqəmsal transformasiya prosesinə inteqrasiya olmalıdır. Eyni zamanda, sərgi mövzularının seçilməsi zamanı milli mədəni irsin aktual problemlərlə və qlobal müzakirə mövzuları ilə əlaqələndirilməsi vacibdir ki, muzeylər ictimai diskursun fəal iştirakçısına çevrilsin.

Sonda qeyd etmək lazımdır ki, müasir tipli sərgilərin təşkili təkcə texniki yenilik deyil, həm də ideoloji yanaşma dəyişiklikliyidir. Muzeylər artıq "sakit" saxlanclar deyil, canlı ünsiyyət məkanlarıdır. Bu ünsiyyət nə qədər səmimi və interaktiv qurularsa, muzeylərin mədəni inkişafdakı rolu bir o qədər artar. Azərbaycan muzeyləri bu prinsipi rəhbər tutaraq gələcək nəsillərə həm zəngin irsimizi, həm də onun müasir təqdimat mədəniyyətini ötürmüş olacaq.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Dövlət Rəsm Qalereyası. *"Müasir sərgilərin təşkili və ekspozisiyaların qurulma prinsipi"*. (12.05.2022)azgallery.azazgallery.az.
2. "Heydər Əliyev Mərkəzi" https://heydaraliyevcenter.az/#main
3. Rəsulzadə Aysel. *"Açıq səma altında muzey – Qobustan haqqında bilmədiklərimiz"*. Edupress.az, 22.05.2023edupress.azedupress.az.
4. AZƏRTAC. *"YUNESKO muzeylərimizin əməkdaşlarına muzey menecmentini öyrədəcək"*. 18.11.2003azertag.az.
5. Səfərov Q. *"Muzeylər və təhsil: interaktiv öyrənmə mühiti"*. *Azərbaycan müəllimi* qəzeti, 2019, №5 (mücərrəd).
6. AZƏRTAC. *"Xalça Muzeyi 'Öz ilməni toxu' adlı interaktiv instalyasiya hazırlayıb"*. 15.05.2018azertag.azazertag.az.
7. Mədəniyyət qəzeti. *"Klassikadan postmodernizmə – Milli İncəsənət Muzeyində yeni ekspozisiya"*. 02.10.2025medeniyyet.info.azmedeniyyet.info.az.
8. President.az. *"İlham Əliyev Azərbaycan Milli İncəsənət Muzeyinin yeni korpusunun açılışında"*. 07.06.2013.
9. AZƏRTAC. *"Ötən il Azərbaycan Milli İncəsənət Muzeyi üçün çox məhsuldar olub"*. 08.01.2019azertag.az.
10. Edupress.az. *"Qobustan Dövlət Qoruğu muzeyi Avropada ilin muzeyi mükafatına layiq görüldü"*. 2013.
11. Pallud, J. (2017). Impact of interactive technologies on stimulating learning experiences in a museum. *Information & Management, 54*(4), 465–478. https://doi.org/10.1016/j.im.2016.10.004

Tofiq MƏMMƏDVƏLİYEV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
memmedveliyevtofiq@gmail.com

AZƏRBAYCANDA MƏDƏNİ İRS OBYEKTLƏRİNİN EFFEKTİV İDARƏETMƏSİNDƏ HÜQUQİ-İNZİBATİ PROBLEMLƏR

Xülasə: *Məqalə Azərbaycanda mədəni irs obyektlərinin qorunması və idarə edilməsində mövcud hüquqi-inzibati problemlərin kompleks təhlilinə həsr olunmuşdur. Tədqiqatın başlanğıcında mədəni irsin beynəlxalq müstəvidə əhəmiyyəti, UNESCO və ICOMOS kimi qurumların müəyyən etdiyi qlobal standartlar və Azərbaycanın bu sahədə üzərinə götürdüyü öhdəliklər vurğulanır. Məqalə göstərir ki, qloballaşma, urbanizasiya və müasir təhlükələr fonunda mədəni irsin qorunması yalnız milli məsələ deyil, həm də beynəlxalq humanitar təhlükəsizlik və davamlı inkişafın vacib elementi kimi çıxış edir. Araşdırmanın əsas hissəsində Azərbaycanda qanunvericilik bazasında uyğunsuzluqlar, institusional səlahiyyət bölgüsünün*

qeyri-müəyyənliyi, monitorinq və inventarlaşdırma mexanizmlərinin zəif olması kimi problemlər ətraflı təhlil olunur. Qarabağ və Şərqi Zəngəzur bölgələrində işğal dövründə abidələrin dağıdılması ilə bağlı hüquqi sübutlandırma prosesinin çətinlikləri də xüsusi qeyd edilir. Bununla yanaşı, maliyyələşmə çatışmazlığı, peşəkar kadr qıtlığı və ictimai iştirakçılığın zəifliyi mədəni irsin davamlı qorunmasına mane olan əsas amillər kimi göstərilir. Məqalənin nəticəsində bildirilir ki, effektiv idarəetmə üçün normativ-hüquqi harmonizasiya, rəqəmsal nəzarət sistemlərinin yaradılması, beynəlxalq təcrübəyə uyğun müasir yanaşmaların tətbiqi və kompleks institusional islahatlar zəruridir. Bu tədbirlər həm milli mədəniyyətin qorunmasına, həm də Azərbaycanın beynəlxalq platformalarda mövqeyinin möhkəmlənməsinə ciddi töhfə verəcəkdir.

Açar sözlər: *mədəni irs, hüquqi-inzibati problemlər, mədəniyyət siyasəti, UNESCO konvensiyaları, inventarlaşdırma, abidələrin mühafizəsi, institusional koordinasiya, Qarabağ irsi.*

LEGAL AND ADMINISTRATIVE PROBLEMS OF EFFECTIVE MANAGEMENT OF CULTURAL HERITAGE SITES IN AZERBAIJAN

Abstract: *The article is devoted to a comprehensive analysis of the current legal and administrative problems in the protection and management of cultural heritage sites in Azerbaijan. At the beginning of the study, the importance of cultural heritage at the international level, the global standards set by organizations such as UNESCO and ICOMOS, and the obligations assumed by Azerbaijan in this area are emphasized. The article shows that, against the backdrop of globalization, urbanization, and modern threats, the protection of cultural heritage is not only a national issue, but also an important element of international humanitarian security and sustainable development. The main part of the study analyzes in detail problems such as inconsistencies in the legislative framework in Azerbaijan, uncertainty in the distribution of institutional powers, and weak monitoring and inventory mechanisms. The difficulties of the legal evidence process related to the destruction of monuments during the occupation in the Karabakh and East Zangezur regions are also specially noted. In addition, the lack of funding, the shortage of professional personnel, and the weakness of public participation are indicated as the main factors hindering the sustainable protection of cultural heritage. The article concludes that for effective management, regulatory and legal harmonization, the creation of digital control systems, the application of modern approaches in line with international experience, and complex institutional reforms are necessary. These measures will make a significant contribution to both the preservation of national culture and the strengthening of Azerbaijan's position on international platforms.*

Keywords: *cultural heritage, legal and administrative problems, cultural policy, UNESCO conventions, inventory, protection of monuments, institutional coordination, Karabakh heritage.*

ПРАВОВЫЕ И АДМИНИСТРАТИВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ОБЪЕКТАМИ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Резюме: *Статья посвящена всестороннему анализу актуальных правовых и административных проблем в сфере охраны и управления объектами культурного наследия в Азербайджане. В начале исследования подчеркивается важность культурного наследия на международном уровне, мировые стандарты, установленные*

такими организациями, как ЮНЕСКО и ИКОМОС, а также обязательства, принятые Азербайджаном в этой области. В статье показано, что на фоне глобализации, урбанизации и современных угроз охрана культурного наследия является не только национальной проблемой, но и важным элементом международной гуманитарной безопасности и устойчивого развития. В основной части исследования подробно анализируются такие проблемы, как несоответствия в законодательной базе Азербайджана, неопределенность в распределении институциональных полномочий, слабые механизмы мониторинга и инвентаризации. Также особо отмечаются трудности процесса доказывания, связанные с уничтожением памятников во время оккупации в Карабахском и Восточном Зангезурском регионах. Кроме того, в качестве основных факторов, препятствующих устойчивой охране культурного наследия, указываются нехватка финансирования, нехватка профессиональных кадров и слабость участия общественности. В статье делается вывод о том, что для эффективного управления необходимы гармонизация нормативно-правовой базы, создание цифровых систем управления, применение современных подходов, соответствующих международному опыту, и проведение комплексных институциональных реформ. Эти меры внесут значительный вклад как в сохранение национальной культуры, так и в укрепление позиций Азербайджана на международных площадках.

Ключевые слова: *культурное наследие, административно-правовые проблемы, культурная политика, конвенции ЮНЕСКО, инвентаризация, охрана памятников, институциональная координация, наследие Карабаха.*

GİRİŞ

Mədəni irs obyektlərinin qorunması və idarə olunması müasir dövrdə yalnız milli səviyyədə deyil, həm də beynəlxalq müstəvidə strateji əhəmiyyət daşıyan məsələlərdən biridir. Qloballaşma şəraitində mədəni müxtəlifliyin qorunması, tarixi yaddaşın saxlanılması və gələcək nəsillərə ötürülməsi humanitar təhlükəsizlik anlayışının əsas elementlərindən sayılır. UNESCO-nun 1972-ci il Ümumdünya Mədəni və Təbii İrsin Mühafizəsi Konvensiyası, 2003-cü il Qeyri-Maddi Mədəni İrs Konvensiyası və ICOMOS-un müvafiq tövsiyələri mədəni irsin idarə edilməsinin qlobal normativ çərçivəsini müəyyənləşdirərək, dövlətlərin bu sahədə üzərinə ciddi öhdəliklər qoymuşdur. Bu sənədlərdə mədəni irsin qorunması yalnız tarixi-mədəni məsələ kimi deyil, həm də davamlı inkişaf, sülh, sosial inklüzivlik və iqtisadi dirçəliş üçün vacib amil kimi qiymətləndirilir.

Azərbaycan üçün bu mövzunun aktuallığı xüsusi olaraq iki istiqamətdə ön plana çıxır. Birincisi, ölkə zəngin tarixi və mədəni irsə malikdir və bu irs türk-islam sivilizasiyasının bölgədəki inkişafını göstərən mühüm göstəricidir. Tarixi abidələrin böyük qismi Şərqi Zəngəzur və Qarabağ bölgələrində yerləşdiyi üçün onların işğaldan azad olunmuş ərazilərdə yenidən inventarlaşdırılması, mühafizəsi və bərpası dövlətin prioritet hədəflərindən biridir. İkincisi, mədəni irsin səmərəli idarə olunması turizm sektorunun inkişafında, regionların iqtisadi aktivləşdirilməsində və ölkənin beynəlxalq imicində mühüm rol oynayır. Bu baxımdan mədəni irs obyektlərinin hüquqi-inzibati müstəvidə düzgün idarə olunmaması yalnız milli sərvətlərin təhlükə altına düşməsinə deyil, həm də dövlətin beynəlxalq öhdəliklərinin icrasında boşluqlar yaradılmasına səbəb ola bilər.

Digər tərəfdən, müasir dövrdə mədəni irsin qorunması sahəsi yeni çağırışlarla üz-üzə qalmışdır: urbanizasiya, iqlim dəyişikliyi, qeyri-qanuni tikililər, nəzarətsiz turizm, qanunsuz qazıntılar və bərpa proseslərində standartların pozulması bu obyektlərin davamlılığını risk altına salır. Bu çağırışların qarşılanması isə yalnız güclü hüquqi baza, dəqiq idarəetmə

mexanizmləri, peşəkar nəzarət strukturları və beynəlxalq standartlara uyğun koordinasiya sistemi ilə mümkündür.

Beləliklə, Azərbaycanda mədəni irs obyektlərinin effektiv idarə edilməsində hüquqi-inzibati problemlərin araşdırılması həm milli mədəniyyətin qorunması baxımından, həm də ölkənin beynəlxalq mədəni irs sistemində etibarlı tərəfdaş kimi mövqeyinin gücləndirilməsi üçün olduqca vacibdir. Bu giriş mövzunun aktuallığını və beynəlxalq əhəmiyyətini əsaslandıraraq, araşdırmanın davamı üçün nəzəri-praktik zərurəti ortaya qoyur.

ƏSAS HİSSƏ

Azərbaycanın mədəni irsi ölkənin milli kimliyinin təşəkkülündə və turizm sektorunun rəqabət qabiliyyətinin artırılmasında həlledici rol oynayır. Müasir tədqiqatlar göstərir ki, mədəni irs yalnız tarixi-mədəni yaddaş daşıyıcısı deyil, həm də sosial-iqtisadi inkişafın strateji resursudur [5, s. 73]. Bununla belə, irsin qorunması və idarə olunması sahəsində bir sıra hüquqi və inzibati boşluqlar mövcuddur və bu boşluqlar irsin davamlı mühafizəsini çətinləşdirir.

İlk diqqətçəkən məqam normativ-hüquqi bazanın parçalanmasıdır. "Mədəniyyət haqqında" Qanun [2] və "Tarixi və mədəniyyət abidələrinin qorunması haqqında" Qanun [3] arasında terminoloji və funksional fərqlər idarəetmədə uyğunsuzluqlara səbəb olur. Bu vəziyyət beynəlxalq səviyyədə də qeyd olunur. Belə ki, Logan və Cleere bildirirlər ki, normativ sənədlərin parçalanması inkişaf etməkdə olan ölkələrdə mədəni irs idarəçiliyinin ən yayılmış problemlərindən biridir [9, s. 44]. Azərbaycan UNESCO-nun 1972-ci il Konvensiyasını ratifikasiya etsə də, bəzi müddəaların yerli qanunlarla tam uyğunlaşdırılmaması tətbiq sahəsində boşluqlar yaradır [11]. Bu uyğunsuzluqlar abidələrin bərpası, mühafizəsi və monitorinqi ilə bağlı prosedurların müxtəlif orqanlarda fərqli interpretasiya edilməsinə səbəb olur.

İkinci mühüm problem institusional koordinasiya çatışmazlığıdır. Müxtəlif dövlət qurumlarının, o cümlədən Mədəniyyət Nazirliyinin, Dövlət Turizm Agentliyinin, yerli icra hakimiyyətlərinin və digər subyektlərin səlahiyyət bölgüsünün qeyri-müəyyənliyi qərarvermə prosesini ləngidir. Dünya Bankının "Cultural Heritage Governance Review" [12, s. 34] hesabatında göstərilir ki, çoxpilləli idarəetmə modeli, xüsusən irsin bərpası layihələrində gecikmələrə və keyfiyyət nəzarətinin zəifləməsinə səbəb olur. Aplin qeyd edir ki, irs idarəçiliyi zəncirində səlahiyyətlərin düzgün koordinasiya edilməməsi konservasiya nəticələrini birbaşa zəiflədir [4, s. 27]. Bu baxımdan qeyd edək ki, bu tendensiya Azərbaycanda da müşahidə olunur.

Monitorinq və inventarlaşdırma sisteminin zəifliyi də mühüm problem kimi araşdırmalarda xüsusi qeyd edilir. Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının 2021-ci il hesabatına görə, abidələrin bir hissəsi üzrə inventar məlumatları köhnədir və real vəziyyəti əks etdirmir. Qeyd edək ki, müasir irs tədqiqatçıları, rəqəmsal inventarlaşdırma, GIS-əsaslı monitorinq və 3D sənədləşdirmə texnologiyalarının tətbiq edilməməsinin bərpa proseslərində ciddi məlumat çatışmazlığı yaratdığını vurğulayırlar. Azərbaycanda monitorinq sisteminin parçalanması bərpa prioritetlərinin obyektiv təyin olunmasını çətinləşdirir.

Qarabağ və Şərqi Zəngəzur bölgələrinin işğaldan azad edilməsindən sonra aşkar edilən mədəni irs dağıntıları hüquqi və təsnifat problemlərini daha da aktuallaşdırdı. Mədəniyyət Nazirliyinin 2021-ci il məlumatına görə, 900-dən çox abidə dağıdılmış və ya strukturuna qanunsuz müdaxilə edilmişdir [1]. Bu faktların beynəlxalq hüquqi sübutlara çevrilməsi üçün yüksək dəqiqlikli sənədləşdirmə, ekspertiza və hüquqi təsdiq tələb olunur. Harrison qeyd edir ki, münaqişə sonrası irs dağıntılarının beynəlxalq səviyyədə tanıdılması üçün yalnız faktların deyil, onların hüquqi çərçivədə düzgün təsnifatının da təmin olunması vacibdir [3, s. 98].

Maddi və qeyri-maddi irsin idarə edilməsində maliyyələşmə çatışmazlığı problemin digər tərəfini təşkil edir. Mövcud büdcə çərçivəsində mədəni irsin bərpası üçün ayrılan vəsait uzunmüddətli layihələr üçün kifayət etmir. ICOMOS-un 2019-cu il təlimatlarında qeyd edilir ki, maliyyə dayanıqlığı üçün dövlət–özəl tərəfdaşlığı modellərinin (PPP) genişləndirilməsi zəruridir [7].

İnsan resursları problemi də xüsusi vurğulanmalıdır. Region üzrə aparılan tədqiqatlarda (ICOMOS CEE Report, 2020) göstərilir ki, konservator-restavratorların sayı kifayət deyil və bu peşə üzrə təhsil proqramları müasir texnologiyaların tətbiqi baxımından yetərincə yenilənmir. Letellier (2007) qeyd edir ki, 3D skanlama, struktur analiz, rəqəmsal inventarlaşdırma kimi texnologiyalar müasir bərpa proseslərinin ayrılmaz komponentidir, lakin bu bacarıqların məhdudluğu irs idarəçiliyini zəiflədir [8, s. 124].

Son olaraq, ictimai iştirakçılığın zəifliyi də mədəni irsin qorunmasına təsir göstərir. UNESCO-nun 2003-cü il Qeyri-Maddi İrs Konvensiyası cəmiyyətin, xüsusilə yerli icmaların prosesə aktiv qoşulmasını əsas prinsip kimi müəyyən etsə də, Azərbaycanda QHT-lərin və mütəxəssislərin iştirak mexanizmləri zəif normativləşdirilib. Smith vurğulayır ki, irs yalnız dövlət qurumlarının deyil, eyni zamanda cəmiyyətin kollektiv məsuliyyətidir və iştirakçılıq olmadan dayanıqlı idarəetmə mümkün deyil [10, s. 56].

Beləliklə, Azərbaycan mədəni irsinin idarə edilməsində müşahidə olunan problemlər normativ-hüquqi uyğunsuzluqlar, institusional koordinasiya boşluqları, monitorinq sisteminin zəifliyi, maliyyə məhdudiyyətləri və kadr çatışmazlığı ilə bağlıdır. Bu sahədə islahatlar, qanunvericiliyin harmonizasiyası, səlahiyyət bölgüsünün dəqiq müəyyənləşdirilməsi, rəqəmsal monitorinq sistemlərinin yaradılması, beynəlxalq standartlara inteqrasiya və kadr hazırlığının gücləndirilməsi – mədəni irsin uzunmüddətli qorunmasını təmin etməklə yanaşı, ölkənin turizm və qeyri-neft iqtisadiyyatının inkişafına da mühüm töhfə verəcəkdir.

NƏTİCƏ

Aparılan təhlil göstərir ki, Azərbaycanda mədəni irs obyektlərinin effektiv idarə olunması sahəsində mövcud hüquqi-inzibati problemlər həm milli səviyyədə idarəetmənin səmərəliliyinə, həm də beynəlxalq öhdəliklərin icrasına birbaşa təsir göstərir. Qanunvericilik bazasında harmonizasiya çatışmazlıqları, institusional səlahiyyət bölgüsünün qeyri-müəyyənliyi və monitorinq mexanizmlərinin yetərincə inkişaf etməməsi mədəni irsin qorunması prosesini çətinləşdirir. Maliyyələşmənin məhdudluğu və peşəkar kadr çatışmazlığı bərpa və mühafizə işlərinin keyfiyyətinə mənfi təsir edir. Qarabağ və Şərqi Zəngəzurda abidələrin yenidən inventarlaşdırılması isə bu sahədə kompleks yanaşmanın vacibliyini daha da artırır. Beynəlxalq standartlara uyğun idarəetmə sisteminin qurulması, rəqəmsal monitorinq texnologiyalarının tətbiqi və ictimai iştirakçılığın gücləndirilməsi mədəni irsin davamlı şəkildə qorunması üçün əsas şərtlərdir. Ümumilikdə, hüquqi-inzibati mexanizmlərin təkmilləşdirilməsi həm milli irsin qorunmasına xidmət edir, həm də Azərbaycanın beynəlxalq mədəni irs platformalarında mövqeyini gücləndirir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət Nazirliyi. İşğaldan azad olunmuş ərazilərdə mədəni irsə dəyən ziyan haqqında məlumat. Bakı, 2021, 34 s. https://culture.gov.az
2. Mədəniyyət haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı, 2012, 48 səh. https://e-qanun.az/framework/23233
3. Tarixi və mədəniyyət abidələrinin qorunması haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı, 1998. https://e-qanun.az/framework/8297

4. Aplin, G. Heritage: Identification, Conservation and Management. Cambridge University Press, 2010, 342 p. https://www.cambridge.org/core/books/heritage-identification-conservation-and-management/7D94C3FF026F59DA1EAF52D233B59FBC
5. Ashworth, G. J. Preserving the Heritage: The Role of Cultural Identity in Development. Routledge, 2011, 256 p. https://www.routledge.com/Preserving-the-Heritage/Ashworth/p/book/9781138146275
6. Harrison, R. Heritage: Critical Approaches. Routledge, 2013, 316 p. https://www.routledge.com/Heritage/Harrison/p/book/9780415591957
7. ICOMOS. Guidelines on Heritage Conservation and Sustainable Management. ICOMOS Publishing, 2019, 110 p. https://www.icomos.org/en/resources/publications/727-icomos-guidelines
8. Letellier, R. Recording, Documentation, and Information Management for the Conservation of Heritage Places. Getty Conservation Institute, 2007, 320 p. https://www.getty.edu/publications/recordim/
9. Logan, W., & Cleere, H. (Eds.). Cultural Heritage and Human Rights. Springer, Dordrecht, 2010, 296 p. https://doi.org/10.1007/978-1-4020-6824-3
10. Smith, L. Uses of Heritage. Routledge, 2006, 352 p. https://www.routledge.com/Uses-of-Heritage/Smith/p/book/9780415318318
11. UNESCO. Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention. UNESCO Publishing, 2019, 168 p.https://whc.unesco.org/en/guidelines/
12. World Bank. Cultural Heritage Governance Review. Washington, DC: World Bank Publications, 2020, 87 p. https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/843161585896279488

Bölmə 2

Beynəlxaq münasibətlərin idarəedilməsində milli dəyərlər

Nadir BƏDƏLOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
tarix elmləri namizədi
badalov.53@mail.ru

BEYNƏLXALQ MÜNASİBƏTLƏRİN İDARƏ EDİLMƏSİNDƏ MİLLİ DƏYƏRLƏRİN ROLU: NƏZƏRİ YANAŞMALAR VƏ STRATEJİ TƏSİRLƏR

Xülasə: *Bu məqalə beynəlxalq münasibətlərin idarə edilməsində milli dəyərlərin rolunu nəzəri və praktiki aspektdə təhlil edir. Qloballaşma dövründə dövlətlərin xarici siyasətinin formalaşmasında yalnız iqtisadi və siyasi amillər deyil, həm də milli dəyərlərin və kimliyin mühüm təsir göstərdiyi müşahidə olunur. Milli dəyərlər dövlətlərin beynəlxalq təşkilatlarda davranış modelini, diplomatik münasibətlərini və qlobal idarəetmədə iştirakını müəyyənləşdirən strateji faktorlardan biri kimi çıxış edir.*

Tədqiqatda analitik-deskriptiv metodologiya əsasında realizm, liberalizm və konstruktivizm nəzəriyyələrinin milli dəyərlərə yanaşmaları müqayisəli şəkildə araşdırılır. ABŞ, Çin və Avropa İttifaqının nümunəsində milli dəyərlərin beynəlxalq idarəetmədə müxtəlif formalarda təzahür etdiyi göstərilir. Nəticələr göstərir ki, milli dəyərlər həm yumşaq gücün formalaşmasında, həm də beynəlxalq təhlükəsizlik və diplomatiya proseslərində həlledici rol oynayır. Məqalənin elmi yeniliyi ondan ibarətdir ki, milli dəyərlər yalnız daxili siyasətin ideoloji əsasları kimi deyil, eyni zamanda beynəlxalq münasibətlərin idarə edilməsində normativ-strateji resurs kimi təqdim olunur.

Açar sözlər*: milli dəyərlər, beynəlxalq münasibətlər, idarəetmə, kimlik, xarici siyasət*

THE ROLE OF NATIONAL VALUES IN THE MANAGEMENT OF INTERNATIONAL RELATIONS: THEORETICAL APPROACHES AND STRATEGIC IMPLICATIONS

Abstract: *This article analyzes the role of national values in the governance of international relations from both theoretical and practical perspectives. In the era of globalization, it is observed that the formation of states' foreign policies is influenced not only by economic and political factors but also by national values and identity. National values function as strategic factors that determine states' behavioral models in international organizations, their diplomatic relations, and their participation in global governance.*

The study, based on an analytical-descriptive methodology, comparatively examines the

approaches of realism, liberalism, and constructivism to national values. Using the cases of the United States, China, and the European Union, it is demonstrated that national values manifest in diverse forms within international governance. The findings reveal that national values play a decisive role both in the formation of soft power and in the processes of international security and diplomacy. The scientific novelty of the article lies in the fact that national values are presented not merely as the ideological foundations of domestic politics but also as normative-strategic resources in the governance of international relations.

Keywords: *national values, international relations, governance, identity, foreign policy*

РОЛЬ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В УПРАВЛЕНИИ МЕЖДУНАРОДНЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ВОЗДЕЙСТВИЯ

Резюме: *В данной статье анализируется роль национальных ценностей в управлении международными отношениями с теоретической и практической точек зрения. В эпоху глобализации наблюдается, что на формирование внешней политики государств влияют не только экономические и политические факторы, но и национальные ценности и идентичность. Национальные ценности выступают одним из стратегических факторов, определяющих модель поведения государств в международных организациях, их дипломатические отношения и участие в глобальном управлении.*

В исследовании на основе аналитико-дескриптивной методологии проводится сравнительный анализ подходов реализма, либерализма и конструктивизма к роли национальных ценностей. На примере США, Китая и Европейского Союза показано, что национальные ценности проявляются в различных формах международного управления. Результаты показывают, что национальные ценности играют решающую роль как в формировании «мягкой силы», так и в процессах международной безопасности и дипломатии. Научная новизна статьи заключается в том, что национальные ценности рассматриваются не только как идеологическая основа внутренней политики, но и как нормативно-стратегический ресурс в управлении международными отношениями.

Ключевые слова: *национальные ценности, международные отношения, управление, идентичность, внешняя политика.*

GİRİŞ

Beynəlxalq münasibətlərin idarə edilməsi müasir dövrdə çoxşaxəli amillərin təsiri altında formalaşır. Əgər XX əsrin ikinci yarısında əsas diqqət iqtisadi güc, hərbi potensial və siyasi alyanslara yönəlirdisə, XXI əsrin qloballaşma və informasiya dövründə milli dəyərlər, kimlik və mədəniyyət dövlətlərin xarici siyasət davranışını müəyyən edən mühüm determinantlara çevrilmişdir [5, s. 29; 7, s. 43]. Bu kontekstdə milli dəyərlərin beynəlxalq münasibətlərin idarə olunmasına təsirinin öyrənilməsi həm nəzəri, həm də praktiki baxımdan aktuallıq kəsb edir.

Milli dəyərlər dövlətlərin xarici siyasət seçimlərinin ideoloji əsasını təşkil etməklə yanaşı, onların beynəlxalq təşkilatlarda mövqeyini və diplomatik üslubunu da müəyyənləşdirir. Məsələn, ABŞ-ın demokratiya və liberal dəyərləri, Çinin konfutsiçilik və kollektivizmə əsaslanan yanaşması, Avropa İttifaqının isə insan hüquqları və multikulturalizmi prioritetləşdirməsi milli dəyərlərin qlobal idarəetmədə fərqli modellərlə təzahür etdiyini göstərir [1, s. 58; 2, s. 76].

Məqalə milli dəyərlərin beynəlxalq münasibətlərin idarə olunmasında rolunu təhlil etmək məqsədilə hazırlanmışdır. Araşdırmanın metodologiyası analitik-deskriptiv yanaşmaya əsaslanır, müqayisəli analizdən və akademik ədəbiyyatın sistemli təhlilindən istifadə olunur. Tədqiqatın əsas məqsədi milli dəyərlərin beynəlxalq idarəetmədə nəzəri və praktiki aspektlərini işıqlandırmaqdır. Vəzifələr isə üç istiqamətdə müəyyənləşdirilmişdir: birincisi, milli dəyərlərin konseptual əsaslarının öyrənilməsi; ikincisi, onların beynəlxalq idarəetmədə təzahür formalarının araşdırılması; üçüncüsü, qloballaşma şəraitində milli dəyərlərin strateji əhəmiyyətinin müəyyənləşdirilməsi.

Milli dəyərlərin anlayışı və konseptual çərçivəsi

Milli dəyərlər beynəlxalq münasibətlərin təhlilində getdikcə daha çox diqqət mərkəzinə çevrilən anlayışlardan biridir. Ənənəvi olaraq onlar bir xalqın tarixi inkişafı, mədəni kimliyi, dini-mənəvi dəyərləri və sosial təcrübəsi əsasında formalaşır. Bununla yanaşı, müasir dövrdə milli dəyərlər yalnız mədəni və ideoloji simvol kimi deyil, həm də dövlətlərin beynəlxalq davranışını şərtləndirən strateji resurs kimi nəzərdən keçirilir. Məhz bu mənada milli dəyərlər həm daxili siyasətin legitimlik bazasını gücləndirir, həm də xarici siyasətdə qərarvermə proseslərinə yön verən normativ çərçivə funksiyasını daşıyır.

Elmi ədəbiyyatda milli dəyərlərin anlayışı müxtəlif nəzəri yanaşmalar vasitəsilə izah olunur. Konstruktivist məktəbin nümayəndəsi Aleksandr Vendt milli dəyərləri dövlətlərin kimliyinin və beynəlxalq davranış modelinin əsas normativ sütunları kimi dəyərləndirir [7, s. 43]. Onun fikrincə, kimlik dövlətlərin sadəcə maddi maraqlarını deyil, həm də beynəlxalq münasibətlərdə özünütəsdiq formasını müəyyən edir. Bu baxımdan milli dəyərlər dövlətlərin kimliyini həm daxili auditoriyaya, həm də beynəlxalq ictimaiyyətə təqdim etmə vasitəsinə çevrilir.

Digər tərəfdən, Cozef Nay milli dəyərləri "yumşaq güc"ün mərkəzi elementi hesab edir [5, s. 29–30]. Onun yanaşmasına görə, dövlətlərin beynəlxalq nüfuz qazanmasında hərbi və iqtisadi potensialdan əlavə olaraq mədəni cazibə, siyasi institutların nüfuzu və milli dəyərlərin universallaşdırılma qabiliyyəti həlledici rol oynayır. Nay milli dəyərlərin qlobal idarəetmədə sadəcə ideoloji çərçivə yox, həm də güc siyasətinin mühüm komponenti olduğunu göstərir [5, s. 35].Milli dəyərlərin konseptual çərçivəsi eyni zamanda onların müxtəlif səviyyələrdə funksional izahını da nəzərdə tutur. Tarixi-mədəni müstəvidə milli dəyərlər dil, din, mədəniyyət və kollektiv yaddaşla bağlıdır. Siyasi baxımdan onlar dövlətin suverenlik, ədalət, bərabərlik və azadlıq kimi prinsiplərində ifadəsini tapır. Normativ müstəvidə isə milli dəyərlər beynəlxalq hüquqa münasibətdə, insan hüquqlarının müdafiəsində və multikultural siyasətlərin tətbiqində özünü göstərir. Beləliklə, milli dəyərlər yalnız bir xalqın tarixi təcrübəsinin nəticəsi olaraq deyil, həm də dövlətlərin beynəlxalq sistemdəki mövqeyini və legitimliyini möhkəmləndirən çoxşaxəli anlayış kimi formalaşır.

Müasir qlobal şəraitdə milli dəyərlərin konseptual çərçivəsini müəyyənləşdirən ən mühüm məqam ondan ibarətdir ki, onlar artıq yalnız lokal-milli məna daşımır. Qloballaşmanın təsiri altında milli dəyərlər qlobal diskurslara inteqrasiya olunur və beynəlxalq münasibətlərdə həm əməkdaşlıq, həm də qarşıdurma mənbəyi kimi çıxış edə bilir. Bu baxımdan milli dəyərlərin təhlili onların sadəcə mədəniyyət və identiklik kateqoriyası olmadığını, eyni zamanda beynəlxalq idarəetmə sisteminin formalaşmasına təsir göstərən normativ-strateji resurs olduğunu göstərir.

Realizm, liberalizm və konstruktivizm nəzəriyyələrində milli dəyərlərin yeri

Beynəlxalq münasibətlər nəzəriyyələri milli dəyərlərin roluna fərqli yanaşmalar təqdim edir və onların beynəlxalq idarəetmədəki funksiyasını müxtəlif səviyyələrdə şərh edir. Ənənəvi nəzəri istiqamət olan realizm milli dəyərlərə daha çox ikinci dərəcəli amil kimi baxır. Realistlərin fikrincə, beynəlxalq münasibətlərin əsas hərəkətverici qüvvəsi güc və milli maraqlardır [4, s. 112].Realist yanaşmada milli dəyərlər dövlətlərin davranışını birbaşa

müəyyən edən faktor deyil, daha çox milli maraqların legitimləşdirilməsi üçün istifadə olunan vasitədir. Realizmə görə, dövlətlər beynəlxalq sistemdə anarxiyanın mövcud olduğu şəraitdə öz mövcudluqlarını qorumağa çalışırlar və bu zaman mədəniyyət və dəyərlər sadəcə əlavə təsir vasitəsi kimi qiymətləndirilir. Başqa sözlə, realizmdə milli dəyərlər siyasi məqsədləri əsaslandırmaq üçün ideoloji alət rolunda çıxış edir.

Liberalizm isə milli dəyərlərə daha normativ yanaşma sərgiləyir. Liberalların fikrincə, dövlətlərin davranışı yalnız güc balansı ilə deyil, həm də dəyərlərin paylaşılması və beynəlxalq əməkdaşlıq mexanizmləri ilə izah oluna bilər [3, s. 91]. Bu nəzəriyyə milli dəyərləri beynəlxalq təşkilatların, beynəlxalq hüququn və demokratiya mədəniyyətinin əsasını təşkil edən universal prinsiplərlə əlaqələndirir. İkenberry göstərir ki, liberal beynəlxalq nizam ABŞ-ın təşviq etdiyi demokratik dəyərlər üzərində qurulmuşdur və bu dəyərlər qlobal idarəetmənin davamlılığında mühüm rol oynayır [2, s. 76].Liberal yanaşmada milli dəyərlər təkcə daxili kimliyin ifadəsi deyil, həm də beynəlxalq əməkdaşlıq və qarşılıqlı etimadın təmin olunmasının zəruri şərti hesab edilir. Bu baxımdan, liberalizm milli dəyərləri beynəlxalq sabitliyin qurucu elementi kimi təqdim edir.

Konstruktivizm isə milli dəyərlərə ən geniş nəzəri çərçivədə yanaşır. Konstruktivistlərə görə, beynəlxalq münasibətlər yalnız maddi güc və maraqlarla deyil, həm də ideyalar, kimliklər və dəyərlərlə formalaşır [7, s. 43]. Bu yanaşmada milli dəyərlər dövlətlərin kimliyinin ayrılmaz hissəsi sayılır və onların beynəlxalq siyasətdə davranış modelini müəyyənləşdirir. Konstruktivizm göstərir ki, dövlətlərin qərarvermə prosesi çox vaxt rasional hesablamalardan deyil, özünütəsdiq, kimlik və dəyərlərin qorunması ehtiyacından qaynaqlanır. Məsələn, Huntington milli və sivilizasiya dəyərlərinin qlobal siyasətdə qarşıdurma və əməkdaşlıq xəttlərini müəyyənləşdirdiyini vurğulayır [1, s. 58]. Deməli, konstruktivizm milli dəyərləri beynəlxalq münasibətlərin sosial konstruksiyasının əsas elementi kimi dəyərləndirir.Nəticə etibarilə, realizm milli dəyərləri yalnız maraqların legitimləşdirilməsi üçün alət kimi nəzərdən keçirir, liberalizm onları əməkdaşlıq və beynəlxalq institutların qurulması üçün normativ baza hesab edir, konstruktivizm isə dəyərləri dövlətlərin kimliyini və davranışını formalaşdıran fundamental faktor kimi qəbul edir. Belə nəzəri fərqlilik milli dəyərlərin beynəlxalq münasibətlərin idarə edilməsində hansı dərəcədə həlledici olduğunu anlamaq üçün əhəmiyyətli bir nəzəri çərçivə yaradır.

Kimlik və dəyərlərin beynəlxalq siyasətdə funksiyaları

Beynəlxalq münasibətlərin müasir təhlilində kimlik və milli dəyərlər dövlətlərin davranışını izah edən mühüm analitik kateqoriyalardan biri kimi qəbul olunur. Dövlətlər yalnız maddi resursların daşıyıcısı və güc siyasətinin aktorları deyillər; onlar həm də müəyyən tarixi təcrübəyə, kollektiv yaddaşa və dəyərlər sisteminə malik sosial qurumlardır. Bu dəyərlər dövlətlərin özünüdərkini formalaşdırır, onların beynəlxalq arenada özlərini necə təqdim etdiklərini müəyyənləşdirir və digər aktorlarla münasibətlərində davranış qaydalarını istiqamətləndirir.

Vendtin konstruktivist yanaşmasına görə, dövlətlərin maraqları obyektiv şəkildə mövcud deyil, onlar kimlik və dəyərlərin təsiri altında sosial şəkildə formalaşır [7, s. 43]. Deməli, kimlik yalnız daxili mədəni özünəməxsusluğun ifadəsi deyil, həm də beynəlxalq münasibətlərin strukturunda davranışın əsas determinantıdır.

Kimlik və milli dəyərlərin beynəlxalq siyasətdəki funksiyası ilk növbədə legitimlik konteksti ilə bağlıdır. Dövlətlər xarici siyasət kurslarını həm daxili auditoriyada, həm də beynəlxalq ictimaiyyətdə qəbulolunan etmək üçün milli dəyərlərə istinad edirlər. ABŞ-ın demokratiya və azadlıq prinsiplərinə əsaslanan siyasəti buna nümunədir. Cozef Nay bu məqamı "yumşaq güc" anlayışı ilə izah edərək qeyd edir ki, dəyərlər beynəlxalq siyasətdə zorakılıqdan fərqli olaraq cazibə və inandırıcılıq yaratmaq gücünə malikdir [5, s. 29–30]. Mövcud amil milli dəyərlərin legitimlik qazanmaq üçün strateji resurs olduğunu göstərir.

Digər tərəfdən, kimlik və dəyərlər beynəlxalq münasibətlərdə mobilizasiya funksiyasını daşıyır. Dövlətlər daxili sabitliyi təmin etmək və cəmiyyətin müxtəlif təbəqələrini bir məqsəd ətrafında birləşdirmək üçün milli dəyərləri səfərbərlik vasitəsi kimi istifadə edirlər. Huntingtonun "sivilizasiyaların toqquşması" tezisi bu kontekstdə əhəmiyyətlidir. O, göstərir ki, müasir qlobal qarşıdurmalar çox vaxt ideologiya və ya iqtisadi maraqlardan deyil, sivilizasiya və milli dəyərlər arasındakı ziddiyyətlərdən qaynaqlanır [1, s. 58]. Nəticədə, milli dəyərlər yalnız daxili siyasi inteqrasiya deyil, həm də beynəlxalq münaqişələrin istiqamətini müəyyən edə bilən resurs kimi qəbul edilir.

Nəhayət, kimlik və milli dəyərlər dövlətlərə beynəlxalq sistemdə öz mövqelərini müəyyənləşdirmək və fərqləndirmək imkanı verir. Dövlətlər kimliklərini digərlərindən ayırmaqla özlərinin "biz" anlayışını qurur; bu isə onların hansı dövlətlərlə müttəfiq, hansı dövlətlərlə rəqib olacaqlarını müəyyənləşdirir. Vendt bu məqamı beynəlxalq sistemdə sosial münasibətlərin qurulması ilə əlaqələndirərək qeyd edir ki, dövlətlər kimlik əsasında formalaşan qarşılıqlı təsir nəticəsində dostluq, rəqabət və ya düşmənçilik münasibətləri yaradırlar [2, s. 246]. Nəticə etibarilə, milli dəyərlər beynəlxalq siyasətdə həm kooperasiya, həm də qarşıdurma xətlərinin izahında mühüm analitik alət kimi çıxış edir.

Beləliklə, kimlik və milli dəyərlər beynəlxalq siyasətdə legitimlik qazandıran, daxili və xarici mobilizasiyanı təmin edən və dövlətlərin özlərini beynəlxalq sistemdə fərqləndirməsinə şərait yaradan fundamental funksiyaları yerinə yetirir. Onların beynəlxalq münasibətlərdəki rolu yalnız nəzəri müstəvidə deyil, praktiki siyasətdə də aydın müşahidə olunur və bu, müasir qlobal idarəetmənin əsas xüsusiyyətlərindən biri kimi qiymətləndirilə bilər.

Milli dəyərlərin beynəlxalq idarəetmədə təzahürləri

Milli dəyərlər yalnız daxili siyasətin ideoloji təməli kimi çıxış etmir, eyni zamanda dövlətlərin beynəlxalq münasibətlər sistemində davranışını və qərarvermə mexanizmlərini müəyyən edən mühüm elementlərdir. Müasir qlobal müstəvidə dövlətlər milli dəyərlərinə istinad edərək xarici siyasət strategiyalarını formalaşdırır, beynəlxalq təşkilatlarda iştirakını və diplomatik mövqelərini yönləndirir. Bu baxımdan milli dəyərlər həm normativ, həm də strateji resurs kimi əhəmiyyət kəsb edir və onların təzahürü müxtəlif formalarla müşahidə olunur [5; 7].

Dövlətlərin xarici siyasətində milli dəyərlərin rolu birbaşa olaraq onların identikliyindən və daxili mədəni-kulturoloji kontekstindən irəli gəlir. Məsələn, ABŞ-ın beynəlxalq arenada demokratiya və insan hüquqlarına verdiyi önəm onun milli ideologiyasının əsasını təşkil edir və eyni zamanda xarici siyasətinin istiqamətini müəyyənləşdirir [5]. Həmin amil yalnız normativ prioritet deyil, həm də qlobal nüfuzun artırılması, müttəfiqlərlə əməkdaşlığın möhkəmləndirilməsi və beynəlxalq sistemdə liderlik funksiyasının təmin olunması baxımından strateji əhəmiyyət daşıyır [2; 5].

Çin nümunəsi isə milli dəyərlərin fərqli konseptual yanaşmasını nümayiş etdirir. Çin dövlətinin xarici siyasətində konfutsiçilik və kollektivizm kimi tarixi-mədəni dəyərlər əsas rol oynayır. Bu dəyərlər dövlətin xarici münasibətlərini uzunmüddətli strateji məqsədlər, regional liderlik və iqtisadi təsir vasitəsi kimi yönləndirir. Çin modeli göstərir ki, milli dəyərlər yalnız daxili legitimliyi təmin etmir, eyni zamanda qlobal və regional idarəetmə prosesində dövlətin davranışına istiqamət verən strateji elementə çevrilir [6].

Avropa İttifaqı milli dəyərləri transmilli çərçivədə təzahür etdirir. İnsan hüquqları, multikulturalizm və demokratik prinsiplər Aİ-nin xarici siyasət və diplomatik fəaliyyətinin əsas ideoloji sütunlarını təşkil edir. Avropa ölkələrinin kollektiv dəyərləri üzərində formalaşan siyasət daxili inteqrasiyanı gücləndirməklə yanaşı, həm də qlobal idarəetmədə Aİ-nin normativ təsirinin genişlənməsinə xidmət edir [2].

Milli dəyərlərin beynəlxalq idarəetmədə təzahürünün digər əhəmiyyətli aspekti onların qlobal problemlərin həllində iştirakını təmin etməsidir. Dövlətlər milli dəyərlərə əsaslanaraq

beynəlxalq təşkilatlarda qərarvermədə aktiv iştirak edir, əməkdaşlıq və qarşılıqlı etimad proseslərini təşviq edir [3; 5]. Nəticə etibarilə, milli dəyərlər beynəlxalq idarəetmədə ideoloji və normativ təsir göstərir, eyni zamanda dövlətlərin diplomatik siyasətini, beynəlxalq təşkilatlardakı iştirakını və qlobal təsir imkanlarını müəyyən edən strateji resurs kimi əhəmiyyət daşıyır [1; 2; 5].

Qloballaşma dövründə milli dəyərlərin strateji əhəmiyyəti

Qloballaşma prosesi dövlətlərin milli siyasət və identitetlərinə yeni çağırışlar gətirir. Qlobal iqtisadi, siyasi və mədəni inteqrasiya ilə yanaşı, dövlətlər milli dəyərlərini qorumaq və beynəlxalq sistemdə təsir imkanlarını genişləndirmək məcburiyyətində qalırlar. Bu baxımdan milli dəyərlər qlobal idarəetmədə strateji resurs kimi çıxış edir; onlar dövlətlərin beynəlxalq arenadakı mövqeyini möhkəmləndirir, diplomatik davranışını formalaşdırır və beynəlxalq əməkdaşlıqla qarşıdurma xəttini müəyyənləşdirir [3; 5].

Qloballaşma şəraitində milli dəyərlərin strateji əhəmiyyətini qiymətləndirərkən dövlətlərin "yumşaq güc" potensialı mühüm nəzəri baza kimi dəyərləndirilir. Cozef Nay qeyd edir ki, milli dəyərlər, mədəniyyət və siyasi institutların nüfuzu dövlətlərə yalnız hərbi və iqtisadi resurslar vasitəsilə deyil, həm də cazibə və inandırıcılıq yolu ilə qlobal təsir imkanları yaradır [5]. Bu baxımdan milli dəyərlər qloballaşan dünyada dövlətlərin diplomatik nüfuzunu artıran həlledici amil kimi çıxış edir.

Eyni zamanda milli dəyərlər qlobal idarəetmədə qarşıdurma və əməkdaşlıq potensialını müəyyənləşdirən normativ baza kimi də funksiyalaşır. Dövlətlər kimlik və dəyərlərinə əsaslanaraq beynəlxalq siyasətdə öz mövqelərini formalaşdırır, müttəfiqlik və rəqabət strategiyalarını buna uyğun qururlar. Samuel Hantinqton göstərir ki, sivilizasiyalar və milli dəyərlər arasındakı fərqliliklər qloballaşma dövründə yeni qarşıdurma xəttlərinin yaranmasına səbəb ola bilər [1]. Bununla belə, ortaq dəyərlər üzərində qurulan əməkdaşlıq layihələri dövlətlər arasında etimadın möhkəmlənməsinə və qlobal idarəetmənin normativ sabitliyinə xidmət edir [2; 3].

Qloballaşma dövründə milli dəyərlərin strateji əhəmiyyəti həm də dövlətlərin daxili siyasəti ilə beynəlxalq inteqrasiya arasındakı tarazlığı təmin etməsində özünü göstərir. Dövlətlər milli kimliyini qorumaqla yanaşı, beynəlxalq ticarət, təhlükəsizlik və diplomatiya sahəsində iştiraklarını optimallaşdırmalıdırlar [4; 6]. Bu, milli dəyərlərin yalnız simvolik və ideoloji rol oynamadığını, həm də qlobal siyasət və strategiyanın formalaşmasında praktiki əhəmiyyət daşıdığını nümayiş etdirir.

Nəticə olaraq, qloballaşma dövründə milli dəyərlər dövlətlərin strateji planlaşdırmasında mərkəzi yer tutur. Onlar diplomatik nüfuz, beynəlxalq əməkdaşlıq, regional liderlik və qlobal idarəetmədə iştirak kimi aspektlərdə həlledici rol oynayır. Beləliklə, milli dəyərlərin qorunması və təşviqi dövlətlərin həm daxili legitimliyi, həm də beynəlxalq təsir imkanlarını genişləndirən strateji alət kimi dəyərləndirilməlidir [2; 5; 7].

NƏTİCƏ

Tədqiqat göstərir ki, milli dəyərlər beynəlxalq münasibətlərin idarə edilməsində yalnız ideoloji və mədəni bir komponent kimi çıxış etmir, həm də dövlətlərin xarici siyasət strategiyalarının və diplomatik davranışlarının əsas determinantlarından biridir. Analitik təhlil sübut edir ki, milli dəyərlər dövlətlərin xarici siyasət qərarlarını legitimləşdirir, beynəlxalq təşkilatlarda iştiraklarını və qlobal təsir imkanlarını formalaşdırır. Realist, liberal və konstruktivist nəzəriyyələrin təhlili göstərir ki, milli dəyərlərin funksionallığı nəzəri çərçivədən asılı olaraq dəyişir, lakin hər üç yanaşmada onların beynəlxalq siyasətə təsiri önəmli rol oynayır.

Qloballaşma şəraitində milli dəyərlərin strateji əhəmiyyəti daha da artmışdır. Dövlətlər öz milli kimliklərini qoruyarkən, eyni zamanda beynəlxalq əməkdaşlıq, diplomatik nüfuz və

regional liderlik imkanlarını genişləndirməyə çalışırlar. Bu proses milli dəyərlərin yalnız daxili legitimlik vasitəsi olmadığını, həm də beynəlxalq sistemdə dövlətlərin mövqeyini gücləndirən strateji resurs kimi fəaliyyət göstərdiyini göstərir. Dövlətlərin milli dəyərlərə əsaslanan xarici siyasət strategiyaları həm əməkdaşlıq, həm də rəqabət kontekstində yeni imkanlar yaradır və qlobal idarəetmənin normativ və institusional strukturunu formalaşdırır.

Nəticə etibarilə, milli dəyərlər beynəlxalq münasibətlərin idarə edilməsində çoxşaxəli funksiyaya malikdir. Onlar dövlətlərin kimliyini müəyyənləşdirir, diplomatik fəaliyyətini istiqamətləndirir və qlobal siyasətdə təsir imkanlarını artırır. Bu isə həm nəzəri, həm də praktiki baxımdan milli dəyərlərin beynəlxalq münasibətlər tədqiqatında mərkəzi mövzu olduğunu sübut edir. Gələcək tədqiqatlarda milli dəyərlərin qlobal idarəetmədə rolu, regional təhlükəsizlik və beynəlxalq əməkdaşlıq kontekstində daha dərindən araşdırıla bilər.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Huntington, S. P. *The clash of civilizations and the remaking of world order*. — New York: Simon & Schuster, 1996.
2. Ikenberry, G. J. *Liberal Leviathan: The origins, crisis, and transformation of the American world order*. — Princeton: Princeton University Press, 2011.
3. Keohane, R. O., & Nye, J. S. *Power and interdependence: World politics in transition*. — Boston: Little, Brown, 1977.
4. Morgenthau, H. J. *Politics among nations: The struggle for power and peace*. — New York: Alfred A. Knopf, 1948.
5. Nye, J. S. *Soft power: The means to success in world politics*. — New York: Public Affairs, 2004.
6. Shambaugh, D. *China goes global: The partial power*. — Oxford: Oxford University Press, 2013.
7. Wendt, A. *Social theory of international politics*. — Cambridge: Cambridge University Press, 1999.

Sənubər CABBAROVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
tarix üzrə fəlsəfə doktoru, baş müəllim
gsanubar9@gmail.com

AZƏRBAYCANIN QOŞULMAMA HƏRƏKATINDA SƏDRLİYİ: TARİXİ VƏ STRATEJİ ƏHƏMİYYƏTİ (2019-2023-CÜ İLLƏR)

Xülasə: *2019–2023-cü illərdə Azərbaycanın Qoşulmama Hərəkatında sədrliyi regional və qlobal səviyyədə əhəmiyyətli hadisə kimi qiymətləndirilir. Sədrlik dövründə Azərbaycan beynəlxalq arenada diplomatik mövqeyini gücləndirərək təşkilatın üzv ölkələri arasında siyasi dialoq və əməkdaşlıq platformasını genişləndirmişdir. Sədrlik müddətində keçirilmiş yüksək səviyyəli görüşlər, zirvə toplantıları və əməkdaşlıq sənədləri, Azərbaycanın diplomatik nüfuzunu artırmaqla yanaşı, Qoşulmama Hərəkatının qlobal siyasətdə rolunun möhkəmlənməsinə töhfə vermişdir. Məqalədə Azərbaycanın Qoşulmama Hərəkatında sədrliyi dövrü araşdırılır və qiymətləndirilir.*

Açar sözlər: *Azərbaycan, Qoşulmama Hərəkatı, əməkdaşlıq, beynəlxalq münasibətlər, siyasət*

AZERBAIJAN'S CHAIRMANSHIP OF THE NON-ALIGNED MOVEMENT: HISTORICAL AND STRATEGIC SIGNIFICANCE (2019–2023)

***Abstract**: Azerbaijan's chairmanship of the Non-Aligned Movement from 2019 to 2023 is considered a significant event at the regional and global levels. During its chairmanship, Azerbaijan strengthened its diplomatic position in the international arena and expanded the platform for political dialogue and cooperation among the organization's member states. High-level meetings, summits, and signed cooperation documents held during the chairmanship, in addition to enhancing Azerbaijan's diplomatic authority, contributed to strengthening the role of the Non-Aligned Movement in global politics. This article examines and evaluates Azerbaijan's chairmanship of the Non-Aligned Movement.*

***Keywords:** Azerbaijan, Non-Aligned Movement, cooperation, international relations, politics*

ПРЕДСЕДАТЕЛЬСТВО АЗЕРБАЙДЖАНА В ДВИЖЕНИИ НЕПРИСОЕДИНЕНИЯ: ИСТОРИЧЕСКОЕ И СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ (2019–2023 ГГ.)

***Резюме:** Председательство Азербайджана в Движении неприсоединения в 2019–2023 годах считается важным событием на региональном и глобальном уровнях. В период председательства Азербайджан укрепил свои дипломатические позиции на международной арене и расширил платформу для политического диалога и сотрудничества между государствами-членами организации. Проведенные в период председательства встречи высокого уровня, саммиты, подписанные документы о сотрудничестве, помимо повышения дипломатического авторитета Азербайджана, также способствовали укреплению роли Движения неприсоединения в мировой политике. В статье рассматривается и оценивается период председательства Азербайджана в Движении неприсоединения.*

***Ключевые слова:** Азербайджан, Движение неприсоединения, сотрудничество, международные отношения, политика*

GİRİŞ

Qoşulmama Hərəkatı XX əsrin ortalarında beynəlxalq siyasətdə formalaşan mühüm bir hərəkatdır. İkinci dünya müharibəsindən sonra dünyanın siyasi xəritəsi iki əsas qütbə bölünmüşdü: ABŞ-ın rəhbərlik etdiyi Qərb blokuna və SSRİ-nin rəhbərlik etdiyi Şərq blokuna. Bu qütbləşmə dövründə, xüsusilə yeni müstəqillik əldə edən və ya koloniyalizm əsarətindən çıxan ölkələr üçün öz milli suverenliyini qorumaq və beynəlxalq siyasətdə müstəqil mövqe saxlamaq vacib idi. Qoşulmama Hərəkatı məhz bu ehtiyacdan doğmuşdur.

Qoşulmama Hərəkatının əsas məqsədi üzv ölkələrin suverenliyini qorumaq, qütbləşmiş bloklardan asılı olmadan müstəqil xarici siyasət yürütmək və beynəlxalq ədaləti təmin etməkdir. Hərəkat həmçinin inkişaf etməkdə olan ölkələr arasında iqtisadi və siyasi əməkdaşlığı təşviq edir, dünya miqyasında sülhün qorunmasına töhfə verir.

Qoşulmama Hərəkatı XX əsrin soyuq müharibə dövründə inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün beynəlxalq səhnədə səs vermək, diplomatik manevrlər etmək və inkişaf yolunu müstəqil seçmək imkanı yaratdı, eyni zamanda Qərb və Şərq bloklarının dominant mövqelərini balanslaşdırmaq üçün platforma rolunu oynadı. Hərəkatın prinsipləri bu gün də beynəlxalq

münasibətlərdə aktualdır və üzv ölkələrin xarici siyasət strategiyalarına təsir göstərir.

Qoşulmama Hərəkatı heç bir bloka daxil olmadıqlarını və tərəfsizliklərini bəyan edən 120 üzv ölkə, 17 müşahidəçi ölkə və 10 müşahidəçi təşkilatı birləşdirən forum kimi BMT-dən sonra dünya dövlətlərinin ən böyük toplantısı hesab olunur [5].

2011-ci ilin yanvar ayında Azərbaycan Respublikası müəyyən olunmuş prosedur qaydalarına əsasən təşkilata tam üzv olmaq üçün rəsmi müraciət etmişdir. 16 mart 2011-ci ildə Qoşulmama Hərəkatının Nyu-Yorkda keçirilən Əlaqələndirmə Bürosunun iclasında Azərbaycanın üzvlüyü məsələsi ilkin olaraq müzakirəyə çıxarıldı. Həmin iclasda bu məsələni təşkilata üzv dövlətlərin nazirlərinin görüşünün gündəliyinə daxil etmək qərara alındı. Nəticədə, həmin ilin mart ayında, İndoneziyanın Bali adasında keçirilən toplantıda Azərbaycanın Qoşulmama Hərəkatına üzvlüyü iştirakçı dövlətlər tərəfindən yekdilliklə təsdiqləndi və ölkəmiz tamhüquqlu üzv statusu qazandı.

Müasir beynəlxalq münasibətlər sistemində Azərbaycanın nüfuzu və diplomatik fəaliyyəti ildən-ilə güclənməkdədir. Bunun bariz nümunələrindən biri də ölkəmizin Qoşulmama Hərəkatına sədr seçilməsi olmuşdur. 2016-cı ildə Venesuelada keçirilən Zirvə görüşündə Hərəkata üzv dövlətlər 2019–2022-ci illər üzrə sədrliyin Azərbaycana həvalə olunması barədə yekdil qərar qəbul etmişlər [6, s.12]. Bu qərar Azərbaycan Respublikasının beynəlxalq aləmdə artan nüfuzunun göstəricisi kimi qiymətləndirilmişdir. 2019-cu il 25–26 oktyabr tarixlərində Bakıda Qoşulmama Hərəkatı dövlət və hökumət başçılarının 18-ci Zirvə Görüşü keçirilmiş və bu tədbirdə Azərbaycanın təşkilata rəsmi olaraq sədr seçilməsi baş vermişdir. Bu hadisə Azərbaycan diplomatiyası üçün mühüm mərhələ olmaqla yanaşı, ölkəmizin sülh, ədalət və beynəlxalq əməkdaşlıq prinsiplərinə sadiqliyini nümayiş etdirmişdir.

Azərbaycanın sədrliyi dövründə Hərəkatın beynəlxalq arenadakı rolu daha da güclənmiş, üzv dövlətlər arasında həmrəyliyin möhkəmlənməsi istiqamətində bir sıra təşəbbüslər irəli sürülmüşdür.

COVID-19 pandemiyası dövründə Azərbaycan Hərəkat üzvləri tərəfindən yekdilliklə dəstəklənən uğurlu təşəbbüslər irəli sürərək çətinlikləri beynəlxalq əməkdaşlıq imkanlarına çevirməyi bacarıb.

Əsas nailiyyətlər arasında COVID-19 pandemiyasına qarşı yüksək səviyyəli Təmas Qrupunun yaradılması, 2020-ci ilin may ayında virtual formatda Sammit səviyyəli görüşün keçirilməsi və Prezident İlham Əliyevin təşəbbüsü ilə BMT Baş Assambleyasının xüsusi sessiyasının təşkil olunması yer alıb. Həmçinin, "COVID-19 əleyhinə peyvəndlərin bərabər, məqbul qiymətə və universal əlçatanlığının təmin edilməsi" qətnamə layihələrinin BMT-də irəli sürülməsi və qəbul olunması ölkəmizin və Hərəkatın beynəlxalq nüfuzunu artırıb.

Azərbaycan dörd il ərzində Hərəkatın fəaliyyət göstərdiyi beynəlxalq platformalarda yüzlərlə bəyanat səsləndirib, qətnamələr və təşəbbüslər irəli sürüb, səfirlər və digər yüksək səviyyəli görüşləri təşkil edib. Həmçinin Qoşulmama Hərəkatının Gənclər Şəbəkəsi və Parlament Şəbəkəsi yaradılmış, Bakı şəhərində konfranslar, sammitlər və model simulyasiya təlimləri keçirilmişdir.

Azərbaycan həmçinin Hərəkatın təsisatlanması istiqamətində mühüm addımlar atmış, vahid loqo və bayraq prosesini başlatmış və Qoşulmama Hərəkatının rəsmi internet səhifəsini istifadəyə vermişdir. Eyni zamanda, üzv dövlətlər arasında həmrəyliyi gücləndirmək üçün

sahəvi nazirlər iclasları keçirilmişdir [2].

Bütün bunlar Azərbaycanın beynəlxalq təşkilatlarla əməkdaşlıq sahəsində qazandığı uğurların, eləcə də milli diplomatiyamızın çevik və uzaqgörən xarakterinin bariz sübutudur. Qoşulmama Hərəkatına sədrliyin ölkəmizə həvalə olunması təkcə diplomatik nailiyyət deyil, həm də Azərbaycanın beynəlxalq siyasətdə sülhsevər və ədalətə əsaslanan mövqeyinin tanınmasıdır.

Qeyd edək ki, Azərbaycanın sədrliyi dövründə əldə olunan nailiyyətlər bütün üzv dövlətlər tərəfindən böyük rəğbətlə qarşılanmış və ilkin olaraq 3 il üçün nəzərdə tutulan sədrlik müddəti yekdilliklə əlavə 1 il uzadılmışdır [1].

Təşkilata üzv olduğu gündən Azərbaycan Hərəkatla qarşılıqlı əlaqələri uğurla inkişaf etdirir və bir sıra mühüm tədbirlərə ev sahibliyi edib. Xüsusilə, 2019-cu ildə Bakıda keçirilən Qoşulmama Hərəkatının XVIII Sammiti böyük tarixi və simvolik əhəmiyyətə malik olub. Bu hadisə ilə Avropa qitəsi 1989-cu ildə Belqradda baş tutan Zirvə görüşündən düz 30 il sonra yenidən Qoşulmama Hərəkatına üzv ölkələrin dövlət və hökumət başçılarının toplantısına ev sahibliyi etmiş oldu. Bu sammit Azərbaycanın Hərəkatın ideyalarına və əsas prinsiplərinə sadiqliyini bir daha bütün dünyaya nümayiş etdirdi [3, s.4].

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev 2019-cu ildə Bakıda keçirilmiş Qoşulmama Hərəkatının XVIII Sammitində çıxışı zamanı qeyd etmişdir ki: *"Qoşulmama Hərəkatı bəşəri dəyərlərin təbliğinə xidmət edir və bütün ölkələrin suverenliyi, müstəqilliyi və ərazi bütövlüyünə sadiqliyini nümayiş etdirir. Qoşulmama Hərəkatı özündə 120 ölkəni birləşdirməklə BMT Baş Assambleyasından sonra dünya dövlətlərinin təmsil olunduğu ən böyük siyasi təsisatdır. Azərbaycan 2011-ci ildə Qoşulmama Hərəkatına üzv qəbul olunmuşdur. Qoşulmama Hərəkatında olduğu qısa müddət ərzində ölkəmiz beynəlxalq hüququn norma və prinsiplərini qətiyyətlə müdafiə etməkdə böyük nüfuz qazanmışdır."* [4] Prezident İlham Əliyevin səsləndirdiyi bu fikirlər Azərbaycanın xarici siyasət istiqamətlərinin əsas prioritetlərini aydın şəkildə ifadə edir. Dövlət başçısının vurğuladığı kimi, Qoşulmama Hərəkatı beynəlxalq arenada bəşəri dəyərlərin təşviqinə, dövlətlərin suverenliyi və ərazi bütövlüyünün qorunmasına xidmət edən universal platformadır. Bu, Hərəkatın yaranma fəlsəfəsi - yəni hegemonluq və blok qarşıdurmalarına qarşı dayanmaq prinsipi ilə tam uzlaşır.

Prezidentin çıxışında Azərbaycan Respublikasının 2011-ci ildə Hərəkatın tamhüquqlu üzvü kimi qəbul edilməsindən sonra qısa müddət ərzində beynəlxalq səviyyədə qazandığı nüfuza da xüsusi diqqət yetirilir. Bu, ölkəmizin beynəlxalq hüququn norma və prinsiplərinə sadiqliyini, həmçinin ədalətli, çoxtərəfli beynəlxalq münasibətlər sisteminin formalaşmasına verdiyi töhfəni əks etdirir.

Ümumilikdə, İlham Əliyevin bu bəyanatı Azərbaycanın Qoşulmama Hərəkatında fəal mövqeyini, beynəlxalq əməkdaşlığa yönəlmiş siyasətini və suverenliyə əsaslanan dünya nizamının tərəfdarı kimi rolunu elmi-siyasi kontekstdə əsaslandırır.

Nəticə etibarilə, 2019–2023-cü illərdə Azərbaycanın Qoşulmama Hərəkatındakı sədrliyi, ölkənin beynəlxalq siyasətdə balanslı və konstruktiv mövqeyini nümayiş etdirərək regional liderlik potensialını gücləndirmişdir. Bu dövr Azərbaycan üçün həm tarixi, həm də strateji əhəmiyyət kəsb edən bir mərhələ olaraq qiymətləndirilir. Tarixi baxımdan bu sədrlik, Azərbaycanın 1991-ci ildən sonra müstəqil dövlət kimi beynəlxalq təşkilatlarda aktiv

iştirakının davamı olaraq diqqət çəkir.

Strateji baxımdan, Azərbaycan Qoşulmamam Hərəkatı çərçivəsində inkişaf etməkdə olan ölkələrin iqtisadi, enerji və nəqliyyat sahələrində maraqlarını irəli sürmüş, həmçinin sülh və təhlükəsizlik təşəbbüslərinə dəstək vermişdir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Respublikası Azərbaycan Respublikasının Qoşulmama Hərəkatına sədrliyinin 4 ilinin tamam olması ilə əlaqədar mətbuat məlumatı- https://mfa.gov.az/az/news/no61123
2. Azərbaycan Respublikası Xarici İşlər Nazirliyinin Azərbaycan Respublikasının Qoşulmama Hərəkatına sədrliyinin üç illik dövrü barədə mətbuat açıqlaması- https://mfa.gov.az/az/news/no49522
3. Feyizli M. Azərbaycan - Qoşulmama Hərəkatı əməkdaşlığı: Yadda qalan uğurlu yol. Yeni Azərbaycan.-2024.-25 may.-№93.-S.4.
4. Qoşulmama Hərəkatına üzv ölkələrin dövlət və hökumət başçılarının XVIII Zirvə Görüşündə İlham Əliyevin nitqi. 25 oktyabr 2019- https://president.az/az/articles/view/34600
5. Məmmədova Ə. Qoşulmama Hərəkatı: başlıca prinsipləri, mahiyyəti və gözləntilər haqda- https://modern.az/az/news/207651/
6. Final Document of the 17th Summit of Non-Aligned Movement held Venezuela. Venezuela 17-18 September 2016 206 p.

Gülgün QULİYEVA
Bakı Dövlət Unversiteti,
sosiologiya elmləri üzrə fəlsəfə doktoru
gulgun2004@mail.ru

BEYNƏLXALQ MÜNASİBƏTLƏRİN İDARƏ OLUNMASINDA MİLLİ DƏYƏRLƏR

Xülasə: *Bu məqalədə beynəlxalq münasibətlərin idarə olunmasında milli dəyərlərin rolu təhlil edilir. Milli dəyərlər dövlətlərin xarici siyasət strategiyalarında ideoloji, diplomatik və hüquqi funksiyalar yerinə yetirir. Qloballaşma şəraitində milli dəyərlərin qorunması və təşviqi dövlətlərin daxili sabitliyini, beynəlxalq təsir imkanlarını və yumşaq güc potensialını artırır. Müasir dövlətlərin təcrübəsi göstərir ki, milli dəyərlər diplomatiya, mədəniyyət, idman və beynəlxalq hüquq vasitəsilə beynəlxalq siyasətdə strateji resurs kimi istifadə olunur. Azərbaycan nümunəsi, multikulturalizm, tolerantlıq, mədəni diplomatiya və Qarabağ məsələsində milli dəyərlərə əsaslanan strategiyanın effektivliyini göstərir. Məqalədə həm nəzəri, həm də praktiki aspektlərdən milli dəyərlərin beynəlxalq münasibətlərdə tətbiqi təhlil olunur.*

Açar sözlər: *milli dəyərlər, beynəlxalq münasibətlər, xarici siyasət, diplomatiya, yumşaq güc, Azərbaycan*

THE ROLE OF NATIONAL VALUES IN THE MANAGEMENT OF INTERNATIONAL RELATIONS

Abstract: *This article analyzes the role of national values in the management of international relations. National values perform ideological, diplomatic, and legal functions in the foreign policy strategies of states. In the context of globalization, the preservation and promotion of national values enhance domestic stability, international influence, and soft power potential. The experience of modern states demonstrates that national values are used as a strategic resource in international politics through diplomacy, culture, sports, and international law. The case of Azerbaijan illustrates the effectiveness of a strategy based on national values in multiculturalism, tolerance, cultural diplomacy, and the Nagorno-Karabakh issue. Both theoretical and practical aspects of applying national values in international relations are examined in this study.*

Keywords: *national values, international relations, foreign policy, diplomacy, soft power, Azerbaijan*

РОЛЬ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В УПРАВЛЕНИИ МЕЖДУНАРОДНЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ

Резюме: *В статье анализируется роль национальных ценностей в управлении международными отношениями. Национальные ценности выполняют идеологические, дипломатические и правовые функции в стратегиях внешней политики государств. В условиях глобализации сохранение и продвижение национальных ценностей повышает внутреннюю стабильность, международное влияние и потенциал мягкой силы. Опыт современных государств показывает, что национальные ценности используются как стратегический ресурс в международной политике через дипломатию, культуру, спорт и международное право. Пример Азербайджана демонстрирует эффективность стратегии, основанной на национальных ценностях, в вопросах мультикультурализма, терпимости, культурной дипломатии и конфликта в Нагорном Карабахе. В статье рассматриваются как теоретические, так и практические аспекты применения национальных ценностей в международных отношениях.*

Ключевые слова: *национальные ценности, международные отношения, внешняя политика, дипломатия, мягкая сила, Азербайджан*

GİRİŞ

Beynəlxalq münasibətlər sistemi getdikcə daha çox qloballaşma, inteqrasiya və qarşılıqlı asılılıq şəraitində inkişaf edir. Lakin bu proseslər fonunda milli dəyərlərin əhəmiyyəti heç də azalmamış, əksinə, dövlətlərin xarici siyasətinin formalaşmasında mühüm amillərdən biri olaraq qalmaqdadır. Milli dəyərlər dil, mədəniyyət, tarix, din, mənəvi və sosial normalar dövlətlərin beynəlxalq müstəvidə öz kimliklərini qorumasına və siyasi qərarlarının legitimləşdirilməsinə xidmət edir. Bu baxımdan milli dəyərlər həm daxili sabitliyin təmin olunmasında, həm də beynəlxalq münasibətlərin idarə olunmasında strateji resurs funksiyasını daşıyır [3 s.46].

Beynəlxalq münasibətlər sistemi müasir dövrdə çoxşaxəli və mürəkkəb proseslərlə xarakterizə olunur. Qloballaşma şəraitində dövlətlərin qarşılıqlı asılılığı artmaqla yanaşı, milli dəyərlərin qorunması və beynəlxalq idarəçilikdə nəzərə alınması məsələsi daha aktual hal almışdır. Milli dəyərlər dedikdə, hər bir xalqın tarixi yaddaşı, mədəni kimliyi, dini və mənəvi ənənələri, sosial-mədəni davranış normaları nəzərdə tutulur. Onlar yalnız daxili ictimai həyatın deyil, həm də beynəlxalq münasibətlərin formalaşmasında mühüm təsir gücünə malikdir.

Beynəlxalq münasibətlərin idarə olunması sadəcə siyasi və iqtisadi maraqların toqquşması ilə məhdudlaşmır; bu proses həm də ideoloji, mədəni və mənəvi komponentlərdən asılıdır. Məhz bu baxımdan milli dəyərlər beynəlxalq münasibətlərdə "yumşaq güc" (soft power) elementinə çevrilərək dövlətlərin xarici siyasət strategiyalarında mühüm yer tutur [9. s. 132]. Bu dəyərlərin nəzərə alınması beynəlxalq əməkdaşlıqda etimad mühitinin yaradılmasına, münaqişələrin qarşısının alınmasına və dayanıqlı inkişafın təmin olunmasına xidmət edir.Xüsusilə, kiçik və orta dövlətlər üçün milli dəyərlərin beynəlxalq idarəçilikdə təqdim olunması həm identiklik siyasətinin qorunması, həm də beynəlxalq müstəvidə rəqabət qabiliyyətinin artırılması baxımından həyati əhəmiyyət daşıyır. Azərbaycan, Türkiyə, Yaponiya, Hindistan kimi dövlətlərin təcrübəsi göstərir ki, milli dəyərlərə əsaslanan siyasət təkcə regional deyil, qlobal səviyyədə də uğurlu nəticələr verə bilir [8's 145].

Bu məqalənin məqsədi beynəlxalq münasibətlərin idarə olunmasında milli dəyərlərin rolunu nəzəri və praktiki aspektlərdən təhlil etmək, onların diplomatiyada, təhlükəsizlikdə, iqtisadi əməkdaşlıqda və mədəni inteqrasiyada tətbiq imkanlarını araşdırmaqdır. Məqalədə həm klassik beynəlxalq münasibətlər nəzəriyyələrinin yanaşmaları, həm də müasir qloballaşma şəraitində milli dəyərlərin idarəçilikdəki funksiyaları əhatə ediləcəkdir.

Məqalənin aktuallığı. Müasir beynəlxalq münasibətlərdə milli dəyərlərin rolu məsələsi həm nəzəri, həm də praktiki baxımdan mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bir tərəfdən qloballaşma və inteqrasiya prosesləri xalqların mədəniyyətlərinin qarşılıqlı təsirini artırır, digər tərəfdən isə milli kimliklərin qorunması və dəyərlərin saxlanılması məsələsini gündəmə gətirir. Qlobal mədəni homogenləşmə təhlükəsi milli dəyərlərin zəifləməsinə səbəb ola bilər ki, bu da dövlətlərin siyasi sabitliyinə və beynəlxalq münasibətlərdə mövqeyinə təsirsiz ötüşmür [2, s.174].

Milli dəyərlərin beynəlxalq münasibətlərin idarə olunmasında nəzərə alınması həm də beynəlxalq təhlükəsizlik və sabitlik üçün vacibdir. Çünki mədəni və mənəvi dəyərlərə hörmət prinsipi pozulduqda etnik qarşıdurmalar, dini ziddiyyətlər və regional münaqişələr qaçılmaz olur. Buna görə də milli dəyərlərin diplomatiya, beynəlxalq hüquq və beynəlxalq təşkilatlar səviyyəsində qorunması qlobal idarəçilik üçün prioritet məsələlərdən biridir.

Azərbaycan nümunəsi göstərir ki, milli dəyərlərin beynəlxalq müstəvidə təqdimatı dövlətin imicini gücləndirməklə yanaşı, həm də milli maraqların müdafiəsi baxımından mühüm rol oynayır. Qarabağ məsələsi, multikulturalizm siyasəti, UNESCO tərəfindən qeyri-maddi irs kimi tanınan mədəniyyət nümunələri Azərbaycanın milli dəyərlərə əsaslanan xarici siyasət strategiyasının bariz göstəriciləridir.

Beləliklə, mövzunun aktuallığı aşağıdakılarla şərtlənir:

1. Qloballaşma şəraitində milli dəyərlərin qorunması və beynəlxalq idarəçilikdə nəzərə alınması zərurəti.
2. Milli dəyərlərin münaqişələrin qarşısının alınmasında və sülhün möhkəmlənməsində oynadığı rol.
3. Dövlətlərin yumşaq güc potensialının gücləndirilməsində milli dəyərlərin təsir imkanları.
4. Azərbaycan təcrübəsinin beynəlxalq münasibətlər kontekstində elmi təhlilə cəlb olunmasının əhəmiyyəti.

Bu məqalənin məqsədi milli dəyərlərin beynəlxalq münasibətlərdə rolu və idarəçilik mexanizmlərinə təsirini təhlil etməkdir. Məqalədə nəzəri əsaslar, praktik nümunələr və Azərbaycanın milli dəyərlərə əsaslanan xarici siyasəti ayrıca araşdırılır.

Milli dəyər anlayışının elmi mahiyyəti

Milli dəyərlər anlayışı siyasi elmlərdə müxtəlif yanaşmalar əsasında izah olunur. Onlar yalnız mədəni atribut kimi deyil, həm də ictimai-siyasi proseslərə təsir edən struktur element kimi qəbul edilir. Milli dəyərlər xalqın tarixi yaddaşı, dili, dini inancları, mənəvi normaları,

ənənələri və mədəni irsi ilə sıx bağlıdır. Bu dəyərlər dövlətin milli kimliyini formalaşdırmaqla yanaşı, onun beynəlxalq münasibətlərdə özünəməxsus mövqeyini müəyyənləşdirir.

Elmi ədəbiyyatda milli dəyərlər həm **sosial identiklik** , həm də **mədəni kapital** kimi qiymətləndirilir. Bu baxımdan milli dəyərlər dövlətlərin beynəlxalq siyasətdə özünü təqdimetmə strategiyasının əsas komponentlərindən biri hesab olunur.

Beynəlxalq münasibətlər nəzəriyyələri kontekstində milli dəyərlər

1. Realizm

Realist yanaşmaya görə, beynəlxalq münasibətlərin əsas hərəkətverici qüvvəsi güc və maraqlardır. Bununla belə, milli dəyərlər dövlətlərin milli maraqlarının legitimləşdirilməsində mühüm vasitə kimi çıxış edir. Dövlətlər öz milli dəyərlərini qorumaq və təbliğ etmək yolu ilə cəmiyyətin konsolidasiyasına nail olur, bu isə milli təhlükəsizlik və siyasi sabitlik üçün zəruridir [7, s 98].

2. Liberalizm

Liberal nəzəriyyə beynəlxalq münasibətlərin idarə olunmasında əməkdaşlıq, qarşılıqlı fayda və institutların rolunu vurğulayır. Bu yanaşmaya görə milli dəyərlər beynəlxalq əməkdaşlığı gücləndirən vasitədir. Dövlətlər mədəni və mənəvi dəyərlərini paylaşmaqla diplomatik münasibətləri möhkəmləndirir, qarşılıqlı etimadı artırır və qlobal idarəçilikdə daha konstruktiv rol oynayır [1s23].

3. Konstruktivizm

Konstruktivist yanaşma milli dəyərləri beynəlxalq münasibətlərin əsas ideoloji və sosial konstruksiyası kimi qiymətləndirir. Bu nəzəriyyəyə görə, dövlətlərin xarici siyasəti yalnız maddi maraqlara deyil, həm də milli kimliyə və dəyərlərə əsaslanır [14, s.56]. Məsələn, dini və ya mədəni dəyərlər dövlətlərin beynəlxalq arenadakı davranışını müəyyənləşdirə bilər.

Milli dəyərlər və milli maraqlar

Milli dəyərlərlə milli maraqlar arasında qarşılıqlı əlaqə vardır. Milli maraqlar daha çox dövlətin təhlükəsizliyi, iqtisadi inkişafı və siyasi müstəqilliyi ilə bağlıdır. Lakin bu maraqların həyata keçirilməsi milli dəyərlərlə legitimləşdirildikdə həm daxili ictimai dəstək, həm də beynəlxalq aləmdə qəbul olunma imkanı artır. Beləliklə, milli dəyərlər dövlətlərin milli maraqlarının davamlı və sabit əsasda təmin olunmasında mühüm funksiyaya malikdir. Göstərilən nəzəri yanaşmalar bir daha sübut edir ki, milli dəyərlər beynəlxalq münasibətlərin idarə olunmasında sadəcə mədəni fon deyil, həm də dövlətlərin siyasi davranışını formalaşdıran və beynəlxalq sistemdə mövqelərini müəyyən edən əsas elementdir.

Müasir beynəlxalq münasibətlərdə milli dəyərlər və qlobal çağırışlar. Qloballaşma dövründə milli dəyərlərin qorunması ilə beynəlxalq sistemə inteqrasiya arasında ziddiyyətlər mövcuddur. Bir tərəfdən qlobal mədəniyyətin yayılması milli dəyərləri zəiflədə bilər, digər tərəfdən isə milli dəyərlər beynəlxalq sistemdə rəngarənglik və tarazlıq yaradır.

Mədəni müxtəliflik beynəlxalq münasibətlərin harmoniyasını təmin edir. UNESCO-nun "Mədəni müxtəlifliyin qorunması" konvensiyası bunu təsdiqləyir.

Multikulturalizm modeli dövlətlərin milli və beynəlxalq dəyərləri uzlaşdırmaq imkanlarını artırır.

Milli dəyərlərin itirilməsi təhlükəsi isə milli dövlətçiliyin zəifləməsinə gətirib çıxara bilər.

Azərbaycan nümunəsi. Azərbaycan milli dəyərlərin beynəlxalq münasibətlərin idarə olunmasında istifadəsinin bariz nümunəsidir.

Mədəniyyət və incəsənət Muğam, xalçaçılıq, aşıq sənəti kimi dəyərlər UNESCO tərəfindən qeyri-maddi irs kimi tanınmış və Azərbaycanın beynəlxalq imicinin formalaşmasına xidmət etmişdir.

Multikulturalizm siyasəti Azərbaycan dövlətinin təqdim etdiyi "Bakı prosesi" və multikulturalizm modeli beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən dəstəklənir.

Qarabağ məsələsi Azərbaycanın ərazi bütövlüyü uğrunda mübarizəsi milli dəyərlərə tarix, kimlik və ədalət prinsiplərinə əsaslanaraq beynəlxalq diplomatiyada güclü arqument kimi istifadə olunur.

İdman diplomatiyası Bakı 2015 Avropa Oyunları və digər beynəlxalq tədbirlər milli dəyərlərin təbliği ilə yanaşı, ölkənin qlobal arenada nüfuzunu artırıb.

Milli dəyərlər beynəlxalq münasibətlərin idarə olunmasında yalnız mədəni atribut deyil, həm də siyasi və strateji resurs funksiyasını daşıyır. Onlar dövlətlərin xarici siyasətində legitimlik, diplomatiyada yumşaq güc və beynəlxalq imic formalaşdıran əsas elementdir. Azərbaycanın təcrübəsi göstərir ki, milli dəyərlərin beynəlxalq səviyyədə qorunması və təbliği həm milli kimliyin möhkəmlənməsinə, həm də qlobal siyasətdə mövqelərin güclənməsinə xidmət edir.

Milli dəyərlərin beynəlxalq münasibətlərin idarə olunmasındakı rolu.

Milli kimlik və diplomatiya. Beynəlxalq münasibətlərin idarə olunmasında milli dəyərlərin ən mühüm funksiyalarından biri dövlətlərin milli kimliyinin diplomatik diskursda təqdim edilməsidir. Diplomatiya yalnız siyasi və iqtisadi maraqların müdafiəsi deyil, həm də milli-mədəni dəyərlərin dünyaya tanıdılması və legitimləşdirilməsi prosesidir. Bu mənada milli dəyərlər diplomatik münasibətlərin rəsmi və qeyri-rəsmi üslubunda təmsil olunur. Məsələn, Yaponiyanın "wa" (harmoniya) fəlsəfəsinə əsaslanan diplomatik davranışı və ya Skandinaviya ölkələrinin humanizm və sosial rifah dəyərlərini beynəlxalq münasibətlərdə vurğulaması milli dəyərlərin diplomatiyada oynadığı rola nümunədir.

Mədəni diplomatiya və yumşaq güc. Amerikalı alim Cozef Nay (2004) "yumşaq güc" (soft power) anlayışını işlədərkən milli dəyərlərin beynəlxalq münasibətlərdə təsir gücünü xüsusi qeyd edir. Yumşaq güc dövlətin hərbi və iqtisadi resurslarından kənar olaraq mədəniyyət, ideologiya və diplomatik üslub vasitəsilə nüfuz qazanmaq bacarığını ifadə edir. Milli dəyərlər yumşaq gücün əsas qaynaqlarındandır. Musiqi, incəsənət, ədəbiyyat, mətbəx, dini və mənəvi dəyərlər, milli brendlər və idman vasitəsilə dövlətlər beynəlxalq aləmdə müsbət imic formalaşdırır və öz maraqlarını zor tətbiq etmədən həyata keçirirlər. Məsələn, Cənubi Koreyanın "K-pop" musiqisi və serialları, Hindistanın "Bollywood" kinosu, Türkiyənin televiziya serialları və mədəni irsi beynəlxalq münasibətlərdə yumşaq güc nümunələridir.

Milli dəyərlər və beynəlxalq hüquq. Milli dəyərlər beynəlxalq münasibətlərin hüquqi idarəçiliyində də mühüm yer tutur. Beynəlxalq hüququn əsas prinsiplərindən biri xalqların öz mədəni kimliyini qorumaq hüququdur. Bu prinsip həm BMT-nin nizamnaməsində, həm də UNESCO-nun "Mədəni müxtəlifliyin qorunması haqqında Konvensiyası"nda əksini tapmışdır. Milli dəyərlərin beynəlxalq hüquq normaları ilə qorunması dövlətlərarası münasibətlərdə mədəni suverenliyin təmin olunmasına xidmət edir. Əks halda, milli dəyərlərin təhdidə məruz qalması beynəlxalq münaqişələrin alovlanmasına səbəb ola bilər. 1990-cı illərdə Yuqoslaviya müharibələri və Yaxın Şərqdə baş verən qarşıdurmaların bir hissəsi milli və dini dəyərlərin ziddiyyətli təfsirindən qaynaqlanmışdır.

Milli dəyərlər və beynəlxalq idarəçilikdə legitimlik

Milli dəyərlər dövlətlərin beynəlxalq idarəçilikdə legitimliyini artıran amillərdəndir. Xarici siyasət milli dəyərlərə əsaslandıqda həm cəmiyyətin daxilində geniş dəstək qazanır, həm də beynəlxalq aləmdə dövlətin siyasəti daha etibarlı görünür [6,s 324]. Bu, xüsusilə milli azadlıq hərəkatları, müstəqillik uğrunda mübarizələr və ərazi bütövlüyünün müdafiəsi hallarında özünü göstərir. Məsələn, Baltik ölkələrinin (Latviya, Litva, Estoniya) müstəqillik hərəkatları milli kimlik və mədəniyyətin qorunması üzərində qurulmuş, bu da beynəlxalq ictimaiyyət tərəfindən tanınmalarını asanlaşdırmışdır. Beləliklə, milli dəyərlər beynəlxalq münasibətlərin idarə olunmasında çoxfunksiyalı rol oynayır:

1. Diplomatiyada milli kimliyi formalaşdırır.
2. Mədəni diplomatiya və yumşaq gücün əsasını təşkil edir.

3. Beynəlxalq hüquq normalarında özünəməxsusluğun qorunmasına xidmət edir.

4. Dövlətlərin xarici siyasətinə daxili və beynəlxalq legitimlik qazandırır.

Qloballaşma dövründə milli dəyərlərin qarşılaşdığı çağırışlar. Qloballaşmanın təsiri

Müasir qloballaşma dövründə milli dəyərlərin qorunması dövlətlər üçün ciddi çağırışdır. Qlobal informasiya mühiti, transmillət korporasiyaları, kütləvi mədəniyyət və texnoloji inqilab milli kimliyin homogenləşməsi riskini artırır. Mədəni homogenləşmə prosesləri bir tərəfdən iqtisadi və texnoloji inteqrasiyanı gücləndirir, digər tərəfdən milli və etnik kimliklərin itirilməsi təhlükəsi yaradır [13 s.38].

Milli dəyərlərin transformasiyası

Qloballaşma milli dəyərlərin adaptasiya və transformasiya prosesini sürətləndirir. Dövlətlər öz milli dəyərlərini beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırmaqla eyni zamanda milli identikliyi qorumağa çalışırlar. Məsələn, dini və mənəvi dəyərlər bəzi ölkələrdə hüquqi çərçivəyə daxil edilir, mədəni irs UNESCO tərəfindən qorunur, milli bayram və ənənələr beynəlxalq səviyyədə tanıdılır.

Beynəlxalq təşkilatların rolu. Beynəlxalq təşkilatlar, xüsusilə BMT, UNESCO, Avropa Şurası və digər regional institutlar milli və mədəni müxtəlifliyin qorunmasında mühüm rol oynayır. Bu qurumlar milli dəyərlərin qorunmasını təmin edən hüquqi və institusional mexanizmlər formalaşdırır. Məsələn, UNESCO-nun "Mədəni müxtəlifliyin qorunması haqqında Konvensiya" milli irsin qloballaşmanın mənfi təsirlərindən qorunmasını nəzərdə tutur [16, s. 23].

Ziddiyyətlər və uzlaşma imkanları. Qloballaşma milli dəyərlərlə beynəlxalq standartlar arasında ziddiyyətlər yarada bilər. Dövlətlər milli kimliyi qorumaq üçün daxili siyasət və qanunvericilik vasitəsilə addımlar atmalı, eyni zamanda beynəlxalq əməkdaşlığa inteqrasiya olmalıdırlar, Bu balansın təmin olunması, həm milli maraqların qorunması, həm də beynəlxalq reputasiyanın gücləndirilməsi üçün vacibdir. Qloballaşma milli dəyərlərin beynəlxalq münasibətlərdəki rolunu həm çətinləşdirir, həm də onların əhəmiyyətini artırır. Milli dəyərlər dövlətlər üçün strateji resurs kimi qalır və qlobal proseslər fonunda adaptasiya və transformasiya edilərək beynəlxalq siyasətdə tətbiq olunur.

Müasir dövlətlərin təcrübəsi: milli dəyərlərin xarici siyasətdə tətbiqi

ABŞ təcrübəsi. Amerika Birləşmiş Ştatları milli dəyərləri beynəlxalq siyasətdə həm ideoloji, həm də diplomatik alət kimi istifadə edir. Demokratiya, insan hüquqları və hüquq dövlətçiliyi ABŞ-ın xarici siyasətinin əsas komponentlərindəndir. Bu dəyərlər beynəlxalq təşkilatlarda və ikitərəfli münasibətlərdə ABŞ-ın mövqeyini gücləndirir və ölkənin yumşaq güc imkanlarını artırır [10, s56]. Məsələn, ABŞ tərəfindən maliyyələşdirilən mədəni və təhsil proqramları, eləcə də beynəlxalq humanitar yardım təşəbbüsləri milli dəyərlərin beynəlxalq aləmə tanıdılmasının bir vasitəsidir.

Çin təcrübəsi. Çin milli dəyərləri, xüsusilə konfutsiçilik fəlsəfəsi və sosial harmoniyaya verdiyi önəm əsasında xarici siyasətini formalaşdırır. "Bir Kəmər, Bir Yol" təşəbbüsü çərçivəsində Çin yalnız iqtisadi layihələr həyata keçirmir, həm də mədəni diplomatiya vasitəsilə milli dəyərlərini və tarixi irsini təbliğ edir. Bu strategiya Çin dövlətinin qlobal təsirini genişləndirməkdə mühüm rol oynayır [12, s.78].

Türkiyə təcrübəsi. Türkiyə milli dəyərlərini regional və qlobal siyasətdə fəal şəkildə istifadə edir. Türk dünyası ilə əlaqələr, Osmanlı irsinin və islam-mədəni dəyərlərin regional diplomatiyada vurğulanması milli kimliyin qorunmasına və xarici siyasət strategiyalarının legitimləşdirilməsinə xidmət edir. Mədəniyyət və təhsil proqramları, televiziya serialları və beynəlxalq humanitar layihələr Türkiyənin yumşaq gücünü artırır [5, s.65].

Digər dövlət nümunələri

Hindistan: Bolyud mədəniyyəti və dini dəyərləri beynəlxalq təsir vasitəsi kimi istifadə

edir.

Skandinaviya ölkələri: Sosial rifah və humanizm dəyərləri beynəlxalq diplomatiyada etik nüfuz yaradır.

Yaponiya: "Wa" fəlsəfəsi və texnoloji innovasiyalar milli dəyərlərin beynəlxalq arenada təqdimatına nümunədir.

Ümumi təhlil

Müasir dövlətlərin təcrübəsi göstərir ki, milli dəyərlər xarici siyasətdə yalnız simvolik deyil, həm də strateji resurs kimi istifadə olunur. Dövlətlər milli-mədəni atributlarını diplomatiya, iqtisadi layihələr, humanitar və mədəni təşəbbüslərlə birləşdirərək qlobal təsir imkanlarını genişləndirirlər.

Azərbaycan nümunəsi: milli dəyərlərin beynəlxalq siyasətdə rolu. Azərbaycan milli dəyərlərə əsaslanan xarici siyasət strategiyası ilə regionda öz mövqeyini möhkəmləndirir. Dövlətin milli-mədəni irsi, tarixi yaddaşı, dini və mənəvi dəyərləri beynəlxalq arenada həm diplomatik, həm də yumşaq güc aləti kimi istifadə olunur. Bu yanaşma Azərbaycanın həm milli maraqlarının müdafiəsi, həm də beynəlxalq imicinin gücləndirilməsi baxımından strateji əhəmiyyət kəsb edir [11 s. 243].

Multikulturalizm və tolerantlıq siyasəti. Azərbaycanın multikulturalizm və tolerantlıq modeli dövlət siyasətinin mərkəzindədir. Bakı Prosesi və multikulturalizm proqramları vasitəsilə ölkə milli dəyərlərini beynəlxalq səviyyədə təqdim edir. Bu siyasət yalnız diplomatik əlaqələri möhkəmləndirmir, eyni zamanda Azərbaycanın beynəlxalq təşkilatlar, eləcə də müxtəlif dövlətlərlə əməkdaşlıq imkanlarını artırır. Multikulturalizm modeli həm də ölkənin regional liderlik potensialını gücləndirir və beynəlxalq ictimaiyyətin diqqətini cəlb edir.

Qarabağ məsələsi və milli dəyərlərin rolu. Azərbaycanın ərazi bütövlüyü və Qarabağ məsələsi milli dəyərlərə tarixi yaddaş, mədəniyyət, kimlik və ədalət prinsiplərinə əsaslanır. Bu, diplomatiyada güclü arqument və beynəlxalq hüququn legitimləşdirici vasitəsi kimi istifadə olunur. Azərbaycanın milli dəyərlərə dayanan siyasəti beynəlxalq ictimaiyyət tərəfindən tanınma və dəstək qazanmaq baxımından mühüm rol oynayır.

Mədəniyyət və idman diplomatiyası. Milli dəyərlərin beynəlxalq təbliği yalnız diplomatiya ilə məhdudlaşmır. Mədəniyyət və idman sahələri də əhəmiyyətli vasitələrdir:

UNESCO qeyri-maddi irs siyahısı: Muğam, aşıq sənəti, xalçaçılıq və digər mədəni irs nümunələri Azərbaycanın beynəlxalq imicini gücləndirir.

Beynəlxalq tədbirlər: Bakı 2015 Avropa Oyunları və digər idman tədbirləri ölkənin yumşaq güc potensialını artırır.

Beynəlxalq sərgilər və festivallar: Azərbaycan mədəniyyətini və tarixi irsini dünyaya tanıdır, həm diplomatik, həm də iqtisadi maraqları dəstəkləyir.

Milli dəyərlərin strateji funksiyaları

1. Azərbaycan təcrübəsi göstərir ki, milli dəyərlər:
2. Dövlətin xarici siyasət strategiyasına legitimlik qazandırır.
3. Regional və qlobal səviyyədə diplomatik təsir imkanlarını artırır.
4. Mədəni diplomatiya vasitəsilə ölkənin yumşaq gücünü gücləndirir.
5. Milli maraqların qorunmasına və beynəlxalq hüquq çərçivəsində dəstək qazanılmasına xidmət edir.

TƏKLİFLƏR

1. Milli dəyərlərin xarici siyasətdə sistemli tətbiqi: Dövlətlər milli dəyərləri diplomatik, iqtisadi və mədəni təşəbbüslərə inteqrasiya etməli, qlobal siyasətdə konseptual çərçivələr yaratmalıdır.

2. Qloballaşma ilə adaptasiya mexanizmlərinin inkişafı: Milli dəyərlərin qorunması

üçün beynəlxalq standartlara uyğun adaptasiya və transformasiya strategiyaları hazırlanmalıdır.

3. Yumşaq güc və mədəni diplomatiya vasitələrinin genişləndirilməsi: Dövlətlər mədəniyyət, təhsil və idman vasitəsilə milli dəyərlərini beynəlxalq aləmdə tanıtmalı, qarşılıqlı etimadı artırmalıdır.

4. Milli dəyərlərin hüquqi qorunması: Beynəlxalq hüquq çərçivəsində milli və mədəni müxtəlifliyin qorunması üçün hüquqi mexanizmlər gücləndirilməlidir.

5. Azərbaycan üçün strateji tövsiyə: Azərbaycanın milli dəyərlərə əsaslanan siyasəti daha geniş beynəlxalq platformalarda təqdim edilməli, multikulturalizm və tolerantlıq modelinin təcrübəsi qlobal səviyyədə nümunə kimi istifadə olunmalıdır.

Beləliklə, milli dəyərlərin beynəlxalq münasibətlərdə qorunması və təşviqi yalnız dövlətlərin strateji maraqlarını təmin etmir, həm də beynəlxalq sabitlik və mədəni müxtəlifliyin qorunmasına xidmət edir.

NƏTİCƏ

Beynəlxalq münasibətlərin idarə olunmasında milli dəyərlər dövlətlərin xarici siyasət strategiyasında həm ideoloji, həm diplomatik, həm də hüquqi rol oynayır. Qloballaşma şəraitində milli dəyərlərin qorunması və beynəlxalq münasibətlərdə tətbiqi dövlətlərin həm daxili sabitliyini, həm də beynəlxalq təsir imkanlarını artırır. Müasir dövlətlərin təcrübəsi göstərir ki, milli dəyərlər yalnız mədəni atribut kimi deyil, strateji resurs kimi istifadə olunur. ABŞ, Çin, Türkiyə, Hindistan və Skandinaviya ölkələri milli dəyərləri yumşaq güc, mədəni diplomatiya və beynəlxalq əməkdaşlıq vasitəsi kimi tətbiq edirlər. Azərbaycan nümunəsi bu yanaşmanın effektivliyini göstərir. Multikulturalizm, tolerantlıq, Qarabağ məsələsində milli dəyərlərə əsaslanan diplomatiya, mədəniyyət və idman diplomatiyası ölkənin beynəlxalq imicini gücləndirir, milli maraqların qorunmasına xidmət edir və regionda strateji mövqeyini möhkəmləndirir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Biscop, S. (2022). *Grand Strategy in 10 Words: A Guide to Great Power Politics in the 21st Century*. Bristol University Press.p,200.
2. Cornell, S. E. (2017). The International Politics of the Caucasus: Identity, Conflict, and Security. Manchester University Press p304
3. Huntington, S. P. (1996). *The clash of civilizations and the remaking of world order*. New York: Simon & Schuster.
4. Keohane, R. O., & Nye, J. S. (1977). *Power and interdependence: World politics in transition*. Boston: Little, Brown.
5. Kirişci, K. (2009). *Turkey and the Arab Spring: Between soft power and strategic interests*. Washington, DC: Brookings Institution.
6. Kissinger, H. (2014). World Order. Penguin Press p,432
7. Morgenthau, H. J. (1948). *Politics among nations: The struggle for power and peace*. New York: Knopf.
8. Nye, J. S. (2020). Do Morals Matter? Presidents and Foreign Policy from FDR to Trump. Oxford University Press. p,256.
9. Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: Public Affairs.
10. Sovacool, B. K. (2021). The Political Economy of Energy Security. Oxford University Press p,368
11. Shambaugh, D. (2020). *Where Great Powers Meet: America and China in Southeast Asia*.

Oxford University Press.p304,
12. Shambaugh, D. (2013). *China goes global: The partial power*. New York: Oxford University Press.
13. Tomlinson, J. (1999). *Globalization and culture*. Chicago: University of Chicago Press.
14. Wendt, A. (1999). *Social theory of international politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
15. Azərbaycan Respublikasının Mədəniyyət Nazirliyi. (2020). *Azərbaycanın qeyri-maddi mədəni irsi*. Bakı.
16. United Nations. (2015). Paris Agreement. Retrieved from https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement/the-paris-agreement p,27
17. United Nations. (2023). Global Counter-Terrorism Strategy. Retrieved from https://www.un.org/counterterrorism/p,
18. Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Azerbaijan. (2024). Foreign Policy Concept of Azerbaijan. Retrieved from https://mfa.gov.az/en p,

Məhəbbət SEYİDOVA
Bakı Dövlət Universiteti,
doktorant
mahabbatseyidova78@gmail.com

MİLLİ DƏYƏRLƏRİN HƏRBİ GÜCƏ TƏSİRİ

Xülasə: *Məqalədə hərbi güc və milli dəyərlər arasındakı qarşılıqlı əlaqə tədqiq olunur. Müəllif göstərir ki, müasir dövrdə hərbi güc təkcə texniki və iqtisadi göstəricilərlə deyil, milli-mənəvi dəyərlərlə də müəyyən olunur. Vətənpərvərlik, milli həmrəylik, tarixi yaddaş və əxlaqi məsuliyyət kimi milli dəyərlər ordunun motivasiyasını və cəmiyyətin müdafiə iradəsini formalaşdıran əsas amillərdəndir.*

Araşdırmada qeyd olunur ki, milli dəyərlərə əsaslanan hərbi strategiya dövlətin təhlükəsizliyini yalnız fiziki deyil, həm də ideoloji baxımdan möhkəmləndirir. Qloballaşma dövründə hərbi gücün tətbiqi həm milli, həm də universal dəyərlərlə balanslaşdırılmalıdır. Nəticə olaraq, hərbi güc milli dəyərlərlə birləşdikdə, o, sadəcə müdafiə vasitəsi deyil, milli kimliyin və mənəvi gücün ifadəsinə çevrilir.

Açar sözlər: *milli dəyərlər, hərbi güc, milli kimlik, vətənpərvərlik, milli müdafiə*

THE IMPACT OF NATIONAL VALUES ON MILITARY POWER

Abstract: *The article examines an interconnection between military power and national values. The author argues that in modern period a military power is not only determined by technical and economic indicators but also by national and moral values. National values such as patriotism, national solidarity, historical memory, and moral responsibility are among the main factors shaping the motivation of the army and the will of society to defend.*

The article emphasizes that a military strategy based on national values enhances the state security not only physically but also ideologically. In an era of globalization, the use of military power must be balanced with both national and universal values. As a result, when military power is combined with national values, it becomes not just a means of defense, but an expression of national identity and moral strength.

Keywords: *national values, military power, national identity, patriotism, national defence.*

ВЛИЯНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ НА ВОЕННУЮ СИЛУ

Резюме: *В статье рассматривается взаимосвязь военной мощи и национальных ценностей. Автор утверждает, что в современный период военная мощь определяется не только технико-экономическими показателями, но и национально-нравственными ценностями. Такие национальные ценности, как патриотизм, национальная солидарность, историческая память и моральная ответственность, являются одними из основных факторов, формирующих мотивацию армии и волю общества к обороне.*

В статье подчёркивается, что военная стратегия, основанная на национальных ценностях, укрепляет безопасность государства не только физически, но и идеологически. В эпоху глобализации применение военной силы должно быть сбалансировано как национальными, так и общечеловеческими ценностями. В результате, сочетаясь с национальными ценностями, военная сила становится не просто средством обороны, но и выражением национальной идентичности и моральной силы.

Ключевые слова: *национальные ценности, военная мощь, национальная идентичность, патриотизм, национальная оборона.*

GİRİŞ

Müasir beynəlxalq sistemdə hərbi güc dövlətlərin əsas təsir vasitələrindən biri olaraq qalır. Lakin XXI əsrdə hərbi güc təkcə silahlı qüvvələrin say göstəriciləri və texnoloji potensialla ölçülmür. Dövlətin milli dəyərləri, mənəvi birliyi və vətəndaşların milli şüuru hərbi gücün dayanıqlılığını və legitimliyini təmin edən əsas amillərdəndir [1, s.12]. Milli dəyərlər olmadan hərbi güc sadəcə texniki resursa çevrilir, dəyərlərlə birləşdikdə isə milli müdafiənin ideoloji sütununa çevrilir.

Milli dəyərlərin hərbi gücə təsiri

Hərbi güc ənənəvi olaraq dövlətin müdafiə qabiliyyəti, silahlı qüvvələrin hazırlıq səviyyəsi, hərbi texnologiyalar, strateji ittifaqlar və əməliyyat potensialı ilə ölçülür. Lakin bu anlayış yalnız fiziki qüvvə göstəricisi deyil, həm də psixoloji və mənəvi səviyyəyə malikdir. Müasir hərbi strategiyada üç əsas komponent qeyd olunur:

- Fiziki güc – silah sistemləri, ordunun struktur potensialı və texnoloji üstünlüklər;
- İntellektual güc – hərbi biliklər, strateji planlaşdırma, süni intellekt və informasiya texnologiyalarının tətbiqi;
- Mənəvi güc – milli kimlik, vətənpərvərlik, dəyərlərə sədaqət və cəmiyyətin ordunun arxasında durması.

Bu baxımdan, hərbi güc yalnız texniki və iqtisadi göstəricilərlə deyil, milli dəyərlərlə də müəyyən olunur.

Milli dəyərləri təşkil edən xalqın tarixi təcrübəsi, dini, mədəni və etik prinsipləri, milli kimliyi və vətənpərvərlik hissi hərbi gücün mənəvi bazasını təşkil edir.

- Vətənpərvərlik: Hər bir dövlətdə ordunun motivasiyası milli dəyərlərdən qaynaqlanır.
- Milli həmrəylik: Ordunun və cəmiyyətin bir məqsəd uğrunda birləşməsi milli birliyin göstəricisidir.
- Əxlaqi məsuliyyət: Hərbi əməliyyatların məqsədləri və tətbiq metodları milli dəyərlərə əsaslanarsa, bu, həm daxili legitimlik, həm də beynəlxalq etimad yaradır.

Vətən müharibəsi göstərdi ki, milli dəyərlərə əsaslanan hərbi güc yalnız texniki qələbə deyil, həm də mənəvi üstünlük təmin edir.

Milli dəyərlər və hərbi strategiyanın ideoloji bazası

Dövlətin hərbi strategiyası təkcə müdafiə və hücum planlarından ibarət deyil, o, ideoloji bir sistemdir [2, s.16]. Bu sistemin mərkəzində milli dəyərlər dayanır. Türkiyədə – "Millî Müdafiə Siyasəti" milli maraqları və türk kimliyini qorumaq üzərində qurulub. Yaponiyada – "özünümüdafiə" anlayışı Konstitusiya dəyərləri ilə məhdudlaşdırılıb. Azərbaycanda isə "Qarabağ ideyası" milli birliyi və hərbi mobilizasiyanı təmin edən ideoloji dəyərə çevrilib. Bu nümunələr göstərir ki, milli dəyərlər hərbi strategiyanın yalnız tamamlayıcısı deyil, onun əsas dayaq nöqtəsidir.

Qloballaşma dövründə hərbi güc və dəyərlərin balansı

Qloballaşma dövründə hərbi gücün tətbiqi artıq yalnız milli maraqlarla deyil, beynəlxalq etik prinsiplərlə də ölçülür. Müasir dövrdə "dəyərlərə əsaslanan müdafiə siyasəti" anlayışı formalaşmaqdadır. Dövlətlər artıq təkcə öz ərazi bütövlüyünü qorumağa deyil, həm də universal dəyərləri — insan hüquqları, sülh, təhlükəsizlik və ekoloji məsuliyyət kimi prinsipləri müdafiə etməyə çalışırlar. Bu isə milli dəyərlərlə qlobal dəyərlər arasında balans yaratmağı tələb edir [3, s. 21].

Milli dəyərlərə əsaslanan hərbi diplomatiya

Hərbi diplomatiya milli dəyərlərin beynəlxalq səviyyədə təqdim olunması və hərbi əməkdaşlıqlarda etik çərçivənin qorunması vasitəsidir. Dəyərlərə əsaslanan hərbi diplomatiya [4, s.47]:

- beynəlxalq tərəfdaşlıqda etimadı artırır,
- regionda sülh və sabitlik üçün mənəvi zəmin yaradır,
- ölkənin yumşaq güc potensialını möhkəmləndirir.

Azərbaycanın sülhməramlı missiyalarda iştirakı və humanitar yardım siyasəti bunun bariz nümunəsidir.

NƏTİCƏ

Hərbi güc və milli dəyərlər bir-birini tamamlayan strateji kateqoriyalardır. Milli dəyərlər ordunun mənəvi dayağını, hərbi güc isə bu dəyərlərin praktiki müdafiə alətini təşkil edir. Dövlətin davamlı təhlükəsizlik siyasəti bu iki elementin harmoniyasına əsaslanmalıdır. Hərbi güc milli dəyərlərlə əlaqələndirildikdə, o, təkcə qoruma vasitəsi deyil, həm də milli iradənin və kimliyin ifadəsinə çevrilir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Nye, J. (2004). Soft Power: The Means to Success in World Politics. Public Affairs.
2. Clausewitz, C. von. (1976). On War. Princeton University Press.
3. Huntington, S. (1996). The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order. Simon & Schuster.
4. Heywood, A. (2011). Global Politics. Palgrave Macmillan.

Zahid BÜNYADOV
Sumqayıt Dövlət Universiteti,
baş müəllim
bunyadov82@mail.ru

Nailə QASIMOVA
Sumqayıt Dövlət Universiteti,
müəllim
kulturoloq1@gmail.com

MÜHARİBƏ VƏ MULTİKULTURAL DƏYƏRLƏR

Xülasə: *Müasir dünyada baş verən hadisələrin həlli yolu yeni siyasi qabiliyyətlərin kəşf edilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Azərbaycan beynəlxalq miqyasda tanınmasına dair konkret dövlət siyasəti həyata keçirir. Multikulturalizm və müharibə, bu iki sözün bir arada işlənməsi qətiyyətlə qəbul edilməzdir. Tarixən mədəniyyət və müharibə və "Mədəniyyət müharibəsi" anlayışı fərqli mədəni və siyasi dəyərlər arasındakı münaqişəni təsvir etmək üçün istifadə olunur. Müharibə dövlətin, bir xalqın mədəni dəyərlərinə, sərvətlərinə böyük ziyan vuraraq onu sarsıdır. Cənubi Qafqaz ölkələri arasında Azərbaycan tam fərqli mövqeyə malik olaraq bütün dini etiqadları və etnik azlıqları təşviq edir. Multikultural və tolerant dəyərlər Azərbaycan dövlətinin mənəvi sərvətidir.*

Açar sözlər: *Soyqırım, müharibə, tolerantlıq, milli münasibət, din, ictimai mühit, ərazi birliyi və s.*

WAR AND MULTICULTURAL VALUES

Abstract*: In the modern world, the solution to new developments is fraught with the danger of political forces preventing them from resolving them. Azerbaijan is implementing a specific state policy aimed at gaining international recognition. Multiculturalism and war, the use of these two words together is categorically unacceptable. Historically, the concepts of culture and war and "Culture Wars" have been used to describe the conflict between different cultural and political values. War causes great damage to the cultural values and wealth of a state and a people, undermining it. Azerbaijan has a completely different position among the countries of the South Caucasus, promoting all religious beliefs and ethnic minorities. Multicultural and tolerant values are the spiritual wealth of the Azerbaijani state.*

Keywords: *Genocide, war, tolerance, national attitude, religion, social environment, territorial union.*

ВОЙНА И МУЛТИКУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ

Резюме: *Решение новых тенденций в современном мире чревато политическими угрозами. Азербайджан проводит конкретную государственную политику, направленную на международное признание. Мультикультурализм и война-совместное использование этих двух слов категорически неприемлемо. Исторически понятия "культура" и "война", а также "культурная война" использовались для описания конфликта между различными культурными и политическими ценностями. Война наносит огромный ущерб культурным ценностям и богатству государства и народа, подрывая их. Азербайджан занимает совершенно иную позицию среди стран Южного Кавказа, пропагандируя все религиозные убеждения и этнические меньшинства.*

Мультукультурализм и толерантные ценности-духовное богатство азербайджанского государства.

Ключевые слова: *Геноцид, война, толерантность, национальное отношение, религия, социальная среда, территориальный союз.*

GİRİŞ

Müasir dünya siyasətində qlobal olan bir çox problemlərin, regional və mədəni inteqrasiya məsələlərinin həllinə yeni münasibət müşahidə edilir. Dünya siyasətində baş verən hadisələrin çözülməsi, yeni siyasi qabiliyyətlərin kəşf edilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Beynəlxalq miqyasda öz nüfuz və yerini dəyərləndirən, istiqamətləndirən dünya ölkələri çoxdur. Şübhəsiz ki, bu ölkələr siyasət maraqları ilə yanaşı öz mədəniyyət dəyərlərini zənginləşdirmədən varlıqlarını qoruyub saxlaya bilməzlər. Bu səbəbdən hər şeydən öncə hər sahədə, o cümlədən milli-mədəni məsələlərə, ümumiyyətlə dünyəvi mədəniyyət siyyasəti sahəsində mədəniyyətin təsbit mövzusuna üstünlük verilməlidir. Bir sıra dünya ölkələri beynəlxalq miqyasda mürəkkəb xarakter almaqla eyni zamanda siyasi, hüquqi, iqtisadi məzmunda ciddi dəyişikliklərə məruz qalmaqdadır. Təbiki, bunun real təsdiqini çağdaş dünyamızda baş verən hadisələr göstərir. Qətiyyətlə demək olar ki, bu gün Azərbaycan beynəlxalq miqyasda tanınmasına dair konkret dövlət siyasəti həyata keçirir. Zaman etibarilə müstəqilliyi böyük bir dövrü əhatə etməsə də, Azəarbaycan beynəlxalq müstəvidə öz yerini layiqincə tutan və mövqeyi həmişə nəzə alınan dünya dövlətləri siyahısına adını yazdırmağı bacara bildi. Mühüm bir geosiyasi mövqedə yerləşən Azərbaycan həyata keçirdiyi xarici siyasətini xalqın mənafeyinə uyğun olmaqla mövqeyini davamlı şəkildə aparır. Ölkəmizin ən möhtəşəm nailiyyətlərindən biri də ərazi bütövlüyünün pozulmasını, Ermənistanın Azəarbaycana qarşı təcavüzünü regional çərçivədən beynəlxalq müstəviyə çıxarması idi. Regionda və dünyavi səviyyədə mehriban münasibətlərin qurulması prinsipinə hər zaman sadiq qalan Azərbaycan tarixi torpaqlarının işğalı ilə barışmaq niyyətində olmadığını açıq şəkildə bəyan etdi. [1, s. 92]

Qeyd etmək lazımdır ki, konseptual bazisə malik olan Azərbaycan xarici siyasəti 1993-2003-cü illərdə ölkəni beynəlxalq miqyasda olduqca əlverişli bir mövqeyə ucaldı. Bu gün Azərbaycanın milli maraqlarını bütün sahələrdə uğurla müdafiə edən prezident İlham Əliyev Ulu öndər Heydər Əliyevin siyasi kursunu uğurla həyata keçirərək xarici siyasətdə dövlətimizin regional, beynəlxalq müstəvidə davamlı olaraq daha da güclü olmasına nail olur. Bütün buna rəgmən ölkəmizin həm də xalqımızın haqq səsini dünyaya çatdırmaq kimi həssas bir çağırışı var. Azərbaycan dövləti haqq səsini bütün dünyaya çatdırmaq üçün mühüm işlər görməkdədir. Bu haqq səsi Vətənimizın, torpaqlarımızın səsidir. Çünki, doğulub böyüdüyümüz, üzərində yaşadığımız, uğrunda canımızı fəda etdiyimiz torpaq bütünüdür. Bu torpaq bütününü xalqımızdan ayrı salan, bu ayrılığı bizə 27 ildən artıq yaşadanlar mənfur Ermənistan dövləti və onların havadarları olmuşdur. Tarixdə həmişə "Dağlıq Qarabağ"deyil, bütöv halda, yəni Qarabağın bütün ərazisini, meşələrini, dağlarını, düzənlərini əhatə edən ümümi Qarabağ anlayışı olmuşdur. Qədim tarixə və zəngin mədəniyyətə malik olan Azərbaycan dövləti tolerantlıq ənənələrini özündə yaşatmışdır. Tarix bunu sübut etmişdir, Qarabağ Azərbaycanın qədim, zəngin mədəniyyət beşiyi olan tarixi vilayətlərindən biridir. Qədim dövrlərdən başlayaraq insanlarda bir-birinin fərqli baxışlarına, fikir və düşüncələrinə dözülmlü yanaşma mədəniyyəti və tolerantlıq hər bir cəmiyyətdə sivil birgəyaşayışın təmin olunmasında həlledici amilə çevrilmişdir. Bu tolerantlıq ənənələri multikulturalizm kimi müasir zamanda geniş vüsət almış və Azərbaycan dövlətinin siyasətinə çevrilmişdir. Belə demək olar ki, tolerantlıq düşüncəsi hər bir xalqın keçdiyi inkişaf yolundan, qarşıya qoyduğu məqsədlərdən, habelə

yerləşdiyi coğrafi məkandan asılı olaraq formalaşır. Azərbaycanda tolerantlıq düşüncəsinin tarixi xalqın və dövlətin tərəqqisi ilə bilavasitə bağlı olmuşdur. [2, s. 34]

Multikulturalizm fərqli mədəniyyətləri bir araya gətirən və yaşadığı cəmiyyəti təyin edən sözdür. O ayrıca götürülmüş ölkədə və bütövlükdə müxtəlif millətlərə və məzhəblərə məxsus insanların mədəni müxtəlifliklərinin tam qorunması, xalqların, dövlətlərin milli mədəniyyətinə, onun iteqrasiyasına yönəlmişdir. Bir sözlə demokratik və hümanist prinsiplərə köklənmiş ideologiya olaraq multikulturalizmsiz, tolerantlıq olmadan yüksək fərdi və beynəlxalq münasibətlər mədəniyyəti, insanlar arasında qarşılıqlı anlaşma, dostluq və qarşılıqlı əməkdaşlıq mümkün deyil. Məhz Azərbaycan belə mədəniyyətləri qovuşduran bir məmləkətdir. Azərbaycanda bir çox xalqlar əsrlər boyu birgə yaşamışlar. Bütün tarix boyu xalqlar ədalətli cəmiyyət axtarışı, insanlar üşün əbədi sülh ideyası qədim zamanlardan bu günümüzə qədər insan ağılını daim düşündürmüş və ən vacib məsələlərdən biri olmuşdur. Multikulturalizm və müharibə, bu iki sözün bir arada işlənməsi qətiyyətlə qəbul edilməzdir. Multikulturalizm, tolerantlıq dini dözümlülük, inanc və sağlam əqidəyə köklənən, insan hüquqları və azadlıqları ilə bağlıdır. Ölkəmizdə əsrlərboyu bütün dinlərin, bütün etnik qrupların nümayəndələri birgə dostluq, mehribanlıq və qarşılıqlı anlaşılma şəraitində yaşamışdır. Məhz bu səbəbdə demək olar ki, Azərbaycan çoxkonfessiyalı, çoxmillətli bir ölkə olduğu üçün dini və etnik müxtəlifliyimiz bizim böyük sərvətimizdir. Azərbaycanda bütün xalqların, dinlərin, etnik qrupların nümayəndələri ölkəmizin inkişafına öz tohfələrini verməkdədir. Müharibə isə bütün bunları dağıdan, teror və ekstemizmin, irqçilik, ksenafobiyanın qəbul edilməməsidir. Müharibə və terror, bunlar arsında fərqli münasibətlər var. Müharibə qanuniləşdirilmiş beynəlxalq hüquq normalarına uyğun aparılsa da, terror hərəkətləri isə insan hüquqları çərçivəsinin dağılacağı nöqtəyə qədər ona meydan oxuyur. Bir faktdır ki, müasir dünyamızda Yaxın Şərqdə, Avropada və diğər yerlərdə dini amil əsasında müharibələr, münaqişələrbaş verir. Bir mənalı olaraq terrorizimin səciyyəvi cəhəti onun yerinə yetirilməsi qəddarlığın nümunəsidir. [3, s. 107]

XXI əsrin ən təhlükəli və mürəkkəb hadisəsi kimi terrorçuluğun vahiməsi müharibə qorxusunu üstələyir. Müharibə, konfilikt hər zaman böyük xəbər olub. Ölkələrin və xalqların öz torpaqlarnı düşmən tapdağından azad etmək üçün apardığı müharibələrdə xeyrxah məqsədlər güdülür. Azərbaycan xalqının tarixən alnına yazılan müharibələr çox olmuşdur. Son yüz ildə Azərbaycan xalqına qarşı ermənilərin və onların havadarları tərəfindən məqsədyönlü siyasət həyata keçirərək, ölkəmizin ərazi bütövlüyü, siyasi müstəqilliyi əleyhinə təcavüz cinayətləri tarixi torpaqlarımızda bütövlükdə XX və XXI əsrlərdə yerli xalqa qarşı soyqırımı, insanlıq əleyhinə cinayətlər, müharibə və terror cinayətləri törətmişlər. 1988-ci ildən başlayan mənfur ermənilərin Azərbaycanın tarixi torpaqlarına açıq və ədalətsiz bir formada ərazi ideyaları, eyni zamanda etnik zəmində təxribatları ilə başladı. Bu "müharibənin" rəvvancı daha öncə 1980-ci illərin əvvəllərindən verilmişdi. O zamanlar Sovetlər birliyinin mərkəzi hakimiyyətinin zəifləməsindən istifadə edilərək Dağlıq Qarabağı Ermənistan ərazisinə birləşdirilməsi fəaliyyətinə başlanıldı. 1988 -1993-cü illər Azərbaycan xalqının qan yaddaşına, vətən tarixinə acılar yazıldı. Torpaqlarımız uğrunda savaş, mübarizə xalqımızın əzmini, vüqarını artırdı. Çünki, Xankəndi, Kəlbəcər, Laçın, Qubadlı, Zəngilan harayı, Şuşa sevgisi xalqımızın qəlbində məskən salıb. Təbiətin hər bir xalqa bəxş etdiyi ən qiymətli miras onun milli-mənəvi dəyərləridir. Müharibələr isə hər zaman bəşər tarixində milli mənəvi dəyərləri, hümanizimi dağıdaraq parçalayan bir siyasət üzərində qurulmuş hərbi əməliyyatlar formasında gedən münaqişədir. Azərbaycan torpağı da tarix boyu belə münaqişələrin məkanına çevrilmişdir. Müharibələr zamanı ən həssas təbəqə dinc sakinlərdir. Müharibə yalnız döyüş meydanında getmir, insanların həyatlarında yaşayır. Müharibənin dəhşətləri uzun zaman həm xalqın, həm də ölkənin tarixində iz qoyur. Bu münaqişələrdə azərbaycan xalqı ilə yanaşı, bu

torpaqda əsrlərlə yaşamış etnik xalqların nümayəndələri də iştirak etmişdir. Etnoqrafik cəhətdən Azərbaycanda yaşayan xalqlar buranı özlərinin vətəni, milli mənlik məfkurəsi kimi qəbul etmişlər. Ölkəmizin əhalisinin 96 faizini müsəlman, 5 faizini xristiyan, yəhudi və digər dinlərin nümayəndələri təşkil edir. Bu gün respublikamızda təxminən 597 dini icma var ki, onlardan da 21 dini icma qeyrimüsəlman icmalardır. [4, s.89]

Azərbaycan tolerantlığı özündə birləşdirən bir ölkədir. Belə demək olar ki, hazırda sivil bir ölkə yaratmaq üçün onun əsasında multikulturalizm siyasəti dayanmalıdır, cünki onun alternativi yoxdur. Ayrıseçkilik, ksenofobiya, islamofobiya, antisemitizm şox təhlükəli amillərdir. Çünki, bunlar bəşəriyyət tarixində həmişə sivilizasiyaların və cəmiyyətlərin dağıdılmasına xidmət edib. Azərbaycan isə tarix boyu multikultural dəyərlərin mərkəzi olmuşdur. Burada yaşayan Tatlar, yəhudilər, malakanlar, ləzgilər, hapıtlar, kürdlər, talışlar, udinlər, saxurlar, avarlar və digər azsaylı xalqlar azərbaycan xalqı ilə birgə çiyin-çiyinə Qarabağ savaşında yekdillikə mübarizə aparmış və aparırlar. Hələ 90-cı illərdə torpaqlarımız uğrunda mübarizə aparan azsaylı xalqların nümayəndələrindən qəhrəmancasına döyüşən, öz torpaqlarını mənfur erməni işğalçılarından müdafiə edən Albert Aqarunov, İsgəndər Aznaurov, Oleq Babakov, Anatoli Davidoviç, İqor Makeyev, Yuri Kovalyov, Anatoli Məsimov, Şamoy Çobanov, Aleksandr Abdullayev, Elmir Şaripov, İlham Tumas və başqaları. Onlar Azərbaycanda yaşayan, buranı doğma vətəni kimi sevən azsaylı xalqların qəhrəman övladlarıdırlar. Onlar dövlətimiz və xalqımız tərəfindən həmişə qürurla anılan qəhrəmanlardırlar. Onların bir çoxu Azərbaycan dövləti tərəfindən Azərbaycanın Milli Qəhrəmanı adına layiq görülmüşdür. Bu gün də torpaqlarımız uğrunda onların davamçıları olan igid vətən övladları əzimkarlıq göstərərək, canlarından keçərək mübarizə aparır. Azərbaycanda yaşayan bütün xalqların bəlli bir əqidəsi budur ki, Ermənistan işğal olunmuş ərazilərimizdən çıxarılmasa, bizim öz torpaqlarımızı ədalətli müharibə ilə azad etməkdən başqa bir yolumuz qalmır. Prezident İlham Əliyevin "Qarabağ Azərbaycandır"! çağırışı milli birlik, milli ideya və vahid məqsəd ətrafında birləşmək üçün əsl zəmin yaradır. Qeyd etmək lazımdır ki, tarixən Azərbaycan ərazisində yaşamış müxtəlif etnomədəni azlıqların üzvləri Azərbaycanın ictimai-siyasi həyatında sərbəst yaşamışlar. Azərbaycanda etnomühit tarixən sabit olmuşdur. Onlara da yerli xalqla yanaşı eyni münasibət bəslənilmişdir. Lakin torpaqlarımızda məskunlaşmış ermənilər digər xalqlara bənzəməmişlər. Tarixi ərazilərimizdə xalqımıza qarşı ermənilərin törətdikləri etnik təmizləmə və böyük dövlətlərin siyasi maraqları yüz illiklər boyu sürmüşdür. [5, s. 8]

Artıq tarixi faktlar, aparılan diplomatik siyasət, görünən həqiqətlər, sənədlərin və şəhidlərimizin dili ilə dünya ictimaiyyətinə çatdırılır. Azərbycanın 44 günlük vətən müharibəsinin yekdil şərəfli nəticəsi buna sübütdur. İkinci Qarabağ müharibəsində göstərilən misilsiz qəhrəmanlıq nümunələri dövlət səviyyəsində qiymətləndirilərək igid oğullarımıza Azərbaycanın ən yüksək fəxri adı "Azərbaycanın Milli Qəhrəmanı" adı verildi. Öz milli və dini tolerantlığı ilə ad çıxarmayan Cənubi Qafqaz ölkələri arasında Azərbaycan tamam fərqli mövqeyə malik olan dövlətdir. Çünki bu ölkəmiz bütün dini etiqadları və etnik azlıqları təşviq edir. Ötən bu 30 ildə həm öz Konstitusiyamızda, həm də qoşulduğumuz beynəlxalq konvensiya və sazişlərdən irəli gələn məsələləri uğurla reallaşdırmış, həmçinin ölkədə vicdan azadlığının tam bərqərar olmasına nail ola bilmişdir. 2017-ci ildə Azərbaycanda İslam Həmrəliyi ili 2016-cı il Multikulturalizm ilinin məntiqi davamı oldu. Azərbaycan cəmiyyəti multikulturalizm siyasətinin nümunəsini dünyaya göstərə bilmişdir. Multikulturalizm çox mədəniyyətlilik, bir çox fərqli mədəniyyətin bir arada yaşadığı cəmiyyəti təyin edən bir siyasətdir. Çünki, bu siyasət olmadan yüksək fərdi və beynəlxalq münasibətlər, hümanizm prinsipləri, qarşılıqlı dostluq və əməkdaşlıq mümkün deyil. Bir mənalı olaraq multikulturalizmin əsasını tolerantlıq, milli birliklərin ənənələrinə və bir-birlərinin azlığına hörmət hissi təşkil edir. Azərbaycan

multikulturalizm modeli buradakı mədəniyyətlərin və sivilizasiyaların zəruri alətidir. Azərbaycan dövləti bir daha əmin edə bilmişdir ki, müasir multimədəni cəmiyyətlər və kulturoloji strategiyalara əsaslanan düşünülmüş multikulturalizm siyasəti olmadan sabit inkişaf edə bilməz.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Beynəlxalq Multikulturalizm Mərkəzi, "Azərbaycan Multikulturalizmi" Bakı-BBMM, 2017-ci il. 416 səh. İSBN: 978-9952-28-352-5
2. M.Hacıyeva, N.Alışova Multikulturalizm Azərbaycanın həyat tərzidir (metodik tövsiyələr), Azərbaycan Milli Kitabxanası Bakı, 2016, 61 səh.
3. Niftiyev A. Azərbaycanda birgəyaşayış. (Bakı Beynəlxalq Multikulturalizm Mərkəzi), Bakı-2015, səh.407
4. R.R.Mirzəzadə. MULTİKULTURALİZM SİYASƏTİ VƏ ŞƏRQ-QƏRB MÜXTƏLİFLİYİ: GENDER, DİN VƏ MƏDƏNİYYƏT. İSBN: 978-9952-445-03-7, Bakı-2013-ci il, "Təknur" 160 səh.
5. S.T.Məcidli. Azərbaycanlılara qarşı törədilən sülh və insanlıq əleyhinə cinayətlər. (1918-2018).Bakı-2018.səh 12.

Elmar İSMAYILZADƏ
Azərbaycan Turizm and Menecment Universiteti,
doktorant
ismaylzadelmar@gmail.com

POST-MÜNAQİŞƏ İDARƏETMƏSİNDƏ BEYNƏLXALQ YARDIMLAR: BOSNİYA VƏ HERSEQOVİNA NÜMUNƏSİNDƏ SÜLH VƏ KORRUPSİYA PROBLEMLƏRİ

Xülasə: *Bu məqalə Bosniya və Herseqovinada post-münaqişə dövründə beynəlxalq yardımların rolu və onların siyasi korrupsiya ilə qarşılıqlı təsirini araşdırır. Tədqiqat göstərir ki, Deyton sazişindən sonra həyata keçirilmiş özəlləşdirmə və neoliberallaşma islahatları yerli siyasi elitaların müqaviməti ilə üzləşmişdir. Xarici donorların, xüsusilə ABŞ və Avropa İttifaqının yardımları sülh və demokratik institutların qurulması məqsədini daşısa da, korrupsiyanın möhkəmlənməsinə səbəb olmuşdur. Tədqiqatda metodoloji baxımdan siyasi sənədlərin, korrupsiya indekslərinin və beynəlxalq hesabatların analizi aparılmışdır. Əldə olunan nəticələr göstərir ki, beynəlxalq yardımlar çox zaman qısamüddətli sabitliyi təmin etsə də, uzunmüddətli demokratik inkişafı zəiflətmiş və siyasi elitaların maraqlarını qorumuşdur. Bu, post-münaqişə idarəçiliyində donorların yanaşmasının yenidən nəzərdən keçirilməsini zəruri edir.*

Açar sözlər: *Bosniya və Herseqovina, xarici yardım, korrupsiya, siyasi elita, sülh, aktorlar*

INTERNATIONAL AID IN POST-CONFLICT MANAGEMENT : PEACE AND CORRUPTION CHALLENGES IN THE CASE OF BOSNIA AND HERZEGOVINA

Abstract: *This article examines the complex relationship between foreign aid and political corruption in post-conflict Bosnia and Herzegovina. Following the Dayton Peace Agreement, international donors, particularly the United States and the European Union, provided extensive financial and institutional support aimed at strengthening democratic institutions and ensuring long-term peace. However, the research, based on the analysis of policy reports, corruption indices, and official documents, reveals that such assistance often empowered entrenched political elites and contributed to the persistence of systemic corruption. While international aid temporarily stabilized the country and prevented renewed violence, it also undermined the development of accountable governance and sustainable reforms. The findings indicate that aid has been used not only as a peacebuilding instrument but also as a geopolitical tool by external actors such as Russia, Croatia, and Hungary. Ultimately, the study highlights the necessity of shifting from top-down, donor-driven strategies toward inclusive, bottom-up approaches that prioritize anti-corruption mechanisms and institutional capacity-building in post-conflict settings.*

Keywords: *Bosnia and Herzegovina, foreign aid, corruption, political elite, peace, actors*

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПОМОЩЬ В УПРАВЛЕНИИ ПОСЛЕКОНФЛИКТНЫМИ ПРОЦЕССАМИ: ВЫЗОВЫ МИРА И КОРРУПЦИИ НА ПРИМЕРЕ БОСНИИ И ГЕРЦЕГОВИНЫ

Резюме: *В данной статье исследуется взаимосвязь между международной помощью и политической коррупцией в постконфликтной Боснии и Герцеговине. После подписания Дейтонского соглашения страна получила значительные объемы финансовой и институциональной поддержки от США, Европейского Союза и других доноров с целью укрепления мира и демократических институтов. Однако проведённый анализ официальных документов, отчётов и индексов восприятия коррупции показывает, что внешняя помощь во многих случаях способствовала сохранению власти коррумпированных политических элит и препятствовала проведению глубоких реформ. Хотя международное содействие обеспечило краткосрочную стабилизацию и предотвратило возобновление вооружённого конфликта, оно одновременно замедлило демократическое развитие и усилило зависимость страны от внешних акторов. Результаты исследования свидетельствуют о необходимости пересмотра подходов международного сообщества: акцент должен смещаться с донорско-ориентированных стратегий к более инклюзивным и контекстно чувствительным мерам, основанным на реальной борьбе с коррупцией и институциональном укреплении.*

Ключевые слова: *Босния и Герцеговина, иностранная помощь, коррупция, политическая элита, мир, акторы*

INTRODUCTION

The post-war reconstruction of Bosnia and Herzegovina has frequently been portrayed as a flagship model of international peacebuilding, particularly in the aftermath of the Dayton Peace Agreement of 1995. With massive financial aid packages from the United States, the European Union, and other international donors, the country was expected to transition into a stable, democratic, and multiethnic state integrated into Euro-Atlantic structures. However, nearly three decades later, Bosnia and Herzegovina remains mired in deep political dysfunction, structural economic weakness, and pervasive corruption. This discrepancy between the volume of aid and the lack of meaningful reform has raised critical questions about the effectiveness of foreign aid in post-conflict contexts.

Following the signing of the Dayton Agreement, international assistance aimed at privatization in Bosnia and Herzegovina failed due to interethnic competition. The legacy of the socialist economic system from the Yugoslav era posed obstacles to the implementation of reforms. [3, p. 137] The roots of the current corruption network in the country can be traced back to the wartime period. Groups involved in illegal activities during the war managed to gain influence in the country's political, economic, and other critical sectors in the post-war era. [4] A segment of the political elite in Bosnia and Herzegovina has opposed privatization reforms in order to protect their own interests. The political elite retains control over a significant portion of the country's economy. U.S. officials have acknowledged that the political elite in Bosnia and Herzegovina are deeply involved in corruption. [3, p. 143]

According to the 2024 Corruption Perceptions Index, Bosnia and Herzegovina is considered a high-risk country in terms of corruption, ranking 114th out of 180 countries worldwide. [10] The ethnically based and decentralized political system of Bosnia and Herzegovina enables widespread corruption. Consequently, there is strong resistance from the political elite toward reforms supported by external actors. [2, p. 4] One of the factors contributing to the proliferation of corruption is the failure of the international community to implement liberal peacebuilding through inclusive practices in Bosnia and Herzegovina. [5]

In 1999, a special anti-fraud unit established by the Office of the High Representative (OHR) reported that approximately $1 billion of funds allocated under international reconstruction aid had been lost. The unfavorable economic conditions in the country have restricted the inflow of foreign investments. In an effort to neutralize nationalist tendencies in politics, the international community promoted "moderate" politicians involved in corruption toward positions of greater power. However, this policy has not yielded effective results. [5] In some instances, the OHR imposed coercive measures against those who criticized the implementation of liberal economic policies. [9, p. 12]

After the war, the liberal reconstruction efforts carried out by the international community in Bosnia and Herzegovina were considered to be more advanced than those in Germany and Japan. While the Kosovo crisis and the interventions in Afghanistan and Iraq reduced the amount of U.S. financial assistance to Bosnia, EU-led financial aid efforts have continued to the present day. [6, p. 100] The purpose of United States assistance is to provide the country with the opportunity to be part of Euro-Atlantic institutions and to strengthen its multiethnic democratic institutions. [8, p. 25] The European Union acts as the leading donor in Bosnia and Herzegovina due to its economic interests and security concerns. [7, p. 5–26]

Foreign powers such as Croatia, Russia, Serbia, and Hungary also utilize foreign aid as a tool in Bosnia and Herzegovina's politics. Russian advisors have participated in drafting the controversial NGO law in Republika Srpska and have also provided support in police and military sectors. Croatia has interfered in Bosnia and Herzegovina's internal affairs in favor of the Croat community, using foreign aid as one of the key instruments in this policy. [7, p. 12] Hungarian Prime Minister Viktor Orbán has publicly supported Republika Srpska in the face of pressure from the European Union. Notably, Orbán's far-right rhetoric has strained relations with Bosnia and Herzegovina's Muslim political elite. [7, p. 7]

The failure of neoliberal reforms occurred in a context where the central government had limited authority and lacked support from the national political elite. [6, p. 96] One of the most widespread examples of high-level political corruption is the use of international funds to cover lost tax revenues or government funds that have been embezzled due to criminal activities and corruption. According to the U.S. Government Accountability Office, "the international community provided about $407 million in budgetary support to cover Bosnia's budget deficits, and most of this support remained unmonitored and unaudited." [1, p. 7-8]

Despite the extensive and long-term foreign aid provided to Bosnia and Herzegovina

since the end of the war, the country continues to struggle with endemic political corruption, institutional inefficiency, and deep ethno-political divisions. Rather than fostering democratic transformation, foreign assistance has frequently served as a stabilizing tool that inadvertently preserved the power of corrupt political elites. This phenomenon is particularly evident in the way privatization processes were manipulated for elite enrichment, and in how aid has often bypassed institutional reforms in favor of short-term political stability. The decentralized and ethnically fragmented governance structure, a legacy of the Dayton Agreement, has further enabled political actors to resist external pressure for transparency and accountability. Consequently, many reform efforts have either stagnated or been co-opted by local elites, undermining the core goals of peacebuilding and democratization.

Moving forward, international actors must rethink the logic and mechanisms of their engagement. There is a critical need for a shift from donor-driven, top-down assistance towards a more context-sensitive, bottom-up approach that genuinely supports institutional capacity-building, civil society engagement, and anti-corruption enforcement. Aid conditionality should be linked not only to macroeconomic indicators but also to concrete governance improvements and judicial independence. In addition, regional dynamics particularly the geopolitical influence of Russia, Croatia, Hungary, and Serbia must be more effectively countered by a coherent and unified EU foreign policy that prioritizes democratic standards over short-term geopolitical calculations. Without such a recalibration, the persistence of corruption will continue to undermine Bosnia and Herzegovina's prospects for Euro-Atlantic integration and sustainable peace. Ultimately, the true cost of peace lies not only in the billions of dollars spent but also in the missed opportunity to build a just, accountable, and inclusive post-conflict society.

BIBLIOGRAPHY

1. Bake, J., Runkel, S., & Scheid, R. Socio-economic aspects of peacebuilding: corruption, informal labor and brain drain in Bosnia and Herzegovina. / CCS Working Papers, 8. Marburg, 2008. - https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-195769.
2. Deets S. & McClelland B. Europeanization in Bosnia and Herzegovina, problems of post-communism // 2018. DOI: 10.1080/10758216.2018.1484666.
3. Dempsey, G. T. Bosnia: the making of a potemkin state National Security and The Future, 1 -2(2) 2001, pp. 117-161.
4. Divjak, B. Corruption in post-conflict reconstruction Bosnia and Herzegovina case study : [Electron resource] // URL: https://ti-bih.org/wp-content/uploads/Documents/05-12-2007/Post-conflict_reconstruction_and_corruption_in_BiH.pdf.
5. Divjak, B., Pugh, M. The Political Economy of Corruption in Bosnia and Herzegovina [Electron resource] / Boris Divjak, Michael Pugh. –2008. – https://www.researchgate.net/publication/248953854_The_Political_Economy_of_Corruption_in_Bosnia_and_Herzegovina .
6. Kurtoglu-Eskisar, G. M. Foreign aid and corruption in post-conflict countries / G. M. Kurtoglu-Eskisar. – İstanbul, – 2015. – 173 p.
7. Opršal, Z. Political and ethnic biases? the allocation of foreign aid from Central European donors at the municipality level in Bosnia & Hercegovina (2005–2020) / T. Nováková, J. Harmáček, [and oth.] // Europe-Asia Studies. – London: – 2025. Cild 77, № 6. – DOI: 10.1080/09668136.2025.2516654.
8. Peralta, Y. "Underwhelming Success of United States Foreign Assistance" / Political Science. 27. - 2018.
9. Pugh, M. Oligarchy and economic legacy in Bosnia and Herzegovina / Peacebuilding, - 2016. DOI: 10.1080/21647259.2016.1231398.

10. Transparency International. Corruption Perceptions Index 2024: Bosnia and Herzegovina [Electron resource] / Transparency.org. – 2024. – https://www.transparency.org/en/cpi/2024/index/bih.

Samir MƏMMƏDOV
Odlar Yurdu Universiteti,
doktorant
samir.mamedov2001@mail.ru

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA ALTERNATİV ENERJİ MƏNBƏLƏRİNİN TƏTBIQININ IQTISADI STIMULLAŞDIRILMASININ TƏMIN EDILMƏSINDƏ ÇƏTINLIKLƏR

Xülasə: *Azərbaycanda alternativ enerji mənbələrinin tətbiqinin iqtisadi stimullaşdırılması bir sıra çətinliklərlə üzləşir. Yüksək ilkin kapital xərcləri, maliyyələşmə məhdudluğu, tənzimləmə qeyri-sabitliyi və infrastrukturun zəif inkişafı bu sahənin genişlənməsini ləngidir. Ənənəvi enerji mənbələrinin qiymət üstünlüyü də AEM-lərin bazar rəqabətini azaldır. Problemlərin həlli üçün dövlət-özəl tərəfdaşlığı, vergi güzəştləri və uzunmüddətli maliyyə mexanizmləri zəruridir.*

Açar sözlər: *alternativ enerji, iqtisadi stimullaşdırma, maliyyələşmə, tənzimləmə, infrastruktur, enerji bazarı.*

CHALLENGES IN ENSURING ECONOMIC INCENTIVES FOR THE IMPLEMENTATION OF ALTERNATIVE ENERGY SOURCES IN AZERBAIJAN

Abstract. *In Azerbaijan, the economic stimulation of renewable energy faces several obstacles. High initial capital costs, limited financing, regulatory instability, and underdeveloped infrastructure slow the sector's growth. The price advantage of traditional energy sources also reduces the competitiveness of renewables. Addressing these challenges requires tax incentives, public–private partnerships, and long-term financial mechanisms.*

Keywords: *renewable energy, economic incentives, financing, regulation, infrastructure, energy market.*

ТРУДНОСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ВНЕДРЕНИЯ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Резюме. *В Азербайджане экономическое стимулирование внедрения возобновляемых источников энергии сталкивается с рядом проблем. Высокие капитальные затраты, ограниченные финансовые ресурсы, нормативная нестабильность и недостаточно развитая инфраструктура замедляют развитие сектора. Ценовое преимущество традиционной энергетики снижает конкурентоспособность ВИЭ. Для решения этих проблем необходимы налоговые льготы, государственно-частное партнёрство и устойчивые финансовые механизмы.*

Ключевые слова: *возобновляемая энергия, экономическое стимулирование, инвестиции, регулирование, инфраструктура, энергетический рынок.*

ВВЕДЕНИЕ

В последние годы в Азербайджане наблюдается возрастающий интерес к развитию возобновляемых источников энергии (ВИЭ), что обусловлено как глобальными тенденциями перехода к «зеленой» экономике, так и необходимостью снижения зависимости от традиционных углеводородных ресурсов. Несмотря на наличие значительного солнечного, ветрового и гидроэнергетического потенциала, процесс внедрения ВИЭ сталкивается с рядом экономических, институциональных и технологических барьеров. Одной из ключевых проблем является недостаточная система экономического стимулирования, которая ограничивает инвестиционную привлекательность и темпы развития сектора. Высокие капитальные затраты, отсутствие стабильных тарифных механизмов и слабая финансовая поддержка со стороны государства замедляют переход к устойчивой энергетике. В данной работе рассматриваются основные трудности обеспечения экономического стимулирования внедрения альтернативных источников энергии в Азербайджане, а также предлагаются пути их преодоления с учетом международного опыта и национальных особенностей энергетической политики страны [1].

Методология

Высокие первоначальные капитальные затраты являются одним из самых серьёзных экономических барьеров для внедрения альтернативных источников энергии как в глобальном, так и в азербайджанском контексте. Для строительства солнечных, ветровых и биоэнергетических систем требуются инвестиции, которые в 1,5–2 раза превышают стоимость традиционных энергетических проектов. Эти затраты включают импорт технологий, монтаж оборудования, подготовку земельных участков и инфраструктуры, строительство линий электропередачи, а также процедуры сертификации.

Согласно данным Международного энергетического агентства (IEA) за 2024 год, средняя стоимость установки 1 мегаватта (МВт) солнечной электростанции в мире составляет 650–950 тысяч долларов США, а наземных ветровых станций — около 1–1,3 миллиона долларов. Для морских ветровых электростанций эта цифра достигает 2,5–3,5 миллиона долларов. В 2024 году общий объём глобальных инвестиций в солнечную энергию составил 400 миллиардов долларов, а в ветровую — 330 миллиардов. Однако примерно 70 % этих инвестиций направлены в развитые страны — США, Китай, Германию, Японию и Великобританию, тогда как доля развивающихся государств составляет менее 30 %. Этот факт показывает, что высокие капитальные затраты способствуют неравномерному развитию возобновляемых энергетических технологий в мире.

В Азербайджане данная проблема проявляется особенно остро. Стоимость строительства солнечной электростанции мощностью 1 МВт составляет в среднем 750–900 тысяч долларов США, а ветровой — 1–1,2 миллиона долларов. Эти расходы создают значительное финансовое бремя, особенно для малого и среднего бизнеса. Азербайджанский энергетический рынок на протяжении десятилетий доминировал нефтегазовый сектор, который получает значительную государственную поддержку. В результате доля частных инвестиций в секторе альтернативной энергетики остаётся ниже 25 %. По данным Министерства энергетики Азербайджана за 2025 год, общий объём инвестиций в проекты возобновляемой энергетики в 2024 году составил около 510 миллионов долларов США, из которых 75 % обеспечили иностранные, а 25 % — местные источники. Доля возобновляемых источников в общем объёме производства электроэнергии страны пока составляет около 10,6 %, хотя к 2030 году планируется достичь 30 %.

В условиях ограниченных возможностей финансирования привлечение

инвестиций становится ещё более сложным при отсутствии стимулирующих механизмов. В настоящее время в Азербайджане существует дефицит долгосрочных и низкопроцентных кредитных продуктов, а также инвестиционных фондов, ориентированных на «зелёные» проекты. Малые и средние предприниматели практически не имеют доступа к субсидиям и льготным кредитам. Вследствие этого срок окупаемости альтернативных энергетических проектов увеличивается до 8–12 лет, что снижает их экономическую привлекательность. Крупные инвестиции, такие как 262 миллиона долларов, вложенные компанией Masdar (ОАЭ) в Солнечную электростанцию Карадаг, и 300 миллионов долларов, инвестированные ACWA Power (Саудовская Аравия) в проект Хызы–Абшеронской ветровой станции, в основном обеспечиваются международными партнёрами, тогда как участие местных инвесторов остаётся минимальным.

Для широкого внедрения альтернативных энергетических технологий в Азербайджане необходима целенаправленная финансовая поддержка со стороны государства и частного сектора. Такая поддержка может включать налоговые льготы, дотации, субсидии, долгосрочные кредиты с низкой процентной ставкой, а также снижение таможенных пошлин на импорт технологий. Закон «О возобновляемых источниках энергии», принятый в 2021 году, создал правовую основу, однако его экономические механизмы — такие как система «feed-in tariff» (гарантированных тарифов) и «зелёных сертификатов» — пока не внедрены в полном объёме.

Важным шагом является создание фондов зелёных инноваций, расширение сотрудничества с международными финансовыми институтами (EBRD, IFC, Green Climate Fund) и развитие местного производственного потенциала. Только при реализации этих мер станет возможным снизить первоначальные капитальные затраты, уменьшить инвестиционные риски и обеспечить приток финансовых ресурсов в сектор возобновляемой энергетики. В противном случае высокая капиталоёмкость продолжит тормозить энергетический переход страны, и достижение цели в 30 % доли возобновляемых источников энергии к 2030 году останется малореальным [3].

Капитальные затраты и инвестиции в проекты возобновляемой энергетики в мире и Азербайджане (2024 г.)

Таблица 1.

Регион/Технология	Средняя стоимость за 1 МВт (USD)	Объем инвестиций в 2024 г. (млрд USD)	Срок окупаемости (лет)	Основные инвесторы/страны
Мир – Солнечная энергия	650 000 – 950 000	400	6–8	США, Китай, Германия, Япония
Мир – Ветроэнергетика (на суше)	1 000 000 – 1 300 000	330	8–10	ЕС, Дания, Великобритания
Мир – Ветроэнергетика (на море)	2 500 000 – 3 500 000	90	10–12	Норвегия, Япония, Корея
Азербайджан – Солнечная энергия	750 000 – 900 000	0.51	7–10	Masdar (ОАЭ), Azalternativenerji
Азербайджан – Ветроэнергетика	1 000 000 – 1 200 000	0.30	10–12	ACWA Power (Сауд. Аравия)

Источник: https://www.iea.org/reports/world-energy-investment-2024/overview-and-key-findings[1], https://www.eu4environment.org/app/uploads/2024/04/Azerbaijan-Renewable-Energy-Sector.pdf[2]

Рыночная и нормативная нестабильность является одним из ключевых препятствий для развития возобновляемых источников энергии (ВИЭ) как на глобальном, так и на национальном уровне. Успех данного сектора напрямую зависит от стабильности государственной энергетической стратегии и устойчивости правовой базы. Если в энергетической политике и механизмах стимулирования (например, «feed-in tariff», квотная система, зелёные сертификаты и инвестиционные льготы) происходят частые изменения, это создаёт дополнительные риски для инвесторов и затрудняет финансирование проектов.

Международная практика показывает, что в странах с нестабильной нормативной средой темпы развития рынка возобновляемой энергетики в среднем на 30–40 % ниже. Например, в Европейском союзе в 2010–2020 годах в государствах, где действовал стабильный механизм «feed-in tariff» (Германия, Дания, Нидерланды), доля возобновляемой энергии достигла 45–55 %, тогда как в странах с частыми изменениями в регулировании (Испания, Польша, Венгрия) этот показатель не превысил 25–30 %.

В Азербайджане наблюдается схожая ситуация. Принятый в 2021 году Закон «О возобновляемых источниках энергии» стал важным шагом к созданию правовой стабильности в отрасли, однако его экономические механизмы реализации пока полностью не сформированы. Например, система «feed-in tariff» (фиксированная цена покупки электроэнергии), предусмотренная законом, до сих пор фактически не внедрена. В результате механизм ценообразования на произведённую альтернативную энергию остаётся неопределённым, что создаёт риски как для местных, так и для иностранных инвесторов

Согласно отчёту Министерства энергетики Азербайджана за 2025 год, среди финансовых рисков возобновляемых энергетических проектов доля нормативной нестабильности составляет 32 %, занимая одно из первых мест. В некоторых регионах сроки получения разрешений колеблются от 6 до 12 месяцев, а также наблюдаются разногласия между центральными и местными органами при выдаче технических условий. Кроме того, отсутствие полной либерализации энергетического рынка и отдельной «зелёной биржи» ограничивает прозрачность сектора.

По данным совместного отчёта Международной финансовой корпорации (IFC) и Европейского банка реконструкции и развития (EBRD) за 2024 год, индекс нормативной стабильности Азербайджана оценивается в 0,63 (при максимуме 1,0). Для сравнения: в Казахстане этот показатель составляет 0,74, а в Грузии — 0,68. Такая ситуация отрицательно влияет на принятие долгосрочных инвестиционных решений, поскольку инвесторы склонны вкладывать средства только в стабильные и предсказуемые рынки.

Для устранения рыночной и нормативной нестабильности Азербайджану необходимо сосредоточиться на укреплении прозрачности управления энергетическим сектором, внедрении механизмов «feed-in tariff» и «зелёных сертификатов», упрощении процедур получения разрешений и лицензий, а также создании отдельного механизма ценообразования для возобновляемой энергии. Реализация этих шагов позволит повысить экономическую привлекательность проектов, снизить инвестиционные риски и сформировать устойчивую среду для долгосрочного развития рынка ВИЭ в стране [2].

Статистические показатели рыночной и нормативной нестабильности в секторе ВИЭ (2024–2025 гг.)

Таблица 2.

Показатель	Мир (среднее значение)	Европейский союз	Азербайджан	Казахстан	Грузия
Снижение темпов роста	30–40 %	25–30 % (Испания,	35 %	28 %	27 %

ВИЭ при нормативной нестабильности		Польша)			
Индекс нормативной стабильности (0–1)	0.75	0.78	0.63	0.74	0.68
Доля нормативной нестабильности в структуре финансовых рисков	25 %	20 %	32 %	27 %	29 %
Средний срок получения разрешений на ВИЭ-проекты (мес.)	4–6	3–5	6–12	5–7	5–8
Доля ВИЭ в общем энергобалансе	39 %	45–55 %	10.6 %	17 %	23 %
Наличие механизма «feed-in tariff»	Распространён	Активно действует	В стадии внедрения	Частично	Частично

Источник: https://www.iea.org/reports/world-energy-investment-2024[1], https://minenergy.gov.az/en/alternativ-ve-berpa-olunan-enerji-menbelerinden-istifade[2]

Одним из ключевых барьеров на пути развития возобновляемых источников энергии (ВИЭ) в Азербайджане и во многих других странах является недостаточное развитие инфраструктуры и сложность технологической интеграции. Солнечная и ветровая энергия характеризуются переменным, нестабильным характером генерации, поэтому их эффективное включение в национальную энергосистему требует как технических, так и экономических мер адаптации. Электросети Азербайджана исторически были ориентированы на централизованные тепловые станции, работающие на газе и нефти, вследствие чего существующая инфраструктура не полностью приспособлена для приёма переменной генерации из возобновляемых источников.

По данным Международного энергетического агентства (IEA, World Energy Investment 2024), около 30 % проектов ВИЭ в развивающихся странах не достигают полной мощности из-за ограниченной пропускной способности сетей и отсутствия современных систем управления. В среднем 10–15 % производимой энергии из ВИЭ в мире теряется на этапе передачи из-за несогласованности генерации и потребления. В Азербайджане, по оценке Министерства энергетики (отчёт 2025 г.), до 20 % потенциала выработки солнечных и ветровых электростанций не используется по этой же причине — из-за перегрузки линий электропередачи и недостатка балансировочных подстанций в регионах Абшерон, Гобустан и Кюрдамир [9].

Ключевую роль играет и проблема отсутствия развитых систем хранения энергии. Без эффективных аккумуляторов (литий-ионных, натрий-ионных, гидравлических или водородных) невозможно сбалансировать суточные и сезонные колебания генерации. В мире в 2024 году совокупная установленная мощность систем хранения составила 230 ГВт·ч, что на 45 % выше, чем в 2022 году, но распределена крайне неравномерно: 68 % мощностей приходится на Китай и США, тогда как на весь Южный Кавказ — менее 0,1

%. В Азербайджане пока отсутствуют крупные промышленные объекты накопления; на уровне пилотных проектов устанавливаются батареи мощностью 0,5–2 МВт·ч. Для сравнения, Южная Корея в 2024 году ввела 2,7 ГВт·ч новых хранилищ, а Саудовская Аравия — 1,9 ГВт·ч, что позволило этим странам интегрировать до 95 % энергии из солнечных электростанций без потерь.

С точки зрения экономики, строительство инфраструктуры для ВИЭ требует значительных затрат. По данным BloombergNEF (2024), стоимость модернизации 1 км линий электропередачи высокого напряжения в развивающихся странах колеблется от 600 тыс. до 1,2 млн долларов США. В Азербайджане, с учётом логистических расходов и импортного оборудования, этот показатель может достигать 1,5 млн долларов за километр. Аналогично, стоимость внедрения систем хранения энергии составляет в среднем 350–400 тыс. долларов за 1 МВт·ч в мире, тогда как в Азербайджане — 450–500 тыс. долларов.

Примером потерь, связанных с отсутствием технологической синхронизации, является проект Карадагской солнечной электростанции (Masdar). При установленной мощности 230 МВт и проектной годовой выработке 500 ГВт·ч, в 2024 году фактический объём генерации составил 430 ГВт·ч, что означает 14 % недоиспользования потенциала. Аналогичная ситуация наблюдается на ветровой станции Хызы–Абшерон (ACWA Power), где потери мощности оцениваются в 11–13 %.

Согласно отчёту Всемирного банка (Energy Infrastructure Index 2024), Азербайджан занимает 68-е место из 132 стран по уровню готовности электросетей к интеграции ВИЭ, тогда как Грузия занимает 59-е, Казахстан — 52-е, а лидеры — Германия, Дания и Япония — входят в первую десятку. При этом средняя пропускная способность азербайджанской энергосистемы для подключения ВИЭ оценивается в около 1,8 ГВт, в то время как к 2030 году планируется достичь 5 ГВт, что требует модернизации не менее 2500 км линий и установки 15 новых подстанций.

Отсутствие современной цифровой системы управления сетью (smart grid) также замедляет интеграцию. В Азербайджане автоматизация сетей охватывает лишь 35 % объектов, тогда как в странах ЕС — более 80 %, в Турции — 64 %. Это снижает скорость реагирования на скачки генерации и затрудняет балансировку энергопотоков в реальном времени [8].

Проблемы инфраструктуры и технологической интеграции в Азербайджане представляют собой системное ограничение для роста сектора ВИЭ. Для их преодоления необходимо:

- Модернизировать линии электропередачи и создать новые балансировочные подстанции;
- Развивать технологии хранения энергии и предоставлять налоговые льготы на оборудование;
- Внедрить цифровые системы управления энергосетями (smart grid);
- Создать программу софинансирования инфраструктурных проектов через международные фонды (EBRD, ADB, Green Climate Fund).

Реализация этих мер позволит повысить эффективность генерации, сократить потери до менее 5 % и увеличить долю возобновляемой энергии в энергобалансе Азербайджана до 30 % к 2030 году [6].

Инфраструктурные и технологические проблемы интеграции ВИЭ (2024–2025 гг.)
Таблица 3.

Показатель	Мировой средний уровень	Азербайджан	Казахстан	Грузия	Германия/Дания

Доля ВИЭ-проектов, не работающих на полную мощность из-за инфраструктуры	25–35 %	20 %	18 %	16 %	<5 %
Потери энергии при передаче (из-за несогласованности генерации и сети)	10–15 %	14 %	9 %	8 %	3 %
Средняя стоимость модернизации 1 км ЛЭП высокого напряжения (USD)	600 000 – 1 200 000	1 500 000	1 000 000	900 000	700 000
Средняя стоимость систем хранения (за 1 МВт·ч, USD)	350 000 – 400 000	450 000 – 500 000	420 000	410 000	340 000
Доля объектов с цифровым управлением сетью (smart grid)	65 %	35 %	45 %	50 %	85 %
Место в рейтинге Energy Infrastructure Index (2024)	—	68 / 132	52 / 132	59 / 132	Топ-10
Общая мощность систем хранения энергии (ГВт·ч)	230	<0.01	0.03	0.02	45
Планируемое увеличение сетевой ёмкости к 2030 г.	+40 %	с 1.8 до 5 ГВт	с 3.1 до 5.5 ГВт	с 1.2 до 2.5 ГВт	стабильно
Автоматизация электросетей (доля объектов с SCADA-системами)	70 %	37 %	49 %	56 %	88 %
Потенциал потерь на примере Карадагской СЭС (Masdar, 230 МВт)	—	14 % (430 из 500 ГВт·ч)	—	—	—

Источник:https://documents1.worldbank.org/curated/en/099062725055016320/pdf/P505208-f4395774-4833-4f70-9c73-a2c3ef24f9a3.pdf

Одним из главных препятствий для развития возобновляемых источников энергии (ВИЭ) является дефицит финансовых ресурсов и инвестиций. Эта проблема особенно остро проявляется в развивающихся странах и на новых энергетических рынках, где финансовые системы ещё не обладают достаточной глубиной и устойчивостью. Отсутствие долгосрочных и низкопроцентных кредитов ограничивает возможности инвестирования, а высокие первоначальные капитальные затраты и длительный срок окупаемости делают проекты ВИЭ рискованными для частных банков и инвесторов. В результате без стимулирующих мер со стороны государства рынок развивается медленно.

Согласно данным Международного энергетического агентства (IEA, World Energy Investment 2024), общий объём мировых инвестиций в возобновляемую

энергетику в 2024 году составил 1,8 трлн долларов США, из которых 70 % пришлись на развитые страны и лишь 30 % — на развивающиеся. При этом на долю региона Южного Кавказа и Центральной Азии пришлось менее 3 % этих средств. По данным Всемирного банка, общий объём инвестиций в энергетический сектор Азербайджана в 2024 году достиг 2,1 млрд долларов, из которых только 480 млн долларов (23 %) были направлены в сферу возобновляемой энергетики. Для сравнения: в Турции этот показатель составил 4,3 млрд долларов, в Казахстане — 1,1 млрд долларов.

В Азербайджане механизмы «зелёного финансирования» и специализированные инвестиционные фонды находятся на начальной стадии развития. На данный момент инструменты «зелёных облигаций» (green bonds) и «зелёных кредитов» применяются ограниченно. Согласно отчёту Центрального банка Азербайджана за 2025 год, на экологические и энергетические проекты приходится лишь 1,8 % кредитного портфеля банковской системы. Международное финансирование также остаётся ограниченным — Европейский банк реконструкции и развития (EBRD) и Азиатский банк развития (ADB) совместно предоставили только около 140 млн долларов США на поддержку проектов ВИЭ в стране.

При отсутствии сильных стимулов привлечение инвестиций становится затруднительным. В Азербайджане пока недостаточно развит механизм налоговых льгот, государственных гарантий, «зелёных тарифов» и специализированных инвестиционных фондов. В результате частные инвесторы проявляют низкий интерес к сектору. Так, в период 2021–2024 гг. около 74 % всех проектов ВИЭ были профинансированы за счёт иностранных источников и только 26 % — за счёт внутреннего капитала.

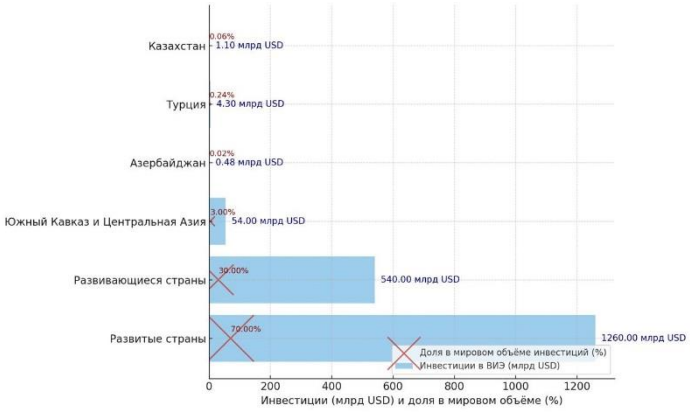
Международный опыт показывает, что в странах с устойчивой финансовой системой и чёткими государственными гарантиями (например, Дания, Япония, ОАЭ) среднегодовой темп роста сектора ВИЭ составляет 10–15 %, тогда как в странах с дефицитом финансовых ресурсов — лишь 3–5 %. В Азербайджане этот показатель в 2024 году составил 4,2 % [10].

Для преодоления дефицита финансов и инвестиций Азербайджану необходимо предпринять следующие шаги:

- Создание Национального фонда «Зелёных инвестиций» с участием международных финансовых институтов;
- Развитие рынка «зелёных облигаций» с государственными гарантиями;
- Введение низкопроцентных кредитов и налоговых льгот для локальных компаний, инвестирующих в ВИЭ;
- Расширение практики государственно-частного партнёрства (PPP) при реализации крупных энергетических проектов.

Реализация этих мер позволит увеличить приток капитала в сектор ВИЭ, повысить устойчивость проектов и ускорить переход Азербайджана к статусу «зелёной энергетической страны» к 2030 году [4].

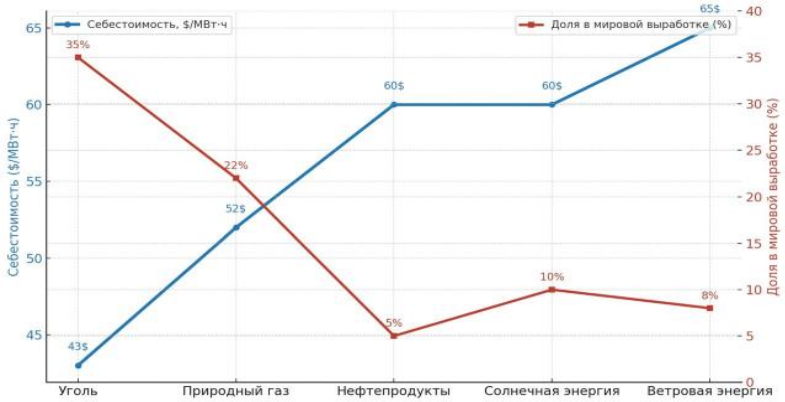
Рисунок 1. Инвестиции и доля стран в мировом объёме инвестиций в возобновляемую энергетику (2024 г.)



Источник: составлено автором

Согласно данным Международного энергетического агентства (IEA, World Energy Outlook 2024), около 62 % мировой выработки электроэнергии по-прежнему приходится на ископаемые виды топлива — из них 35 % обеспечивается углём, 22 % природным газом и 5 % нефтепродуктами. Доля возобновляемых источников энергии (ВИЭ) составляет лишь 37 %. По данным 2024 года, средняя себестоимость производства 1 МВт·ч электроэнергии на угольных электростанциях составляет 40–45 долларов США, на газовых — 50–55 долларов, при использовании солнечной энергии — 55–65 долларов, а ветровой — 60–70 долларов. В Азербайджане себестоимость 1 кВт·ч электроэнергии на газовых станциях составляет около 0,045 маната, тогда как на солнечных — 0,065–0,075 маната. Эти данные показывают, что пока внешние издержки, связанные с выбросами углерода и загрязнением окружающей среды, не полностью включены в рыночную цену, традиционные источники энергии сохраняют экономическое преимущество, а конкурентоспособность возобновляемых источников остаётся ограниченной [5].

Рисунок 2. Средняя себестоимость и доля источников энергии в мировой выработке (2024 г.)



Источник: составлено автором

В Азербайджане уровень использования возобновляемых источников энергии (ВИЭ) остаётся сравнительно низким и составляет около 10,6 % в общем энергетическом балансе страны. Из этого объёма 7 % обеспечивается за счёт гидроэнергетики, 2,8 % — ветровой, а 0,8 % — солнечной энергии. Несмотря на благоприятные природные условия, потенциал страны пока используется не полностью. Государство ставит перед собой цель — к 2030 году довести долю ВИЭ в установленной мощности до 30 %. В этом направлении реализуются крупные проекты совместно с иностранными инвесторами: солнечная электростанция «Гарадаг» (Masdar, 230 МВт) и ветровой парк «Хызы–Абшерон» (ACWA Power, 240 МВт). Однако слабая нормативно-правовая база,

ограниченные источники финансирования и высокие инвестиционные риски продолжают сдерживать развитие сектора. Для ускорения процесса необходимы чёткие стимулы, налоговые льготы и государственно-частное партнёрство в сфере зелёной энергетики [7].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведённый анализ показал, что ключевые трудности развития возобновляемой энергетики в Азербайджане — это высокие капитальные затраты, нормативная нестабильность, слабая инфраструктура и ограниченные финансовые ресурсы. Для преодоления этих барьеров требуется комплекс экономических стимулов. Если государство введёт налоговые льготы (на 20–25 %), обеспечит долгосрочные кредиты под 3–5 % годовых, а также увеличит долю государственных инвестиций в ВИЭ до 1 млрд USD ежегодно, то к 2030 году доля возобновляемых источников в энергобалансе страны может возрасти с 10,6 % до 30 %. Внедрение системы «feed-in tariff» и «зелёных сертификатов» позволит сократить срок окупаемости проектов с 10–12 лет до 6–7 лет, а модернизация сетей снизит потери энергии с 14 % до 5 %. Таким образом, сочетание экономических, финансовых и инфраструктурных мер создаст устойчивую основу для перехода Азербайджана к зелёной энергетике и укрепит его энергетическую независимость.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Əliyev, F. Azərbaycanın bərpa olunan enerji mənbələrinin potensialı: resurslar, perspektivlər. Lap Lambert Academic Publishing, 2024.
2. Mustafayev, F, Kulawczuk, Przemysław; Orobello, Christian. Renewable Energy Status in Azerbaijan: Solar and Wind Potentials for Future Development. MDPI,-2022.
3. Məmmədov, F. Alternativ Enerji Mənbələrinin İnkişafı və İqtisadi Stimullar: Azərbaycan Təcrübəsi. Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, 2020.
4. Flegel, T. Foreign Actors' Influence on Azerbaijan's Energy Policy. Springer VS, 2016.
5. Chepeliev, Mikhail. Azerbaijan: Pathways for Decarbonization in a Global Context. Taylor & Francis,-2024.
6. Aliyev, F. Azerbaijan's Renewable Energy Potential: Resources, Perspectives, and Challenges. Lambert Academic Publishing, 2022.
7. Guliyev, F. Renewable Energy in Azerbaijan: Policy, Investment, and Development. Routledge, 2023.
8. Петров, С. Влияние государственной политики на развитие возобновляемых источников энергии в Азербайджане. Научный мир, 2025.
9. Ибрагимов, Эльдар. Экономические аспекты внедрения альтернативной энергетики в Азербайджане. Экономика и жизнь, 2023.
10. Алиев, Ф. Потенциал возобновляемых источников энергии в Азербайджане. Баку университети nəşriyyatı, 2024.
11. https://documents1.worldbank.org/curated/en/099062725055016320/pdf/P505208-f4395774-4833-4f70-9c73-a2c3ef24f9a3.pdf
12. https://www.iea.org/reports/world-energy-investment-2024, https://minenergy.gov.az/en/alternativ-ve-berpa-olunan-enerji-menbelerinden-istifade

Tural ƏLƏKBƏROV
Gəncə Dövlət Universiteti,
doktorant,
turalekbarov@gmail.com

SİYASİ LEGİTİMLİK İLƏ KONSTRUKTİVİST YANAŞMAŞMANIN QARŞILIQLI ƏLAQƏSİ: NƏZƏRİ TƏHLİL

Xülasə. *Bu məqalə, konstruktivizm nəzəriyyəsinin siyasi legitimlik anlayışını necə şərh etdiyini və onun ənənəvi nəzəriyyələrdən fərqli olaraq legitimliyin sosial olaraq qurulmuş və zamanla dəyişən bir fenomen olduğunu iddia etdiyini araşdırır. Konstruktivizm, siyasi legitimliyin yalnız güc və ənənəyə əsaslanmadığını, əksinə, ideyalar, şəxsiyyətlər və sosial normaların formalaşdırdığı bir anlayış olduğunu vurğulayır. Bu nəzəriyyə, legitimliyin yalnız hüquqi və iqtisadi uyğunluqla bağlı olmadığını, həm də sosial aktorların qəbul etdiyi və tanıdığı bir fenomen olduğunu qeyd edir. Alexander Wendt və Peter Katzenstein kimi nəzəriyyəçilər, dövlətlərin qavrayışlarının və qarşılıqlı təsirlərinin beynəlxalq münasibətlərdəki siyasi reallıqları necə formalaşdırdığına diqqət yetirərək konstruktivizmin inkişafına böyük töhfələr veriblər. Məqalədə həmçinin, legitimliyin zamanla dəyişən və mübahisə edilən bir fenomen olduğu, bunun sosial normalar, kimliklər və diskurslar vasitəsilə baş verdiyi vurğulanır. Konstruktivizm, siyasi legitimliyin yalnız güc və resurslardan asılı olmadığını, həm də dil, normativlər və kollektiv kimliklər tərəfindən formalaşdırıldığını irəli sürür.*

Açar sözlər. *Legitimlik, siyasi, konstruktivizm, nəzəriyyə, sosial.*

THE MUTUAL RELATIONSHIP BETWEEN POLITICAL LEGITIMACY AND CONSTRUCTIVIST APPROACH: A THEORETICAL ANALYSIS

Abstract. *The article examines the political legitimacy as described by constructivism, arguing that unlike in traditional theories, legitimacy is seen as a socially constructed changing phenomenon over time. Constructivism further argues that political legitimacy is not only dependent on power and authority but is a phenomenon constructed by ideas, identities, and social norms. The legitimacy here depends not only on legal and economic conformity but is also recognized and accepted by social actors. Constructivism, with major contributions by theorists such as Alexander Wendt and Peter Katzenstein, emphasizes that the perceptions and interactions of states help to shape the political realities of international relations. The article will also point out that legitimacy is a phenomenon that changes and is contested over time, but this takes place through social norms, identities, and discourses. Instead, constructivism holds that political legitimacy depends not only on power and resources but is also shaped by language, norms, and collective identities.*

Keywords: *Legitimacy, political, constructivism, theory, social.*

ВЗАИМОСВЯЗЬ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛЕГИТИМНОСТИ И КОНСТРУКТИВИСТСКОГО ПОДХОДА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Резюме: В статье рассматривается политическая легитимность в понимании конструктивизма. Утверждается, что, в отличие от традиционных теорий, легитимность рассматривается как социально сконструированное и меняющееся с течением времени явление. Конструктивизм далее утверждает, что политическая легитимность зависит не только от власти и авторитета, но и является феноменом, конструируемым идеями, идентичностями и социальными нормами. Легитимность здесь зависит не только от

правового и экономического соответствия, но также признается и принимается социальными акторами. Конструктивизм, в развитие которого внесли значительный вклад такие теоретики, как Александр Вендт и Петер Катценштейн, подчёркивает, что восприятие и взаимодействие государств способствуют формированию политических реалий международных отношений. В статье также отмечается, что легитимность — это феномен, который меняется и оспаривается с течением времени, но это происходит посредством социальных норм, идентичностей и дискурсов. Напротив, конструктивизм утверждает, что политическая легитимность зависит не только от власти и ресурсов, но также формируется языком, нормами и коллективными идентичностями.

Ключевые слова: Легитимность, политический, конструктивизм, теория, социальный.

GİRİŞ

Konstruktivizm siyasət elmində və beynəlxalq münasibətlərdə nəzəri yanaşma kimi idarəetmə strukturlarının formalaşmasında ideyaların, şəxsiyyətlərin və sosial normaların rolunu vurğulamaqla siyasi legitimliyə unikal perspektiv təklif edir. Məcburiyyətə, hüquqi-rasional səlahiyyətə və ya tarixi presedentə diqqət yetirən ənənəvi nəzəriyyələrdən fərqli olaraq, konstruktivizm legitimliyin sosial cəhətdən qurulduğunu və zamanla inkişaf edə biləcəyini müdafiə edir. O, təsdiq edir ki, diskursiv qarşılıqlı əlaqə, sosial tanınma və müəyyən bir cəmiyyət daxilində normaların möhkəmləndirilməsi yolu ilə ortaya çıxır.

Konstruktivizm siyasi legitimlik və hakimiyyətin formalaşmasında ideyaların, şəxsiyyətlərin və sosial normaların rolu haqqında dərin bir anlayış təqdim edir. Bu nəzəriyyə, ənənəvi yanaşmalardan fərqli olaraq, legitimliyin yalnız güc və ənənə ilə təsdiqlənən bir fenomen olmadığını, əksinə sosial olaraq qurulduğunu və zamanla dəyişə biləcəyini vurğulayır. Konstruktivizm iddia edir ki, siyasi legitimlik heç vaxt sabit və ya təbii bir xüsusiyyət deyil, əksinə, cəmiyyətlərdəki qarşılıqlı təsir və diskurs vasitəsilə formalaşır. Bu mənada legitimlik, müəyyən bir sosial kontekstdə hakimiyyətin ümumi anlayışları və şərhlərindən yaranır və bu proseslər mütəmadi olaraq dəyişir.

1. Konstruktivizm nəzəriyyəsinin əsasları

Konstruktivizm (Constructivism) nəzəriyyəsi sosial və siyasi elm sahələrində, xüsusilə beynəlxalq münasibətlərdə, siyasi davranışların və sosial quruluşların necə formalaşdığı və inkişaf etdiyi barədə bir yanaşmadır. Bu nəzəriyyə, insanların və dövlətlərin reallığı və davranışlarını yalnız obyektiv faktlara və materialist yanaşmalara əsaslanaraq deyil, sosial konstruksiyalarla, ideologiyalarla və insanların təcrübələri ilə müəyyənləşdirdiyini vurğulayır. Konstruktivizmin əsasını təşkil edən fikir, insanların və dövlətlərin dünyaya baxışlarının, öz sosial və siyasi reallıqlarını necə başa düşdüklərinin, interaksiyaların nəticəsi olaraq necə formalaşdığına əsaslanır. Bu yanaşmaya görə, beynəlxalq münasibətlər və siyasi güc sadəcə fiziki faktlar və güc balansları ilə müəyyənləşmir, eyni zamanda bu münasibətlər sosial münasibətlərdən, ideoloji konstruksiyalardan və normativ dəyərlərdən də formalaşır.[1, s. 82]

Konstruktivizm sosial nəzəriyyələrdən, xüsusən də sosial konstruktsionizm (sosial quruluş nəzəriyyəsi) anlayışından ilham alır. Bu nəzəriyyə 20-ci əsrdə, xüsusən 1990-cı illərdən sonra beynəlxalq münasibətlər sahəsində daha geniş tətbiq tapmağa başlamışdır. Onun kökləri isə daha əvvəlki fəlsəfi və sosial təhlillərə gedib çıxır. Konstruktivizmin ideya olaraq formalaşmasında, daha çox, iki əsas şəxs rol oynamışdır: Alexander Wendt və Peter Katzenstein.

Alexander Wendt konstruktivizmin beynəlxalq münasibətlərdəki tətbiqi ilə tanınır. 1992-ci ildə yazdığı "Anarchy is what States Make of It" (Anarxiya, Dövlətlərin Onunla Nə Etməsi İstədiyidir) adlı məqaləsində, beynəlxalq münasibətlərin əsasını təşkil edən "anarxiya"

anlayışının yalnız dövlətlərin bu anlayışla necə əlaqə qurmasına görə formalaşdığını ifadə etdi. Yəni, anarxiya yalnız bir obyektiv reallıq deyil, əksinə, dövlətlərin bu reallığı necə başa düşməsi və ona necə reaksiya verməsindən asılıdır.

Peter Katzenstein Onun işləri, beynəlxalq siyasətdə sosial və mədəni təsirlərin, normativ strukturların necə təsir etdiyini araşdırır. Katzenstein, beynəlxalq münasibətlərdə normativ strukturların rolunu vurğulayaraq, dövlətlərin davranışlarının təkcə iqtisadi və hərbi gücə deyil, həm də ideologiyalara və sosial qaydalara əsaslandığını göstərdi.

Konstruktivizmə görə, beynəlxalq siyasət və siyasi güc, sadəcə obyektiv reallıqla deyil, həm də insanların və dövlətlərin qarşılıqlı təsirləri ilə formalaşır. Bu, normativ dəyərlər, inanc sistemləri, və sosial təcrübələr vasitəsilə qurulur. Həmçinin, konstruktivizm, dövlətlərin və insanların dünyanı necə qavrayıb reaksiya verdiklərini ön plana çıxarır. Bu yanaşma, beynəlxalq münasibətlərdəki davranışları yalnız obyektiv faktorlarla (məsələn, iqtisadi güc və hərbi qüvvə) izah etmək əvəzinə, insanların və dövlətlərin öz aralarındakı əlaqələrinə və bu əlaqələrin formalaşmasında sosial konstruksiyaların roluna diqqət yetirir. Bundan əlavə, dövlətlər arasında yaranan siyasi və iqtisadi strukturlar, yalnız iqtisadi və hərbi güc balansı ilə müəyyənləşmir. Konstruktivizmə görə, beynəlxalq siyasət həm də normativ dəyərlər, hüquq və mədəniyyətlə müəyyənləşir. Konstruktivizm, dövlətlər və digər aktorların qarşılıqlı münasibətlərini və keçmiş təcrübələrini ön planda tutaraq, onların gələcək davranışlarını və siyasətlərini proqnozlaşdırır. Bu, hər hansı bir dövlətin xarici siyasətini yalnız öz güc və maraqları ilə deyil, həm də əvvəlki təcrübələri ilə əlaqələndirir. [6]

2. Siyasi legitimliyin Konstruktivizmin nəzəriyyəsi ilə əlaqəsi

Konstruktivizmin nəzəriyyəsi, ənənəvi yanaşmalardan fərqli olaraq, legitimliyin yalnız hüquqi və ya iqtisadi uyğunluq məsələsi olmadığını, sosial olaraq qurulmuş bir fenomen olduğunu iddia edir. Bu baxımdan, legitimlik yalnız məcburiyyət və ya uyğunluqla bağlı deyil, həm də mövcud sosial aktorların, mədəni normaların və kollektiv kimliklərin vasitəsilə qəbul edilən və tanınan bir qüvvədir. Bu nəzəriyyə, legitimliyin yalnız struktur və güc deyil, həm də dil və diskursla əlaqəli olduğunu müdafiə edir. Hər hansı bir hakimiyyətin legitimliyi, müəyyən sosial normaların, kollektiv kimliklərin və müxtəlif dəyərlərin qarşılıqlı təsirinə bağlıdır.

Konstruktivistlər, siyasi legitimliyin yalnız müvafiq sosial aktorlar tərəfindən qəbul edilən və tanınan bir anlayış olduğunu vurğulayır. Bu proses, kimliklərin və normaların sosial olaraq qurulması ilə əlaqəlidir.[2] İnsanlar və qruplar öz şəxsiyyətlərini müəyyən sosial kateqoriyalarla formalaşdırır – məsələn, milliyyət, etnik mənsubiyyət, din və ya sinif kimi aspektlər. Bu kimliklər isə onların siyasi hakimiyyətə münasibətini və legitimlik haqqında düşüncələrini formalaşdırır. Konstruktivistlər, legitimliyin çox vaxt fərdlərin və sosial qrupların maraqlarına əsaslandığını və bu maraqların zaman-zaman mövcud güc strukturlarına qarşı çıxmasını vurğulayır. Beləliklə, legitimlik, təkcə hakimiyyətin mövcudluğuna yox, həm də sosial qrupların həmin hakimiyyətin doğruluğunu qəbul etməsinə bağlıdır.[2]

Konstruktivizmin bir başqa vacib anlayışı, siyasi legitimliyin zamanla dəyişən və mübahisə edilən bir fenomen olduğudur. Sosial normaların, kimliklərin və diskursların inkişafı ilə legitimlik də inkişaf edir. Bu dəyişikliklər, müxtəlif ictimai hərəkatlar, kollektiv fəaliyyətlər və siyasi səfərbərliklər vasitəsilə baş verir. Konstruktivistlər, bu sosial və siyasi dəyişikliklərin legitimlik anlayışlarını necə yenidən formalaşdırdığını təhlil edərək, cəmiyyətlərdəki transformasiya və dəyişiklik anlarının dinamikalarını açmağa çalışırlar. Bu baxımdan, legitimlik yalnız sabit bir status-kvo ilə bağlı deyil, həm də davamlı bir mübahisə və inkişaf prosesidir.

Bundan əlavə, konstruktivistlər siyasi legitimliyin qurulmasında normaların, diskursun, şəxsiyyətin və tanınmanın mühüm rolunu vurğulayır. Normalar, cəmiyyətin müəyyən bir sosial kontekstində uyğun davranış və hərəkətə dair ümumi anlaşmaları təsvir edir. Diskurs isə bu normaları yaratmaq və gücləndirmək üçün istifadə olunan dil və simvollardır. Konstruktivistlər,

legitimliyin yalnız hüquqi və siyasi uyğunluqla deyil, həm də sosial olaraq qəbul edilən normativlər və kollektiv kimliklər vasitəsilə formalaşdığını müdafiə edirlər.[4]

Legitimlik, sadəcə güc və hakimiyyətin mövcudluğu ilə bağlı deyil, həm də həmin gücün və hakimiyyətin sosial aktorlar tərəfindən qəbul edilməsinə bağlıdır. Konstruktivizm, bu qəbulun formalaşmasında və dəyişməsində dilin və diskursun rolunu vacib hesab edir. Bu nəzəriyyə, legitimlik anlayışlarının yalnız mövcud güc strukturlarına uyğun olub-olmamasından asılı olmadığını, həm də cəmiyyətin müxtəlif qrupları tərəfindən necə qəbul edildiyini vurğulayır. Beləliklə, legitimlik, sosial təsəvvürlərin və kollektiv identifikasiyaların təzahürü olaraq, zamanla dəyişən və mübahisə edilən bir anlayışdır.

Nəticə olaraq, konstruktivizm siyasi legitimlik anlayışının yalnız struktur və güc məsələsi deyil, həm də sosial olaraq qurulmuş və zamanla dəyişən bir fenomen olduğunu təsdiqləyir. Legitimlik, yalnız qanunla təsdiqlənmiş güc deyil, həm də cəmiyyətin kollektiv kimlikləri, sosial normaları və diskursları vasitəsilə formalaşan və inkişaf edən bir anlayışdır. Bu yanaşma, legitimliyin yalnız bir sabit vəziyyət deyil, sosial və mədəni inkişafla dəyişən dinamik bir fenomen olduğunu vurğulayır.[5]

3. Konstruktivizmin siyasi legitimliyə mənfi təsirləri

Konstruktivizm siyasi legitimlik barəsində mühüm fikirlər təqdim etsə də, tənqidlə də üzləşib. Tənqidçilər iddia edirlər ki, o, bəzən siyasi legitimliyin maddi və institusional ölçülərini nəzərdən qaçırır, ideya və diskursiv proseslərə həddindən artıq diqqət yetirir. Bundan əlavə, konstruktivist nəzəriyyələr çox mücərrəd və konkret siyasi situasiyalara tətbiq etmək çətindir. Konstruktivizm legitimliyin təmin edilməsində maddi gücün - məsələn, iqtisadi resurslar və hərbi güc- rolunu lazımi səviyyədə qiymətləndirmir. Bu nöqteyi-nəzərdən siyasi legitimlik təkcə diskurs deyil, həm də dövlətlərin qanunları tətbiq etmək və ictimai sərvətləri təmin etmək üçün maddi imkanları ilə bağlıdır. Realist yanaşmalar konstruktivizmi idealizminə görə tənqid edərək, qanuniliyin çox vaxt sosial normalar və ya ideyalarla deyil, məcburedici güclə müəyyən edildiyini irəli sürürlər. Realistlərin fikrincə, legitimlik diskurs və ya normalar vasitəsilə ictimai razılığı qazanmaqdan daha çox resurslara nəzarət etmək və sosial nizamı idarə etmək bacarığıdır.[3, s. 258-259]

Gələcək tədqiqatlar sosial media və süni intellekt kimi yeni texnologiyaların siyasi legitimliyin formalaşmasında rolunu araşdıra bilər. Siyasi aktyorların və hərəkatların ideologiyaları yaymaq, mövcud güc strukturlarına meydan oxumaq və vətəndaşları səfərbər etmək üçün bu texnologiyalardan necə istifadə etməsi, çox güman ki, konstruktivist alimlərin diqqət mərkəzində olan əsas sahə olacaq.

Bundan əlavə, qloballaşmanın siyasi legitimliyə təsirini araşdırmaq dəyərli fikirlər verə bilər. İqlim dəyişikliyi, miqrasiya və qlobal bərabərsizlik kimi məsələlər getdikcə qabarıqlaşdıqca, bu qlobal çağırışların milli və beynəlxalq legitimliyə necə təsir etdiyini başa düşmək çox vacib olacaq.

NƏTİCƏ

Konstruktivizm idarəetmə strukturlarının formalaşmasında ideyaların, şəxsiyyətlərin və sosial normaların rolunu vurğulayaraq siyasi legitimliyə unikal perspektiv təklif edir. Məcburiyyətə, hüquqi-rasional səlahiyyətə və ya tarixi presedentə yönəlmiş ənənəvi nəzəriyyələrdən fərqli olaraq, konstruktivizm qanuniliyin sosial cəhətdən qurulduğunu və zamanla inkişaf edə biləcəyini müdafiə edir. O vurğulayır ki, legitimlik diskurs, sosial tanınma və cəmiyyət daxilində normaların möhkəmləndirilməsi yolu ilə yaranır. Alexander Wendt və Peter Katzenstein kimi əsas fiqurlar dövlətlərin qavrayışlarının və qarşılıqlı əlaqələrinin siyasi reallıqları necə formalaşdırdığına diqqət yetirməklə, xüsusən də beynəlxalq münasibətlər kontekstində konstruktivizmin inkişafına əhəmiyyətli töhfə vermişlər.

Konstruktivizm siyasi legitimliyin yalnız gücə və ya ənənəyə əsaslandığı anlayışına qarşı çıxır. Bunun əvəzinə o, qanuniliyin müxtəlif sosial aktorlar tərəfindən tanınan sosial konstruksiyalar, ideologiyalar və mədəni normalarda dərin kök saldığını irəli sürür. Bu nəzəriyyəyə görə legitimlik statik deyil, davamlı ictimai hərəkatlar və kollektiv hərəkətlərlə formalaşan dinamik və mübahisəli bir fenomendir. Nəzəriyyə həm də siyasi legitimliyin qurulmasında və inkişafında dilin, diskursun və şəxsiyyətin mühüm rolunu vurğulayır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Ates, D. (2009). Konstruktizm, Tek Kutupluluk ve Amerikan Hegemonyasi. Rev. Int'l L. & Pol., 5, 79.
2. Beynəlxalq münasibətlər üzrə bələdçi /tərc. ed. S. Babazadə, V. Guliyeva ; red. H. Hacızadə ; red. W. Carlsnaes, T. Rısse, B. A. Sımmons (müəl.). Bakı: Kitab Klubu, Apostrof Çap Evi, 2013. 477 səh.
3. Dinter, F. (1998). Zur Diskussion des Konstruktivismus im Instruktionsdesign. Unterrichtswissenschaft, 26(3), 254-287.
4. Fossen, T. (2019). Constructivism and the logic of political representation. American Political Science Review, 113(3), 824-837.
5. Ish-Shalom, P. (2010). Political constructivism: The political construction of social knowledge. In Arguing Global Governance (pp. 251-266). Routledge.
6. Jung, H. (2019). The evolution of social constructivism in political science: past to present. SAGE Open, 9(1), 2158244019832703.

Elmin İSMAYILZADƏ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
elminismayill@icloud.com

SƏRGİ VƏ KONQRES TURİZMİ-BEYNƏLXALQ TURİZMİN MÜASİR İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİNDƏN BİRİ KİMİ

Xülasə: *Bu tədqiqatda sərgi və konqres turizminin iqtisadi, sosial və texnoloji təsirləri ətraflı şəkildə araşdırılmış, onların qlobal turizm sənayesində strateji rolu vurğulanmışdır. Müasir dövrdə sərgi və konqreslər yalnız məhsul və xidmətlərin təqdim olunduğu və ya elmi müzakirələrin aparıldığı tədbirlər deyil, həm də beynəlxalq əməkdaşlığın, innovasiyaların və bilik mübadiləsinin əsas platformasına çevrilmişdir. Araşdırma göstərir ki, bu istiqamətlər bir çox ölkələrdə iqtisadi artımın mühüm hərəkətverici qüvvəsidir. Sərgi və konqres turizmi xarici investisiyaların cəlb edilməsinə, yeni biznes əlaqələrinin qurulmasına, elmi və texnoloji tərəqqinin sürətlənməsinə şərait yaradır. Bununla yanaşı, bu tədbirlər infrastrukturun inkişafına, mehmanxana, nəqliyyat və ictimai xidmətlərin keyfiyyətinin yüksəlməsinə müsbət təsir göstərir.*

Sosial aspektdən sərgi və konqres turizmi müxtəlif ölkə və mədəniyyətlər arasında dialoqu gücləndirir, qlobal inteqrasiyanı dərinləşdirir və biliklərin paylaşımını təşviq edir. Rəqəmsallaşma, hibrid tədbirlər və süni intellektin tətbiqi kimi yeni çağırışlar isə bu sahənin daha səmərəli və innovativ şəkildə inkişafına təkan verir. Nəticə etibarilə, sərgi və konqres turizmi iqtisadi sabitlik, sosial inkişaf və rəqabətqabiliyyət baxımından turizm sənayesinin dayanıqlı inkişafına mühüm töhfə verir.

Açar sözlər: *sərgi turizmi, konqres turizmi, beynəlxalq turizm, iqtisadi təsir, sosial*

inkişaf, rəqəmsallaşma, hibrid tədbirlər, süni intellekt, infrastrukturun inkişafı, qlobal inteqrasiya, dayanıqlı turizm, innovasiya.

EXHİBİTİON AND CONGRESS TOURİSM AS ONE OF THE MAİN DİRECTİONS OF INTERNATİONAL TOURİSM DEVELOPMENT

Abstract: *This research provides a comprehensive analysis of the economic, social, and technological impacts of exhibition and congress tourism, highlighting their strategic role in the global tourism industry. In the modern era, exhibitions and congresses are not merely platforms for presenting products, services, or academic discussions but have evolved into key hubs for international cooperation, innovation, and knowledge exchange. The findings indicate that these sectors serve as major drivers of economic growth in many countries. Exhibition and congress tourism contribute to attracting foreign investment, establishing new business connections, and accelerating scientific and technological advancement. Moreover, such events have a positive influence on infrastructure development and enhance the quality of hotels, transportation, and public services.*

From a social perspective, exhibition and congress tourism strengthen dialogue among nations and cultures, promote global integration, and encourage the sharing of knowledge and expertise. Emerging trends such as digitalization, hybrid events, and the application of artificial intelligence are fostering more efficient and innovative development in this field. Consequently, exhibition and congress tourism make a significant contribution to the sustainable growth, social development, and competitiveness of the tourism industry worldwide.

Keywords: *exhibition tourism, congress tourism, international tourism, economic impact, social development, digitalization, hybrid events, artificial intelligence, infrastructure development, global integration, sustainable tourism, innovation.*

ВЫСТАВОЧНЫЙ И КОНГРЕССНЫЙ ТУРИЗМ — КАК ОДНО ИЗ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

Резюме: *Данное исследование представляет всесторонний анализ экономических, социальных и технологических аспектов выставочного и конгрессного туризма, подчеркивая их стратегическую роль в глобальной туристической индустрии. В современную эпоху выставки и конгрессы являются не просто площадками для представления товаров, услуг или научных дискуссий, но превращаются в ключевые центры международного сотрудничества, инноваций и обмена знаниями. Результаты исследования показывают, что эти направления служат важными движущими силами экономического роста во многих странах. Выставочный и конгрессный туризм способствует привлечению иностранных инвестиций, установлению новых деловых связей и ускорению научно-технического прогресса. Кроме того, такие мероприятия положительно влияют на развитие инфраструктуры и повышение качества гостиничных, транспортных и общественных услуг.*

С социальной точки зрения выставочный и конгрессный туризм укрепляет диалог между странами и культурами, способствует глобальной интеграции и стимулирует обмен знаниями и опытом. Новые тенденции, такие как цифровизация, гибридные мероприятия и применение искусственного интеллекта, способствуют более эффективному и инновационному развитию данной сферы. В конечном итоге выставочный и конгрессный туризм вносит значительный вклад в устойчивый рост, социальное развитие и повышение конкурентоспособности мировой туристической индустрии.

Ключевые слова: *выставочный туризм, конгрессный туризм, международный туризм, экономическое воздействие, социальное развитие, цифровизация, гибридные мероприятия, искусственный интеллект, развитие инфраструктуры, глобальная интеграция, устойчивый туризм, инновации.*

GİRİŞ

Sərgi və konqres turizmi müasir turizm sənayesinin ən sürətlə inkişaf edən, dinamik və çoxşaxəli istiqamətlərindən biri kimi çıxış edir. Bu turizm növü ənənəvi istirahət və əyləncə yönümlü turizm fəaliyyətlərindən fərqli olaraq, əsasən beynəlxalq səviyyədə keçirilən sərgilər, konfranslar, simpoziumlar, biznes forumları və konqreslər kimi peşəkar tədbirlərə yönəlir. Belə tədbirlər müxtəlif sahələrdə fəaliyyət göstərən şirkətləri, dövlət və özəl qurumları, alimləri, investorları və digər maraqlı tərəfləri bir araya gətirərək bilik, təcrübə və innovativ ideyaların mübadiləsini təmin edir. Bu isə qlobal iqtisadi və elmi əlaqələrin möhkəmlənməsinə, yeni tərəfdaşlıqların yaranmasına və beynəlxalq səviyyədə biznesin genişlənməsinə şərait yaradır.

Sərgi və konqres turizmi, eyni zamanda, ev sahibi ölkələrin iqtisadiyyatına mühüm töhfə verir. Belə tədbirlərin təşkili turizm infrastrukturunun — otellərin, nəqliyyat sistemlərinin, ictimai xidmətlərin və restoran sektorunun — inkişafını sürətləndirir, yeni iş yerlərinin yaranmasına və regionların sosial rifahının artmasına səbəb olur. Bundan əlavə, bu turizm növü ölkələrin beynəlxalq imicinin formalaşmasında və brend dəyərinin yüksəlməsində mühüm rol oynayır.

Mədəni baxımdan sərgi və konqres turizmi müxtəlif xalqlar arasında qarşılıqlı anlaşmanı, mədəni inteqrasiyanı və sosial əlaqələrin güclənməsini təşviq edir. Müasir dövrdə rəqəmsallaşma, hibrid tədbirlər və süni intellekt texnologiyalarının tətbiqi bu sahənin inkişafında yeni mərhələ açır, tədbirlərin daha səmərəli, əlçatan və innovativ şəkildə keçirilməsinə imkan yaradır. Nəticə etibarilə, sərgi və konqres turizmi yalnız iqtisadi və sosial deyil, həm də elmi və texnoloji tərəqqiyə töhfə verən strateji əhəmiyyətli bir turizm istiqamətidir və qlobal rəqabət mühitində ölkələrin mövqeyinin güclənməsinə şərait yaradır.

ƏSAS HİSSƏ

Sərgi turizmi, turizm sektorunda biznes konfransları, ticarət sərgiləri və forumlar kimi ixtisaslaşmış tədbirlərin təşkilinə əsaslanan xüsusi bir istiqamətdir. Bu tədbirlər, təkcə istirahət və əyləncə məqsədli səyahətdən kənara çıxaraq, dövlət və özəl sektor nümayəndələrinin, şirkətlərin, investorların qarşılıqlı əlaqəsinə şərait yaradır. Getz (2018) qeyd edir ki, sərgilər zamanı formalaşan əməkdaşlıq, ölkələrin regional və beynəlxalq səviyyədə təcrübə mübadiləsini sürətləndirir. Nəticədə, ölkələrin iqtisadiyyatına yeni investisiyalar cəlb edilməklə yanaşı, turizm infrastrukturunun modernləşdirilməsi və iş yerlərinin yaradılması prosesi dəstəklənir (Davison & Rogers, 2020).

Müasir dövrdə sərgi turizminin inkişafı bir çox amillərlə şərtlənir. İlk növbədə, qloballaşmanın gətirdiyi tələblər nəticəsində ölkələrarası iqtisadi, elmi və mədəni əməkdaşlıq daha aktual olub. Sərgilər şirkətlərə məhsul və xidmətlərini beynəlxalq bazarda nümayiş etdirmək, həmçinin investorları cəlb etmək üçün geniş imkanlar yaradır. Xüsusilə son beş ilin statistikasına nəzər saldıqda, MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) sektorunda sərgi turizminin payının davamlı artdığı müşahidə olunur. ICCA-nın 2019–2022-ci illəri əhatə edən məlumatlarına əsasən, hər il keçirilən beynəlxalq sərgi və konfransların sayı orta hesabla 3% artım nümayiş etdirmiş, iştirakçıların ümumi sayında isə 5%-ə yaxın yüksəliş qeydə alınmışdır [4, s14].

Bu artımın əsas səbəblərindən biri infrastrukturun təkmilləşdirilməsidir. İri dünya

şəhərləri – Berlin, Frankfurt, Paris, Las Veqas, Şanxay, Dubay və digər mərkəzlər – müasir sərgi pavilyonlarının, konfrans salonlarının inşasına və menecment sistemlərinin təkmilləşdirilməsinə önəm verirlər. Təsadüfi deyil ki, yalnız Almaniyada ildə 150-dən artıq beynəlxalq səviyyəli ixtisaslaşmış sərgi təşkil olunur və bu tədbirlər ölkənin turizm gəlirlərinin əsas seqmentlərindən birini formalaşdırır. Eyni zamanda, BƏƏ (xüsusilə Dubay), Asiyada Şanxay və Honkonq kimi şəhərlər MICE sənayesinə böyük yatırımlar edərək, özlərini qlobal tədbirlər mərkəzi kimi tanıtmağa davam edirlər [5 s22].

MICE sektorunun getdikcə böyüməsi sərgi turizminin əhəmiyyətini daha da artırır. ICCA (2021) hesabatına görə, beynəlxalq sərgi və konfransların sayı son beş ildə orta hesabla ildə 3–5% intervalında artıb, iştirakçılar və səyahətçilərdən əldə edilən ümumi gəlir isə 5–7% həcmində yüksəlib. Bu artım dinamikası, sərgilərdə nümayiş etdirilən texnoloji yeniliklərin, biznes fürsətlərinin və çoxtərəfli əlaqələrin artması ilə izah olunur. UNWTO (2020) məlumatları da göstərir ki, sərgi turizminin qlobal turizm gəlirlərində xüsusi çəkisi davamlı olaraq yüksəlir [2, s27].

Sərgi turizminin təşkilində beynəlxalq qurumlar mühüm rol oynayır. Məsələn, Beynəlxalq Konqres və Konfranslar Assosiasiyası (ICCA) hər il sərgi və konfrans sənayesinin trendlərinə dair hesabatlar yayımlayır və statistikanı açıqlayır . Bu hesabatlarda ən sürətlə böyüyən sərgi mərkəzləri, keçirilən tədbirlərin coğrafiyası, sahəvi yönümlər və iştirakçı profili barədə geniş məlumatlar təqdim edilir. Digər beynəlxalq ticarət və sənaye palataları da sərgi turizmini mövcud bazar tələblərinə daha səmərəli şəkildə uyğunlaşdırmaq üçün metodologiyalar və standartlar müəyyənləşdirir. Digər tərəfdən, Dünya Turizm Təşkilatı (UNWTO) da bu prosesləri izləyir, sərgi turizmini qlobal turizm statistikasının bir komponenti kimi dəyərləndirir və müxtəlif ölkələr üçün tövsiyələr hazırlayır.

Bu gün dünyanın əsas sərgi turizmi mərkəzləri sırasında Almaniya (Berlin, Frankfurt), BƏƏ (Dubay), ABŞ (Las Veqas, Çikaqo), Çin (Şanxay, Quançjou), Sinqapur və digər böyük biznes şəhərləri xüsusi seçilirlər .Bu mərkəzlər, ixtisaslaşmış sərgi infrastrukturuna, beynəlxalq hava limanlarına, müasir hotel şəbəkələrinə və peşəkar kadr potensialına malikdirlər. Beynəlxalq sərgi turizmi sayəsində həmin şəhərlərdə otel doluluq səviyyəsi yüksəlir, xidmət sektorundan əldə olunan gəlirlər artaraq şəhərin iqtisadi mənzərəsini zənginləşdirir.

Almaniya (Frankfurt, Berlin, Hannover) hər il ixtisaslaşmış ticarət sərgiləri ilə milyonlarla ziyarətçini cəlb edir, bu ölkədəki sərgi infrastrukturu dünya üzrə ən geniş şəbəkələrdən biridir .

BƏƏ (Dubay) MICE sənayesinə böyük həcmdə investisiyalar qoyaraq Expo 2020 kimi tədbirlərə ev sahibliyi etməklə global sərgi şəhəri statusunu möhkəmləndirib .

Çin (Şanxay, Pekin, Quançjou) iqtisadiyyatın sürətli böyüməsi, innovativ məhsul istehsalı və ixrac yönümlü strategiya sərgilərin kütləviliyinə və müxtəlifliyinə təkan verir [1 , s18].

ABŞ (Las Veqas, Çikaqo) ənənəvi olaraq əyləncə və biznes tədbirlərinin əsas mərkəzlərindəndir; sərgi-turizm infrastrukturuna yatırım sayəsində hər il çoxsaylı qlobal tədbirlərə ev sahibliyi edir [5, s30].

Sərgi turizmi ölkə iqtisadiyyatına turizm gəlirləri, iş yerlərinin artması, şəhər infrastrukturunun inkişafı, mehmanxana və xidmət sektorlarının canlanması kimi mühüm töhfələr verir . Rəqəmlər göstərir ki, sərgilər təşkil olunduğu şəhərə təkcə sərgi iştirakçıları və ziyarətçiləri ilə deyil, həm də investorlar və potensional biznes tərəfdaşları ilə axın yaradır, bu da çoxşaxəli iqtisadi effektə səbəb olur.

Beynəlxalq Konqres və Konfranslar Assosiasiyası (ICCA) hər il sərgi və konfrans sənayesinin trendlərinə dair hesabatlar açıqlayır, ölkələrə və şəhərlərə qiymətləndirmə reytinqləri təqdim edir. Dünya Turizm Təşkilatı (UNWTO) isə ümumi turizm statistikası çərçivəsində sərgi turizmi ilə bağlı tövsiyələr, analitik hesabatlar hazırlayır . Bu qurumların

metodologiyaları sərgi turizminin daha elmi əsaslarla öyrənilməsinə və dövlət proqramlarına inteqrasiya edilməsinə imkan yaradır.

Sərgi turizmi, bir sıra sahələr üçün dayanıqlı iqtisadi gəlir mənbəyidir. Aparılan araşdırmalar göstərir ki, iri sərgilər təkcə qısa müddətli (sərgi müddətində) turizm xərclərini artırmır, eyni zamanda orta və uzun müddətli yeni investisiyalara, işgüzar partnyorluqlara yol açır. Hər bir beynəlxalq səviyyəli sərgi müddətində otellərin doluluq faizi yüksəlir, restoranların və ticarət mərkəzlərinin gəlirləri artır. Bundan əlavə, uğurlu sərgilər nəticəsində əldə olunan imic, ölkəni və ya şəhəri daha çox biznes tədbirinə ev sahibliyi etməyə "yararlı" məkan kimi tanıdır.

Bundan başqa, yeni infrastrukturların qurulması (məsələn, konfrans mərkəzlərinin, sərgi salonlarının inşası, nəqliyyat şəbəkəsinin təkmilləşdirilməsi) həm sərgi turizminə, həm də ümumilikdə şəhər sakinlərinə xidmət edir. Bu səbəbdən, sərgi turizmi yerli iş yerlərinin yaradılmasına və iqtisadiyyatın şaxələnməsinə mühüm töhfə verməklə yanaşı, regionun yaşam keyfiyyətinə də müsbət təsir edir [6, s43].

Konqres turizmi, müasir turizmin ən mühüm və perspektivli istiqamətlərindən biridir. Bu sahə, əsasən, elmi, iqtisadi, tibbi, texnoloji və digər sahələrdə keçirilən beynəlxalq konqreslər, simpoziumlar, seminarlar və forumları əhatə edir. Konqres turizminin əsas məqsədi müəyyən bir sahədə fəaliyyət göstərən mütəxəssisləri, alimləri və qərarverici şəxsləri bir araya gətirərək onların təcrübə, bilik və ideya mübadiləsini təmin etməkdir. Bu cür tədbirlər yalnız peşəkar əlaqələrin möhkəmlənməsinə deyil, həm də yeni layihələrin və innovativ təşəbbüslərin formalaşmasına şərait yaradır.

İqtisadi baxımdan konqres turizmi yüksək gəlir gətirən sahə kimi fərqlənir. Belə tədbirlərin təşkili və keçirilməsi zamanı mehmanxana, restoran, nəqliyyat, xidmət və texniki təminat sektorları aktiv şəkildə fəaliyyət göstərir. Bu da yerli sahibkarlığın inkişafına, məşğulluğun artmasına və ölkənin beynəlxalq iqtisadi imicinin möhkəmlənməsinə səbəb olur. Konqreslər adətən iri şəhərlərdə, müasir konqres mərkəzlərində və infrastruktur baxımından inkişaf etmiş regionlarda keçirilir ki, bu da həmin ərazilərin sosial-iqtisadi inkişafına əlavə təkan verir.

Sosial və mədəni aspektlər baxımından konqres turizmi beynəlxalq dialoqun genişlənməsinə, elmi və mədəni inteqrasiyanın güclənməsinə xidmət edir. Müxtəlif ölkələrdən gələn iştirakçılar arasında fikir mübadiləsi, qarşılıqlı anlaşma və əməkdaşlıq münasibətlərinin qurulması qlobal mədəni əlaqələrin möhkəmlənməsinə səbəb olur.

Rəqəmsallaşmanın inkişafı ilə konqres turizmi yeni mərhələyə qədəm qoymuşdur. Onlayn və hibrid formatlı tədbirlər daha geniş auditoriyaya çıxış imkanı yaradır, xərcləri azaldır və ekoloji baxımdan dayanıqlılığı təmin edir. Süni intellekt, virtual reallıq və interaktiv texnologiyaların tətbiqi isə konqreslərin keyfiyyətini artıraraq iştirakçılar üçün daha effektiv və cəlbedici mühit yaradır.

Konqres turizmi bu gün qlobal turizm sənayesinin ən strateji və gəlirli istiqamətlərindən biri kimi qəbul edilir. Bu sahə müxtəlif ölkələrdə keçirilən beynəlxalq konfranslar, elmi simpoziumlar, biznes forumları və digər professional tədbirlər vasitəsilə həm iqtisadi, həm də sosial inkişafı təşviq edir[3, s23].

Dünyada konqres turizminin əsas mərkəzləri sırasında Paris, Brüssel, Barselona və Berlin xüsusi yer tutur. Paris uzun illərdir beynəlxalq konqres və sərgilərin keçirildiyi aparıcı şəhər kimi tanınır. Müasir konqres mərkəzləri, geniş otel şəbəkəsi və inkişaf etmiş nəqliyyat infrastrukturu bu şəhəri qlobal tədbirlər üçün ideal məkana çevirir.

Brüssel Avropanın siyasi və iqtisadi mərkəzlərindən biri olaraq konqres turizminin inkişafında mühüm rol oynayır. Burada Avropa İttifaqı və NATO kimi beynəlxalq təşkilatların yerləşməsi şəhəri beynəlxalq toplantılar üçün əlverişli məkana çevirir[2 s18].

Barselona isə həm iqlimi, həm də müasir infrastrukturu ilə konqres turizminin

Avropadakı əsas istiqamətlərindən biridir. Şəhərdə keçirilən çoxsaylı beynəlxalq tədbirlər İspaniyanın iqtisadiyyatına əhəmiyyətli dərəcədə töhfə verir və onu Avropanın aparıcı konqres şəhərlərindən birinə çevirir.

Berlin də son illərdə konqres və sərgi turizmi baxımından yüksəlişdə olan şəhərlərdən biridir. Şəhər yüksək səviyyəli konqres mərkəzləri, texnoloji yeniliklər və mədəni müxtəlifliklə seçilir[6, s43].

Bundan əlavə, Vyana, Amsterdam, Madrid, Londra, Singapur və Dubai kimi şəhərlər də beynəlxalq konqres turizmi xəritəsində mühüm yer tutur. Bu şəhərlər müasir texnologiyalarla təchiz olunmuş konqres mərkəzləri, yüksək səviyyəli xidmət infrastrukturu və əlverişli coğrafi mövqeləri ilə seçilirlər.

NƏTİCƏ

Aparılan tədqiqatlar göstərir ki, sərgi turizmi qlobal turizm sənayesinin prioritet istiqamətlərindən biri olaraq ölkələrin iqtisadi, təşkilati və infrastruktur potensialını artırmağa mühüm töhfə verir. Qlobal iqtisadi əlaqələrin genişlənməsi, eləcə də innovasiya və rəqəmsallaşma çağırışları sərgi turizminin perspektivlərini daha da əlverişli edir. Gələcəkdə, beynəlxalq qurumların (ICCA, UNWTO) tövsiyələrini və hesabatlarını nəzərə almaqla, sərgi turizminin vahid standartlar, "yaşıl" texnologiyalar və çevik təşkilati modellər əsasında inkişafının sürətlənəcəyi gözlənilir .

Sərgi turizmi, qlobal turizm sənayesinin strateji əhəmiyyətli seqmenti kimi ölkələrin iqtisadi, sosial və ekoloji prioritetlərini inteqrasiya edən çoxşaxəli platforma funksiyası daşıyır . Aparılan akademik tədqiqatlar (Davison & Rogers, 2020; Getz, 2018; Mair & Jago, 2010) təsdiq edir ki, bu sahənin potensialından səmərəli istifadə dövlət-özəl əməkdaşlığı, rəqəmsallaşma texnologiyalarının tətbiqi və ekoloji dayanıqlılığın təmin edilməsindən asılıdır. Gələcəkdə sərgi turizminin daha da inkişafı üçün ixtisaslaşmış tədbirlərin keçirilməsi, infrastruktura yatırımın gücləndirilməsi, beynəlxalq qurumların metodologiyalarından yararlanaraq sənayenin vahid standartlarla tənzimlənməsi vacibdir. Bu, həm dünya turizm bazarında yüksək rəqabət qabiliyyəti yaratmağa, həm də ölkələrin innovasiya və investisiya mühitini yaxşılaşdırmağa mühüm töhfə verəcəkdir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Davidson, R. & Rogers, T. (2020). Marketing Destinations and Venues for Conferences, Conventions and Business Events (2nd ed.). Routledge.
2. UNWTO International Tourism Highlights 2020 Edition
3. Getz, D. (2018). Event Tourism: Concepts, International Case Studies, and Research. Cognizant Communication Corporation.
4. ICCA (2021). Kongres və Konfrans Sektoruna dair İllik Araşdırma. Amsterdam: ICCA Nəşriyyatı.
5. Mair, J. & Jago, L. (2010). The development of a conceptual model of greening in the business events tourism sector. Journal of Sustainable Tourism, 18(1),.
6. Messe Berlin (2022). Rəsmi Sərgi Kataloqları və Statistiki Göstəricilər. Berlin: Messe Berlin Nəşriyyatı.

Nurlan İSAYEV
Azərbaycan Turizm və Memecment Universiteti,
magistrant
ichbinnurlann@gmail.com

BEYNƏLXALQ ƏLAQƏLƏRİN TURİZMİN İNKİŞAFINA MƏNFİ TƏSİRLƏRİ

Xülasə: *Beynəlxalq əlaqələr dövlətlər, təşkilatlar arasında qarşılıqlı münasibətləri əhatə edən mürəkkəb və çoxşaxəli tədqiqat sahəsidir. Diplomatiya, əməkdaşlıq, ticarət və siyasi güc dinamikası üzərində qurulan bu əlaqələr turizm də daxil olmaqla, çox saylı sektorlara dərindən təsir göstərir. Beynəlxalq əlaqələr əməkdaşlığın artırılması, səyahətlərin asanlığı və qarşılıqlı mədəni mübadilə yolu ilə turizmin inkişafına təkan versə də, turizmin inkişafına mane olan bir sıra mənfi nəticələrə malikdir. Bu tədqiqat işi siyasi gərginliklər, səyahət məhdudiyyətləri, mədəni anlaşılmazlıqlar, təhlükəsizlik problemləri və iqtisadi sanksiyalar üzərində dayanaraq beynəlxalq əlaqələrin turizm sənayesinə mənfi təsirlərini araşdırır. Tədqiqatda həmçinin bu amillərin turizmin inkişafına uzunmüddətli nəticələri araşdırılır və bu mənfi təsirlərin azaldılması üçün təkliflər verilir.*

Açar sözlər: *turizm, pandemiya, siyasi gərginlik, iqtisadi sanksiyalar, hökümət siyasəti*

NEGATIVE IMPACTS OF INTERNATIONAL RELATIONS ON TOURISM DEVELOPMENT

Abstract: *International relations constitute a complex and multifaceted field of study encompassing interactions between states and international organizations. These relations—built upon diplomacy, cooperation, trade, and the dynamics of political power—profoundly impact many sectors, including tourism. While enhanced international cooperation, ease of travel, and mutual cultural exchange contribute to the growth of tourism, international relations can also negatively affect the industry. This research examines the adverse effects of international relations on the tourism sector, focusing on political tensions, travel restrictions, cultural misunderstandings, security issues, and economic sanctions. Furthermore, the study explores the long-term implications of these factors on tourism development and proposes strategies to mitigate their negative consequences.*

Keywords: *tourism, pandemic, political tension, economic sanctions, government policy*

НЕГАТИВНОЕ ВЛИЯНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

Резюме: *Международные отношения представляют собой сложную и многогранную область исследований, охватывающую взаимодействие между государствами и международными организациями. Эти отношения, основанные на дипломатии, сотрудничестве, торговле и политической силе, оказывают значительное влияние на множество секторов, включая туризм. Несмотря на то, что международное сотрудничество, упрощение путешествий и культурный обмен способствуют развитию туризма, международные отношения могут оказывать и негативное воздействие на данную отрасль. В настоящем исследовании рассматриваются негативные последствия международных отношений для туристической индустрии — в частности, политическая напряженность, ограничения на поездки, культурные недопонимания, проблемы безопасности и экономические санкции. Также анализируются долгосрочные последствия этих факторов для развития туризма и предлагаются меры по снижению их отрицательного воздействия.*

Ключевые слова: *туризм, пандемия, политическая напряженность, экономические санкции, государственная политика*

GİRİŞ

Müasir dünyada beynəlxalq əlaqələr dövlətlərin iqtisadi, siyasi, mədəni və sosial inkişafında mühüm rol oynayır. Bu əlaqələr diplomatik münasibətlər, beynəlxalq təşkilatlarla əməkdaşlıq, ticarət və investisiyalar vasitəsilə formalaşaraq bir çox sahələrə, o cümlədən turizm sənayesinə təsir göstərir. Turizm isə qlobal miqyasda xalqlar arasında qarşılıqlı münasibətlərin möhkəmlənməsinə, mədəniyyətlərin inteqrasiyasına və iqtisadi gəlirlərin artmasına xidmət edən ən dinamik sahələrdən biridir.

Lakin beynəlxalq münasibətlər hər zaman turizmin inkişafına müsbət təsir göstərmir. Bəzi hallarda siyasi gərginliklər, münaqişələr, iqtisadi sanksiyalar, təhlükəsizlik problemləri və pandemiya kimi qlobal böhranlar beynəlxalq turizmə ciddi zərbələr vurur. Belə vəziyyətlər turistlərin hərəkətliliyini məhdudlaşdırır, turizm axınlarını azaldır və ölkələrin imicinə mənfi təsir edir.

Mövzunun aktuallığı ondan ibarətdir ki, qloballaşan dünyada turizm yalnız iqtisadi gəlir mənbəyi deyil, həm də beynəlxalq əməkdaşlığın və qarşılıqlı anlaşmanın mühüm alətidir. Buna görə də beynəlxalq münasibətlərdə baş verən hər bir dəyişiklik turizmin gələcək inkişafına bilavasitə təsir göstərir. Bu məqalədə beynəlxalq əlaqələrin turizmə mənfi təsirləri müxtəlif aspektlərdən araşdırılır, statistik göstəricilər əsasında təhlil edilir və yaranan problemlərin azaldılması üçün təkliflər irəli sürülür.

Turizm: Beynəlxalq turizm

Müasir dövrdə beynəlxalq turizm ölkələr arasındakı əlaqələrin formalaşmasında və inkişafında xüsusi rol oynayır. Eyni zamanda beynəlxalq turizmin inkişafında da beynəlxalq əlaqələr rol oynayır. Bir sözlə, beynəlxalq turizm və ölkələrarası əlaqələr bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqə şəraitində inkişaf edir. Elə buna görədir ki, ölkələr arasındakı əlaqələrdə yaranan problemlər birbaşa beynəlxalq turizmin inkişafına mənfi təsir göstərir.

Siyasi qeyri-sabitlik beynəlxalq turizmin inkişafına təsir göstərən əsas problemlərdən biridir. Siyasi gərginlik müxtəlif səbəblərdən yarana bilər ki, bunlara ərazi mübahisələri, diplomatik münaqişələr və təcavüzkar xarici siyasəti və s. aid edə bilərik. Son illərdə Suriya və Əfqanıstanda baş verən siyasi hadisələrin turizmə və turistlərin sayına olan təsirini nəzərdən keçirəndə bunu daha aydın şəkildə görmək olar. Əfqanıstanda Taliban rejimi hakimiyyətə gəldikdən sonra, əhalinin hərəkətinə maneə yaradacaq qərarlar qəbul edilmişdir. Əfqanıstandan Azərbaycana gələn turistlərin sayı 2022-ci ildə 328 nəfər, 2023-cü ildə 349 nəfər, 2024-cü ildə isə 120 nəfər olmuşdur. Bu da onu göstərir ki, Taliban rejiminin ölkədəki hakimiyyəti gücləndikcə, əhalinin ölkədən kənara çıxması da çətinləşir. [2, s.23]

Suriyadan Azərbaycana gələn turistlərin sayındakı təsirinə də baxa bilərik: 2022-ci ildə ölkəyə 3702 nəfər, 2023-cü ildə 481 nəfər, 2024-cü ildə isə 402 nəfər səyahət etmişdir. Turistlərin sayının 1 il ərzində bu qədər çox azalması siyasi-qeyri sabitliyin bariz nümunəsidir. [2, s.24]

Təhlükəsizliklə bağlı narahatlıqlar beynəlxalq münasibətlərin turizm sahəsinə olan mənfi təsirlərindən biridir. Diplomatik münaqişələr və hərbi müdaxilələr, potensial turistlər üçün qorxu mühiti yaradan terrorizm, etirazlar və müharibə kimi təhlükəsizlik problemlərinə səbəb ola bilər.

Çox vaxt siyasi motivli terror hücumları təkcə can və mal itkisi baxımından dağıdıcı deyil, həm də dərin iqtisadi təsir göstərir. Bu cür hücumların nəticələrinə ölkəyə gələn turistlərin sayındakı azalmaları aid etmək olar, çünki bu, insanlarda qorxu yaradır. Terror fəaliyyətləri səbəbindən təhlükəli hesab edilən şəhərlər və bölgələr turizm sənayesinə uzunmüddətli ziyan vurur, çünki bərpa illər ala bilər. Əslində, bunu da qeyd etmək lazımdır ki, bəzən elə beynəlxalq

münasibətlərdə yaranan gərginliklər də terrorizmə zərurət yaradır.

Son illərdə İsraildə baş verən siyasi qeyri-sabitlik və terror hadisələrinin də turizmə mənfi təsiri böyükdür. Turagent və turoperatorlar vasitəsilə turizm zərfi alıb Azərbaycana gələn turistlərin sayı 2022-ci ildə 2879 nəfər, 2023-cü ildə 1535 nəfər, 2024-cü ildə isə 39 nəfər olmuşdur. [2, s.19] Turagent və turoperatorlar vasitəsilə Azərbaycandan İsrailə gedən vətəndaşların sayı isə 2022-ci ildə 25 nəfər, 2023-cü ildə 103 nəfər, 2024-cü ildə isə 14 nəfər olmuşdur. [2, s.20] Bu da onu göstərir ki, İran, Livan Hizbullahı və Suriya ilə baş verən münaqişələr turistlərin hərəkətinə kəskin şəkildə təsir göstərir.

2022-ci ildən etibarən Ukrayna ilə Rusiya arasında hərbi münqaişələr davam edir. Bu da istər ölkəyə gələn, istərsə də Ukraynaya gedən turistlərin sayına mənfi təsir göstərir. Belə ki, turagent və turoperatorlar vasitəsilə Azərbaycandan Ukraynaya gedən vətəndaşların sayı 2022-ci ildə 627 nəfər, 2023-cü ildə 6 nəfər, 2024-cü ildə isə 45 nəfər olmuşdur. [2, s.20]

Səyahət məhdudiyyətləri gərgin beynəlxalq münasibətlərin digər birbaşa nəticəsidir. Mövcud olan təhlükəsizlik problemləri, siyasi fikir ayrılıqları və sağlamlıqla bağlı narahatlıqlara görə ölkələr müəyyən səyahət qadağaları qoya bilər. Məsələn, viza məhdudiyyətləri, sanksiyalar və səyahət qadağaları dövlətlərin digər ölkələrə siyasi təzyiq göstərmək üçün istifadə etdiyi ümumi alətlərdir. [1, s.163] Bu məhdudiyyətlər turizmə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərə bilər, çünki onlar konkret ölkələrə beynəlxalq ziyarətçi axınını məhdudlaşdırır.

Siyasi münaqişələr təhlükəsizlik problemləri yaratdığı üçün hökümətlər ölkə vətəndaşlarına həmin bölgələrə səyahətlə bağlı xəbərdarlıqlar və qadağalar qoya bilər. ABŞ kimi böyük bir dövlətin xəbərdarlığı bir ölkəyə və ya bölgəyə gələn turistlərin sayının sürətlə azalmasına səbəb ola bilər.

Çox vaxt beynəlxalq diplomatiyanın aləti olan iqtisadi sanksiyalar da turizmə birbaşa mənfi təsir göstərə bilər. Sanksiyalarla üzləşən ölkələr beynəlxalq kapital, investisiya və texnologiyaya çıxışın məhdudlaşdırılması səbəbindən turizm infrastrukturunu inkişaf etdirməkdə çətinlik çəkə bilər. Kifayət qədər sərmayə olmasa, otellər, hava limanları və nəqliyyat şəbəkələri kimi turizm obyektləri zərər çəkə bilər və bu, turizmin inkişafına daha da mane ola bilər.

Sanksiyalar həmçinin yerli əhalinin alıcılıq qabiliyyətini azalda, onların turizm fəaliyyətlərində iştirak və ya beynəlxalq turistləri cəlb etmək imkanlarını məhdudlaşdıra bilər. [3, s.27] Məsələn, Rusiyanın Kommersant qəzetinin verdiyi məlumata görə, 2021-ci ildə Rusiyaya gələn turistlərin sayı 290 min nəfər, 2022-ci ildə isə 190 min nəfər olmuşdur. 2019-cu ildə isə ölkəyə gələn turistlərin sayı 5,1 milyon nəfər idi. Buna səbəb olaraq isə Visa və Mastercard-dan istifadə qadağaları və məhdudlaşdırıcı viza rejimi göstərilir. [10]

Həmçinin, bu sanksiyalar Rusiyadan digər ölkələrə gedən turistlərin sayına da mənfi təsir göstərib. Rusiyalıların Türkiyəyə turist axını 2024-2025-ci illərin qış aylarında 2023-2024-cü illərin eyni dövrü ilə müqayisədə 13% azalıb. Ən böyük azalma isə fevral ayında 17,5% olmuşdur. [8]

İsrailin Fələstin və digər qonşu ölkələrlə münasibətlərinə görə də İsrailə ABŞ, Türkiyə, Niderland və digər Avropa ölkələri sanksiyalar və qadağalar tətbiq edib. Bunun nəticəsində 2023-ci ilin yanvar ayında turist sayı 257 400 nəfər olmuş, 2024-cü ilin yanvarında isə 58 000 nəfər olmuşdur. Bu da təxminən 80%-lik azalma deməkdir. [5]. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, 2025-ci ildə Trump ABŞ-da hakimiyyətə gəldikdən sonra İsrailə qoyulan sanksiyaları ləğv edib. [7]

Həmçinin son aylarda qonşu ölkələrdə baş verən silahlı münaqişələrin də Azərbaycanın turizminə mənfi təsirləri vardır. Məsələn, İranla İsrail arasında münaqişənin başlanmasından sonra İran da daxil olmaqla bir sıra qonşu ölkələrdə hava yollarının bağlanması Azərbaycana olan uçuşları çox çətinləşdirmişdir. Əgər uçuşların hərəkətinə baxsaq görərik ki, bu müddət

ərzində Azərbaycan Qərblə Şərq arasında dəhliz, keçid rolunu oynayırdı. [11]

COVID-19 pandemiyası zamanı bir çox ölkə beynəlxalq sağlamlıq siyasətlərinin böyük təsiri altında səyahət qadağaları və məhdudiyyətlər tətbiq etdi. Bu tədbirlərə beynəlxalq turizmin kəskin azalmasına səbəb olan karantin tələbləri, uçuşların dayandırılması və sərhədlərin bağlanması daxildir. Pandemiyanın özü sağlamlıq böhranı olsa da, böhranın həlli ilə bağlı olaraq görülən tədbirlər beynəlxalq turizm sahəsində azalmalara səbəb oldu.

Biz əgər dünyanın bir sıra ölkələrindən Azərbaycana gələn turistlərin sayındakı kəskin azalmalara baxsaq, bunu aydın görə bilərik. 2019-cu ildə Azərbaycana ən çox Rusiya Federasiyasından 932 984 nəfər gəlmiş, 2020 və 2021-ci illərdə isə bu rəqəm müvafiq olaraq 225 201 nəfər və 258 315 nəfər olmuşdur. 2024-cü ildə isə artıq 730 971 nəfər olaraq pandemiyadan əvvəlki səviyyəsinə çatmaq üzrədir. Gürcüstan isə Azərbaycana gələn turistlərin sayına 2019-cu ildə 2-ci yerdə olmuşdur. 2019-cu ildə 725 465 nəfər, 2020-ci ildə 184 228 nəfər, 2021-ci ildə isə 62 666 nəfər olmuşdur. ABŞ-dan gələn turistlərin sayı isə 2019-cu ildə 18 787 nəfər, 2020-ci ildə 2 604 nəfər olmuşdur. Avropa ölkələrinə baxsaq, məsələn Almaniyadan 2019-cu ildə 20 509 nəfər, 2020-ci ildə 3 531 nəfər turist gəlmişdir. 2024-cü ildə isə gələn alman turistlərin sayı isə 21 731 nəfərlə pandemiyadan öncəki səviyyəsini tam bərpa etdiyi görünür. [2, s.23-24]

Bu statistik göstəricilərə əsasən deyə bilərik ki, pandemiyanın ilk 1-2 ili ərzində turistlərin sayında kəskin azalmalar olsa da, sonrakı illərdə bərpa prosesi başlamış və hazırda bir çox ölkədən gələn turistlərin sayı öz əvvəlki səviyyəsini ya tam bərpa etmiş, ya da bərpa etmək üzrədir.

Beynəlxalq əlaqələrin ekoloji-sosial sahələrə təsirinə baxsaq, bəzi hallarda beynəlxalq münasibətlər ətraf mühitin pisləşməsinə və etirazlara səbəb ola bilər ki, bu da turizmə mənfi təsir göstərir. Ətraf mühitin mühafizəsi və ya resursların istismarı ilə bağlı diplomatik qərarlar turizm istiqamətlərinə birbaşa təsir edə bilər. Məsələn, su və ya neft kimi təbii ehtiyatlarla bağlı mübahisələr turistləri çəkindirən ekoloji ziyana səbəb ola bilər. Bundan əlavə, bir bölgənin ekoloji əhəmiyyətini nəzərə almayan beynəlxalq əlaqələr turistləri cəlb edən təbii landşaftlara zərər verə bilər.

Ölkələrarası əlaqələrin və beyəlxalq turizmin inkişafının daxili turizmə də faydası çox böyükdür. Beynəlxalq əlaqələrin inkişafı ölkənin müxtəlif regionlara xarici investisiyaların qoyulmasına şərait yarada bilər. Bu da həmin regionların turizminin sürətli inkişafına, yerli əhalinin rifahının yüksəlməsinə, yeni iş yerlərinin çoxalmasına səbəb olar. Regionların inkişafı da öz növbəsində yerli əhalinin digər regionlara turist kimi səfər etmələrini stimullaşdıra, bu da daxili turizmin inkişafına şərait yarada bilər.

NƏTİCƏ

Beynəlxalq əlaqələr turizmin inkişafında və davamlılığında həlledici rol oynayır. Beynəlxalq münasibətlərdəki gərginliklər turizmin inkişafına mənfi təsir göstərir. Hökümətlər, beynəlxalq təşkilatlar və s. beynəlxalq əlaqələrin turizm sahəsinə olan mənfi təsirlərini azaltmaq, dünya turizm bazarının uzunmüddətli davamlılığını təmin etmək üçün birgə işləməlidirlər. Ölkələrarası münasibətlər ölkə regionlarının və daxili turizmin inkişafına zəmin yaradır.

Beynəlxalq münasibətlərin turizmə mənfi təsirlərini azaltmaq üçün bir sıra addımlar atılmalıdır. Azərbaycanın beynəlxalq və turizm təşkilatları ilə əməkdaşlığı gücləndirilməlidir. Ölkə turizminin inkişafı üçün regionlara xarici investisiyaların qoyulması lazımdır. Mədəni münasibətlər və tolerant sahələrdə təbliğatın aparılmasını həyata keçirmək lazımdır. Qonşu ölkələrlə münasibətlərin düzəldilməsi istiqamətində addımlar atılmalıdır. Diplomatik əlaqələr zamanı ətraf mühitin mühafizəsi və davamlı turizmin inkişafına üstünlük verməlidir.

ƏDƏBİYYATLARIN SİYAHISI

1. Abadov M. K., Azərbaycan turizmi və onun inkişaf problemləri. Bakı: 2014, 248 s.
2. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statisika Komitəsi, Azərbaycanda turizm, 2025
3. Cabbarov Ə., Turizmin iqtisadi əsasları. Bakı: 2015, 158 s.
4. Mustafayev E., Kərimov E., Azərbaycan mədəni irs və mədəni turizm: resurslar, məhsullar, təcrübələr. Bakı: 2022
5. JewishInsider: https://jewishinsider.com/2024/02/israel-tourism-united-airlines-flights-war-haim-katz/#:~:text=Four%20months%20later%2C%20while%20Israel's,of%20services%20by%20international%20airlines
6. Our World in Data: https://ourworldindata.org/tourism
7. Politico: https://www.politico.com/news/2025/01/24/treasury-terminates-sanctions-israeli-settlers-00200479
8. Russian News Agency: https://tass.com/economy/1932957
9. Statista: https://www.statista.com/
10. The Moscow Times: https://www.themoscowtimes.com/2022/12/27/organized-tourism-to-russia-drops-by-90-in-2022-kommersant-a79807
11. Yeni Sabah: https://yenisabah.az/qeyri-sabit-hava-seraiti-ile-bagli-yeni-aciqlama

Nigar RÜSTƏMZADƏ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
rustemzade.nigar.2401@atmu.edu.az

BEYNƏLXALQ TƏDBİRLƏRİN TƏŞKİLİNDƏ MİLLİ DƏYƏRLƏRİN QORUNMASI VƏ HOTEL SEKTORUNDA ƏKS OLUNMASI

Xülasə: *İnkişaf edən qloballaşma və turizm sənayesində rəqabət, ölkələr üçün öz milli dəyərlərini beynəlxalq aləmdə tanıtmaq və qorumaq zərurətini artırır. Xüsusilə, beynəlxalq tədbirlərin (konfranslar, idman yarışları, mədəni festivallar və s.) təşkilində ev sahibi ölkə üçün milli mədəniyyətini və mənəvi dəyərlərini nümayiş etdirmək unikal fürsət yaranır. 2015-ci ildə Bakıda keçirilən I Avropa Oyunlarının açılış mərasimi 500 milyondan çox tamaşaçı tərəfindən izlənilmiş və Avropa ilə Azərbaycan arasında mədəni bağlantı qurmağa xidmət etmişdir. Mərasim universal bir hekayəni müasir və yaradıcı yanaşma ilə Azərbaycan elementləri vasitəsilə təqdim etmişdir. Bu kimi tədbirlər sayəsində ev sahibi ölkə dünya miqyasında özünü tanıtmaqla yanaşı, qloballaşmanın təsiri altında itə biləcək milli dəyərləri yenidən ön plana çıxarmaq imkanı qazanır.*

Turizm mütəxəssisləri yaxşı bilirlər ki, müasir səyahətçilər getdikləri ölkənin ruhunu və mədəniyyətini hiss etmək istəyirlər. 2023-cü ildə Booking.com-un apardığı bir tədqiqatda respondentlərin 75%-i səyahətdə olduqları yerin yerli mədəniyyətini əks etdirən orijinal təcrübələr axtardıqlarını bildirib. Bu statistika göstərir ki, həm beynəlxalq tədbirlərin iştirakçıları, həm də turistlər üçün səyahətin dəyəri təkcə görüləcək yerlər deyil, həm də yaşanacaq mədəni təcrübələrdir. Bu baxımdan, beynəlxalq tədbirlər zamanı milli dəyərlərin qorunması və təqdim olunması, eləcə də ölkəyə gələn qonaqların qaldığı otel sektorunda bu dəyərlərin əks etdirilməsi son dərəcə vacibdir.

Açar sözlər: *Milli dəyərlər, Beynəlxalq tədbirlər, Turizm və mədəniyyət, Hotel sektoru, Qloballaşma və mədəni identiklik*

PRESERVATION OF NATIONAL VALUES IN THE ORGANIZATION OF INTERNATIONAL EVENTS AND THEIR REFLECTION IN THE HOTEL SECTOR

Abstract: *The growing globalization and competition in the tourism industry increase the need for countries to promote and preserve their national values on the international stage. In particular, the organization of international events (conferences, sports competitions, cultural festivals, etc.) provides host countries with a unique opportunity to showcase their national culture and spiritual values. For example, the opening ceremony of the First European Games held in Baku in 2015 was watched by more than 500 million viewers and served to build a cultural bridge between Europe and Azerbaijan. The ceremony presented a universal story through a modern and creative approach, using Azerbaijani cultural elements. Through such events, the host country not only gains international recognition but also has the opportunity to bring its national values — which may fade under globalization — back into focus.*

Tourism professionals are well aware that modern travelers seek to experience the soul and culture of the places they visit. According to a 2023 Booking.com study, 75% of respondents stated that they look for authentic experiences reflecting local culture during their trips. This statistic shows that for both international event participants and tourists, the value of travel lies not only in the sights to see but also in the cultural experiences to live. In this regard, preserving and presenting national values during international events, as well as reflecting these values in the hotel sector that hosts foreign guests, is of utmost importance.

Keywords*: National values, International events, Tourism and culture, Hotel sector, Globalization and cultural identity*

СОХРАНЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ И ИХ ОТРАЖЕНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ СЕКТОРЕ

Резюме: *Развивающаяся глобализация и растущая конкуренция в туристической индустрии усиливают необходимость для стран продвигать и сохранять свои национальные ценности на международной арене. Особенно организация международных мероприятий (конференций, спортивных соревнований, культурных фестивалей и т. д.) предоставляет стране-хозяину уникальную возможность продемонстрировать свою национальную культуру и духовные ценности. Так, церемонию открытия I Европейских игр, прошедших в Баку в 2015 году, посмотрело более 500 миллионов зрителей, и она стала мостом культурной связи между Европой и Азербайджаном. Церемония представила универсальную историю через современный и креативный подход, используя элементы азербайджанской культуры. Благодаря таким мероприятиям страна не только получает признание на мировом уровне, но и имеет возможность вернуть в центр внимания национальные ценности, которые могут быть утрачены под влиянием глобализации.*

Туристические специалисты хорошо знают, что современные путешественники стремятся почувствовать дух и культуру посещаемой страны. Согласно исследованию Booking.com, проведённому в 2023 году, 75% респондентов заявили, что во время поездок ищут подлинные впечатления, отражающие местную культуру. Эта статистика показывает, что для участников международных мероприятий и туристов ценность путешествия заключается не только в достопримечательностях, но и в культурных переживаниях. В этом контексте сохранение и представление национальных ценностей во время международных мероприятий, а также их отражение в гостиничном секторе,

где останавливаются гости страны, имеет важнейшее значение.

***Ключевые слова**: национальные ценности, международные мероприятия, туризм и культура, гостиничный сектор, глобализация и культурная идентичность*

GİRİŞ

Beynəlxalq Tədbirlərdə Milli Dəyərlərin Əhəmiyyəti

Beynəlxalq miqyaslı tədbirlərin (məsələn, Olimpiya Oyunları, dünya çempionatları, "Expo" sərgiləri, musiqi festivalları) keçirilməsi ev sahibi ölkəyə ikiqat məsuliyyət yükləyir. Bir tərəfdən, tədbirin uğurlu lojistik təşkilatı təmin olunmalı, digər tərəfdən isə ölkənin tarixi, mədəniyyəti və milli kimliyi ən yaxşı şəkildə təqdim edilməlidir. Açılış və bağlanış mərasimləri, mədəni proqramlar, şəhər infrastrukturunun bəzədilməsi kimi məqamlar milli dəyərlərin nümayişi üçün əvəzsiz platformadır [2]. 2008 Pekin Olimpiya Oyunlarının açılış mərasimi təxminən 1,5 milyard tamaşaçı auditoriyasına çatmışdı və möhtəşəm şouda Çin sivilizasiyasının minillik irsi incəsənət dili ilə bütün dünyaya təqdim olundu. Bu cür mötəbər tədbirlər göstərir ki, milli dəyərlər beynəlxalq arenada təqdim edildikdə milyonlarla insanın diqqətini cəlb edə və ölkənin müsbət imicini formalaşdıra bilir.

Milli dəyərlərin beynəlxalq tədbirlər vasitəsilə təbliği ölkəyə bir neçə mühüm fayda gətirir:

1. *Mədəni Diplomatiya:* Tədbirə qatılan minlərlə iştirakçı və milyardlarla tamaşaçı ev sahibi ölkənin musiqisi, rəqsi, ədəbiyyatı, incəsənəti ilə tanış olur. Bu, rəsmi diplomatik kanallarla müqayisədə daha təsirli "yumşaq güc" effekti yaradır [1].

2. *Turizm Cəlbediciliyi:* Tədbirdə gördükləri mədəni zənginliklər turistlərdə həmin ölkəyə səyahət etmək marağı oyadır. Məsələn, Azərbaycan 2012-ci ildə "Eurovision" müsabiqəsinə, 2015-də Avropa Oyunlarına, 2016-cı ildən etibarən Formula-1 Qran-prisinə ev sahibliyi etməklə milyonlarla qonağı cəlb etmiş və nəticədə yüksək keyfiyyətli otel yerləşmələrinə tələbat artmışdır. Yəni, mədəniyyətini uğurla göstərən ölkə sonrakı illərdə turizm axını şəklində bunun bəhrəsini görür.

3. *Milli İdentikliyin Möhkəmləndirilməsi:* Belə tədbirlər təkcə xarici auditoriya üçün deyil, həm də ölkə vətəndaşları üçün önəmlidir. Milli dəyərlərin beynəlxalq səhnədə alqışlanması cəmiyyətdə qürur hissi yaradır, gənc nəsildə öz mədəniyyətinə maraq artırır. Nümunə üçün yenidən Bakı 2015 Avropa Oyunlarına nəzər salaq [5]. Açılış mərasimində milli musiqi (məsələn, tar və kamança sədaları), muğam ifası, xalçaçılıq sənəti kimi Azərbaycanın qeyri-maddi mədəni irs nümunələri müasir şou elementləri ilə birləşdirildi. Bu harmoniya beynəlxalq izləyicilərə zəngin mədəni irsimizi çatdırdı. İOK prezidenti Tomas Bax həmin mərasimi "həqiqətən möhtəşəm, tarix, simvolizm və mədəniyyətlə dolu" adlandırdı. Göründüyü kimi, uğurlu təqdimat milli dəyərləri qlobal miqyasda müsbət brendə çevirə bilir.

Milli Dəyərlərin Qorunması: Çağırışlar və Fürsətlər

Beynəlxalq tədbirlərdə milli dəyərləri qorumaq və nümayiş etdirmək prosesi bir sıra çağırışlarla müşayiət olunur. İlk növbədə, qlobal auditoriyaya xitab edərkən mədəniyyətin əsas mahiyyətini təhrif etmədən onu anlaşıqlı və cəlbedici formada təqdim etmək lazım gəlir. Bəzən ev sahibi ölkələr stereotiplərə yol verə bilər və ya şou naminə mədəni elementləri həddindən artıq kommersiyalaşdırıb orijinallığı itirə bilər. Məsələn, turistlərə "orijinal təcrübə" vədi ilə bəzən süni səhnələşdirilmiş nümayişlər təqdim olunur ki, bu da gerçək mədəni həyatdan uzaq olur [8]. Belə hallar milli dəyərlərin yanlış anlaşılmasına gətirə bilər. Digər bir çağırış isə qloballaşmanın təsiri altında gedən unifikasiya meylləridir. Beynəlxalq standartlara uyğun olma adı ilə tədbirlərin formatı bəzən bir-birinə bənzəyir, nəticədə orijinal milli çalarlar kölgədə qala bilir. Ev sahibi ölkələr həm yaradıcılıq, həm də cəsarət göstərməlidirlər ki, beynəlxalq standartları qoruyaraq özünəməxsus mədəniyyətlərini zirvdə

saxlaya bilsinlər [11].

Hotel Sektorunda Milli Dəyərlərin Əks Olunması

Beynəlxalq tədbirlərə gələn qonaqların bir çoxu ölkədəki otel və mehmanxanalarda qalır. Bu da o deməkdir ki, qonaqların ölkə haqqında ilk təəssüratları təkcə stadionda, konfrans zalında deyil, məhz otel lobbilərində, otaqlarda, restoranlarda formalaşır. Hotel sektoru ölkənin mədəniyyətini nümayiş etdirmək üçün əla bir məkandır və son illərdə qonaqpərvərlik sənayesində belə bir trend müşahidə olunur: otellər sadəcə gecələmə yeri deyil, həm də mədəni təcrübə yaşadan məkanlar olmağa can atırlar.

Müasir səyahətçilər standarlaşdırılmış, hər yerdə eyni olan mühitdənsə, "yerin ruhunu" hiss edə biləcəkləri unikal otellərə üstünlük verirlər. Bu ehtiyacı qarşılayan butik otellər və yaxud öz üslubunda fərqlənən beynəlxalq brendlər, interyerdən tutmuş xidmətə qədər hər sahədə lokal elementləri inteqrasiya edir [7]. Məsələn, bir çox butik otellər yerli memarlıq üslubu, ənənəvi sənətkarlıq nümunələri və bölgəyə xas dekorativ elementlərlə bəzədilir. Bunun sayəsində qonaqlar lüks mühitdə qalsalar belə, özlərini sanki yerli icmanın bir parçası kimi hiss edirlər. Absheron Hotel Group kimi Azərbaycanda fəaliyyət göstərən yerli otel zəncirləri də məhz bu yanaşmanı tətbiq edir – onların idarə etdikləri JW Marriott Absheron Baku, Intourist Hotel Baku kimi nüfuzlu otellər yerli ənənələri yüksək xidmət standartları ilə birləşdirərək qonaqlara unikal Azərbaycan təcrübəsi yaşatmağı ilə tanınır.

Hotel sektorunda milli dəyərləri əks etdirməyin bir neçə əsas istiqamətini ayrıca nəzərdən keçirək:

İnteryer Dizaynında Mədəni Elementlər

Otelin daxil olduğu bina və interyer dizayn ilk nəzərdən qonağa təsir edən amillərdir. İnteryer dizaynında milli elementlərin istifadəsi, qonağın hisslərinə və təəssüratlarına birbaşa təsir edir. Məsələn, Azərbaycanda bəzi otellərin foyelərində ənənəvi şəbəkə naxışlı vitrajlar, divarlarda ölkənin tarixi abidələrinin rəsmləri, döşəmələrdə Qarabağ xalçası ornamentləri görmək mümkündür. Dünyada da bu trendlər müşahidə olunur: lüks otel dizaynerləri hər bir mülk üçün "yerin hekayəsini" danışan konsept hazırlayırlar. Bunun üçün ilk addım həmin məkanın tarixini, ənənələrini, yerli memarlığını araşdırmaqdır. Nəticədə ortaya çıxan dizayn həm zamanı aşan, həm də yerləşdiyi məkanla üzvi bağlılığı olan bir mühit yaradır.

Yerli materiallardan və sənətkarlıqdan istifadənin xüsusi yeri var. Məsələn, interyerdə bölgəyə məxsus ağac növlərindən hazırlanmış mebellər, əl işi misgərlik nümunələri, keramik vaza və qablar, milli ornamentli tekstil (yataq örtükləri, pərdələr və s.) tətbiq edilir. Yüksək səviyyəli mehmanxana dizaynında bu cür autentik detallar lüks anlayışına yeni qat əlavə edir. Mütəxəssislər vurğulayırlar ki, lokal ustalar tərəfindən yaradılmış xüsusi sifarişlə düzəldilmiş mebel və dekorlar məkanı həm fərqləndirir, həm də qonaqda "burada yalnız bu ölkədə yaşaya biləcəyim bir təcrübədəyəm" hissi oyadır. Məsələn, Romadakı bir otelin yenilənməsi zamanı nömrələrdə qədim Roma sütunlarından ilham alan mis qapı tutacaqları və yerli sənətkarlar tərəfindən hazırlanmış mebellər quraşdırılmışdır ki, bu, ziyarətçilərdə məkanın tarixinin ruhunu hiss etməyə imkan verib.

Azərbaycan kimi mədəni zəngin ölkələrdə otel interyerində diqqət yetiriləsi çox element var: şərq motivli bədii freskalar, milli musiqi alətlərinin dekorativ yerləşdirilməsi, hətta arxa fonda səslənən yüngül milli musiqi ab-havası. Bütün bu detallar ümumilikdə mühitə hekayəvi bir dərinlik verir. Məsələn, Bakıdakı "İnturist" otelinin daxili tərtibatında dekorativ taxta panellər, qızılı işləmələr və dəniz motivli çilçıraqlar istifadə edilmişdir ki, bunlar həm Azərbaycanın dənizçilik irsinə işarə edir, həm də otelin tarixi adını daşıdığı 1930-cu illərin ab-havasını canlandırır. Dizaynerlər qeyd edirlər ki, hər layihədə məkanın ruhunu interyerə gətirmək üçün ənənəvi və müasir materialların birləşməsindən, müxtəlif toxumalardan, yerli rəssamların işlərindən istifadə edilməlidir. Beləliklə, otelin dizaynı bir növ muzey və ya

qalereya funksiyasını daşıyaraq, qonaqları əhatəsində olduğu mədəniyyət barədə məlumatlandırır.

Menyularda Milli Mətbəx

Bir ölkənin mədəniyyətini tanımağın ən ləziz yolu onun mətbəxindən keçir. Otellərin restoran və qida xidmətlərində yerli kulinariyanın təbliği, milli dəyərlərin əks olunmasının vacib aspektidir. Çoxsaylı tədqiqatlar göstərir ki, turistlər səfər etdikləri yerdə milli yeməkləri dadmaq arzusundadır və hətta səfər qərarlarına yerli mətbəxin cazibəsi təsir edə bilir. Buna görə də, otel restoranlarında menyuya milli yeməklərin daxil edilməsi həm qonaqları məmnun edir, həm də ölkənin mədəni irsini yaşadır.

Praktiki yanaşmalardan biri, hər zaman menyuda ən azı bir ənənəvi yerli səhər yeməyi seçiminin olmasıdır. Məsələn, otel bufetində qonaqlara kontinental seçimlərlə yanaşı, Azərbaycan səhər yeməyinin klassik nümunəsi olan bal-qaymaq, təndir çörəyi, pendir və ya kətə kimi yerli təamlar təklif edilə bilər. Belə kiçik bir detal belə qonağın günə milli dadla başlamasını təmin edir və həmin məhsulların arxasındakı mədəni ənənə ilə tanış olmasına şərait yaradır.

Eyni zamanda, otellər yerli ərzaq məhsullarının təchizatına önəm verməklə həm davamlı turizmə töhfə verə, həm də qonaqlara əsl yerli dad təcrübəsi yaşada bilərlər. Məsələn, hotellər yaxınlıqdakı kənd təsərrüfatı təsərrüfatları, fermer bazarları ilə əməkdaşlıq edib ərzaqları oradan tədarük etməklə bir güllə ilə iki dovşan vururlar: qonaqlar təzə və bölgəyə xas ləzzətləri dadır, yerli icmalar isə iqtisadi dəstək görür. Otel menyusunda "fermadan süfrəyə" prinsipi ilə hazırlanan yeməklər qeyd olunarsa, qonaqlar əslində bir hekayə dinləmiş kimi olurlar. Məsələn, qarşılarındakı salatın tərəvəzlərinin hansı kənddən gəldiyini bilmək onlarda həmin yerə qarşı maraq oyadır.

Milli mətbəxin tanıdılmasının digər yolu kulinar ustad dərsləri və ya tədbirlər təşkil etməkdir. Bir çox otellər artıq mətbəx aşpazları ilə birlikdə qonaqlara yerli yeməklərin bişirilməsini öyrədən master-klasslar keçirir. Məsələn, qonaqlar aşpazla birlikdə Azərbaycan plovunun və ya dolmanın hazırlanma prosesində iştirak edə bilər. Bununla yanaşı, mədəni içkilər üzrə də təcrübələr yaratmaq populyardır – məsələn, hotellərdə çay dəmləmə mərasimi, yerli şərab dequstasiyası və ya milli kokteyl hazırlanması kimi interaktiv məşğələlər keçirilə bilər. Bu kimi tədbirlər qonaqlara əyləncəli şəkildə milli dəyərləri tanıdır və onlarda unudulmaz xatirələr formalaşdırır.

Son dövrdə bəzi otellər özlərini "qastronomik turizm" mərkəzi kimi də təqdim edirlər. Yəni otelin restoranı təkcə otel qonaqları üçün deyil, şəhərin qastronomiya səhnəsində tanınan bir məkan olur. Belə restoranlar menyusunda milli mətbəxi kreativ yanaşmalarla təqdim edir – məsələn, ənənəvi reseptləri müasir qida təqdimatı ilə birləşdirir. Bu da milli kulinariyanın inkişafına, yeni interpretasiyalarla yaşamasına təkan verir. Ümumilikdə, otel sektorunda milli mətbəxin əks olunması qonaqlara ölkənin dad duyğusu ilə xatırlanmasını təmin edir ki, bu da turizm təcrübəsinin mühüm hissəsidir.

Əməkdaş Davranışı və Geyimində Milli Üslub

Otel əməkdaşları – qarşılanma xidmətindən başlayaraq resepsiyon, ofisiantlar, bələdçilər – bir ölkənin qonaqpərvərlik ənənələrinin daşıyıcılarıdır. Onların davranışı, geyim tərzi və ünsiyyət forması milli dəyərlərin əks olunmasında böyük rol oynayır. Azərbaycanda "qonaq qarası qiymətlidir" deyimi məşhurdur; yəni qonağa xidmət bizim mentalitetdə xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Otel personalının qonaqlara münasibətdə bu ənənəvi nəzakət və qayğıkeşliyi nümayiş etdirməsi milli qonaqpərvərlik dəyərinin yaşadılması deməkdir. Məsələn, Azərbaycanda adətə görə evə gələn qonağa dərhal çay təklif olunur. Bəzi yerli otellər bu adəti kommersiya mühitinə də tətbiq edərək, check-in zamanı qonaqlara aromatik Azərbaycan çayı və şirniyyat ikram edirlər. Bu cür jestlər kiçik görünsə də, qonaqlar tərəfindən son dərəcə müsbət qarşılanır və ölkənin mədəniyyətinə dair xoş bir təəssürat yaradır.

Personalın geyim forması da milli üslubu əks etdirə bilər. Bir çox ölkələrin otellərində əməkdaşlar ya tamamilə milli geyimdə, ya da kiçik detallarla bunu vurğulayan uniformada qonaqları qarşılayır. Məsələn, Asiya ölkələrində – Tailand, Hindistan kimi – lüks otel personalının üzərində gözoxşayan milli naxışlarla bəzədilmiş, ənənəvi paltarları xatırladan uniformalar görmək mümkündür. Bu, vizual olaraq həm kolorit qatır, həm də dərhal qonağa həmin mədəni mühitdə olduğunu xatırladır. Orta Şərq ölkələrinin bəzi hotellərində kişilər "thawb" (ağ uzun xalat), qadınlar "abaya" kimi ənənəvi geyimlər geyinir, yaxud uniformada bu geyimlərə uyğun elementlər olur – bu da həmin bölgənin zəngin mədəni irsinə işarədir. Azərbaycanda da otel uniformasında xalça naxışlı elementlər, kəlağayı motivləri və s. kimi detallar işlənə bilər ki, həm milli görünüş olsun, həm də müasir peşəkarlıq standartları qorunsun.

Bununla yanaşı, otel işçilərinin mədəni fərqliliklərə həssaslığı və bilgisi də vacibdir. Beynəlxalq tədbirlər zamanı otellər çoxmillətli qonaqları qəbul edir. Personal həm öz mədəniyyətini tanıtmalı, həm də qonaqların mədəniyyətinə hörmətlə yanaşmalıdır. Məsələn, Nyu-York Marriott Marquis oteli Yaponiyadan gələn qrupun qonaqpərvərliyini artırmaq üçün personalını xüsusi "omoiyari" (yapon dilində empatya) təlimindən keçirmişdi. Bütün şöbələrin – resepsiyondan tutmuş təmizlik xidmətinə qədər – Yapon mədəniyyətinin incəliklərini öyrənməsi nəticəsində həmin qonaq qrupunun məmnunluğu xeyli artmış, otel rəhbərliyi bunu mədəni kompetensiyanın bir uğuru kimi dəyərləndirmişdi. Marriott International şirkəti ümumiyyətlə 2014-cü ildən "Culture Day" adlı proqramla dünyanın müxtəlif şəhərlərində personal üçün mədəniyyətlərarası təlimlər keçirir. İndiyədək 13 fərqli mədəniyyət üzrə 50-dən çox təlim təşkil olunub. Bu cür təşəbbüslər göstərir ki, hotel sektorunda milli dəyərləri əks etdirmək təkcə öz mədəniyyətimizi nümayiş etdirmək deyil, eyni zamanda qonaqların da mədəni gözləntilərini qarşılamaqdan ibarətdir.

Xidmət Standartlarına Yerli Toxunuş

Otelçilik sənayesində beynəlxalq xidmət standartları (məsələn, ulduz kateqoriyaları üzrə tələblər) hər yerdə əsas götürülür. Lakin bu standartların tətbiqində yerli toxunuşun əlavə edilməsi, xidməti həm fərqli, həm də daha yadda qalan edə bilər. "Yerli toxunuş" dedikdə, məsələn, qonaqların qarşılanma prosedurunda milli üslubun olması nəzərdə tutulur. Bir çox otellərdə qonaq ilk gəldikdə onu gülərüzlə qarşılamaq universaldır, amma bəzi yerlərdə bunun üstünə lokal adət əlavə olunur – məsələn, Havay adalarında qonağın boynundan gül çələngi asılır, yaxud Azərbaycanda bəzi hotellərdə qonaqlar milli musiqi sədaları ilə, əlində şərbət-şirniyyat olan əməkdaş tərəfindən qarşılanır. Bu tip jestlər xidməti rəsmilikdən çıxarıb səmimiyyət və mədəniyyət dolu bir təcrübə halına gətirir.

Xidmət proseslərində dil faktoru da əhəmiyyətlidir. Otel personalının bacardığı qədər yerli dili öyrənməsi, qonaqlara bir-iki ifadə öyrətməsi interaktiv və xoş anlar yaradır. Məsələn, resepsiyadakı işçi xarici qonağa "Xoş gəldiniz" və ya "Çox sağ olun" kimi sözləri yerli dildə deməyi öyrədə bilər. Bu cür xırda ünsiyyət elementləri qonağın həm əyləncəsinə səbəb olar, həm də ölkə dilinə və mədəniyyətinə marağını oyadar.

Standart xidmət prosedurlarına milli elementlər qatmaq məsələn, otaq hazırlığında tətbiq oluna bilər. Lüks otellərdə axşamüstü otağa təravətləndirici bir toxunuş edilir – bəzən yatağın üstünə şokolad qoyulur. Eyni jesti milli şəkildə etmək olar: məsələn, balaca bir paxlava dilimi və ya kiçik suvenirlər (mini xalça açarı, milli ornamentli kitabça və s.) qoymaq həm qonağı məmnun edər, həm də milli mədəniyyəti xatırladar.

Bundan əlavə, hotelin əyləncə və asudə proqramları da milli dəyərlərin bir parçası ola bilər. Bəzi kurort otellərində hər axşam fərqli mövzuda mədəni gecələr təşkil edilir – milli musiqi gecəsi, folklor rəqs şouları, sənətkarlıq sərgiləri kimi. Bu praktika artıq bir çox mehmanxanalarda trend halını alıb: "Oteldə mədəniyyət tədbirləri" turistlər üçün cəlbedici proqram kimi təklif edilir. Məsələn, hotellərdə həftəlik olaraq yerli rəqs qruplarının çıxışı, milli

geyim dəfiləsi və ya tətbiqi sənət nümunələrinin sərgi-satış yarmarkası keçirilməsi qonaqlara sanki kiçik bir festivalda imiş kimi təəssürat yaradır. Bu tip xidmət-yönümlü tədbirlər həm qonaqları əyləndirir, həm də onların milli dəyərləri görüb təqdir etməsinə səbəb olur.

Xüsusilə qeyd edilməlidir ki, hotel sektorunda milli üslubu xidmətə inteqrasiya edərkən balans qorunmalıdır: beynəlxalq səviyyədə gözlənilən peşəkarlıq və rahatlıq təmin edilməli, eyni zamanda milli rəng qatılmalıdır. Yəni qonaq yüksək keyfiyyətli xidmət alarkən özünü həm də yerli mədəniyyətə batmış hiss etməlidir. Bu balans yaradılarsa, otel sadəcə gecələmək yeri deyil, mədəni təcrübə məkanına çevrilir.

NƏTİCƏ

Nəticə olaraq, həm beynəlxalq tədbirlərin təşkili, həm də otel sektorunda xidmətin qurulması zamanı milli dəyərlərin qorunması və əks etdirilməsi çoxşaxəli və strateji əhəmiyyət daşıyan bir məsələdir. Bu, təkcə mədəni irsin nostalji naminə nümayişi deyil, əksinə, müasir turizm bazarının tələblərinə cavab verən və eyni zamanda milli kimliyi gücləndirən bir yanaşmadır. Beynəlxalq tədbir təşkilatçıları anlamalıdırlar ki, hər bir tədbir – olimpiada, sərgi, festival – ev sahibi ölkə üçün öz hekayəsini danışmaq üçün bir tribunadır. Bu tribunadan səmərəli istifadə edən ölkələr uzun müddətdə "yadda qalan" olurlar, həm turistlərin xatirəsində, həm beynəlxalq ictimai rəydə müsbət imic formalaşdırırlar.

Hotel sektoru mütəxəssisləri üçün də dərs aydındır: qonaqpərvərlik sənayesində uğur qazanmağın yolu sadəcə beşulduzlu komfort vermək deyil, eyni zamanda qonağa beşulduzlu emosional və mədəni təcrübə yaşatmaqdır. Bu isə öz növbəsində milli dəyərlərin incə detallarla, lakin hissediləcək şəkildə xidmətə daxil edilməsini tələb edir. İstər interyerdə bir xalça naxışı olsun, istər menyuda bir yemək, istər personalın dilində bir kəlam – bütün bu xırdalıqlar toplanıb böyük bir mozaika yaradır ki, qonaq ölkədən ayrılarkən yalnız gözəl mənzərələri yox, həm də qəlbini isidən mədəniyyət parıltılarını xatırlasın.

Müasir dünyada milli dəyərlərin qorunması bəzən qloballaşma dalğasında çətin görünsə də, əslində onu qoruyub təqdim etmək ölkələri differensiallaşdıran əsas ünsürdür. Turizm və tədbir sektorunda rəqabətə davam gətirmək üçün hər ölkə özünəməxsus tərəflərini vurğulamalıdır. Azərbaycan kimi tarixi, mədəni irsi zəngin bir ölkə üçün bu, həm məsuliyyət, həm də avantajdır. Bizim mədəniyyətimiz elə rəngarəngdir ki, doğru arenada təqdim olunduqda dünya tamaşaçısını valeh etmək potensialına malikdir – bunu biz artıq bir neçə dəfə sübut etmişik.

Sözsüz ki, yenilikçi olmaq lazımdır, lakin milli köklərimizdən qopmamalıyıq əsla. Beynəlxalq tədbirin formatı müasir texnologiyalar tələb edirsə əgər, onu milli nağılımızın süjetini danışmaq üçün istifadə edə bilərik. Çünki günün sonunda turistin yadında qalan gördüyü dəbdəbə, müasir dövrün tələblərinə cavab verən mühit deyil, hiss etdiyi duyğudur. Milli dəyərlər isə duyğu oyatmaqda, qəlbə toxunmaqda ən güclü silahımızdır. Onları qoruyaq və qonaqlarımızla səxavətlə paylaşaq ki, həm öz mədəniyyətimiz yaşasın, həm də qonaqlar bu zənginlikdən bəhrələnsin.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. AttireCorp. (2023). Hotel uniforms around the world: A cultural exploration. https://attirecorp.com/blogs/news/hotel-uniforms-around-the-world-a-cultural-exploration

2. Cygnett Hotels. (2025, March 18). How hotels are bringing local culture for travelers. https://www.cygnetthotels.com/blogs/how-hotels-are-bringing-local-culture

3. Əliyev, T. R. (2020). Azərbaycan turizmində milli-mədəni dəyərlərin qorunması və təbliği. Bakı: Elm və Təhsil.

4. Hüseynov, R. Q. (2018). Mədəni irs və turizm: Azərbaycan nümunəsində təhlil. Bakı: Turizm Nəşriyyatı.
5. FiveCurrents. (2015). Baku 2015 European Games ceremonies. https://www.fivecurrents.com/work/baku-2015-european-games-ceremonies
6. Indian Hotels Company Ltd. (IHCL). (2022, August 11). IHCL partners with UNESCO to preserve the intangible cultural heritage of India. https://www.ihcltata.com/press-room/ihcl-partners-with-unesco/
7. Qasımova, A. N. (2021). Beynəlxalq tədbirlərin keçirilməsində mədəniyyətin rolu. Mədəniyyət və İncəsənət Jurnalı, 3(45), 56–62.
8. Səfərov, F. İ. (2019). Otel xidmətlərinin milli dəyərlər kontekstində təşkili. Turizm və Sosial Elmlər, 7(2), 33–41.
9. https://adventure.com/the-authenticity-trap-authentic-travel/
10. https://www.frisaga.com/az/blogs/qonaqp%C9%99rv%C9%99rlik-s%C9%99nayesinin-inkisafi
11. https://www.hotelbusiness.com/ny-marriott-trains-staff-in-the-art-of-omoiyari-to-foster-cultural-understanding/
12. https://www.piqolopress.com/savour-the-stay-local-food-hotels/
13. https://www.yuco.com/project/2008-olympics-opening-ceremony/

Təbriz CƏFƏRQULİYEV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
ceferquliyev.tebriz@gmail.com

BEYNƏLXALQ TİCARƏT PROSESLƏRİ VƏ LOGİSTİK TƏNZİMLƏMƏ MEXANİZMLƏRİNİN İQTİSADİ İNKİŞAFA TƏSİRİ

Xülasə: *Beynəlxalq ticarət axınları inkişaf etdikcə, müasir logistika sistemlərinin istifadəsi iştirakçıların fəaliyyətində səmərəliliyi və effektivliyi artırır. Effektiv biznes proseslərinin təşkili yüksək keyfiyyətli təchizat, paylama və anbar logistikasının inkişafını və tənzimləmə mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsini tələb edir. Malları təchizatçılardan müştərilərə daşıyan logistika vasitəçilərinin reyestrinin yaradılması nəqliyyat xərclərini minimuma endirməyə kömək edir.*

Məqalədə tənzimlə mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi ilə yanaşı, logistika proseslərinin təkmilləşdirilməsi sahələri müəyyən edilir. Belə bir nəticəyə gəlinir ki, təchizat, paylama və anbar logistikasının sistematik optimallaşdırılması ixrac yönümlü biznes proseslərinin yaxşılaşdırılmasına, xərclərin azalmasına və maliyyə nəticələrinin artmasına səbəb olacaq.

Açar sözlər: *Beynəlxalq ticarət, logistika, iqtisadi inkişaf, tənzimləmə mexanizmləri, ixrac əməliyyatlarının səmərəliliyi.*

THE IMPACT OF INTERNATIONAL TRADE PROCESSES AND LOGISTICS REGULATION MECHANISMS ON ECONOMIC DEVELOPMENT

Abstract: *As international trade flows develop, the use of modern logistics systems increases the efficiency and effectiveness of participants in their activities. The organization of effective business processes requires the development of high-quality supply, distribution and*

warehouse logistics and the improvement of regulatory mechanisms. The creation of a register of logistics intermediaries transporting goods from suppliers to customers helps to minimize transportation costs.

The article identifies areas for improving logistics processes, along with improving regulatory mechanisms. It is concluded that systematic optimization of supply, distribution and warehouse logistics will lead to the improvement of export-oriented business processes, a reduction in costs and an increase in financial results.

Keywords: *International trade, logistics, economic development, regulatory mechanisms, efficiency of export operations*.

ВЛИЯНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ТОРГОВЫХ ПРОЦЕССОВ И МЕХАНИЗМОВ РЕГУЛИРОВАНИЯ ЛОГИСТИКИ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ

Резюме: *В условиях развития международных торговых потоков использование современных логистических систем повышает эффективность и результативность деятельности участников. Организация эффективных бизнес-процессов требует развития качественной снабженческой, распределительной и складской логистики, а также совершенствования механизмов регулирования. Создание реестра логистических посредников, осуществляющих перевозки грузов от поставщиков к покупателям, способствует минимизации транспортных расходов.*

В статье определены направления совершенствования логистических процессов, а также совершенствования механизмов регулирования. Сделан вывод о том, что

систематическая оптимизация снабженческой, распределительной и складской логистики приведет к улучшению экспортно-ориентированных бизнес-процессов, снижению издержек и росту финансовых результатов.

Ключевые слова: *Международная торговля, логистика, экономическое развитие, механизмы регулирования, эффективность экспортных операций.*

GİRİŞ

Beynəlxalq ticarət tarix boyu iqtisadi artımın ayrılmaz hissəsi olub. Sərhədlərarası mal və xidmət mübadiləsi ölkələrə daha geniş çeşiddə məhsul və resurslara çıxış imkanı verib və bu da daha yüksək səmərəliliyə və məhsuldarlığa gətirib çıxarıb. Bundan əlavə, beynəlxalq ticarət rəqabəti təşviq edib ki, bu da innovasiya və texnoloji irəliləyişlərə təkan verib. Bununla belə, beynəlxalq ticarətin iqtisadi artıma təsiri uzun illərdir iqtisadçılar tərəfindən müzakirə olunan mürəkkəb bir məsələdir. Bəzi iqtisadçı alimlər beynəlxalq ticarətin əhəmiyyətli iqtisadi artıma səbəb ola biləcəyini iddia etsə də, digərləri bunun iş yerlərinin itirilməsi və ətraf mühitin pisləşməsi də daxil olmaqla mənfi nəticələrə səbəb ola biləcəyinə inanırlar.

Qlobal dəyər zəncirləri 1990-cı ildən sonra beynəlxalq ticarətin artımına səbəb oldu və hazırda bütün ticarətin demək olar ki, yarısını təşkil edir. Bu dəyişiklik misli görünməmiş iqtisadi yaxınlaşmaya imkan verdi: yoxsul ölkələr sürətlə böyüdü və daha varlı ölkələrə çatmağa başladı [4].

Görkəmli iqtisadçı alim Maykl Porterin dəyər zənciri təhlili, logistika əməliyyatlarının iqtisadi göstəricilərin yaxşılaşdırılmasında və rəqabət üstünlüyünə nail olmaqda mühüm rolunu vurğulayan strateji bir çərçivədir. Maykl Porter tərəfindən hazırlanmış bu model, biznes fəaliyyətlərini əsas və dəstək funksiyalarına ayırır və bu da təşkilatlara səmərəliliyi və gəlirliliyi maksimum dərəcədə artırmaq üçün dəyər əlavə edilə bilən sahələri müəyyən etməyə imkan verir. Bu çərçivədə, həm daxil olan (materialların tədarükü və qəbulu), həm də xaric olan (məhsulların müştərilərə paylanması) logistika şirkətin iqtisadi nəticələrinə və bazar mövqeyinə

əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərə biləcək fundamental bir komponent kimi tanınır. Dəyər zənciri təhlili prizmasından şirkətlər logistika proseslərinin istehsal, marketinq və digər əməliyyat sahələri ilə nə dərəcədə inteqrasiya olunduğunu görə bilərlər.

Logistik tənzimləmə mexanizmləri malların mənşədən istehlaka axınını idarə etmək üçün istifadə olunan sistemlər, siyasətlər və prosesləri ehtiva edir. Bu mexanizmlərə inventar idarəetməsi və logistika idarəetmə proqram təminatı kimi daxili korporativ sistemlərini, eləcə də hər bir dövlətin qanun və qaydalarını, dövlət-özəl tərəfdaşlıqlarını, peşəkar standartları və təlimatlar vasitəsilə sənayenin özünütənzimləməsini və s. aid edə bilərik. Logistik fəaliyyətin tənzimləmə mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi müxtəlif logistik idarəetmə sistemlərinin yaradılmasını və ya təkmilləşdirilməsini şərtləndirir.

Logistika idarəetmə sistemi- logistika və təchizat zənciri çərçivəsində müxtəlif əməliyyatları və prosesləri avtomatlaşdırmaq, idarə etmək və optimallaşdırmaq üçün hazırlanmış bir proqram təminatı və ya dəstidir. Bu tip sistem, təşkilata malların mənşə nöqtəsindən istehlak nöqtəsinə qədər daha səmərəli və qənaətli daşınması, saxlanması və işlənməsi üçün mürəkkəb logistika funksiyalarını əlaqələndirməyə imkan verir.

Aşağıdakı cədvəldə logistika idarəetmə sistemləri və xüsusiyyətləri öz əksini tapmışdır.

Cədvəl 1. Logistika idarəetmə sistemlərinin əsas xüsusiyyətləri

	Logistika idarəetmə sistemi	**Əsas xüsusiyyətləri**
1	İnventar İdarəetməsi	İnventar səviyyələrini, sifarişləri, çatdırılmaları və məhsul mövcudluğunu izləmək və idarə etmək.
2	Nəqliyyatın idarə edilməsi	Marşrut planlaşdırması və daşıyıcı seçimi daxil olmaqla, nəqliyyat əməliyyatlarının planlaşdırılması, optimallaşdırılması və icrası.
3	Anbar idarəetməsi	Anbar əməliyyatlarının idarə edilməsi, inventar izləməsindən sifarişlərin götürülməsi və çatdırılmasına qədər.
4	Sifarişin emalı	Müştəri sifarişlərinin yerləşdirilməsindən çatdırılmasına qədər idarə olunması, o cümlədən sifarişin daxil edilməsi, seçilməsi, qablaşdırılması və çatdırılması
5	Satıcı və təchizatçı idarəetməsi	Satıcılar və təchizatçılarla münasibətlərin idarə olunması, o cümlədən satınalma və uyğunluğun izlənməsi.
6	Müştəri xidmətləri	Müştəri xidməti sorğularını və qaytarılmalarını idarə etmək üçün vasitələr təmin etmək.
7	İzləmə və monitorinq:	Malların, nəqliyyat vasitələrinin və inventar səviyyələrinin real vaxt rejimində izlənməsi.
8	Hesabat və analitika	Performansın qiymətləndirilməsi və qərar qəbulu üçün hesabatlar və analitika yaratmaq.
9	Proqnozlaşdırma və tələb planlaması:	Gələcək tələbi proqnozlaşdırmaq və müvafiq olaraq planlaşdırmaq üçün tarixi məlumatlardan və analitikadan istifadə.
10	Təhlükəsizlik və uyğunluq:	Bütün logistika əməliyyatlarının lazımi təhlükəsizlik və uyğunluq standartlarına cavab verməsini təmin etmək.
11	İnteqrasiya:	Müəssisə resurslarının planlaşdırılması, Müştəri əlaqələrinin idarə edilməsi və maliyyə sistemləri kimi digər müəssisə proqram təminatı ilə inteqrasiya imkanı.

Effektiv logistika xidmətləri və möhkəm infrastruktur iqtisadi artımın təşviq edilməsində və beynəlxalq ticarətin asanlaşdırılmasında vacib komponentlərdir. Gömrük

rəsmiləşdirilməsi, yüklərin izlənməsi və nəqliyyat infrastrukturunun keyfiyyəti kimi elementlər də daxil olmaqla, logistika əməliyyatlarının səmərəliliyi ölkənin qlobal səhnədəki rəqabət qabiliyyətinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Yaxşı işləyən logistika sistemi yalnız malların daha sürətli və daha etibarlı hərəkətinə imkan vermir, həm də ümumi ticarət xərclərini azaldır və bu da sahibkarlıq subyektlərinin ticarətdə iştirakını asanlaşdırır.

Logistika sektorunun sabitliyi və böyüməsi üçün möhkəm, ölçülə bilən tənzimləyici uyğunluq vacibdir. Uğurlu milli transformasiyanı təmin etmək üçün güclü infrastruktur, qabaqcıl rəqəmsal texnologiyalar və bacarıqlı işçi qüvvəsi ilə birləşdirilməlidir [3].

Eyni zamanda logistika səmərəliliyi CO_2 emissiyalarını azaltmaq və iqlim dəyişikliyi problemlərini həll etməyə töhfə vermək üçün bir vasitə kimi geniş müzakirə edilir. İqtisadi qloballaşma və istehsalın lokallaşdırılması ilə logistika son onilliklərdə qlobal logistika şəbəkəsində və təchizat dəyər zəncirində vacib bir komponentə çevrilmişdir [1,2].

Logistika alt məqsədlərinin praktik tətbiqi müvafiq problemlərin həllini tələb edir ki, bunları əhəmiyyətinə görə üç qrupa bölə bilərik: qlobal, ümumi və yerli.

Qlobal problemlər: müəssisənin logistika sisteminin modelləşdirilməsi; malların etibarlı çatdırılması üçün şəraitin yaradılması; təchizat zəncirlərinin layihələndirilməsi və s.

Ümumi problemlər: logistika xərclərinin uçotu sisteminin hazırlanması; müəssisə şöbələrinin fəaliyyətinin əlaqələndirilməsi; müəssisə üçün logistika strategiyasının hazırlanması; sürücülər və yük ekspeditorları üçün motivasiya sisteminin yaradılması və s.

Yerli problemlər: logistika vasitəçisinin seçilməsi, xidmət sahəsindəki optimal anbar sayının müəyyən edilməsi, pərakəndə satış məntəqəsinin və ya anbarın yerinin seçilməsi, nəqliyyat növünün seçilməsi və s [3].

NƏTİCƏ

Təhlil göstərir ki, logistika göstəriciləri iqtisadi nəticələrə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Tədqiqat gömrük rəsmiləşdirilməsi, nəqliyyat infrastrukturu və ümumi səmərəlilik daxil olmaqla effektiv logistika xidmətlərinin beynəlxalq ticarətin və iqtisadi inkişafın asanlaşdırılmasında əsas rol oynadığını təsdiqləyir. Ümumi iqtisadi inkişaf üçün təkcə logistika sahəsindəki təkmilləşdirmələr kifayət deyil, daha geniş iqtisadi və struktur amillər də mühüm rol oynayır.

Logistika problemlərini həll etmək və iqtisadi göstəriciləri yaxşılaşdırmaq üçün bir neçə spesifik addımlar atılmalıdır. logistik göstəricilərin və müşahidə olunan iqtisadi artımın müxtəlif səviyyələri nəzərə alınmaqla infrastuktur bölgələrin unikal ehtiyaclarına uyğunlaşdırılmalıdır.

Logistika infrastrukturunun təkmilləşdirilməsi üçün logistika infrastrukturuna əhəmiyyətli investisiya qoyuluşu vacibdir. Buraya nəqliyyat şəbəkələrinin təkmilləşdirilməsi, anbar imkanlarının genişləndirilməsi və qabaqcıl logistika texnologiyalarının tətbiqi daxildir. Təkmilləşdirilmiş infrastruktur ticarət xərclərini əhəmiyyətli dərəcədə azalda və malların daha rahat və daha səmərəli hərəkətini asanlaşdırmaqla ümumi iqtisadi göstəriciləri yaxşılaşdıra bilər.

Gömrük səmərəliliyinin artırılması, gömrük prosedurlarının sadələşdirilməsi logistika göstəricilərinin yaxşılaşdırılması üçün vacibdir. Daha səmərəli gömrük prosesləri tətbiq etməklə, rəsmiləşdirmə prosedurlarını sürətləndirmək üçün texnologiyadan istifadə etməklə sərhəd qaydalarına riayət etmə vaxtını və xərclərini azaltmağa nail olmaq olar. Gömrük səmərəliliyinin artırılması ticarət axınlarını yaxşılaşdıra və daha yüksək iqtisadi artıma töhfə verə bilər.

Logistika təkmilləşdirmələri hər bir bölgənin spesifik ehtiyaclarına və xüsusiyyətlərinə uyğunlaşdırılmalıdır. Məsələn, dənizə çıxışı olmayan ölkələr infrastruktur məhdudiyyətlərini

aradan qaldırmaq və ticarət maneələrini azaltmaq üçün hədəflənmiş strategiyalar tətbiq edə bilərlər. Regional nəqliyyat dəhlizlərinin inkişaf etdirilməsi və sərhədyanı əməkdaşlığın təşviqi bu çətinliklərin azaldılmasına və ticarət səmərəliliyinin artırılmasına kömək edə bilər.

Aşağı inkişaf tempi olan regionlarda əlavə iqtisadi strategiyaların həyata keçirilməsi vacibdir. Buna innovasiyanın təşviqi, bazarların şaxələndirilməsi, yeni investisiya imkanlarının araşdırılması və s. aid edə bilərik. Logistika sahəsindəki təkmilləşdirmələri daha geniş iqtisadi təşəbbüslərlə tamamlamaqla davamlı iqtisadi artım və rəqabət qabiliyyəti təşviq edilə bilər.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Wen, X., Ma, H.L., Choi, T.M., Sheu, J.B., 2019. Impacts of the Belt and Road Initiative on the China-Europe trading route selections. Transp. Res. Part E Logist. Transp. Rev. 122, 581–604 s.
2. Shan, J., Yu, M., Lee, C.Y., 2014. An empirical investigation of the seaport's economic impact: Evidence from major ports in China. Transp. Res. Part E Logist. Transp. Rev. 69, 41–53 s.
3. Основы логистики, Г. Г. Левкин Н. Б. Куршакова К. О. Дзюбина. Москва-Берлин 2016. 35 s.
4. https://www.adlittle.com/en/insights/viewpoints/enhancing-logistics-compliance-accelerating-sector-governance
5. https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2020

Rahidə ŞƏRİFOVA
Bakı Dövlət Universteti,
magistrant
rrifova@mail.ru

CƏNUBİ KOREYANIN UZAQ ŞƏRQDƏKİ ROLU VƏ BEYNƏLXALQ ƏLAQƏLƏRİNİN ÖNƏMİ

Xülasə: *Bu məqalə Cənubi Koreyanın Uzaq Şərq regionunda beynəlxalq əlaqələrini analiz edir. Məqalədə ölkənin tarixi inkişafı, diplomatik siyasəti, iqtisadi əlaqələri, təhlükəsizlik və müdafiə strategiyaları, həmçinin qlobal təsir və soft power imkanları təhlil olunur. Tədqiqat göstərir ki, Cənubi Koreya regionda strateji balansı qoruyaraq, çoxtərəfli diplomatiya və iqtisadi əməkdaşlıq vasitəsilə nüfuzunu artırır. Eyni zamanda, Şimali Koreya təhdidləri, regional geosiyasi gərginliklər və qlobal iqtisadi rəqabət kimi çağırışlarla üzləşir. Məqalədə gələcək strategiyalar üçün tövsiyələr də təqdim olunur.*

Açar sözlər: *Cənubi Koreya, beynəlxalq əlaqələr, diplomatiya, regional əməkdaşlıq, iqtisadi siyasət, təhlükəsizlik və müdafiə, soft power*

SOUTH KOREA'S ROLE IN THE FAR EAST AND THE IMPORTANCE OF ITS INTERNATIONAL RELATIONS

Abstract: *This article analyzes South Korea's international relations in the context of the East Asia region. The study examines the country's historical development, diplomatic policy, economic relations, security and defense strategies, as well as global influence and soft power capabilities. The research indicates that South Korea enhances its regional influence through strategic balance, multilateral diplomacy, and economic cooperation. At the same time, the country faces challenges such as threats from North Korea, regional geopolitical tensions,*

and global economic competition. Recommendations for future strategies are also provided.
Keywords: *South Korea, international relations, diplomacy, regional cooperation, economic policy, security and defense, soft power*

РОЛЬ ЮЖНОЙ КОРЕИ НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ И ЗНАЧЕНИЕ ЕЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Резюме: *В данной статье анализируются международные отношения Южной Кореи в контексте региона Восточной Азии. Рассматриваются историческое развитие страны, дипломатическая политика, экономические связи, стратегии безопасности и обороны, а также глобальное влияние и возможности soft power. Исследование показывает, что Южная Корея укрепляет свое региональное влияние посредством стратегического баланса, многосторонней дипломатии и экономического сотрудничества. В то же время страна сталкивается с вызовами, такими как угрозы со стороны Северной Кореи, региональная геополитическая напряженность и глобальная экономическая конкуренция. Также представлены рекомендации для будущих стратегий.*
Ключевые слова *Южная Корея, международные отношения, дипломатия, Региональное сотрудничество, Экономическая политика, Безопасность и оборона, Soft power*

GİRİŞ

Cənubi Koreya (Rəsmi adı ilə Koreya Respublikası) Uzaq Şərqdə iqtisadi, siyasi və diplomatik baxımdan əhəmiyyətli aktorlardan biridir. 20-ci əsrin ikinci yarısından etibarən sürətli sənayeləşmə və modernləşmə prosesi, eləcə də qlobal iqtisadi sistemə inteqrasiya, Cənubi Koreyanı yalnız regionda deyil, qlobal səviyyədə də strateji bir oyunçuya çevirmişdir [4]. Bu məqalənin əsas məqsədi Cənubi Koreyanın Uzaq Şərq regionundakı beynəlxalq əlaqələrini həm tarixi, həm də müasir kontekstdə təhlil etməkdir.

Uzaq Şərq geosiyasi baxımdan mürəkkəb bir regiondur; Çin, Yaponiya, Rusiya və ABŞ kimi güclərin təsiri və Şimali Koreya kimi region üçün təhlükə yaradan aktorların mövcudluğu Cənubi Koreyanın xarici siyasətinin formalaşmasında mühüm rol oynayır [5]. Bununla yanaşı, Cənubi Koreyanın iqtisadi inkişaf strategiyaları, regional əməkdaşlıq təşəbbüsləri və beynəlxalq təşkilatlardakı fəaliyyəti ölkənin soft power potensialını artırmışdır.

Bu məqalədə Cənubi Koreyanın beynəlxalq əlaqələri bir neçə aspektdən təhlil ediləcək: diplomatik siyasət və regional əməkdaşlıq, iqtisadi əlaqələr, təhlükəsizlik və müdafiə strategiyaları, qlobal təsir və multilateral siyasət. Həmçinin regionda qarşıya çıxan çağırışlar və problemlər qiymətləndiriləcək, nəticədə ölkənin gələcək strategiyaları üçün tövsiyələr veriləcəkdir.

Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri

Məqsəd:

Cənubi Koreyanın Uzaq Şərqdəki beynəlxalq əlaqələrini bütün aspektləri ilə təhlil edərək ölkənin regional və qlobal mövqeyini anlamaq.

Vəzifələr:

1. Cənubi Koreyanın tarixi diplomatik və iqtisadi siyasətini araşdırmaq.
2. Region ölkələri və qlobal güclərlə mövcud əməkdaşlıq və münasibətləri təhlil etmək.
3. İqtisadi tərəfdaşlıqlar və ticarət əlaqələrinin ölkənin beynəlxalq mövqeyinə təsirini qiymətləndirmək.

4. Təhlükəsizlik və müdafiə strategiyalarını Uzaq Şərq kontekstində qiymətləndirmək.

5. Qlobal diplomatiyada Cənubi Koreyanın soft power və multilateral siyasət imkanlarını təhlil etmək.

6. Qarşıya çıxan çağırışlar və problemləri müəyyənləşdirərək, gələcək strategiyalar üçün tövsiyələr vermək.

Metodologiya:

Tədqiqatda tarixi-analitik, müqayisəli və statistik təhlil metodlarından istifadə olunacaq. Həmçinin beynəlxalq təşkilatlar, hökumət sənədləri və mötəbər elmi mənbələr əsasında məlumatlar toplanacaq [6].

Tarixi kontekst və inkişaf

Cənubi Koreyanın beynəlxalq əlaqələrinin formalaşması və inkişafı tarixi proseslərlə sıx bağlıdır. 20-ci əsrin ortalarına qədər Koreya yarımadası uzun müddət xarici təsirlər altında olmuş, xüsusilə Yaponiya işğalı (1910–1945) dövründə siyasi və iqtisadi müstəqilliyini itirmişdir [1]. İkinci Dünya Müharibəsindən sonra Koreya yarımadası iki müstəqil dövlətə Şimali Koreya və Cənubi Koreyaya bölündü. Bu hadisə regionda yeni geosiyasi tarazlıq yaratdı və Cənubi Koreyanın xarici siyasət strategiyasını formalaşdırdı.

1950–1953-cü illərdə baş verən Koreya müharibəsi Cənubi Koreya üçün yalnız ərazi və siyasi suallar deyil, həm də beynəlxalq münasibətlərdə əsas sınaq oldu. ABŞ və BMT qüvvələrinin dəstəyi ilə Cənubi Koreya hərbi və siyasi mövqeyini qorudu, bu isə ölkənin ABŞ ilə strateji müttəfiqliyinin formalaşmasına səbəb oldu [2]. Müharibədən sonra ölkə sürətli iqtisadi bərpa və modernləşmə yoluna çıxdı, 1960–1980-ci illərdə sənayeləşmə və ixrac yönümlü iqtisadi siyasət Cənubi Koreyanın beynəlxalq iqtisadi əlaqələrinin əsasını qoydu.

1980-ci illərin sonlarından etibarən Cənubi Koreya diplomatik baxımdan daha fəal siyasət yürütməyə başladı. 1988-ci ildə Seulda keçirilən Yay Olimpiya Oyunları və ölkənin qlobal səhnədə tanınması beynəlxalq əlaqələrinin genişlənməsinə təkan verdi [3]. 1990-cı illərdə soyuq müharibənin sona çatması ilə Cənubi Koreya Çin və Rusiya ilə rəsmi diplomatik əlaqələr qurdu, həmçinin ASEAN ölkələri ilə iqtisadi əməkdaşlığı gücləndirdi.

Müasir dövrdə Cənubi Koreya yalnız regional, həm də qlobal səviyyədə aktiv bir aktor kimi çıxış edir. 2000-ci illərdə texnologiya, elektronika və K-Brand (K-pop, kino və mədəniyyət ixracı) diplomatiyası vasitəsilə ölkənin soft power potensialı artmışdır [4]. Eyni zamanda, regionda ABŞ-Çin rəqabəti və Şimali Koreya nüvə proqramı fonunda Cənubi Koreyanın diplomatik balans siyasəti əhəmiyyətli olmuşdur. Ölkə həm ABŞ ilə hərbi və strateji əməkdaşlığını davam etdirir, həm də Çin və Rusiya ilə iqtisadi-ticarət əlaqələrini qoruyur.

Beləliklə, Cənubi Koreyanın beynəlxalq əlaqələrinin tarixi, həm regiondakı geosiyasi dəyişikliklərlə, həm də qlobal güclərin təsiri ilə sıx bağlıdır. Tarixi təcrübə ölkənin diplomatik çevikliyini və çoxşaxəli strategiyasını formalaşdırmışdır, bu da müasir dövrdə Uzaq Şərqdəki rolunu müəyyən edən əsas amillərdəndir.

Diplomatik siyasət və regional əməkdaşlıq

Cənubi Koreyanın diplomatik siyasəti Uzaq Şərqdə regional stabilliyi qorumaq və ölkənin iqtisadi, siyasi və təhlükəsizlik maraqlarını müdafiə etmək prinsipinə əsaslanır. Bu siyasət həm ikitərəfli, həm də çoxtərəfli formatda formalaşmışdır və region ölkələri ilə əlaqələrin müxtəlif səviyyələrini əhatə edir [5].

Çin və Yaponiya ilə münasibətlər

Cənubi Koreya üçün ən strateji diplomatik əlaqələrdən biri Çinlədir. 1992-ci ildə rəsmi diplomatik münasibətlərin qurulmasından sonra iki ölkə arasında iqtisadi əməkdaşlıq əhəmiyyətli dərəcədə inkişaf etmişdir. Çin, Cənubi Koreyanın əsas ticarət tərəfdaşı olaraq qalır və ölkənin ixrac-idxal balansında böyük paya malikdir [6]. Lakin tarixi məsələlər xüsusilə Yaponiya işğalı dövründə baş vermiş insan haqları pozuntuları Koreya-Yaponiya münasibətlərində gərginlik yaradır. Buna baxmayaraq, hər iki ölkə iqtisadi inteqrasiya və

regional layihələr çərçivəsində əməkdaşlığı davam etdirir.

Şimali Koreya ilə münasibətlər

Cənubi Koreyanın diplomatik siyasətində ən mürəkkəb aspekt Şimali Koreya ilə münasibətlərdir. "Sunshine Policy" (Günəş Siyasəti) dövründə Cənubi Koreya açıq diplomatiya və iqtisadi yardımla Şimali Koreya ilə münasibətləri yumşaltmağa çalışmışdır [2]. Lakin nüvə proqramları və raket sınaqları fonunda bu siyasət zaman-zaman məhdudlaşmış və regionda təhlükəsizlik gərginliyi artmışdır. Diplomatik kanallar, həmçinin Koreya yarımadasında sülh sazişinin mümkünlüyü üçün əsas vasitə kimi qalır.

ABŞ və qlobal güclərlə əməkdaşlıq

Cənubi Koreyanın ABŞ ilə strateji müttəfiqliyi 1950–1953-cü illər Koreya müharibəsindən sonra formalaşmışdır. Bu əməkdaşlıq yalnız hərbi sahəni əhatə etmir, həm də iqtisadi və diplomatik sahələrdə də davam edir. ABŞ-Cənubi Koreya hərbi müqaviləsi və birgə təlimlər, Şimali Koreya və Çin təsiri altında regionun sabitliyini qorumaq məqsədi daşıyır [3].

Regional təşkilatlar və çoxtərəfli əməkdaşlıq

Cənubi Koreya ASEAN ilə yaxın əməkdaşlıq qurmuş, ASEM (Asia-Europe Meeting) və APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation) kimi çoxtərəfli platformalarda aktiv iştirak etmişdir. Bu təşəbbüslər Cənubi Koreyanın regional iqtisadi inteqrasiyaya töhfəsini artırır və diplomatik nüfuzunu gücləndirir [4]. Eyni zamanda, ölkə Koreya yarımadasında sülh və sabitliyi təmin etmək üçün beynəlxalq səylərə qatılır.

Soft power və diplomatik təşəbbüslər

Cənubi Koreya yalnız siyasi və iqtisadi diplomatiya ilə kifayətlənmir, eyni zamanda soft power strategiyasına da böyük önəm verir. K-pop, kino, texnologiya və mədəniyyət ixracı vasitəsilə ölkə beynəlxalq arenada müsbət imic yaradır və diplomatik mövqeyini gücləndirir [7]. Soft power elementləri, həmçinin regional əməkdaşlıq və çoxtərəfli diplomatiya səylərində əlavə resurs kimi istifadə olunur.

Beləliklə, Cənubi Koreyanın diplomatik siyasəti regional əməkdaşlıq, strateji balans və soft power vasitəsilə formalaşır. Ölkənin diplomatik çevikliyi və çoxtərəfli yanaşması, həm regionda, həm də qlobal səviyyədə nüfuzunu artırır və Uzaq Şərqdə mühüm rol oynamağa imkan verir.

İqtisadi əlaqələr və ticarət siyasəti

Cənubi Koreyanın beynəlxalq əlaqələrində iqtisadi diplomatiya və ticarət siyasəti əsas rol oynayır. Ölkənin sürətli iqtisadi inkişaf modeli və qlobal bazarlara inteqrasiyası, regional və qlobal tərəfdaşlarla iqtisadi əməkdaşlığın genişləndirilməsinə imkan vermişdir [4].

İxrac yönümlü iqtisadi model

Cənubi Koreya, xüsusilə 1960–1980-ci illərdə ixrac yönümlü iqtisadi inkişaf strategiyası ilə məşhurdur. Elektronika, avtomobil, gəmiçilik və texnologiya sektorlarında məhsullar dünya bazarına çıxarılaraq iqtisadiyyatın əsas dayaqlarını təşkil etmişdir [5]. Bu strategiya yalnız daxili iqtisadi inkişafı deyil, həm də ölkənin diplomatik mövqeyini gücləndirmişdir. Ticarət müqavilələri və çoxtərəfli iqtisadi əməkdaşlıq platformaları vasitəsilə Cənubi Koreya regional və qlobal iqtisadi siyasətdə aktiv iştirak edir.

Əsas ticarət tərəfdaşları

Çin, ABŞ, Yaponiya və ASEAN ölkələri Cənubi Koreyanın əsas ticarət tərəfdaşlarıdır. 2023-cü ilin statistikasına görə, ölkənin ixracının təxminən 25%-i Çin bazarına yönəlmişdir, ABŞ isə texnologiya və yarımkeçirici sənayesində əsas tərəfdaş rolunu oynayır [6]. Bu iqtisadi əməkdaşlıq Cənubi Koreyanın regional təsirini artırır və diplomatik balans siyasətini dəstəkləyir.

İqtisadi tərəfdaşlıq müqavilələri (FTA)

Cənubi Koreya, 2000-ci illərdən etibarən iqtisadi tərəfdaşlıq müqavilələrini aktiv şəkildə həyata keçirmişdir. ABŞ, Avropa İttifaqı, ASEAN və Çin ilə imzalanan FTA-lar ölkənin

ticarət imkanlarını genişləndirmiş, həmçinin investisiya mühitini əlverişli etmişdir [4]. Bu müqavilələr, həmçinin ölkənin beynəlxalq təsirini artıran diplomatik vasitə kimi çıxış edir.

K-Brand və texnologiya diplomatiyası

Cənubi Koreya iqtisadi diplomatiyada yalnız klassik məhsullar və sənaye sektorunu deyil, həm də mədəniyyət və texnologiya sektorlarını ön plana çıxarır. K-pop, kino və texnologiya məhsulları qlobal bazarlarda böyük uğur qazanmış, ölkənin soft power strategiyasını dəstəkləmişdir [7]. Bu, iqtisadi diplomatiyanın unikal bir forması olaraq Cənubi Koreyanın beynəlxalq nüfuzunu artırır.

Regional iqtisadi inteqrasiya

Cənubi Koreya, Uzaq Şərqdə iqtisadi inteqrasiyaya töhfə vermək üçün ASEAN, APEC və RCEP kimi platformalarda fəal iştirak edir. Bu təşəbbüslər regional ticarət şəbəkələrinin genişlənməsinə və iqtisadi sabitliyin qorunmasına xidmət edir [5]. Həmçinin, regional layihələrdə lider rol oynayaraq, Cənubi Koreya həm iqtisadi, həm də diplomatik təsirini artırır.

Beləliklə, Cənubi Koreyanın iqtisadi əlaqələri və ticarət siyasəti yalnız iqtisadi inkişaf və bazar iştirakını deyil, həm də ölkənin diplomatik nüfuzunu gücləndirən strateji vasitədir. İqtisadi diplomatiya, regional əməkdaşlıq və global iqtisadi platformalarda fəal iştirak, Cənubi Koreyanın Uzaq Şərqdəki rolunu möhkəmləndirir.

Təhlükəsizlik və müdafiə siyasəti

Cənubi Koreyanın beynəlxalq əlaqələrinin vacib aspektlərindən biri onun təhlükəsizlik və müdafiə siyasətidir. Bu siyasət, əsasən Şimali Koreya ilə münasibətlərin mürəkkəbliyi, ABŞ ilə hərbi müttəfiqlik və Uzaq Şərqdəki geosiyasi balansın qorunması üzərində qurulmuşdur [2].

Şimali Koreya ilə təhlükəsizlik məsələləri

Şimali Koreya ilə münasibətlər Cənubi Koreyanın təhlükəsizlik siyasətində mərkəzi yer tutur. Nüvə proqramları, ballistik raket sınaqları və hərbi təhdidlər, Cənubi Koreyanın müdafiə strategiyasının əsas prioritetlərini müəyyən edir [5]. "Sunshine Policy" dövründə Cənubi Koreya açıq diplomatiya və iqtisadi yardımla Şimali Koreya ilə əlaqələri yumşaltmağa çalışmış, lakin bu yanaşma nüvə təhdidləri fonunda məhdudiyyətlərlə üzləşmişdir.

ABŞ ilə hərbi əməkdaşlıq

Cənubi Koreyanın ABŞ ilə strateji müttəfiqliyi 1953-cü ildən etibarən mövcuddur. ABŞ-Cənubi Koreya hərbi müqaviləsi, birgə hərbi təlimlər və müdafiə sistemləri ölkənin milli təhlükəsizliyinin təmin edilməsində əsas vasitələrdir [3]. ABŞ hərbi dəstəyi, həmçinin Cənubi Koreyanın diplomatik mövqeyini gücləndirir və Şimali Koreya təhdidlərinə qarşı balanslı yanaşmanı mümkün edir.

Regional təhlükəsizlik strategiyaları

Cənubi Koreya, Uzaq Şərqdə regional təhlükəsizliyi qorumaq üçün çoxtərəfli diplomatiyaya və hərbi əməkdaşlığa önəm verir. Yaponiya və Çin ilə hərbi və strateji əlaqələr, regionda gərginliyin azaldılması və təhlükəsizliyin təmin edilməsinə yönəlmişdir [4]. Eyni zamanda, Cənubi Koreya BMT və digər beynəlxalq təşkilatlar çərçivəsində regionda sülh və sabitliyi dəstəkləyən təşəbbüslərdə iştirak edir.

Müdafiə modernləşməsi və texnoloji infrastruktur

Cənubi Koreya son onilliklərdə müdafiə sənayesini modernləşdirərək yüksək texnologiyalı silah sistemlərinə, raket əleyhinə müdafiə proqramlarına və kibertəhlükəsizlik infrastrukturuna investisiya etmişdir [6]. Bu, həm milli təhlükəsizliyi təmin edir, həm də diplomatik danışıqlarda ölkəyə əlavə güc verir.

Beləliklə, Cənubi Koreyanın təhlükəsizlik və müdafiə siyasəti regional təhdidlərin idarə olunması, ABŞ ilə strateji əməkdaşlıq və hərbi modernləşmə üzərində qurulmuşdur. Bu siyasət ölkənin beynəlxalq mövqeyini gücləndirir və Uzaq Şərqdə sabitliyin qorunmasına töhfə verir.

Qlobal təsir və multilateral siyasət

Cənubi Koreya yalnız regional deyil, həm də qlobal səviyyədə aktiv bir aktor kimi çıxış

edir. Ölkənin beynəlxalq əlaqələrinin strateji komponentlərindən biri onun çoxtərəfli diplomatiya və qlobal təsirdir [4].

Beynəlxalq təşkilatlardakı rolu

Cənubi Koreya BMT, Dünya Ticarət Təşkilatı (WTO), Asiya İnkişaf Bankı və digər beynəlxalq təşkilatlarda fəal iştirak edir. BMT çərçivəsində sülhməramlı əməliyyatlarda iştirakı, humanitar yardımlar və qlobal layihələrdə rolu, ölkənin beynəlxalq nüfuzunu artırır [5]. WTO və digər iqtisadi platformalarda isə Cənubi Koreya ticarət siyasətini dünya standartlarına uyğunlaşdırır və qlobal iqtisadi inteqrasiyanı dəstəkləyir.

Soft power strategiyası

Cənubi Koreya qlobal diplomatiyada soft power elementlərinə böyük önəm verir. K-pop, kino, texnologiya və mədəniyyət ixracı vasitəsilə ölkə beynəlxalq səhnədə müsbət imic yaradır və diplomatik mövqeyini gücləndirir [7]. Bu strategiya yalnız mədəni diplomatiya deyil, həm də iqtisadi və siyasi əlaqələrdə əlavə vasitə kimi çıxış edir.

Multilateral diplomatiya və regional sabitlik

Cənubi Koreya çoxtərəfli diplomatiya vasitəsilə regional sabitliyi qorumağa çalışır. ASEAN, APEC və RCEP kimi platformalarda fəal iştirak, ölkənin həm iqtisadi, həm də siyasi təsirini artırır. Multilateral əməkdaşlıq Cənubi Koreyanın Şimali Koreya və digər regional problemləri daha effektiv şəkildə idarə etməsinə imkan verir.

Beləliklə, qlobal təsir və multilateral siyasət Cənubi Koreyanın beynəlxalq mövqeyini möhkəmləndirən əsas elementlərdəndir. Bu yanaşma ölkəyə həm diplomatik çeviklik, həm də region və qlobal səviyyədə nüfuz qazandırır.

Problemlər və çağırışlar

Cənubi Koreyanın beynəlxalq əlaqələrində bir sıra əsas problemlər və çağırışlar mövcuddur. Bu çağırışlar həm regional, həm də qlobal kontekstdə ölkənin diplomatik və iqtisadi siyasətinə təsir göstərir [5].

Şimali Koreya təhdidləri

Şimali Koreya tərəfindən aparılan nüvə və ballistik raket proqramları Cənubi Koreya üçün davamlı təhlükə mənbəyidir. Bu, ölkənin müdafiə büdcəsini artırmağa və hərbi strategiyasını daim yeniləməyə məcbur edir [2]. Eyni zamanda, diplomatik səylərin məhdud nəticə verməsi, regionda gərginliyi artırır.

Rusiya və Çin geosiyasi təsiri

Uzaq Şərqdə Rusiya və Çin kimi qlobal güclərin təsiri, Cənubi Koreyanın diplomatik balans siyasətini çətinləşdirir. Çin ilə iqtisadi əməkdaşlıq vacib olsa da, ABŞ ilə strateji müttəfiqliklə ziddiyyət yarada bilər. Bu, ölkənin regional siyasətində çevikliyi tələb edir [6].

Tarixi və diplomatik mübahisələr

Yaponiya ilə tarixdən qaynaqlanan mübahisələr, xüsusilə işğal dövrü və insan haqları məsələləri, diplomatik münasibətləri gərginləşdirir. Bu, regional əməkdaşlıq təşəbbüslərinə mənfi təsir göstərə bilər [4].

İqtisadi və qlobal çağırışlar

Qlobal iqtisadi dəyişikliklər, ticarət müharibələri və texnologiya sahəsində rəqabət, Cənubi Koreyanın iqtisadi strategiyasını daim yeniləməsini tələb edir. Eyni zamanda, soft power və mədəni diplomatiya vasitələrinin effektivliyi bazar və qlobal geopolitik dəyişikliklərə bağlıdır [7].

Beləliklə, Cənubi Koreya üçün əsas çağırışlar təhlükəsizlik, geosiyasi balans, tarixi mübahisələr və iqtisadi rəqabət sahələrində müşahidə olunur. Bu problemlərin həlli ölkənin diplomatik çevikliyinə və strateji planlamasına birbaşa bağlıdır.

NƏTİCƏ

Cənubi Koreyanın beynəlxalq əlaqələri Uzaq Şərqdə ölkənin strateji mövqeyini gücləndirən əsas elementlərdən biridir. Tarixi təcrübə, sürətli iqtisadi inkişaf və çoxtərəfli diplomatiya Cənubi Koreyanı regional və qlobal səviyyədə mühüm aktora çevirmişdir [4].

Tədqiqat göstərir ki, ölkənin diplomatik siyasəti, iqtisadi əlaqələri, təhlükəsizlik strategiyaları və soft power imkanları bir-biri ilə sıx bağlıdır. Çin, Yaponiya, ABŞ və Şimali Koreya ilə münasibətlər, həmçinin regional təşkilatlarda fəallıq, Cənubi Koreyanın çevik və balanslı xarici siyasət yürütməsinə imkan verir [5].

Lakin ölkə qarşısında bir sıra çağırışlar mövcuddur: Şimali Koreya təhdidləri, regional geosiyasi balansın qorunması, tarixdən qaynaqlanan diplomatik gərginliklər və qlobal iqtisadi rəqabət. Bu problemlərin həlli, strateji planlamanın davamlı təkmilləşdirilməsini və diplomatik çevikliyin artırılmasını tələb edir.

Tövsiyələr:

1. Strateji balansın qorunması: Cənubi Koreya Çin, ABŞ və digər qlobal aktorlarla münasibətlərdə çevik diplomatiya strategiyasını davam etdirməlidir.

2. Regional əməkdaşlığın gücləndirilməsi: ASEAN, APEC və RCEP kimi platformalarda iştirak genişləndirilməli, regional iqtisadi və təhlükəsizlik əməkdaşlığı inkişaf etdirilməlidir.

3. Soft power potensialının artırılması: K-pop, kino və texnologiya diplomatiyası ilə beynəlxalq nüfuz və iqtisadi təsir gücləndirilməlidir.

4. Təhlükəsizlik və müdafiə modernləşməsi: Şimali Koreya təhdidlərinə qarşı müdafiə sistemi və hərbi texnologiyaların inkişafı davam etdirilməlidir.

5. Diplomatik dialoqun intensivləşdirilməsi: Yaponiya və Şimali Koreya ilə dialoq kanalları aktiv saxlanmalı, regionda sülh və sabitlik təşəbbüslərinə töhfə verilməlidir.

Beləliklə, Cənubi Koreya Uzaq Şərqdə həm regional, həm də qlobal səviyyədə nüfuzunu qoruyaraq, həm diplomatik, həm də iqtisadi gücünü artırmaq potensialına malikdir. Strateji çeviklik və çoxtərəfli yanaşma, ölkənin beynəlxalq əlaqələrini davamlı şəkildə möhkəmləndirəcək əsas amillərdəndir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Cumings, B. (2017). Korea’s Place in the Sun: A Modern History. New York: W.W. Norton.
2. Oberdorfer, D. (2001). The Two Koreas: A Contemporary History. Basic Books.
3. Shin, G.-W. (2018). Modern Korea: A History. University of Michigan Press.
4. Kim, S. (2021). South Korea’s International Relations in the 21st Century. Routledge.
5. Lee, C. (2019). South Korea’s Diplomacy in East Asia. Palgrave Macmillan.
6. Park, H. (2020). China-South Korea Relations: Economic and Political Perspectives. Routledge.
7. Jang, M. (2020). Korean Soft Power and Cultural Diplomacy. Springer.
8. Snyder, S. (2018). South Korea at the Crossroads: Autonomy and Alliance in an Era of Geopolitical Competition. Brookings Institution Press.
9. Kim, H., & Moon, C. (2019). The Politics of North Korea: Understanding the Challenges for South Korean Diplomacy. Palgrave Macmillan.
10. Kihl, Y. (2017). Transforming Korean Security: From Cold War to Globalization. Routledge.
11. Lee, J. (2020). South Korea’s Economic Diplomacy and Globalization. Springer.
12. Baek, Y., & Lee, S. (2019). Regional Security Dynamics in East Asia: Korea’s Strategic Role. Lexington Books.
13. Cho, H. (2021). Korea’s Foreign Policy in the 21st Century: Challenges and Opportunities.

Routledge.
14. Shin, D. (2020). South Korea and Multilateral Diplomacy in East Asia. Palgrave Macmillan.
15. Moon, S. (2018). Soft Power and Cultural Diplomacy in Korea: K-Brand Influence. Spring

Nuranə ABBASOVA
Bakı Dövlət Unversiteti,
magistrant
nuranaabbasova2020@gmail.com

RUSİYANIN CƏNUBİ QAFQAZDAKI DAİMİ MARAQLARI

Xülasə: *Cənubi Qafqaz regionu tarixi, geosiyasi və iqtisadi baxımdan Rusiya üçün strateji əhəmiyyət kəsb edir. Qərblə Şərq arasında yerləşən bu region zəngin təbii resursları, nəqliyyat dəhlizləri və müxtəlif etnik qrupların mövcudluğu ilə diqqət çəkir. Rusiya imperiyasından Sovet İttifaqına, oradan isə müasir Rusiya Federasiyasına qədər Moskvanın bu bölgədəki mövqeyi dəyişsə də, onun maraqları həmişə sabit qalmışdır. Rusiyanın Cənubi Qafqaz siyasəti əsasən təhlükəsizlik, enerji nəzarəti, iqtisadi təsir və geosiyasi balansın qorunması istiqamətində formalaşır. Ermənistan, Azərbaycan və Gürcüstanla münasibətləri fərqli dinamikaya malik olsa da, Moskva regionda təsirini qorumaq və gücləndirmək üçün müxtəlif siyasi, iqtisadi və hərbi rıçaqlardan istifadə edir. Xüsusilə, Qarabağ münaqişəsi, enerji layihələri və Qərbin bölgəyə artan marağı fonunda Rusiyanın mövqeyi daha da aktuallaşır.*

Bu məqalədə Rusiyanın Cənubi Qafqazdakı daimi maraqlarının tarixi və müasir aspektləri təhlil ediləcək, bu siyasətin region ölkələrinə və ümumilikdə beynəlxalq münasibətlərə təsiri araşdırılacaq.

Açar sözlər: *imperiya, inteqrasiya, ekspansionist, geosiyasi, təhdid, region, demokratiya, siyasət, iqtisadiyyat, hegemonluq, təşəbbüs.*

RUSSIA'S PERMANENT INTERESTS IN THE SOUTH CAUCASUS

Abstract: *The South Caucasus region is of strategic importance to Russia from a historical, geopolitical and economic perspective. Located between the West and the East, this region is notable for its rich natural resources, transport corridors and the presence of diverse ethnic groups. Although Moscow's position in the region has changed, from the Russian Empire to the Soviet Union to the modern Russian Federation, its interests have always remained constant. Russia's South Caucasus policy is shaped primarily by security, energy control, economic influence, and maintaining geopolitical balance. While its relations with Armenia, Azerbaijan, and Georgia have different dynamics, Moscow uses various political, economic, and military levers to maintain and strengthen its influence in the region. Russia's position is becoming more relevant, especially in light of the Karabakh conflict, energy projects, and the West's growing interest in the region. This article will analyze the historical and contemporary aspects of Russia's permanent interests in the South Caucasus, and examine the impact of this policy on the countries of the region and international relations in general.*

Keywords: *empire, integration, expansionist, geopolitical, threat, region, democracy, politics, economy, hegemony, initiative*

ПОСТОЯННЫЕ ИНТЕРЕСЫ РОССИИ В ЮЖНОМ КАВКАЗЕ

Резюме: *Южнокавказский регион имеет стратегическое значение для России с точки зрения истории, геополитики и экономики. Этот регион, расположенный между Западом и Востоком, привлекает внимание своими богатыми природными ресурсами, транспортными коридорами и разнообразием этнических групп. От Российской империи до Советского Союза и современной Российской Федерации, хотя положение Москвы в этом регионе менялось, её интересы всегда оставались неизменными. Российская политика в Южном Кавказе в основном направлена на обеспечение безопасности, контроль над энергетическими ресурсами, экономическое влияние и сохранение геополитического баланса. Отношения с Арменией, Азербайджаном и Грузией имеют разные динамики, но Москва использует различные политические, экономические и военные рычаги, чтобы сохранить и укрепить своё влияние в регионе. Особенно актуальными становятся её позиции на фоне Нагорно-Карабахского конфликта, энергетических проектов и растущего интереса Запада к этому региону.*

В данной статье будут проанализированы исторические и современные аспекты постоянных интересов России в Южном Кавказе, а также влияние этой политики на страны региона и международные отношения в целом.

Ключевые слова: *империя, интеграция, экспансионизм, геополитика, угроза, регион, демократия, политика, экономика, гегемония, инициативы.*

GİRİŞ

Rusiya Cənubi Qafqazı təxminən iki əsr öz əsarətində saxlayıb. Həm Rusiya imperiyası, həm də SSRİ zamanında bu region Moskvanın siyasi nəzarəti altında olub. XXI əsrdə də Rusiya öz keçmişini unutmur və regionda öz nüfuzunu qoruyub saxlamağa çalışır Rusiya Cənubi Qafqaz regionunda strateji, siyasi, iqtisadi və hərbi maraqlara sahibdir. Bu maraqlar tarixi, geosiyasi və iqtisadi amillərlə formalaşıb və müxtəlif vasitələrlə həyata keçirilir. Gürcüstanda 2008-ci il münaqişəsindən sonra Abxaziya və Cənubi Osetiyanın tanınması, Ermənistanla hərbi ittifaq və 2020-ci il Qarabağ müharibəsindən sonra bölgəyə sülhməramlı qüvvələrin yerləşdirilməsi bu siyasətin əsas elementləridir. Bundan əlavə, Moskva region dövlətləri ilə enerji və ticarət sahəsində əməkdaşlıq edərək iqtisadi təsirini gücləndirir. Rusiya tarixən Cənubi Qafqaz regionunda strateji maraqlara malik olmuşdur və bu maraqlar bu gün də aktuallığını qoruyur. Regionun geosiyasi əhəmiyyəti, enerji resursları və nəqliyyat dəhlizləri Moskvanın buradakı təsirini saxlamaq cəhdlərinin əsas səbəblərindəndir.

Rusiya Cənubi Qafqaz regionunda tarixən geosiyasi, iqtisadi və təhlükəsizlik maraqlarına malik olmuşdur. Regionun strateji mövqeyi, enerji resursları və nəqliyyat dəhlizləri Moskvanın buradakı aktiv siyasətini şərtləndirən əsas faktorlar sırasındadır. Rusiya həm ikitərəfli əlaqələr, həm də regional təşkilatlar vasitəsilə Ermənistan, Azərbaycan və Gürcüstanla müxtəlif səviyyələrdə əməkdaşlıq etmişdir. Eyni zamanda, hərbi mövcudluq və diplomatik vasitələrlə bölgədəki proseslərə təsir etməyə çalışır. Son illərdə Qərbin artan nüfuzu və regional ölkələrin balanslaşdırma siyasəti Rusiyanın Cənubi Qafqaz siyasətində yeni çağırışlar yaratmışdır.

Rusiya üçün Cənubi Qafqazda aktorlar üç müstəqil dövlətdən əlavə olaraq, Abxaziya və Cənubi Osetiyadır. Burada əsas faktor regionda baş verən proseslərdə Rusiyanın əsas təsiredici qüvvə kimi çıxış etməsidir. Moskvanın maraqlarına isə təhdid ABŞ başda olmaqla NATO-nun aktiv çıxışlar etməsidir. Gürcüstan və Azərbaycanla hərbi əlaqələrin artması və Cənubi Qafqazın NATO üçün strateji əhəmiyyətli zona elan edilməsi Kremli narahat edən əsas faktorlar siyahısındadır.

Bundan əlavə, Türkiyənin də Azərbaycanla artan əlaqəsi Rusiyanın diqqətindən qaçmır. Azərbaycanın Türkiyə və İsraildən silah təminatına qarşılıq olaraq isə Ermənistanın

silahlandırılmasına çalışır [8, s. 330].

Cənubi Qafqaz son illərdə ciddi geosiyasi mübarizə meydanına çevrilib. Rusiya üçün həyati əhəmiyyət kəsb edən regionda artan fəallıq, Kremli kəskin addımlar atmağa vadar edir. Əslində onun reaksiyası Rusiya üçün bölgənin strateji əhəmiyyətini ehtiva edir.

Rusiyanın ekspansionist siyasəti. Müasir dövrdə dünya siyasəti böyük güc mübarizələrinə şahidlik edir. Qərbin şərqə doğru genişlənməsi və Rusiyanın geosiyasi təsir dairəsinə daxil olması iki qütbün qarşıdurmasına səbəb olur.

Moskvanın xarici siyasətində genişlənmə anlayışını qavramaq üçün, ilk öncə nəzəri olaraq bu siyasi xəttin mənasını izah etmək lazımdır. Ekspansionizm və ya genişlənmə dünya siyasətinin ayrılmaz tərkib hissəsidir. Bu xətt böyük güclərə, yəni nisbi olaraq daha çox resurslara malik olan dövlətlərə aiddir.

Ekspansionizm iki istiqamətdə özünü büruzə verir: yumşaq və sərt. Hərbi müdaxilələr, işğal və ilhaq "sərt ekspansionizm" siyasətinin təzahürüdür, əksinə ideoloji, mədəni və iqtisadi genişlənmə isə "yumşaq ekspansionizm"in formaları hesab edilir.

"Soyuq müharibə" dövründə də sərt ekspansionizm davam edirdi. Müxtəlif hərbi qarşıdurmalar, müharibələr bunun əsas göstəriciləri idi. Lakin SSRİ dağıldıqdan sonra dünyada xüsusilə Qərb tərəfindən yumşaq formada genişlənməni müşahidə edə bilərik. İdeoloji, mədəni, ticari yayılma dünya siyasətinin yeni trendinə çevrildi. Əsasən də qloballaşma bu cür genişlənməyə şərait yaradır desək, yanılmarıq.

Böyük dövlətlər dünya siyasi taxtasında daha böyük sahəyə malik olmağa can atırlar və bunu müxtəlif üsullarla həyata keçirmək istəyirlər. Görünən odur ki, Rusiya dünya siyasətində baş verən genişlənmə meyllərinə biganə qalmaq niyyətində deyil [9, s. 199]. Moskva keçmiş SSRİ ərazisi boyunca öz təsirini yaymaq və siyasi genişlənməni öz xarici əlaqələrində əsas hədəf kimi götürüb. Lakin Qərb dövlətləri Rusiyanın genişlənməsini öz maraqlarına təhdid kimi görürlər. Onlar Rusiyanın bu siyasətini sərt ekspansionizm kimi ifadə edirlər.

Rusiyanın müasir xarici siyasətində ekspansionist meyillər onun keçmişindən irəli gəlir. Henri Kissincer "Diplomatiya" əsərində rus yazıçılarının hər zaman Rusiyanın xaricə doğru təzyiqlərini bir növ missionerlik vəzifəsi kimi ifadə etdiklərini qeyd edib. Onun fikrincə, tarixi boyu Rusiya heç bir zaman müəyyən bir sərhəd duyğusuna sahib olmayıb və onun irəliləməsini qabaqlandığı təqdirdə aqressivlik nümayiş etdirmişdir. Kissincer Rusiyanın bu addımlarında digər güclərə olan güvənsizlik duyğusunun olduğunu bildirib. Bu isə imperatorluq genişlənməzsə dağılacaq mənasına gəlir [11 s. 25].

ABŞ prezidenti Cimmi Karterin Milli Təhlükəsizlik məsələləri üzrə müşaviri olmuş Zbiqniev Bjezinski SSRİ-nin dağılmasının Kreml üçün necə bir üzücü hadisə olduğunu ifadə edib. O, Rusiyanı artıq 1800-cü illərdən bəri nəzarət etdiyi Cənubi Qafqazı itirdiyini və 1600-cü illərdən bəri idarə etdiyi Şərqi Avropaya bir daha nəzarət edə bilməyəcəyini qeyd edib. Bu ərazilərin itirilməsi Rusiyanın geosiyasi gücü üçün böyük fəlakətdir. Xüsusilə Ukraynanın müstəqilliyi Rusiyanın pan-Slavyan kimliyinə zərbədir, Cənubi Qafqazın itirilməsi isə Türkiyənin bu regiona nüfuz etməsi deməkdir. [5, s. 87, 88].

Z. Bjezinskinin təhlillərinə əsasən SSRİ-nin dağılması ilə Rusiyanın itirdiyi geosiyasi gücü bu cür qruplaşdırmaq olar:

1. Şərqi Avropa: 52 milyonluq slavyan xalqına malik Ukraynanın itirilməsi Rusiyanın Avrasiya gücü olmaq arzusu üçün böyük hədədir. Bundan əlavə, Ukraynanın uzun Qara dəniz sahili də Rusiya üçün artıq bağlıdır;

2. Mərkəzi Avropa: vaxtilə SSRİ-nin peyk dövlətləri olan Mərkəzi Avropanın sosialist respublikaları artıq NATO və Aİ istiqamətində irəliləyəcək;

3. Cənubi Qafqaz: Azərbaycanın itirilməsi onun Xəzər dənizində yerləşən enerji ehtiyatlarını itirmək deməkdir. Eyni zamanda Cənubi Qafqaz dövlətləri müstəqil şəkildə Türkiyə ilə əlaqələr qurmağa başlayır. Bu da Rusiya üçün keçmiş ərazisində yeni rəqibin peyda

olmasıdır.

4. Mərkəzi Asiya: SSRİ-nin dağılması Rusiyanın cənub və cənub-şərq sərhədlərinin min kilometrlərlə şimala çəkilməsinə gətirib çıxardı. Bu region enerji və mineral resurslarla zəngindir. Bu isə xarici investorların cəlbinə gətirib çıxaracaq [2, s. 91-93].

Bu amillər Rusiyanın necə böyük bir güc itirdiyini göstərir. Bundan başqa, "Soyuq müharibə" zamanı dünyanın supergücü olan Rusiya artıq üçüncü dünya səviyyəsinə gəlib düşdü. Beləliklə, dünyada baş verən proseslərin həllində heç kim Rusiya ilə məsləhətləşmir. NATO onun keçmiş peyk dövlətlərini öz tərkibinə qatmaqda davam edir. Hətta XX əsrin əvvəlində Rusiya bu meyllərə etiraz edirdi.

"Bu və ya başqa şəkildə, NATO-nun Rusiya sərhədlərinə yaxınlaşması tamamilə yeni, bizim üçün son dərəcə yararsız hərbi-siyasi və geosiyasi vəziyyət yaratmaqdadır", deyə Rusiyanın keçmiş Baş naziri Yevgeniy Primakov söyləmişdir.

1990-cı illərdə Rusiya Xarici İşlər nazirliyində NATO-nun genişlənməsinə qarşı ölkənin mümkün reaksiyası üçün 3 cür təklif irəli sürülmüşdür. Bunların ilki, NATO-nun genişlənməsinə tamamilə qarşı çıxmaq idi ki, bu da "Soyuq müharibə"nin yenidən gündəmə gətirmək idi. İkincisində isə bu genişlənmə müddətinə təsir etmək təklif olunurdu. Üçüncü olaraq isə NATO-nun genişlənməsi mövzusunda mənasız yanaşma ilə uzlaşmamaq və paralel olaraq başda Rusiyanın təhlükəsizliyini təhdid edən maraqlarımıza cavab verməyən nəticələri minimallaşdırmaq məqsədi ilə danışıqlar aparmaq. Həmin zamanda üçüncü variant seçildi [10, 405].

Yuxarıda qeyd edilənlərdən göründüyü kimi Rusiya keçmiş postsovet dövlətlərinə öz təsir dairəsi kimi baxır. Biz bunu Hitler Almaniyasının izlədiyi "Lebensraum" ("Həyati məkan") xəttinin Rusiya modeli kimi ifadə edə bilərik. Fridrix Ratzel tərəfindən irəli sürülən bu nəzəriyyədə dövlətin canlı orqanizm kimi böyüməyə ehtiyacının olması qeyd edilib. Bu prosesin gerçəkləşməsi üçün isə hərbi addımlar istisna edilmir [3, s. 64]. Lakin görünən odur ki, bu istiqamətdə ciddi uğurlar qeydə alınmayıb. Rusiyanın son 20 il ərzində postsovet məkanında apardığı siyasi xəttə nəzər salsaq, rəsmi Moskvanın nüfuzunun digər güclər tərəfindən ciddi təhdidlərlə üzləşdiyini görə bilərik. Lakin bu Rusiya üçün oyunun sonu demək deyil. Müxtəlif mexanizmlərlə Rusiya rəqib siyasi axınların qarşısını almağa və regionu öz təsir dairəsinə qatmağa çalışır.

1. Geosiyasi və Strateji Maraqlar

Cənubi Qafqaz Rusiyanın Qara dəniz hövzəsi və Orta Asiya ilə əlaqələrində mühüm keçid nöqtəsidir. Regionun nəzarətdə saxlanılması Qərbin və xüsusilə NATO-nun təsirini məhdudlaşdırmaq məqsədi daşıyır. Rusiya burada öz hərbi mövcudluğunu qorumaq üçün Gümrüdə (Ermənistan) hərbi baza saxlayır.

2. Siyasi və Diplomatik Maraqlar

Rusiya, Gürcüstanın Avropa İttifaqı və NATO ilə yaxınlaşmasının qarşısını almağa çalışır. Ermənistan və Azərbaycan arasındakı münaqişədə vasitəçilik edərək bölgədə təsir gücünü qoruyur. Abxaziya və Cənubi Osetiya kimi separatçı bölgələri dəstəkləyərək Gürcüstana təzyiq göstərir.

3. İqtisadi Maraqlar

Region Rusiya üçün enerji və nəqliyyat marşrutları baxımından vacibdir. Moskva Ermənistanın əsas iqtisadi tərəfdaşıdır və bu ölkənin enerji sektorunda güclü təsirə malikdir. Azərbaycanla enerji və ticarət sahəsində əməkdaşlıq edərək balanslı siyasət yürütməyə çalışır.

4. Hərbi və Təhlükəsizlik Maraqları

2020-ci il Qarabağ müharibəsindən sonra Rusiya sülhməramlı qüvvələrini bölgəyə yerləşdirib və bununla regionda mövcudluğunu möhkəmləndirib. Regiondakı stabillik və nəzarət Kremlin təhlükəsizlik siyasətində mühüm yer tutur.

TƏDQİQAT

Tanınmış ingilis diplomatı, uzun illər İngiltərənin xarici siyasətinə yönüm vermiş Lord Kerzon vaxtilə belə mülahizə söyləmişdir..” Rusiyanın necə ki, Hindistana iddiası yoxdur, bizim də Qafqaza təmənnamız olmamalıdır “[6, s. 801]. Bu” səmimi “ geosiyasi münasibət müəyyən ölçülərdə bu gün pozulmaqdadır. Kontinental imperiyanın dağılmasından sonra onun varisi olan Rusiya Federasiyası tamamilə yeni, “sovet məkanının “ təsəvvür etmədiyi bir realıqlarla üzləşməli olmuşdur. Bu proses bütün dünya politoloqları üçün dərin düşüncə, hərtərəfli və əvvəlkindən fərqli metodologiya əsasında düşünüb-danışmaq predmeti olmuşdur.

XVIII əsrin filosoflarından Ş.Monteskye vaxtıilə demişdir ki, kiçik dövlətlər daha çox xarici düşmənin zərbəsindən, iri dövlətlər isə daxili xəyanət nəticəsində məhv olurlar. N.A. Nartovun fikrincə, gələcəkdə xalqlar Qorbaçovu, Yeltisini Ykovlevi də Q.Otrepyev kimi vətənini dağıdan xain adlandıracaqlar [7, s.150-151]. Məlumdur ki, Rusiya keçmiş SSRİ imperiyasının aparıcı dövlətlərindən olmuş və hazırda adı çəkilən imperiyanın varisi rolunda syasət yeridir.Cənubi Qafqaz respublikalarıda həmin imperiyanın əvvəlcə Rusiya sonra SSRİ imperiyasının tərkibində olmuş, müstəqillik əldə etdikdən sonra həmin müstəqil Rusiya ilə münasibətlər qurmuşlar.

Hadisələr göstərir ki, iri qonşu dövlətlə əlaqələrin yaradılması Qafqaz respublikaları üçün müəyyən problemlər yaradır. ”Talış kartı“, “Ləzgi kartı“, “avar problemi“, “kürd məsələsi“, kimi geoideoloji priyomları qeyd etmək kifayətdir. Bundan məqsəd Qafqazda geostrategiyanı həyata keçirməkdir [12,s 45].

Realıqlar göstərir ki, Moskva ənənəvi xarici siyasətindən, regiondakı siyasi ideoloji ambisiyalarından əl çəkmək niyyətində deyildir. Rusiya hesab edir ki, rəqabət obyekti olsa da o, regiona geosiyasi nəzarət imkanı əldə etməlidir. Rus geosiyasətinin başlıca məqsədi ondan ibarətdir ki, regiona əsas borular əvvəlki qayda üzrə yenə də Rusiya ərazisindən Qara dənizdən Novorossiyskidə yerləşən rus terminalına getməlidir. Bu kiçik üstünlüyündən Rusiya geosiyasi təsir gücü kimi istifadə etməklə regionda uzunmüddət qalacağına, Qafqazın yeni ehtiyatlarından istifadə edəcəyinə ümid bağlayır. Z.Bjezinski obyektiv olaraq qeyd edirdi ki, əksinə, əgər borulardan biri Xəzər dənizindən Azərbaycana, sonra isə Türkiyə vasitəsilə Aralıq dənizinə, digər tərəfdən isə Əfqanistan vasitəsilə Ərəb dənizinə keçərsə, regiona nəzarət məsələsində heç bir təkhakimiyətlilik olmayacaqdır. Bu geosiyasi məqam Rusiya analitiklərini daha çox düşündürürdü. Regiona tam nəzarət edə bilməyəcəyi təqdirdə buranın ehtiyatlarının başqaları tərəfindən işlənməsi Rusiya siyasi elitasında təəssüf doğurur (4, s.155). Hər halda bir fakt danılmazdır ki, regiona xarici qüvvələrin təsirinə və nüfuz etməsinə imkan verməmək üçün Rusiyanın siyasi iradəsi və kapitalı çox zəifdir. Bununla yanaşı, bu ölkənin sağlam düşüncəli siyasi elitası başa düşür ki, yeni dövlətlərdə demokratik proseslərin getdiyi bir vaxtda Rusiyanın cənub sərhədlərində zorakılıq hallarına yol verilməməlidir, çünki bu partlayışa gətirib çıxara bilər. Amerika siyasətçısı T.Telbot məhz bununla bağlı qeyd edir ki, “Ruslar yaxşı olardı ki, İsveç cəngavərlərinə qalib gəlmiş Aleksandr Nevskinin obrazına az, “Novoqorod tacirlərinin “Qanzey“ ideyasına çox diqqət yetirsinlər (7, s 56). Z. Bjeziniski öz fikrini daha aydın izah edərək yazır ki, Rusiya ya imperiya ola bilər, ya da demokratiya, lakin o, eyni zamanda bunların hər ikisi ola bilməz [1,s 34] “Yaranmış şəraitdə, Rusiya Qafqazdakı geosiyasi oyunlarda nüfuzlu olmaq istəyən dövlət kimi ilk növbədə özünü demokratik hökumət kimi təqdim etməyi bacarmalıdır. Bu, hər halda Rusiyanın indiki mərhələdə zəifliyindən irəli gəlir. Danılmaz həqiqətdir ki Qafqaz geosiyasətində Ermənistan Azərbaycan, Qarabağ konflikti qarşıdurma amili kimi regionda Rusiya Azərbaycan münasibətlərinə bir müddət təsir göstərdi. Rusiyanın Ermənistandan ölkəmizə qarşı istifadə etməsi onun Qafqazın təhlükəsizlik sisteminə heç bir pozitiv fayda gətirmədi.

Rusiya Federasiyasının Ermənistana göstərdiyi üstüörtülü dəstək münaqişənin 30 illik bir dövrə kimi davam etməsinə gətirib çıxardı. Bugünkü reallıq isə demək olar kı, Ermənistan ictimaiyyətində birmənalı şəkildə qəbul olunmur. Onu da qeyd etməliyik ki, Qafqazda yaşanan

problemlərin əsası, Bölgə ölkələrinin özlərinin öz problemlərini həll edə bilməməsindən irəli gəlir. Bu vaxta kimi Ermənistan Rusiya ilə ikitərəfli əməkdaşlığı üstün tutaraq özünü təminat altında saxlayır. Gürcüstanın Təhlükəsizlyini isə "Türkiyə-ABŞ Qafqaz iş qrupu"nun qarşılıqlı dəstəyi ilə aradan qaldırmağa calışır. Bölgədəki enerji koridorlarının təyin olunmasında yeganə güc olmağı hədəfləyən Rusiya Federasiyası Türkiyənin bölgədəki nüfuzunu zəiflətmək məqsədilə müxtəlif qrupları dövriyyəyə daxil edir. Rusiya dünya siyasətində öz çevrəsini formalaşdırmaq üçün Avrasiya İqtisadi Birliyinin timsalında yeni inteqrasiya mərkəzi yaratmağa təşəbbüs göstərdi. Kreml ümid edir ki, AİB Rusiyanın nəzarət etdiyi inteqrasiya blokuna çevriləcək. Əgər onlar Qərb blokunun yaratdığı modellə rəqabət apara bilməsə, ən azından Moskva ətraf dövlətlərə təsir etmə vasitələrinə sahib olacaq [15, s. 13]. Bir sözlə, onları bu ittifaqa cəlb edərək ikinci ittifaqa qoşulmaqlarınının qarşısını ala bilər.

Müstəqil Dövlətlər Birliyinin artıq bir təşkilat kimi uğursuz olduğu ilə bağlı yayılan fikirlərə cavab verən V. Putin MDB-nin ortaq platforma yaratdığını və əvəzolunmaz rola malik olduğunu qeyd edib. Lakin Rusiya dövlət başçısı postsovet dövlətləri arasında əlaqələrin modernləşməsindən söhbət açıb. O, iqtisadi inteqrasiyanın mərhələləri istiqamətində irəliləyərək nəticədə ümumi iqtisadi zona səviyyəsini əsas hədəf kimi göstərib.

Vladimir Putin gələcəyə olan baxışlarını açıqlayarkən Avrasiyada Aİ kimi ittifaqın formalaşmasını qeyd edib. Bu, dövlətlər arasında sərhədlərin aradan qaldırılması, vizanın ləğvi kimi yüksək səviyyədə iqtisadi inteqrasiya deməkdir. Kreml rəhbəri Aİ-nin 40 il yol getdiyini söyləyib, lakin Avrasiyada bu zamanın daha sürətli olacağını bildirib. V. Putin sürətin mövcud təcrübələrə (xüsusilə Avropa İttifaqının təcrübəsi) əsaslanacağını hesab edir [14, s. 11, 12].

ABŞ Rusiyanın yeni inteqrasiya modelini Moskvanın postsovet dövlətləri üzərində hegemoniyası kimi nəzərdən keçirir. ABŞ Dövlət katibi Hillari Klinton bu modeli "yenidən sovetləşdirmə" adlandırmışdı. Lakin Rusiya, Qazaxıstan və Belarus alimləri isə əksinə modelin hegemoniya məqsədli deyil, iqtisadi əlaqələr baxımından önəm kəsb etdiyini söyləyirlər.

Nəticədə isə Rusiya istədiyinə nail oldu və 2015-ci il 1 yanvar tarixində Belarus, Rusiya və Qazaxıstanın iştirakı ilə Avrasiya İqtisadi Birliyi yaradıldı. Daha sonra isə Ermənistan və Qırğızıstan da təşkilata üzvlük qazandı[17, s. 410-415].

Avroatlantik məkanında iqtisadi birliyi Avropa İttifaqı təmsil edirsə, təhlükəsizlik məsələləri NATO müstəvisində müzakirə edilir. Bundan əlavə, ATƏT və Avropa Şurası kimi təşkilatlar bu coğrafiyanın institusional bazasını formalaşdırır. Eyni formula Avrasiya üçün də keçərlidir. Belə ki, Avrasiya İqtisadi Birliyi Aİ-nin ekvivalentidirsə, Kollektiv Təhlükəsizlik Müqaviləsi Təşkilatı (KTMT) NATO-nun regionda əvəzi hesab edilə bilər.

KTMT-nin 4-cü maddəsinə görə üzv dövlətlərin birinin suverenliyinə hədə digərlərinə də eyni bərabərlikdə sayılır. Bu, NATO-nun 5-ci maddəsinə oxşardır. Təhlükəsizliyin təminatı, müstəqilliyin qorunması və regionda sülhün bərqərar olması təşkilatın əsas hədəflərindən sayılır. KTMT ölkələri təşkilatlarının formatını NATO-dan tamamilə fərqləndirirlər. Onlar Şimali Atlantika Alyansının birbaşa olaraq Çin və Rusiyaya qarşı formalaşdığını, lakin KTMT-nin isə sadəcə müəyyən coğrafiyada təhülkəsizliyi təmin etmək üçün mövcud olduğunu hesab edirlər.

Bu təşkilatın da funksionallığı müəyyən şübhələr doğurur. Misal üçün, Qırğızıstanın 1999-cu il islamçıların hücumu, 2010-cu il Qırğızıstan-Özbəkistan arasında münaqişə və 2021-ci il Tacikistan-Qırğızıstan sərhəd münaqişəsi zamanı KTMT səssiz qaldı. Lakin Qazaxıstanda baş verən çaxnaşmada təşkilat cəld hərəkət edə bildi. [18] Bir sözlə, KTMT-nin şəffaf şəkildə üzv dövlətlərin maraqları çərçivəsində hərəkət etməyində müəyyən açıq qalan məqamlar mövcuddur.

Hər iki təşkilat Rusiya üçün regionlarda geosiyasi təhlükəsizliyin təminatı kimi görünə bilər. Xüsusilə Qərbdən gözlənilən çağırışların qarşısında Moskvanın əsas dayaq nöqtələri hesab edilə bilər. Lakin Rusiyanın inteqrasiya modeli sadəcə Avroatlantika məkanına

inteqrasiyası ilə təhdid edilmir. Son zamanlar Türkiyənin aktiv rolu və türkdilli dövlətlərin yaxınlaşması Rusiya üçün narahatlıq doğurur. Moskva düşünür ki, Ankara yumşaq güc vasitəsi ilə bu geosiyasi layihəni davam etdirəcək və pantürkist ideologiyasının genişlənməsinə şərait yaradacaq.

Əlbəttə ki, Moskva bu istiqamətdə Türkiyənin təkbaşına hərəkət etməyəcəyinə inanır. Kremldə hesab edilir ki, ABŞ, Böyük Britaniya və İsrailin dəstəyi ilə Ankara "Böyük Turan" ideologiyasını uğurla həyata keçirəcək və Bjezinskinin deyimi ilə "Rusiyanın hesabına və xarabalıqları üzərində". Türkiyənin Cənubi Qafqazda güclənməsi qədər, İsrailin Azərbaycanla mövcud əlaqələri və Türkiyə ilə potensial yaxınlaşması Kremlin problemləri siyahısına daxil olur [13, s. 105, 106].

İkinci Qarabağ müharibəsindən sonra Kremlin regionda ipləri boşalmağa başladı. Mövcud status-ko Türkiyə, Qərb və İsrail kimi oyunçuların xeyrinə dəyişərək Moskvanın çəkisini yüngülləşdirdi. Bu, eyni zamanda Avrasiya inteqrasiyasından da yan keçməyəcək. Rusiya Cənubi Qafqazın strateji əhəmiyyətini çox gözəl dərk edir və regionda digər qüvvələrin xüsusilə də Qərbin üstünlük əldə etməməsi üçün münaqişə onun üçün faydalı alət hesab edilir. Bu müharibədə də Rusiya regionda üstünlüyünü bir az da möhkəmləndirdi. Moskva Qarabağ problemindən Azərbaycan və Ermənistanı öz orbitinə çəkmək və Cənubi Qafqazda daha möhkəm nəzarətə sahib olmaq üçün istifadə etməyə çalışdı. Bundan əlavə, Kremldə donmuş münaqişələrin və müharibələrin NATO və Aİ kimi Avroatlantik institutlarına inteqrasiyaya böyük maneə yaratdığını yaxşı anlayırlar. Rusiya 44 günlük müharibə sayəsində bu arzusunu gerçəkləşdirməyə cəhd göstərdi [16, s.108].

Müharibənin yekununda Rusiya Qarabağ ərazisində öz hərbi kontingentini sülhməramlı formada yerləşdirdi. Bununla da münaqişə tərəflərinin Kremldən asılılığı bir qədər də artdı. Moskva öz ağırlığını artırmaq və Qərbin potensial irəliləyişlərinin qarşısını almaq fürsətini qazandı.

Əlbəttə, dəyişən regional geosiyasət Rusiyanı fərqli addımlar atmağa Türkiyə və Qərblə əməkdaşlığa getməyə vadar da edə bilər. Türkiyə heç də Rusiyada hamı üçün təhdid hesab edilmir. Əksinə Avrasiya məkanında Moskva ilə Ankaranın birlikdə hərəkət etməli olduğunu söyləyənlər də az deyil.

NƏTİCƏ

Rusiyanın Cənubi Qafqazdakı daimi maraqları tarixi, geosiyasi və iqtisadi amillərlə müəyyən edilir. Regionda sabitliyə təsir edən əsas aktorlardan biri kimi Moskva burada öz təsirini qorumaq və gücləndirmək üçün müxtəlif vasitələrdən diplomatik, hərbi və iqtisadi mexanizmlərdən istifadə edir. Ermənistan, Azərbaycan və Gürcüstanla münasibətləri fərqli strategiyalar üzərində qurulsa da, ümumi məqsəd bölgədə mövcudluğunu qorumaq və Qərbin təsirini minimuma endirməkdir.

Gələcəkdə Rusiyanın regiondakı siyasəti beynəlxalq və daxili faktorların təsirinə məruz qala bilər. Ukrayna müharibəsi və Qərbin sanksiyaları Kremlin Cənubi Qafqaz siyasətində müəyyən dəyişikliklərə səbəb olsa da, Moskvanın burada maraqlarından geri çəkilməsi ehtimalı azdır. Bununla belə, region ölkələrinin artan müstəqillik cəhdləri və digər qlobal güclərin (ABŞ, AB, Türkiyə, Çin) fəallığı, Rusiyanın Cənubi Qafqazdakı dominant mövqeyini çətinləşdirə bilər. Beləliklə, Moskvanın strateji maraqları uzunmüddətli olaraq dəyişməz qalsa da, onların həyata keçirilmə üsulları yeni çağırışlara uyğun adaptasiya olunmağa məcburdur.Nəticə olaraq Rusiyanın regiondakı maraqlarını belə yekunlaşdıra bilərik.

1. Rusiyanın Cənubi Qafqazdakı maraqları kompleks və çoxşaxəlidir. Moskva bu regionda dominant güc olaraq qalmaq üçün həm yumşaq güc, həm də hərbi-diplomatik vasitələrdən istifadə edir. Bununla belə, Qərbin və regional aktorların artan təsiri Rusiyanın

mövqeyini çətinləşdirir. **Geosiyasi əhəmiyyət** – Cənubi Qafqaz Rusiyanın tarixi təsir dairəsində qaldığı üçün region Moskvanın xarici siyasətində strateji əhəmiyyət kəsb edir. Bölgə həm Avropa, həm də Yaxın Şərqlə kəsişmə nöqtəsi kimi Rusiya üçün mühüm tranzit və təhlükəsizlik məsələlərini gündəmdə saxlayır.

2. İqtisadi və enerji maraqları Rusiya Cənubi Qafqaz ölkələri ilə ticarət və enerji sahəsində sıx əlaqələr qurmağa çalışır. Xüsusilə, regionun enerji resursları və nəqliyyat yolları Moskvanın maraq dairəsindədir.

3. Təhlükəsizlik və hərbi faktorlar Rusiya bölgədə öz hərbi mövcudluğunu saxlamaq üçün müxtəlif mexanizmlərdən istifadə edir. Ermənistanla müttəfiqlik münasibətləri, Abxaziya və Cənubi Osetiyadakı mövcudluğu, eləcə də regiondakı sülhməramlı kontingenti bu siyasətin tərkib hissəsidir.

4. Regional aktorlarla münasibətlər Rusiya regionda balans siyasəti yürüdərək Azərbaycan, Ermənistan və Gürcüstanla münasibətlərini öz maraqları çərçivəsində tənzimləməyə çalışır. Qərbin və Türkiyənin artan təsiri fonunda Moskva bölgədə mövqelərini qorumaq üçün müxtəlif diplomatik və iqtisadi alətlərdən istifadə edir.

Gələcək perspektivlər

Cənubi Qafqazda Rusiyanın mövqeyi regionda baş verən siyasi və iqtisadi dəyişikliklərdən asılıdır. Qərb-Rusiya qarşıdurması, regional konfliktlərin həlli və yeni əməkdaşlıq formatları Moskvanın gələcək strategiyasına təsir edən əsas amillərdən biri olaraq Rusiyanın Cənubi Qafqazdakı daimi maraqları tarixi, geosiyasi və iqtisadi amillərlə müəyyən edilir. Lakin son illərdə regionda baş verən hadisələr Moskvanın mövqeyinə təsir göstərmişdir. Gələcək perspektivləri aşağıdakı aspektlərdə qiymətləndirmək olar:

1. Geosiyasi dəyişikliklər və güc balansı: 2020-ci ildəki İkinci Qarabağ müharibəsi regionda güc balansını dəyişdirdi. Azərbaycanın ərazi bütövlüyünü bərpa etməsi və Türkiyənin artan rolu Rusiyanın Cənubi Qafqazdakı təsirini yenidən nəzərdən keçirməsinə səbəb oldu. Ermənistanın Avropa İttifaqı ilə yaxınlaşması və Rusiyanın Ukrayna müharibəsinə cəlb olunması Moskvanın regiondakı aktivliyini məhdudlaşdırdı.

2. İqtisadi əməkdaşlıq və nəqliyyat dəhlizləri: Rusiya, Cənubi Qafqazda mövqeyini gücləndirmək üçün iqtisadi əməkdaşlığa önəm verir. "Şimal-Cənub" nəqliyyat dəhlizinin inkişafı Moskvanın diqqət mərkəzindədir. Bu layihə, Rusiyanın Fars körfəzi və Cənub-Şərqi Asiya bazarlarına çıxışını asanlaşdırmaqla yanaşı, region ölkələri ilə iqtisadi əlaqələri möhkəmləndirə bilər.

3. Regional əməkdaşlıq formatları: Rusiya, Cənubi Qafqazda 3+3 formatında (Azərbaycan, Ermənistan, Gürcüstan + Rusiya, Türkiyə, İran) əməkdaşlığın inkişafını təşviq edir. Bu format, regiondankənar güclərin təsirini azaltmaq və regional problemlərin yerli səviyyədə həllini təmin etmək məqsədi daşıyır. Lakin Gürcüstanın bu formata qatılmaması və Ermənistanın Qərbə meyillənməsi bu təşəbbüsün effektivliyini məhdudlaşdıra bilər.

4. Azərbaycanla strateji tərəfdaşlıq: Rusiya, Azərbaycanı regionda etibarlı və proqnozlaşdırıla bilən tərəfdaş kimi görür. Prezident Vladimir Putinin Bakıya səfəri və iki ölkə arasında strateji əməkdaşlığın gücləndirilməsi Moskvanın Cənubi Qafqaz siyasətində Azərbaycanın rolunun artdığını göstərir.

Rusiyanın Cənubi Qafqazdakı maraqları dəyişən regional və qlobal şəraitdə yenidən formalaşır. Geosiyasi dəyişikliklər, iqtisadi layihələr və regional əməkdaşlıq formatları Moskvanın gələcək strategiyalarında mühüm rol oynayacaq. Azərbaycanla möhkəmlənən tərəfdaşlıq və nəqliyyat dəhlizlərinin inkişafı Rusiyanın regiondakı təsirini qorumağa və gücləndirməyə xidmət edə bilər.

Müasir dövrdə Rusiyanın inteqrasiya proseslərinə təhdidləri, xüsusilə Avrasiyada və beynəlxalq aləmdə bir neçə mühüm nəticəyə səbəb olmuşdur. Bu təhdidlər, həm regional, həm də qlobal miqyasda təhlükəsizlik, iqtisadi və siyasi dəyişikliklərə gətirib çıxarmışdır. Aşağıda

bu təhdidlərin əsas nəticələrini sadalaya bilərik:Avrasiyanın geopolitik vəziyyətində dəyişikliklər: Rusiya, xüsusilə Ukrayna münaqişəsi və Krımın ilhaqı ilə bağlı həyata keçirdiyi hərbi və diplomatik addımlarla Avrasiya regionunun geopolitik balansını dəyişdirmişdir. Bunun nəticəsində, qonşu ölkələrdə, xüsusən də Polşa, Baltikyanı ölkələr və Gürcüstanda Rusiyanın genişlənmə siyasətinə qarşı narahatlıq yaranmışdır.

Qlobal təhlükəsizlik məsələlərində gərginlik: Rusiya, özünün təhlükəsizliyini təmin etmək məqsədilə Şərqdəki inteqrasiya təşkilatları (məsələn, KTMT və Avrasiya İqtisadi İttifaqı) vasitəsilə təsirini artırmağa çalışıb. Lakin, bu siyasət Qərb ölkələri və NATO ilə münasibətləri gərginləşdirmiş və qlobal təhlükəsizlik sistemində təhdidlər yaratmışdır.

İqtisadi və siyasi sanksiyalar: Rusiyanın inteqrasiya proseslərinə təsiri, xüsusilə beynəlxalq iqtisadi sanksiyalarla nəticələnmişdir. Krımın ilhaqı və Ukrayna münaqişəsindən sonra Rusiyaya qarşı tətbiq edilən sanksiyalar, ölkənin iqtisadiyyatını zəiflətmiş, xarici sərmayələri azalmış və ticarət əlaqələrində çətinliklərə yol açmışdır.

Beynəlxalq təşkilatlarla münasibətlərdə dəyişikliklər: Rusiyanın inteqrasiya siyasəti, xüsusilə Avropa və Amerika ilə münasibətlərdə sarsıntılara səbəb olmuşdur. Rusiyanın Şərqə yönəlməsi və Çinlə daha sıx əməkdaşlıq etməsi, beynəlxalq təşkilatlar içərisindəki mövqeyini dəyişdirmişdir. Bu da o deməkdir ki, Rusiya artıq Qərbin dominant olduğu beynəlxalq siyasi və iqtisadi qurumlarla eyni platformada yer almadığı üçün yeni strateji bloklar yaratmışdır.

Daxili siyasi təsirlər: Rusiyanın inteqrasiya proseslərinə təhdidləri, daxili siyasətdə də dəyişikliklərə səbəb olub. Siyasi və sosial stabilliyi qorumaq üçün Rusiya, millətçi və anti-Qərb ritorikasını gücləndirərək daxili həmrəyliyi artırmağa çalışıb. Bu, eyni zamanda ölkə daxilində müxalifətə qarşı təzyiqləri gücləndirərək, demokratiya və insan haqları sahəsində geriləmələrə səbəb olub.

Yeni regional müttəfiqliklər və iqtisadi birliklər: Rusiya, həmçinin öz inteqrasiya siyasətini digər postsovet ölkələri ilə genişləndirməyə çalışır. Bu çərçivədə, Avrasiya İqtisadi İttifaqı və digər regional təşkilatlar vasitəsilə üzv ölkələr arasında ticarət və iqtisadi əlaqələr möhkəmlənməyə çalışılsa da, bu proseslər bəzən siyasi və iqtisadi əngəllərlə qarşılaşır.

Ümumiyyətlə, Rusiyanın inteqrasiya siyasətinə təhdidlər, regionda və dünyada bir çox siyasi və iqtisadi nəticələrə yol açmış, həmçinin beynəlxalq münasibətlərdə böyük dəyişikliklərə səbəb olmuşdur. Bu proses, həm Rusiya, həm də dünya üçün yeni münaqişə və əməkdaşlıq imkanlarını ortaya çıxarmışdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Hunter S. (1994), The Transcaucasus in Transition/nation –building and conflict.Washington D.C./1994
2. İsmayıl Musa. Azərbaycanın Xarici Syasəti. Üçüncü hissə. Bakı, 2010. s.583
3. Бжезинский З. (1999), Болъшая шахматная доска, *Международные отношение.* Москва, 1999, с. 62-63.
4. Бжезинский З. (2004), Выбор. Мировое госродстово, или глобольное лидерство. М. *Международные отношеные*, 2004.
5. Гаджиев, К.С. (2001), Геополитика Кафказа. М. Международные отношения, 2001, 464с.
6. Дугин, А.(1999), Основы геополитики. М .*АРКТОГЭЯ- центр*.1999
7. Nartov, H (2002), .Геополитика. М. *ЮНИТИ*, 2002
8. Güneş A.M. Avrupa Birliği'nin temel değerleri üzerine // TBB Dergisi – Ankara: 2016, Sayı 125, –s. 307-340.

9. İlhan Ş.K. Rusya'nın Güvenlik Stratejisi Çift Sınır ve Rusya-Ukrayna Savaşı Örneği // Novus Orbis: Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Dergisi –Trabzon: Kara Deniz Teknik Universitesi, –2022, Cilt 4, Sayı 2, – s.180-204
10. Бычко Е. Российский фактор в отношениях Организации Североатлантического Договора с Украиной и Грузией // 78-я научная конференция студентов и аспирантов Белорусского государственного университета 10–21 мая, –Минск: 2021, –с. 477-480.
11. Гнатюк С. Развитие экономики Беларуси в условиях внешних шоков // Эпомен, – Краснодар: 2022, Но. 75, –с. 20-29.
12. Иванов С. Южный Кавказ в региональной геополитике // Дипломатическая служба, – Москва: 2019, Но. 2 (83), –с. 41-52.
13. Когут В., Нуришев Г. Карабахский узел геополитических противоречий на Южном Кавказе // Евразийская интеграция: экономика, право, политика, – Санкт-Петербург: 2021, Но. 1, –с. 104-111.
14. Путин В. Новый интеграционный проект для Евразии – будущее, которое рождается сегодня // Евразийская интеграция: экономика, право, политика, – Санкт-Петербург: 2011, Но. 10, –с. 10-14.
15. Duchâtel M., Godement F., Liik K., Shapiro J., Slavkova L., Stanzel A., Tcherneva V., Eurasian integration and the EU // ABSORB AND CONQUER: AN EU APPROACH TO RUSSIAN AND CHINESE INTEGRATION IN EURASIA, European Council on Foreign Relation, –Berlin: 2016, –pp. 11-28.
16. Modebadze V. The escalation of conflict between Armenians and Azerbaijanis and the problems of peaceful resolution of the Nagorno-Karabakh war // Journal of Liberty and International Affairs, –Bitola: 2021, Vol. 6, No. 3, –pp. 102-110.
17. Molchanov M.A. The Eurasian Economic Union // Routledge Handbook of Russian Foreign Policy, –Oxfordshire: 2018, –pp. 410-420.
18. How does CSTO differ from NATO and what's behind Lukashenko's criticism? Key facts about CSTO: [Electronic resource] / – 2022, 23 november. URL: https://eng.belta.by/president/view/how-does-csto-differ-from-nato-and-whats-behind-lukashenkos-criticism-key-facts-about-csto-154868-2022/ (164)

Aysel KƏRİMOVA
Bakı Dövlət Unversiteti,
magistrant
ayselkarimovaelman@gmail.com

DİPLOMATİK DANIŞIQLAR VƏ ONLARIN İNKİŞAFI

Xülasə: *Diplomatik danışıqlar beynəlxalq münasibətlərin əsas alətlərindən biri olub, dövlətlər və beynəlxalq aktorlar arasında qarşılıqlı anlaşmanı, əməkdaşlığı və münaqişələrin həllini təmin etmək məqsədini daşıyır. Tarix boyu diplomatiya və danışıqların inkişafı müxtəlif mərhələlərdən keçmiş, siyasi və texnoloji dəyişikliklərdən təsirlənmişdir. Diplomatik danışıqlar dövlətlər və beynəlxalq təşkilatlar arasında müzakirə və razılaşma prosesidir. Onlar münaqişələrin həlli, əməkdaşlığın genişləndirilməsi və beynəlxalq münasibətlərin tənzimlənməsi üçün əsas alətlərdən biridir. Qloballaşma və texnologiyanın inkişafı bu prosesin dinamikasını dəyişdirərək, yeni vasitələr və yanaşmalar meydana çıxarmışdı. Diplomatik danışıqların inkişafı beynəlxalq münasibətlərin dinamikasına uyğun dəyişmiş və daha kompleks bir xarakter almışdır. Bu gün müasir diplomatiya çeviklik, innovasiya və strateji ünsiyyət tələb edir. Danışıqlar təkcə indi yox həmçinin qədimdə dövrlərdə də münaqişələrin həllində aparıcı yer tutub. Dövlətlər arasında münasibətlər istər müsbət yöndə, istərsə də konfiliktlər zəminində cərəyan etsin mütləq sürətdə həmin münasibətlərdə danışıqlardan istifadə olunur. Xüsusilə*

yaşadığımız indiki əsr beynəlxalq münasibətlərə çoxlu yeni istiqamətlər gətirdi. Bu istiqamətlər arasında dünyamızı narahat edən ciddi problemlər meydana gəldi. Bu probləmləri nizamlamaq eyni zamanda həll edərkən danışıqlardan daha çox istifadə olunur. Məqalədə diplomatic danışıqların meydana gəlməsi, tarixi inkişaf yolu, müasir günümüzdə yeri və rolu geniş şəkildə təhli olunub

Açar sözlər: *Diplomatiya, danışıqlar, ünsiyyət, münaqişə, strateji ünsiyyət, beynəlxalq aktorlar, beynəlxalq münasibətlər,beynəlxalq system və s*

DIPLOMATIC NEGOTIATIONS AND THEIR DEVELOPMENT

Abstract: *Diplomatic negotiations are one of the main tools of international relations, aiming to ensure mutual understanding, cooperation and conflict resolution between states and international actors. Throughout history, the development of diplomacy and negotiations has gone through various stages, influenced by political and technological changes. Diplomatic negotiations are a process of discussion and agreement between states and international organizations. They are one of the main tools for resolving conflicts, expanding cooperation, and regulating international relations. Globalization and technological developments have changed the dynamics of this process, giving rise to new tools and approaches. The development of diplomatic negotiations has changed in line with the dynamics of international relations and has become more complex. Today, modern diplomacy requires agility, innovation and strategic communication. Negotiations have played a leading role in resolving conflicts not only now but also in ancient times. Whether relations between states are positive or conflict-ridden, negotiations are inevitably used in those relations. In particular, the current century we live in has brought many new directions to international relations. Among these directions, serious problems that concern our world have arisen. Negotiations are increasingly used to regulate and solve these problems. The article extensively analyzes the emergence of diplomatic negotiations, their historical development, and their place and role in the modern world.*

Keywords*: Diplomacy, negotiations, communication, conflict, strategic communication, international actors, international relations, international system, etc.*

ДИПЛОМАТИЧЕСКИЕ ПЕРЕГОВОРЫ И ИХ РАЗВИТИЕ

Резюме: *Дипломатические переговоры являются одним из основных инструментов международных отношений и направлены на обеспечение взаимопонимания, сотрудничества и разрешения конфликтов между государствами и международными акторами. На протяжении истории дипломатия и развитие переговоров проходили через различные этапы, подвергаясь влиянию политических и технологических изменений. Дипломатические переговоры представляют собой процесс обсуждения и достижения соглашений между государствами и международными организациями. Они являются важнейшими инструментами для решения конфликтов, расширения сотрудничества и регулирования международных отношений. Глобализация и развитие технологий изменили динамику этого процесса, создавая новые методы и подходы. Развитие дипломатических переговоров изменялось в соответствии с динамикой международных отношений, становясь более сложным. Современная дипломатия требует гибкости, инноваций и стратегической коммуникации. Переговоры играли ведущую роль в разрешении конфликтов как в древности, так и в современности. В отношениях между государствами, будь то в позитивном контексте или на фоне конфликтов, переговоры всегда используются. Особенно в наш век международные отношения претерпели множество изменений, что привело к*

появлению серьезных глобальных проблем, требующих решения. Для урегулирования и решения этих проблем переговоры используются в большей степени. В статье подробно рассматриваются возникновение дипломатических переговоров, их историческое развитие, а также их место и роль в современном мире.

Ключевые слова: *дипломатия, переговоры, коммуникация, конфликт, стратегическая коммуникация, международные акторы, международные отношения, международная система и другие.*

GİRİŞ

Danışıqlar prosesi haqqında dolğun məlumat verməzdən əvvəl qeyd etmək lazımdır ki, "danışıq" və "danışıqlar" sözləri eyni məna daşımır. Reallıq budur ki, danışmadan danışıqlar aparmaq mümkün deyil. Rabitə, ünsiyyət və danışıqlar arasında təmas nöqtələrinin olduğu qənaətinə gəlinir. Danışıqlar insan fəaliyyətinin əsasını təşkil edir və şüurlu fəaliyyət sisteminin tərkib elementlərindən biridir. Hər hansı bir ziddiyyətli problemin aradan qaldırılması, xoşməramlı münasibətlərin qurulması, ünsiyyət formasından asılı olmayaraq mövcud münasibətlərin daha da inkişaf etdirilməsi üçün tərəflərdən ən azı birinin göstərdiyi səylər geniş mənada danışıqlar kimi qiymətləndirilməlidir, Belə deyə bilərik ki, beynəlxalq münasibətlərin nizamlanmasın da danışıqlar aparıcı rola malik olub, istənilən mübahisəli məsələlərin, konfiliktlərin, hətta müharibələrin sonu belə danışıqlarla yekunlaşıb. Düzdür bəzi hallarda danışıqlar münaqişəni tam bitirməsə də, buna baxmayaraq o, münaqişələrin arasının səngiməsində eyni zamanda daha da böyüməməsində efektiv rol oynayır. Göründüyü kimi danışıqlar keçmiş zamanlarda da istifadə olunmasına baxmayaraq hələ də müasir dövrdə də geniş istifadə olunur və eyni zamanda öz nüfuzunu itirmir.

Diplomatik danışıqların kökləri qədim dövrlərə gedib çıxır. Qədim Misir, Mesopotamiya və Çin imperiyalarında elçilər və səfirlər vasitəsilə diplomatik əlaqələr qurulmuşdur. Orta əsrlərdə sülh müqavilələri və beynəlxalq münasibətləri tənzimləyən ilk yazılı razılaşmalar formalaşmağa başlamışdır. XVII əsrdə Vestfal sülhü (1648) müasir diplomatiyanın əsasını qoymuş və dövlətlərin suverenliyini qəbul edən beynəlxalq sistem yaratmışdır. XIX əsrdə Vyana Konqresi (1815) və onun müəyyən etdiyi diplomatik qaydalar müasir diplomatik praktikanın formalaşmasına töhfə vermişdir [8 ,s. 65] XX əsrdə Birinci və İkinci Dünya Müharibələrindən sonra BMT və digər beynəlxalq təşkilatların yaradılması çoxtərəfli diplomatiyanın əhəmiyyətini artırmışdır. Soyuq müharibə dövründə diplomatik danışıqlar geosiyasi rəqabət fonunda aparılmış, lakin 1991-ci ildən sonra beynəlxalq diplomatiya daha çox regional əməkdaşlıq və qlobal problemlərin həlli istiqamətində inkişaf etmişdir. Müasir dövrdə diplomatik danışıqların xarakteri dəyişmişdir. Rəqəmsal diplomatiyanın inkişafı, qeyri-dövlət aktorlarının (QHT-lər, beynəlxalq təşkilatlar və transmilli şirkətlər) artan rolu və süni intellektin diplomatik proseslərə təsiri danışıqların yeni mərhələyə keçdiyini göstərir. İqlim dəyişikliyi, beynəlxalq terrorizm və kiber təhlükəsizlik kimi qlobal problemlər diplomatik gündəmdə əsas mövzulardandır. Diplomatik danışıqlar tarix boyu beynəlxalq münasibətlərin əsas elementi olmuş və zamanla dəyişərək daha mürəkkəb xarakter almışdır [10, s,34]. Bu prosesin uğurlu aparılması sülhün qorunmasına, dövlətlərarası münasibətlərin inkişafına və qlobal problemlərin həllinə töhfə verir. Müasir çağırışlara uyğunlaşmaq üçün diplomatiyanın yeni vasitə və metodlardan istifadə etməsi zəruridir.

Diplomatik Danışıqların Növləri və Prinsipləri

Diplomatik danışıqlar ikitərəfli və çoxtərəfli formada aparıla bilər. İkitərəfli diplomatiya iki dövlət arasında aparılan müzakirələri, çoxtərəfli diplomatiya isə bir neçə dövlətin və ya beynəlxalq təşkilatların iştirakı ilə baş verən danışıqları əhatə edir.

Əsas diplomatik prinsiplərə aşağıdakılar daxildir:

Bərabərlik prinsipi – bütün tərəflərin hüquqlarına hörmət
Sülh yolu ilə həll – zorakılıq və güc tətbiqindən qaçınma
Gizlilik və etimad – danışıqların məxfiliyini qoruma
Beynəlxalq hüquqa riayət – danışıqların hüquqi çərçivədə aparılması

Müasir Diplomatik Danışıqlar və Perspektivlər

Müasir dövrdə diplomatik danışıqların xarakteri dəyişmişdir. Rəqəmsal diplomatiyanın inkişafı, qeyri-dövlət aktorlarının (QHT-lər, beynəlxalq təşkilatlar və transmilli şirkətlər) artan rolu və süni intellektin diplomatik proseslərə təsiri danışıqların yeni mərhələyə keçdiyini göstərir. İqlim dəyişikliyi, beynəlxalq terrorizm və kiber təhlükəsizlik kimi qlobal problemlər diplomatik gündəmdə əsas mövzulardandır.

Mövzunun əhəmiyyəti: Diplomatik danışıqlar beynəlxalq münasibətlərin əsas alətlərindən biridir və dövlətlər arasında münaqişələrin həlli, əməkdaşlığın qurulması və sazişlərin bağlanması üçün vacibdir.

Tədqiqat

Tədqiqatın məqsədi: Diplomatik danışıqların mahiyyətini, inkişaf mərhələlərini və müasir dövrdəki xüsusiyyətlərini araşdırmaq.

Diplomatik danışıqların anlayışı və məqsədi:

Danışıqlar dövlətlər və beynəlxalq təşkilatlar arasında siyasi, iqtisadi və təhlükəsizlik məsələlərində qarşılıqlı anlaşmanın əldə edilməsinə yönəlmiş prosesdir.

Tarixi inkişaf mərhələləri:

1. Qədim və Orta əsrlər: Elçilərin və səfirlərin istifadə edildiyi dövrlər.
2. Yeni dövr (XVII-XIX əsrlər): Vestfal sülhündən sonra müasir diplomatiyanın formalaşması.
3. XX əsr və Soyuq müharibə dövrü: BMT, beynəlxalq təşkilatlar və çoxtərəfli diplomatiyanın güclənməsi.
4. Müasir dövr: Rəqəmsal diplomatiya, yumşaq güc və qeyri-dövlət aktorlarının artan rolu.

Diplomatik danışıqların növləri və prinsipləri:
İkitərəfli və çoxtərəfli danışıqlar
Rəsmi və qeyri-rəsmi diplomatiya
Müzakirə və vasitəçilik üsulları
Diplomatik etiket və protokol
Müasir çağırışlar və perspektivlər:
Beynəlxalq münaqişələrin həllində vasitəçilik
İqlim dəyişikliyi və qlobal təhlükəsizlik sahəsində diplomatik təşəbbüslər
Süni intellekt və rəqəmsal diplomatiyanın rolu

Diplomatik danışıqlar beynəlxalq sistemin özü qədər köhnədir. Çində, Hindistan yarımadasında və Orta Şərqdə ilk suveren vahidlərin yaranmasından bəri rəsmi əlaqələr qurmaq istəyi mövcuddur. Nümayəndələr beynəlxalq iyerarxiya qurmaq və bir-birinə casusluq etmək üçün irəli və geri göndərildi [1, s 65]. Yenə də Renessans dövründə təmsilçilərinin başqa bir ölkəyə akkreditə olunduğu və bir müddət orada qaldıqları bir sistem quruldu. Səyyar səfir yerdəki səfirə yol açdı və nəticədə danışıqlar daha strukturlaşdırılmış bir xarakterlə inkişaf etdirdi. Eramızdan əvvəl üçüncü minilliyin ortalarından bəri, qədim Yaxın Şərqin şəhər dövlətləri diplomatiya vasitələrindən istifadə edərək dostluq münasibətlərini davam etdirdilər ya da müharibəyə hazırlaşdılar. Saraya əsaslanan və yazı məktəblərində təhsil almış məmurlardan ibarət olan yaxşı təşkil olunmuş bürokrasiyalar, köhnə babildə yazılmış mixi yazı lövhələri daşıyan elçiləri mübadilə etdilər [3,s,3]. Bir-birlərinə 'qardaş' deyən krallar 'sülh içində' hədiyyələr mübadiləsi etdilər, sülalə nigahları ilə münasibətlərini möhkəmləndirdilər, əsas yollar boyunca ticarət etdilər, hərbi ittifaqlar qurdular, sərhəd mübahisələrini həll etdilər və ümumiyyətlə bir-birlərinin istəklərini təmin etdilər. Onların münasibətləri inkişaf etmiş bir

qanun, protokol və maliyyə sistemi ilə tənzimləndi və çox sayda müqavilələr üzərində danışıqlar apardılar.[6, s 15].

Bütün bunları on doqquzuncu əsrdən etibarən yenidən kəşf ediləcək qədim şəhərlərin dağılmış kurqanlarında min illər boyu qorunub saxlanılan geniş arxivlərdən bilirik. Məsələn, 25.000-dən çox bişmiş gil lövhədən ibarət olan Mari krallıq arxivləri 1936-cı ildə bir Fransız ekspedisiyası tərəfindən tapıldı. Bu günə qədər Fransa Xarici İşlər Nazirliyinin himayəsində 31 cild fransız dilinə tərcümə və nəşr edilmişdir. Eramızdan əvvəl 1760-cı illərə aid həcmli diplomatik yazışmalar arasında danışıqların formaları, konvensiyaları və mahiyyəti daxil olmaqla, erkən beynəlxalq münasibətlərin bir çox xüsusiyyətlərinə işıq tutan material var. Mari Kralı Zimri-Lim elçilərinin yüksək məlumatlı göndərmələri sayəsində, Mari ilə Babil Kralı Hammurapi arasındakı sülh danışıqlarına dair bir çox şeyi oxuya bilərik. Bir vaxt Zimri-Limın səfiri Abu-Maçin, Hammurapiyə iki ölkə arasındakı sülh müqaviləsinin mətnini hədiyyə etdi [4,s,130]. Müttəfiq padşahların Eşnunnadan ələ keçirdiyi Hit qəsəbəsinə sahib olmaq barədə uzun danışıqlar aparıldı.

Beləliklə, çətin bir danışıqlar baş verir, Hammurapi çıxılmaz vəziyyətdən çıxmaq üçün üçüncü tərəf arbitrajını təklif edir və Abu-Maçin inadla müqavimət göstərir [5]. Danışıqların son mərhələsində müqavilənin layihələri iki paytaxt arasında gediş-gəliş nümayəndə heyətləri tərəfindən gətirilən 'kiçik lövhə' şəklində dəyişdirildi və heç vaxt görüşməyən padşahlar özlərini onun məzmununa söz verdilər. Çox son mərhələdə olsa da, tərəflərdən birinin daxil olmasını israr etdiyi bəzi detallar üzərində müzakirələr davam etdi.

Mari lövhələrində və eyni zamanda məşhur El-Amarna arxivindəki diplomatik yazışmalarda hərtərəfli tanış prosedurlara və hiylələrə - ekstravaqant açılış təkliflərinə, cızılmış orta oyunlara, geri dönmə mövqelərinə rast gəlirik. Kral Süleymanın eramızdan əvvəl X əsrin sonlarında Tire Kralı Hiramla Qüdsdə Rəbbə məbəd tikdirmək üçün sidr tədarükü üçün danışıqlar apardığı vaxta qədər, diplomatik danışıqların konvensiyaları və taktikaları hərtərəfli hazırlanmışdır. O vaxtdan bəri keçən 3000 il ərzində danışıqların proseduru və mahiyyəti inkişaf etdi [2,s,80]. Müqəddəs andlar və fədakarlıqlar müqavilə imzalanmasına müşayiət olunmur (baxmayaraq ki, bu kimi hallar hələ bir təntənə aurası ilə əhatə olunur və müqavilələr bir şəkildə müqəddəs sayılır). Buna baxmayaraq, eramızdan əvvəl on səkkizinci əsrdə Mesopotamiya"nın böyük krallarının proto-diplomatiyası ilə Avropa BE on səkkizinci əsrinin böyük padşahlarının apardığı inkişaf etmiş diplomatiya arasında danılmaz bir ailə oxşarlığı var. Bənzərlik qismən qarışıq motivli oyunların özünəməxsus, struktur xüsusiyyətlərindən irəli gəlir, burada rəqabət şəraitində əməkdaşlıq etmək zərurəti danışıqlara müraciət etməyi - yəni birbirindən asılı seçim şəraitində birgə qərar qəbul etməyi tələb edir.

Eyni zamanda, ilk dövrdə diplomatiyanın əsasını təşkil edən fərziyyələrin, anlayışların və formaların - ontologiyanın - xüsusən də danışıqların iki dövrdə müqayisəsi aşağıdakı təklifi göstərir: qədim Yaxın Şərq, mixi yazılı diplomatiya müasir diplomatiyanın xətti əcdadıdır.[17, s 450] Keçmişlə günümüzdəki beynəlxalq danışıqlar prosesləri arasındakı əhəmiyyətli bir fərq, mübahisə prosesinin münaqişələrin idarə edilməsində aktuallığı məsələsidir. Müharibə və danışıqlara alternativ kimi baxılırsa - hər ikisi başqa yollarla siyasətdirsə - müharibə iyirminci əsrə qədər dövlətlərarası qarşıdurmada prioritet vasitə olmuşdur. Bu, maraqlı bir paradoksdur, çünki heç bir dövrdə ötən əsrdə olduğu kimi böyük bir müharibə görülməmişdir. Digər tərəfdən, Avropa tarixində başqa heç bir dövr XIX əsr kimi sabit barış dövrlərinə şahid olmamışdır. Əsrlər boyu danışıqlar daha aktual bir vasitə oldu, baxmayaraq ki, uzun müddət müharibə problemləri həll etmək üçün üstünlük verilən vasitə olaraq qaldı. Avropada dörd inkişaf səbəbiylə danışıqlar gücləndi. İlk inkişaf texnologiya idi. Bir şey insan tarixini xarakterizə edirsə, bu texnoloji cihazlarda dəyişiklikdir.

Bununla birlikdə texnologiyanın müsbət bir şəkildə inkişaf etdiyini, klassik dövrlərdə, orta əsrlərdə və ya Renessansda olduğundan daha yüksək bir standarta çatdığını qətiliklə sübut

edə bilərik. Texnologiya müharibələrdə daha da dağıdıcı silahların yaradılmsına səbəb oldu. Eyni zamanda, texnologiya diplomatiyaya danışıqlar proseslərini istiqamətləndirən təşkilatların qurulması üçün lazımlı inkişaf etmiş vasitələr verdi. Effektiv danışıqları asanlaşdıran 16 məlumatların mövcudluğuna və sürətinə kömək etdi. Texnologiya müharibəni çox vaxt istifadə etmək üçün çox təhlükəli bir qılınc halına gətirsə də, boşluğu aradan qaldırmaq üçün danışıqları daha təsirli bir vasitə halına gətirdi. İkinci inkişaf rejim quruculuğu idi. Rejimlər, dövlətlərin doğru və yanlış davranışlarına daha davamlı bir nəzarət etmək üçün beynəlxalq təşkilatlar quraraq bir addım daha irəliləyə bilər. Müzakirəçilər bu problemlə müxtəlif yollarla məşğul olmağa çalışdılar[9,s, 170.] Dindar andlar içdilər və mövcud olan bütün tanrılardan bağladıqları müqavilələrə xeyir-dua vermələrini xahiş etdilər, lakin bunun açıq şəkildə hər hansı bir müqəddəs müqavilənin möhkəm həyata keçirilməsinə zəmanət vermədiyi üçün, danışıqlar aparanlar, məsələn, münasibətləri möhkəmləndirmək kimi başqa yolları da düşünməli idilər. girovların dəyişdirilməsi və ya on yeddinci əsrdə olduğu kimi, zaminlərdən (Fransa və 1648-ci ildə Vestfal Sülhündə olduğu kimi) müqavilənin həyata keçirilməsinə kömək etmələrini istəmək kimi. On səkkizinci əsrdə, (mahiyyət etibarilə) çox tərəfli Utrext Sülhündən (1713) sonra, Avropa qitəsini dağıdan müharibələri dayandırmaq və münaqişələrin idarəedilməsində hakim bazarlığı etmək üçün konfransların sayı çoxaldı. On doqquzuncu əsrdə, çoxtərəfli Vyana Konfransından (1814-1815) başlayaraq, dövlət başçıları və diplomatlar arasındakı görüşlər sistemli bir xüsusiyyətə çevrildi, lakin davam edən təşkilati strukturlar hələ də çatışmırdı. Bu, iyirminci əsrdə dağıdıcı Birinci Dünya Müharibəsindən (Paris Konfransı və 1919-cu ildə Versal Sülhü ilə) sonra, İkinci Dünya Müharibəsindən (1945-ci ildə San Fransisko Konfransı) sonra daima daha yaxşı keyfiyyət və güc rejimləri yaratmaqla yalnız regional deyil, həm də qlobal səviyyədə dəyişdi.[18, s 204].

Rejimlər, danışıqların getdikcə daha rasional alətlərə çevrilməsində, etimad problemi ilə təsirli bir şəkildə məşğul oldu. Etimadın inkişafı dövlətlərarası danışıqların təkamülündə üçüncü diqqətəlayiq tendensiyadır. Gizlilik erkən Avropa diplomatiyasında 17 bugünkü ilə müqayisədə çox böyük bir məsələ idi. Səfirlər monarxlarını açıq şəkildə təmsil etməklə yanaşı, tam məxfilik şəraitində məsələlərlə məşğul olmağı da bacarmalı idilər. Sirrləri saxlaya bilmək, xəyanətdə ixtisaslaşmaq, poker üzünü və bənzərlərini qorumaq təsirli səfir-danışıqçı keyfiyyətləri idi. Məsafələr, vaxt gecikmələri, nəqliyyat problemləri və rabitə təhrifləri hamısı gizliliyə kömək etdi. Dördüncü inkişaf edən element gücdür. Siyasi kontekst dəyişir. Güc, beynəlxalq münasibətlərdə, heç olmasa, demokratik ölkələrdə və beynəlxalq siyasətdə olduğundan daha açıq şəkildə istifadə olunmasına baxmayaraq, günümüzə nisbətən beynəlxalq miqyasda daha bərabər paylanmışdır. Bunun açıq şəkildə insanlıq tarixinin təkamülü, demokratiyanın inkişafı, gücün daha çox yayılması, azlıqların və insan haqlarının qorunması ilə əlaqəsi var. Eyni zamanda, dövlətlər arasında güc bölgüsü daha az dəyişkən hala gəldi, hökumətlərarası və qeyri-hökumət təşkilatları artmaqdadır, hakimiyyəti sabitləşdirməyə və ya yaymağa kömək edir. Bölgə və terror təşkilatları daxil olmaqla qeyri-dövlət qrupları dövlətin hegemonluğunu alt-üst edə bilər, çünki silah texnologiyası o qədər qloballaşmışdır ki, dövlətin struktur üstünlüyü inhisarı yuyulub aparıla bilər. Nüvə dövlətləri hələ də bu səlahiyyətə sahibdirlər, lakin nüvə silahlarının regional və ya qlobal üsyanlara qarşı heç bir faydası olmadığı üçün gələcəkdə də hücumlara məruz qala bilərlər. Danışıqlar situasiya və kontekstual xarakter daşıyır. Siyasi kontekstdəki böyük dəyişikliklər beynəlxalq danışıqlar proseslərinin xarakterinə və təsirinə təsir göstərəcəkdir.[7, s 3] .

Buna görə danışıqların beynəlxalq münaqişə və beynəlxalq münasibətlərdə, ilk növbədə müharibə kimi digər metodologiyalardan daha dəyərli və qanuni bir alətə çevrildiyi qənaətinə gəlmək olarmı? Həqiqətən, "Danışıqlar münaqişələrin həlli və daha da şiddətli qarşıdurmaların qarşısının alınmasında üstünlük təşkil edən bir metod halına gəlir" (16 s72). Lakin bu, müharibənin əhəmiyyətini itirdiyini ifadə etmir. Və bir çox hallarda müharibəyə getmək hələ

danışıqlar açmaqdan daha asandır. İndiki texnologiya səviyyələrini, rejim gücünü, inamsızlığı kompensasiya edən alətləri və kiçik güclərə hörmət cəhdlərini nəzərə alaraq, həqiqətən, danışıqların beynəlxalq münaqişələrin idarəedilməsi və həllində əsas olmasa da bir vasitə halına gəldiyini fərz etmək olar Beynəlxalq münasibətlərin təkamülündə diplomatiya və danışıqlar müxtəlif dövrlərdə fərqli insanlar üçün fərqli şeylər ifadə etdi. Bəziləri üçün diplomatiya və danışıqlar eyni mənanı verən iki fərqli sözdür. The Diplomat"s Dictionary-də Chas W. Freeman Jr., müxtəlif fəaliyyət və inandırıcı həm qədim, həm də müasir fikir sahiblərindən iki fəaliyyət üçün təklif olunan çoxlu tərif qarışığı təqdim edir. Beynəlxalq danışıqlar hədəflərə, vəzifələrə, iştirak edən tərəflərin sayına, açıqlıq və mürəkkəbliyə görə təsnif edilə bilər. 1, Ən çox rast gəlinən, təmsil olunan iştirakçıların səviyyəsinə görə beynəlxalq siyasi danışıqların tipologiyasıdır: ən yüksək səviyyədə danışıqlar dövlət və hökumət başçıları; yüksək səviyyəli danışıqlar xarici işlər nazirləri (və ya digər departamentlərin nazirləri); yüksək vəzifəli şəxslərin cəlb olunmadığı iş qaydasında, siyasi partiyalar və təşkilatların nümayəndələri arasında danışıqlar. Yüksək və zirvə səviyyəsindəki beynəlxalq danışıqlar beynəlxalq münasibətlərdə xüsusi əhəmiyyət kəsb edir, çünki ən mürəkkəb və aktual beynəlxalq problemlərin həllinə imkan verir, əsas və bəzən taleyüklü qərarlar qəbul edir, bu da siyasi vəziyyəti ciddi şəkildə dəyişdirməyə imkan verir. Eyni zamanda, bu səviyyəli danışıqlarda, qəbul edilən razılaşmaların həyata keçirilməsinə əlavə zəmanət verilməsi nəzərdə tutulan dövlətlərin ən yüksək vəzifəli şəxslərinin imzaları ilə müqavilələr bağlanır. Ən çətin vəziyyətlərdə ən yüksək səviyyədə vasitəçilik mümkündür və bu da bəzən xüsusilə çətin münaqişə vəziyyətlərində həll yollarını tapmağa imkan verir (14, s289). Yüksək və ən yüksək səviyyədə beynəlxalq danışıqlar müxtəlif formalarda ola bilər: - müntəzəm iclaslar (məsələn, sənayedə inkişaf etmiş yeddi liderin daxil olduğu "Böyük Səkkizliyin" iclasları- dövlətlər və Rusiya); - ikitərəfli və çoxtərəfli zirvələr; - şənliklər zamanı danışıqlar (məsələn, 2005-ci ildə Rusiyada II Dünya Müharibəsinin bitməsinin 60 illiyi münasibətilə) və ya dəfn mərasimləri. Qeyd edək ki, təntənəli beynəlxalq şənliklərin və dəfn mərasimlərinin keçirilməsi, əksər hallarda mürəkkəb siyasi səbəblərdən çətin olan digər liderlərlə problemlərin qeyri-rəsmi müzakirəsinə imkan yaradır. 2. Bir başqa tanınmış beynəlxalq danışıq tipologiyası (iştirakçıların sayına əsasən). Danışıqlar burada diqqət çəkir: ikitərəfli; çoxtərəfli. Aydındır ki, çoxtərəfli danışıqların təşkilati quruluşu ikitərəfli görüşlərdən daha mürəkkəbdir: burada daha çox görüş və müzakirələr tələb olunur, bəzən müstəqil ekspertlərin cəlb edilməsi lazım olur. Eyni zamanda, çoxtərəfli danışıqlar (xüsusən də beynəlxalq səviyyədə) tənzimləmələrin və onların aparılması prosedurlarının hazırlanmasına xüsusi diqqət yetirilməsini tələb edir: danışıqların iş dili, sədrin səlahiyyətləri, söz vermə proseduru, müzakirədə iştirak, təkliflərin verilməsi, qərar qəbul etmə qaydası, iclasların açıq və ya qapalı olması və s. [19, s 472] Beynəlxalq danışıqların əsas məqsəd və vəzifələri fərqli ola bilər: beynəlxalq münasibətlərin qurulması və inkişafı; - yaranan münaqişənin həlli; bir razılaşmanın əldə edilməsi və imzalanması; məlumat mübadiləsi və tərəflərin mövqelərinin aydınlaşdırılması. Nəhayət, danışıqlar tərəflərdən birinin həqiqi niyyətlərini ört-basdır edərək, dünya ictimai rəyinə təsir göstərmək üçün hazırlanmış manipulyasiya məqsədlərini həyata keçirə bilər (əksər hallarda belə danışıqlar rəqiblərin sayıqlığını yatırmaq üçün döyüş əməliyyatları başlamazdan əvvəl aparılır) (15 ,s.3).

Digər tipologiyalar arasında danışıqların bölünməsini qeyd edək: - birbaşa və dolayı yolla; - açıq və məxfi; - standart və qeyri-standart. Birbaşa danışıqlar birbaşa iştirakçıların özləri tərəfindən aparılır, dolayı danışıqlar vasitəçilərin köməyi ilə, maraqlı tərəflərin birbaşa görüşü nədənsə çətin olduğu zaman həyata keçirilə bilər. Vasitəçi, tərəflər arasında danışıqların aparıldığı şəxsdir (eyni zamanda bir təşkilat, dövlət). Birinci halda, dövlətlər və ya hökumətlərarası təşkilatlar vasitəçi, ikinci halda fərdlər, elmi və ya qeyri-hökumət təşkilatları rolunu oynayırlar. Gizli danışıqlar ümumiyyətlə açıq mətbuatda bildirilmir. Oyunun əsas

şərtləri və qaydaları, mübahisə prinsipləri kifayət qədər şəffaf olduğu və standart razılaşmaların mətnləri mövcud olduğu zaman müəyyən bir iş və ya siyasi vəziyyətdə danışıqları standart adlandırmaq adətdir. Hər halda, danışıqlar aparmaq siyasi və işgüzar münasibətləri qarşılıqlı asılılıqda qəbul etmək və qiymətləndirmək, düşmənçilik və münaqişə mühitindən yayınmaq deməkdir [12, s 509]. İki Haaqa Sülh Konfransı gələcəyə böyük ümidlərlə çağırıldı. Sülh Sarayı, 1913-cü ildə beynəlxalq məhkəmə münaqişəsi idarəçiliyi və həllinə dair ilk məhkəməyə ev sahibliyi etmək üçün Haaqada açıldı: Daimi Arbitraj Məhkəməsi. Birinci Dünya Müharibəsinin bitməsindən sonra, Daimi Beynəlxalq Ədalət Məhkəməsinin, İkinci Dünya Müharibəsindən sonra Beynəlxalq Ədalət Məhkəməsi üçü Haaqada və Sülh Sarayında yaradıldığını gördük. Bununla belə, dövlətlərarası qarşıdurmalarda mühakimənin bir vasitə kimi artan roluna baxmayaraq, mühakimənin effektivliyi ilə müəyyən bir xəyal qırıqlığı meydana gəldi. Nisbi səmərəliliyi və effektivliyi və ətrafındakı bina bloklarının artan gücü baxımından, sülhü təmin etmək üçün beynəlxalq qaydalarla danışıqlarda və beynəlxalq münaqişə vəziyyətlərinin tənzimlənməsində dominant metodologiya olacağı üçün danışıqlara ümid edə bilərik. Bu səbəbdən, prosesi təhlil edərək nəticələri izah etmək və danışıqları öyrənmək olduqca vacibdir. [13, s 531]

NƏTİCƏ

Diplomatik danışıqlar tarixin hər mərhələsində beynəlxalq münasibətlərin əsas tənzimləyici aləti olmuşdur. Onun inkişafı dövlətlərarası münaqişələrin sülh yolu ilə həllini, siyasi və iqtisadi əməkdaşlığın genişlənməsini təmin etmişdir. Müasir dövrdə diplomatiya yeni çağırışlarla üzləşsə də, innovativ yanaşmalar və rəqəmsal texnologiyalar vasitəsilə daha effektiv hala gəlməkdədir.

Diplomatik danışıqların uğurlu olması üçün beynəlxalq hüquqa riayət, qarşılıqlı etimad və kompromis mədəniyyətinin formalaşması vacibdir. Qlobal problemlərin həllində diplomatiyanın rolu artmaqda davam edir və gələcəkdə bu prosesin daha çox qeyri-dövlət aktorlarını və yeni vasitələri əhatə edəcəyi gözlənilir. Buna görə də, diplomatiyanın dinamik inkişafı və adaptasiya qabiliyyəti beynəlxalq sabitlik və təhlükəsizliyin təmin olunmasında həlledici rol oynayacaqdır.

Məqalədə danışıqlar anlayışına nəzəri cəhətdən eyni zamanda onun beynəlxalq münasibətlərdə konkret münaqişələrdə işlənmə mexanizmlərinə toxunuldu. Təbii ki, danışıqlar beynəlxalq münasibətlərdə münaqişələrin tənzimlənməsində ən önəmli faktorlardan biridir. Ən bariz göstəricilərdən biridir ki, danışıqların daha uğurlu olması üçün danışıqlarda iştirak edən tərəflərin həqiqətən də bu prosesə həll yolu kimi ciddi yanaşması gərəklidir. Əks halda isə danışıqlar öz-özünü təkrarlayır və ciddi nəticələr alınmadan yekunlaşır. Bunu da unutmaq lazım deyil ki, Ermənistan-Azərbaycan Qarabağ münaqişəsi çərçivəsində 90-cı illərdən bəri dəfələrlə görüşlər baş tutmuş eyni zamanda tərəflər arasında danışıqlar aparılsa da münaqişənin konkret həllinə nail oluna bilməmişdir. Məqalənin yazıldığı müddət ərzində də davam edən Rusiya-Ukrayna müharibəsinin ilk zamanlarında da müxtəlif vasitəçilərin səyi ilə danışıqlar aparılsa da konkret həll istiqamətində addım atılmamış sonra isə tərəflər danışıqlardan imtina etmişlər. Son zamanlar baş verən bu kimi hallar danışıqların nüfuzuna beynəlxalq aləmdə zərbə vurmuşdur. Belə bir nəticəyə gəlinmişdir ki, danışıqlar haqqında nəzəri biliklərə tam bələd olmamaq müasir beynəlxalq münasibətlərdə tərəflərin danışıqlar prosesində əksər hallarda uğursuz olmasına gətirib çıxarır. Xüsusilə də diplomatik ünsiyyət etiketinə bələd olmayan şəxsin nüfuzlu görüşlər zamanı gülüş və qınaq obyektinə çevrilməsinə gətirib çıxarır. Ona görə də hər bir diplomat ümumiyyətlə beynəlxalq danışıqlara qatılan hər bir şəxs danışıqlar barədə nəzəri biliklərə sahib olmalı, diplomatik ünsiyyət etiketinin tələblərinə riayyət etməlidir. Bu biliklərə yiyələnən şəxs şübhəsiz ki, beynəlxalq danışıqlarda uğura daha yaxın olan tərəf

olacaqdır. Belə nəticəyə gəlmək olar ki, danışıqlar prosesinin uğurlu olmasında ən vacib faktorlardan biri hər iki tərəfin danışıqlara ciddi yanaşması və həqiqətən də münaqişənin həllində maraqlı olmasıdır. Ümumilikdə son nəticə olaraq qeyd edə bilərik ki, danışıqlar prosesinin uğurlu olması üçün əsas şərtlərdən biri tərəflərin hamısının danışıqlar prosesinə ciddi yanaşması eyni zamanda danışıqlara münaqişənin həlli üçün əsas variant kimi baxmasıdır. Əks təqdirdə tərəflərin danışıqlara vaxt uzatmaq, qınaqlardan qurtulmaq üçün sadəcə göz boyamaq məqsədi ilə qatılmaqları danışıqları nəticəsiz olaraq yekunlaşdırır və danışıqların imicinə ciddi ziyan vurur.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. A.Abbasbəyli, V.Cəfərov Diplomatik protokol (dərslik) Bakı. 2004.
2. Respublikası Dövlət Arxivi (bundan sonra-ARDA), f. 894, iş 88, v. 1.
3. Carne Ross, Independent Diplomat: Dispatches from an Unaccountable Elite. Ithaca, New York: Cornell University Press. 2007. especially Chapter 11. s3
4. De Waal, Thomas. Black Garden: Armenia and Azerbaijan Through Peace and War. New York: New York University Press.2003. s130
5. Defining Factors for Success; NEW YORK UNIVERSITY.
6. E. O"Brien, R. Gowan What Makes International Agreements Work.2012.s15
7. F.Mautner-Markhof Processes of International Negotiations; Westview Press BOULDER, SAN FRANCISCO, & LONDON.1989. s 185
8. G.R. Berridge, Diplomacy: Theory and Practice, 3rd ed. New York: Palgrave. 2005. s 27, 214 -215. 69
9. Human Rights Watch/Helsinki AZERBAIJAN Seven Years of Conflict in Nagorno-Karabakh Printed in the United States of America. 8 December 1994. s190, 28, 39)
10. Leguey-Feilleux, J.-R. The Dynamics of Diplomacy. Boulder/London: Lynne Rienner Publishers.2009.s34
11. Meerts, P.W. (2014c). "Conference Diplomacy". To be published in The Sage Handbook of Diplomacy.2015. s14
12. Movius H. "On Teaching: The Effectiveness of Negotiation Training". Negotiation Journal.2008 October.s 509–531.
13. Nicolson H. The Evolution of the Diplomatic Method. Leicester: University of Leicester Press.1988.s28
14. Paul Meerts . Diplomatic Negotiation -Essence and Evolution; Clingendael. 2015. s 216-312
15. R. P. Barston, Modern Diplomacy, 3rd ed., Harlow: Longman. 2006. s12
16. Risse, T. and Kleine, M. "Deliberation in Negotiation". Journal of European Public Policy.2010. s 708–726. 70
17. Дебидур А. Дипломатическая история Европы. Ростов на- Дону. 1995. s 450
18. Бэгьюли Ф. Переговоры: мастер-класс. М., 2005. s 204.
19. Ключников Ю.В., Сабанин А . Междунар. политика нов. времени в договорах, нотах и декларациях. Часть II. М.,1928, s 472.

Ayla ƏHMƏDOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
ahmadova.ayla.2401@atmu.edu.az

TÜRKİYƏ TƏCRÜBƏSİ ƏSASINDA AZƏRBAYCANDA KONFRANS TURİZMİNİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ

Xülasə: *Son illərdə konqres turizminin sürətli inkişafı və ölkəyə verdiyi töhfələr əsasında hazırlanan bu tədqiqatın məqsədi Azərbaycanın konqres turizmi sahəsindəki potensialını, problemlərini və imkanlarını üzə çıxarmaqdır.Ölkəmizin inkişaf etmiş infrastrukturu, əlçatanlığı, bolluğu və təhlükəsizliyi konqres turizminin inkişafı üçün imkanlar yaradır. Azərbaycan üçün həm iqtisadi, həm mədəni, həm də siyasi baxımdan ən yaxın ölkə və 1980-ci ildən etibarən turizm sahəsində geniş təcrübəyə malik olan dövlət Türkiyədir. Buna görə də bu araşdırmada Azərbaycan turizminə dair siyasət təklifləri Türkiyənin turizm təcrübəsi əsasında formalaşdırılmağa çalışılmışdır.*

Tədqiqatın məqsədi Azərbaycanın konqres sahəsinin potensialını, problemlərini və imkanlarını aşkar etməkdir.

Tədqiqatda keyfiyyət yönümlü yanaşma tətbiq edilmişdir. Tədqiqat üçün elmi məqalələr, statistik məlumatlar və internet resursları kimi ikinci dərəcəli mənbələrdən, eləcə də müsahibələr vasitəsilə toplanan ilkin məlumatlardan istifadə olunmuşdur.

Açar sözlər: *İqtisadi İnkişaf, Azərbaycan, Turizm, Türkiyə, SWOT*

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF CONFERENCE TOURISM IN AZERBAIJAN BASED ON THE EXPERIENCE OF TURKEY

Abstract: *The purpose of this study, prepared on the basis of the rapid development of congress tourism in recent years and its contributions to the country, is to identify potential problems in the field of congress tourism in Azerbaijan, problems with obtaining a construction permit. creates opportunities for the development of tourism. The closest country to Azerbaijan in terms of both economic, cultural and political aspects and a state that has had extensive experience in the field of tourism since 1980 is Turkey. Therefore, in this study, policy proposals for Azerbaijani tourism were formulated based on the experience of Turkish tourism.*

There are potential problems in Azerbaijan, as well as access to them.

A qualitative approach was applied in the study. Secondary sources such as scientific articles, statistics and Internet resources, as well as primary data collected through interviews, were used for the study.

Keywords: *Economic Development, Azerbaijan, Tourism, Turkey, SWOT*

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОНФЕРЕНЦ-ТУРИЗМА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ НА ОСНОВЕ ОПЫТА ТУРЦИИ

Резюме: *Целью данного исследования, подготовленного на основе стремительного развития конгрессного туризма в последние годы и его вклада в развитие страны, является выявление потенциала, проблем и возможностей Азербайджана в области конгрессного туризма. Развитая инфраструктура, доступность, изобилие и безопасность нашей страны создают возможности для развития конгрессного туризма. Наиболее близкой к Азербайджану страной в*

экономическом, культурном и политическом плане, а также государством, имеющим обширный опыт в сфере туризма с 1980 года, является Турция. Поэтому в данном исследовании была предпринята попытка сформулировать предложения по политике в области азербайджанского туризма, основанные на опыте турецкого туризма.

Цель исследования — выявить потенциал, проблемы и возможности конгрессного сектора Азербайджана.

В исследовании был применен качественный подход. Для исследования были использованы вторичные источники, такие как научные статьи, статистические данные и интернет-ресурсы, а также первичные данные, собранные посредством интервью.

Ключевые слова: *Экономическое развитие, Азербайджан, Туризм, Турция, SWOT-анализ*

GİRİŞ

Sənaye cəmiyyətindən informasiya cəmiyyətinə keçidin sürətlənməsi, sürətli texnoloji inkişaf, rabitə və nəqliyyat, eləcə də turist profillərində və üstünlüklərində yeni tendensiyalar turistlərə müxtəlif seçimlər gətirmişdir. Bu tendensiyanın mövcud vəziyyətdə davam edəcəyini nəzərə alsaq, qlobal konqres turizmində bəzi əhəmiyyətli dəyişikliklərin müşahidə olunacağı gözlənilir. İlk növbədə, beynəlxalq konqres turizminin əhatə dairəsi genişlənəcək. Konqres müddətləri tədricən azalır və xərcləri azaltmaq üçün onları məhdud müddət ərzində tamamlamaq üçün səylər göstərilir.

Konqres iştirakçıları daha çox texnologiya tələb edir, buna görə də elektron texnologiya konqres yerinin seçilməsində əsas amilə çevriləcək. Böyük şəhərlərin üzləşdiyi artan çətinliklər səbəbindən konqreslər böyük şəhərlərdən və ya paytaxtlardan kiçik şəhərlərə köçürülür. Daha ucuz, daha az yorucu və daha yüksək keyfiyyətli xidmət təklif edən bu kiçik şəhərlər konqres iştirakçıları tərəfindən daha çox seçilir.

Azərbaycan turizm sənayesinin inkişafı üçün zəngin resurslara malikdir. Bu, ilk növbədə, çox əlverişli iqtisadi və coğrafi mövqeyi ilə bağlıdır. Həqiqətən də, Azərbaycan iki dünya sivilizasiyasının kəsişməsində, Transqafqaz nəqliyyat dəhlizinin ortasında yerləşir. 86.600 kvadrat kilometr ərazisi və 10 milyon əhalisi olan Azərbaycan Respublikası unikal təbii və iqlim xüsusiyyətlərinə malik bir ölkədir. Yer kürəsindəki 11 iqlim tipindən (V.V. Keppənə görə) 8-i burada müəyyən edilmişdir. Bazardüzü (4466 m), Şahdağ (4243 m) və Babadağın (3629 m) ən yüksək zirvələri, Böyük Qafqazın cənub ətəklərindən axan çaylar, çoxsaylı şəlalələr, şəffaf Göy-Göl, Maral Göl, Qobustanın sərt, lakin mənzərəli palçıq vulkanları, Lənkəranın nadir meşələri və Abşeron və Nabran bölgələrinin müalicəvi, incə qumlu çimərlikləri Azərbaycanın zəngin turizm potensialının vacib hissələridir. Möhtəşəmliyi və zəngin naxışları ilə Azərbaycan florası ziyarət edən turistləri valeh edir.

Azərbaycanı unikal edən nədir:

- Təhlükəsiz və tolerant
- Unikal konfrans məkanları
- Beynəlxalq brend otellər
- İsti iqlim və sahil yeri
- Asanlıqla əlçatan
- Əla qonaqpərvərlik və mətbəx

Avropanı Qafqaz və Orta Asiya ölkələri ilə birləşdirən bütün infrastrukturu — hava, dəniz, quru, avtomobil və nəqliyyat yolları — bu ərazidən keçir. Neft və qaz sektorlarına, xüsusən də turizm sektoruna son zamanlar dövlət tərəfindən qoyulan əhəmiyyətli investisiyalar bu ərazinin araşdırılmasının vacibliyini daha da nümayiş etdirir. Azərbaycan bu sahədə

əhəmiyyətli potensiala malikdir. Konqres turizmi üçün Azərbaycanın əsas amillərindən biri onun əlçatanlığıdır, o cümlədən bu yaxınlarda Easy Visa-nın istifadəyə verilməsi. Dünyanın 9-cu ən gözəl və rahat hava limanı terminalı olan Heydər Əliyev Hava Limanı (GHA) da daxil olmaqla altı beynəlxalq hava limanı burada yerləşir. Onun Avropa Birliyinin əsas şəhərlərinə, Rusiyaya və Müstəqil Dövlətlər Birliyinə (MDB) üzv olan ölkələrə və 20-dən çox digər ölkəyə, eləcə də Türkiyəyə, Körfəzə və Yaxın Şərqə birbaşa əlaqələr təmin etməsi buna sübutdur. Bazarda çoxsaylı aviaşirkətlərin olması qonaqlara geniş seçim imkanı təqdim edir. Aşağı nəqliyyat xərcləri və sürətli çatma vaxtları da bu baxımdan üstünlüklərdir.

İkinci vacib amil ərazidə uyğun otellərin (JW Marriott Absheron Baku, Boulevard Hotel Baku, Fairmont Baku, Pullman Baku, Four Seasons Baku), məkanların (Bakı Konqres Mərkəzi, Heydər Əliyev Mərkəzi, Gülüstan Sarayı, Baku Expo Mərkəzi, Baku Biznes Mərkəzi, Congress Gabala) və xüsusi məkanların (Buta Palace, Grand Palace, Elektra Events Hall, Elite Events Hall) mövcudluğudur ki, bu da konqres turizmi üçün əhəmiyyətli üstünlüklər yaradır. Bu otellərdəki zallar konqreslərin keçirilməsi üçün əlverişlidir.

Üçüncü vacib amil Azərbaycanda görməli yerlərin bolluğu və turistlərin bu yerləri görmək üçün konqreslərini təşkil edə biləcəkləri məkanların mövcudluğudur. Bunlardan bəziləri (Qız Qalası, Şirvanşahlar Sarayı, Atəşgah, Yanar Dağ, Neft Daşları, Hamamlar, İçərişəhər, Gəncə Butulka Evi və Yanar Bulaq Od Bulağı) konqres iştirakçıları tərəfindən tez-tez ziyarət olunur.

Dördüncü ən vacib amil isə Azərbaycanın təhlükəsiz və tolerant bir yer olmasıdır. Təhlükəsizlik konqres iştirakçıları üçün ən vacib prioritetdir. Azərbaycanın mədəni və tarixi zənginlikləri, təbii sərvətləri və isti iqlimi, milli parkları, gölləri və çayları, qonaqpərvərliyi və özünəməxsus mətbəxi onun turizm potensialının digər göstəriciləridir. Bundan əlavə, Azərbaycanın konqres turizmində həm potensialı, həm də çətinlikləri var. Bunu aparılan müsahibələrdən və mövzu ilə bağlı mütəxəssislərin cavablarından görmək olar.

Türkiyədə konqres turizmi

Türkiyə beynəlxalq çimərlik turizminə olan tələbatına görə beynəlxalq konqres turizmi üçün əhəmiyyətli potensiala malikdir. Həqiqətən də, müəyyən ərazilərdə coğrafi mövqeyi, zəngin tarixi və mədəni dəyərləri, təbii gözəlliyi, iqlim şəraiti və keyfiyyətli yaşayış imkanları sürətlə artır. Konqres mərkəzlərinin, iclas zallarının və yaşayış imkanlarının sayı göz qabağındadır. Bu ölkənin potensial konqres iştirakçılarının marağını, marağını və həyəcanını cəlb edəcəyi aydındır. Bundan əlavə, inkişaf etmiş ölkələr və ya alternativ yerlərlə müqayisədə səmərəliliyi əlavə üstünlük olacaq. Türkiyənin beynəlxalq konqreslərdə iştirakı 1969-cu ildə İstanbulda keçirilən iki konqreslə başladı: "Beynəlxalq Qırmızı Xaç Konqresi" və "Dünya Ticarət Palatalarının Beynəlxalq Konqresi". Konqres və iclas fəaliyyətləri son illərdə vaxt məhdudiyyəti və iştirak səbəbindən daha uzun fasilələrlə və məhdud iştirakla təşkil olunmağa davam etmişdir. Bundan əlavə, 1996-cı ildə İstanbulda keçirilən "HABITAT II" tədbirinin beynəlxalq konqres turizminin ön plana çıxmasında və əhəmiyyətli fəaliyyət sahəsi kimi daha böyük əhəmiyyət qazanmasında mühüm rol oynayacağına inanılır. Əslində, Türkiyə 1996-cı il iyunun 1-dən 15-dək keçirilən və son iyirmi ilin ən böyük tədbiri kimi tanınan Birləşmiş Millətlər Təşkilatının İnsan Məskunlaşmaları üzrə Konfransına (HABITAT II) ev sahibliyi etməklə beynəlxalq konqreslərə qatıldı.

Bu tədbirdə 25.000 nəfər iştirak etdi. ABŞ, UNESCO, UNIDO-dan rəsmi nümayəndələr, vətəndaş cəmiyyəti təşkilatlarının nümayəndələri, yerli hökumətlər, özəl sektor, həmkarlar ittifaqları və akademiklər iştirak etdilər. Beləliklə, bu nəhəng tədbirin yaratdığı motivasiya ilə əhəmiyyətli irəliləyiş əldə edildi və beynəlxalq konqreslər Türkiyə turizm sənayesində ixtisaslaşmış bir sahə kimi özünü təsdiqlədi. Bundan əlavə, onlar Türkiyə turizm agentliklərinin perspektivini dəyişdirdi və sənayeyə yeni yanaşmalar təqdim etdi. Türkiyə üçün

ən əhəmiyyətli inkişaflardan biri də həmin ildə ən böyük konqres, konfrans və sərgi salonu olan "Lütfü Kırdar Konqres Mərkəzi"nin açılması oldu. O vaxtdan etibarən, əsasən İstanbulda olmaqla, dünyanın bir çox ölkəsindən alimlərin iştirakı ilə konqreslər keçirilməyə başladı.

2003-cü ildə İstanbulda keçirilən "Beynəlxalq Kimyaterapiya Konqresi" 6000 iştirakçını cəlb etdi; "Hemofiliya üzrə Dünya Konqresi" və "Osteoporoz Konqresi" (5000 iştirakçı); və Beynəlxalq Valyuta Fondu (BVF) və Dünya Bankı Rəhbərlərinin Görüşləri. Bu inkişaflar Türkiyənin konqres turizmində aparıcı ölkələr arasında reytinqinin artmasına səbəb oldu: 2003-cü ildə 53-cü, 2004-cü ildə 33-cü, 2005-ci ildə 28-ci və 2009-cu ildə 25-ci. Görüşlər, konfranslar, kurslar və seminarlar üçün Türkiyəyə gələn ziyarətçilərin sayı son on ildə əhəmiyyətli dərəcədə dəyişməsə də, bu rəqəm davamlı olaraq artaraq 2001-ci ildəki 278.855-dən 2009-cu ildə 847.963-ə yüksəlib.

Konqres turizmində ən vacib və əsas amil tədbirlərin keçirildiyi obyektlərdir. Bu obyektlərə konqres mərkəzləri, otellər, tətil düşərgələri və universitetlər, qeyri-müəyyən obyektlər və özəl sertifikatlaşdırılmış obyektlər də daxil olmaqla "digər" kimi təsnif edilən digər obyektlər daxildir.

Türkiyədə 5, 4 və 3 ulduzlu otellərdə, birinci və ikinci dərəcəli tətil kurortlarında, özəl sertifikatlı müəssisələrdə və universitetlərdəki konqres və görüş mərkəzlərinin ümumi tutumu 570.000-dir. Hazırda cəmi iki şəhərdə (İstanbul və Antalya) yerləşən cəmi səkkiz konqres mərkəzi var. Bununla belə, konqres mərkəzləri ilə bağlı məqamları vurğulamalıyıq: Birincisi, mövcud konqres mərkəzləri, xüsusən də son illərdə açılanlar, bütün beynəlxalq konqres, görüş və oxşar tədbirləri qəbul etmək üçün nəzərdə tutulub və müxtəlif zallar təklif edir. İkincisi, konqres turizmi baxımından hədəflərə uyğun olaraq yeni konqres mərkəzləri tikilir: Bunlar Türk Səyahət Agentlikləri Assosiasiyasının (TURSAB) rəhbərliyi altında Aydında Kuşadası Konqres Mərkəzi (10.000), Ankara Ticarət Palatası Konqres Mərkəzi (5.000) və Ankara Böyükşəhər Bələdiyyəsi Konqres Mərkəzi (3.200) və Ədirnədə Ədirnə Konqres Mərkəzidir (2.500).

Turizmin İnkişafındakı Problemlər

Azərbaycan turizminin bəzi əsas problemlərindən bəziləri aşağıdakılardır (Eyyubova, 2018):

- Turistik məkanların tikintisi maliyyə baxımından baha başa gəlir, buna görə də sahibkarlar bu sahəyə marağın olmaması;
- İnvestorları cəlb etmək üçün müasir infrastrukturun olmaması;
- Turizm potensialının zəif təbliği;
- İnvestorların investisiya təşviqlərindən narazılığı.

Yüksək otel qiymətləri, istirahət mərkəzlərində qeyri-kafi turist xidməti, suvenir çeşidlərinin olmaması, tur bələdçilərinin çatışmazlığı və s. kimi bir çox problem hələ də həll olunmalıdır. Turizm sektorunun problemlərinə laqeyd yanaşma turizmdə kifayət qədər kapitalın olmaması və bu sahədə ümumi siyasətə kifayət qədər diqqət yetirilməməsi ilə izah edilə bilər. Turizmin inkişafına mane olan amillər nəticəsində ölkədə turist axınının davamlı artması əsasında qurulan otel və nəqliyyat infrastrukturuna ciddi ziyan dəyib. Bölgələrdə fəaliyyət göstərən otellər və istirahət mərkəzləri yalnız ilin müəyyən fəsillərində fəaliyyət göstərir və hər mövsüm yeni işçilər işə götürülür ki, bu da xidmət keyfiyyətinə mənfi təsir göstərir (Qismətqızı, 2010, səh. 11).

Problemlər

- Azərbaycanın beynəlxalq səviyyədə tanınması problemlər
- Əgər qonaq son anda konqresdə iştirak etmək qərarına gələrsə, bunu edə bilməz, çünki ən sürətli viza müraciəti prosesi üç gün çəkir.
- Konqres üçün uyğun olan çox az sayda kiçik, 2-3 ulduzlu otel var.

- Azərbaycana birbaşa uçuşlar azdır.
- Azərbaycanda 3500-dən çox nümayəndə üçün konqresə ev sahibliyi edəcək məkan çatışmazlığı var.
- Azərbaycanda yaşayış yerlərində kifayət qədər çarpayı yoxdur.
- Peşəkar konqres təşkilatçı şirkətlərinin yetərli olmaması.
- Qonaqları aldadan taksilər.
- Rəsmi qurumlar tərəfindən qərar qəbul etmənin gecikməsi.
- Regionlarda təyin olunmuş konqres yerlərinin olmaması.
- Konqres haqqında məlumatlılığın olmaması.
- Bu sahədə təşkilatların qeyri-aktiv fəaliyyəti.
- Sertifikatsız turizm qurumlarının çoxluğu.
- Konqres turizminin inkişafını dəstəkləmək üçün kadr çatışmazlığı.
- Turizm məktəbləri demək olar ki, yoxdur.

Diaqram 1.

Mənbə:

Türkiyə təcrübəsini Azərbaycan Turizmində əks etdirilməsi.

Türkiyə mədəni, tarixi köklər və iqtisadi əlaqələr baxımından Azərbaycana ən yaxın ölkədir. Azərbaycanın Türkiyə ilə tarixi, siyasi və mədəni əlaqələri onların münasibətlərini daha mənalı edir. Azərbaycan ortaq elementlərdən istifadə etməklə Türkiyənin turizm sektorundakı təcrübəsindən istifadənin təsirli olacağını gözləyir. Türkiyənin turizm sahəsindəki hazırkı mövqeyi göstərir ki, Azərbaycan bu ölkəni nümunə kimi seçməkdə mənalı bir seçim edib. UNWTO-nun 2019-cu il məlumatlarına görə, Türkiyə 52,5 milyon ziyarətçi ilə beynəlxalq turist gəlişlərinə görə dünyanın ən yaxşı beynəlxalq turizm istiqamətləri arasında altıncı yerdədir. Türkiyə 2019-cu ildə ziyarətçi sayına görə bütün zamanların rekordunu qırdı və əvvəlki illə müqayisədə 14 faiz artım göstərdi. Bu məlumatlar Türkiyənin turizm sahəsindəki təcrübəsini nümayiş etdirir. Türkiyə turizm iqtisadiyyatını yenidən qurmağı və inkişaf etdirməyi hədəfləyən Azərbaycan üçün nümunə rolunu oynayır. Buna görə də, Azərbaycanın bu sahədə Türkiyənin təcrübəsindən öyrənməsi və onu turizmin inkişafına tətbiq etməyə çalışması vacibdir.

Cədvəl 1. Türkiyə və Azərbaycan arasında Turizm Məlumatlarının Müqayisəsi

	Türkiyə	**Azərbaycan**
Dövlət Büdcəsi (2023)	973.129 milyard TL	24,124 milyard manat
Turizm Gəlirləri (2023)	34.5 milyard dollar	2,9 milyard dollar
Dövlət Büdcəsindən İnvestisiyalar (2023)	3.77 milyard TL	2,268 milyard manat
Digər İnvestisiyalar (2023)	1.357 milyard TL	444,9 milyon manat təşkil edib
Turist Gəlişlərinin Sayı (2023)	45,058,286 milyon	3 170,4 mln
Beynəlxalq Gedişlər (2023)	8.383 milyon	134,733 min
UNESCO-nun Dünya İrsi Saytlarının Sayı	18	12
Turist başına orta xərc	666 dollar	411 dollar

Mənbə: Türkiyə Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi, https://www.ktb.gov.tr/TR-96269/turizmcesitleri.html, (2023).

UNWTO, https://www.unwto.org/statistics, (2022-2023).

Cədvəl 1-də Türkiyə və Azərbaycan üçün turizm məlumatlarına görə, Türkiyə turizmi say baxımından Azərbaycan turizmindən xeyli irəlidədir. Rasional və effektiv siyasətlə Azərbaycan turizminin də inkişaf etməsi ehtimalı var.

Türkiyənin turizm təcrübəsinin Azərbaycana tətbiqi:

Bu gün turizm dünya sülhünə, ölkələr və cəmiyyətlər arasında müsbət münasibətlərə, tədiyyə balansının yaxşılaşmasına, məşğulluğa və regional inkişafa verdiyi töhfələrə görə inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün əvəzolunmaz bir elementə çevrilmişdir (Gökdeniz, 2004, s. 30).

Azərbaycan Respublikası müstəqillik qazandıqdan sonra bazar iqtisadiyyatına keçdi. Qloballaşan dünyada digər ölkələrin təcrübələrini araşdırmaq Azərbaycanın turizm sektorunun inkişafı üçün çox vacibdir. Araşdırmalar göstərir ki, Türkiyə ilə iqtisadi əməkdaşlıq türk respublikalarının həyati maraqları üçün daha faydalıdır (Vəliyev, 2009, s. 105).

Türkiyədə 700-dən çox turizmə yönəlmiş universitet proqramı mövcuddur və bu proqramlarda təxminən 39.000 tələbə təhsil alır. Universitet proqramları həm nəzəri, həm də praktik biliklər verən tədris metodologiyalarına əsaslanır. Türkiyədə turizm sektorunun rəqabət qabiliyyəti işçilərinin peşəkarlığının artmasına səbəb olur. Bundan əlavə, peşəkar heyəti ilə beynəlxalq səviyyədə rəqabət apara bilir (Bayramov, 2017).

Azərbaycan da Türkiyənin istifadə etdiyi bu metod və planlaşdırmadan peşəkar işçi qüvvəsinin hazırlanması üçün istifadə edə bilər. Azərbaycandan və digər MDB ölkələrindən olan tələbələr ölkənin təhsil müəssisələrində təhsil alırlar. Ölkədə davamlı turizmi təşviq etmək üçün 1994-cü ildə Kəmər bölgəsində "KETAV" adlı 46 birinci kurs turizm mərkəzi yaradılmışdır. Birinci dərəcəli turizm müəssisəsi yaradıldı və Rusiya Federasiyasından çoxsaylı tələbə orada təlim keçdi və sonradan təcrübələrini uğurla başa vurdu (Ketav, 2019).

"TÜREM" Otel və Restoran İdarəetmə Təlim Mərkəzində (Kemer) Rusiyadan olan təcrübəçilərə turizm sənayesinin inkişafı və kadr hazırlığı üzrə kurslar təklif edildi. Bu iştirakçıların Türkiyə turizmi ilə tanış olmaq və məzun olduqdan sonra Azərbaycandakı Rusiya bazarının inkişafına töhfə vermək imkanına malik olması vacibdir. Türkiyənin əsas turizm mərkəzləri Egey və Aralıq dənizi sahillərində yerləşir. Bu bölgələr üçün planlaşdırılan yollar, yol təmiri və xidmət sahələri, düşərgə dayanacaqları və uzunmüddətli maraqlı gəzinti turları otel imkanlarından və müxtəlif nəqliyyat növlərindən səmərəli istifadə üçün imkanlar yaradır.

Qlobal təcrübədə yüksək gəlir potensialına malik turizm məhsulları və xidmətləri daim diqqət və istehlakçı seçimlərinə uyğunlaşma tələb edir. Azərbaycan Respublikasında turizm məhsullarının hazırlanması üçün özəl təşəbbüslərin təşviq edilməsi, yerli və regional səviyyələrdə müvafiq koordinasiyanın yaradılması, istehlakçı tələbatına diqqət yetirilməsi, məhsul inkişafına regional tematik diqqətin gücləndirilməsi və maraqlı və cəlbedici məhsulların əlaqələndirilməsi əsas məsələlərdəndir. Azərbaycanda Turizmin İnkişafı üçün Tövsiyələr: Azərbaycan bir çox turizm növünün inkişafı üçün zəruri olan təbii və mədəni sərvətlərə malikdir. Azərbaycanda turizmin, o cümlədən sağlamlıq, tarix, istirahət, mədəniyyət, ovçuluq, qış xizək sürmə, ticarət, konqres, ekoturizm və digər sahələrin inkişafı nəticəsində bu turizm növlərinə tələbat edən turistlərin sayı hər il artır. Bundan əlavə, ölkənin turizm potensialını daha yaxşı tanıtmaq üçün yeni turizm növlərinin inkişaf etdirilməsi vacibdir. Azərbaycanın iqlimi və potensialı ölkədə şərab turizminin inkişafına imkan verir. Şərabçılıq və üzümçülük Azərbaycan üçün ənənəvi sahələrdir və son illərdə şərabçılığa artan marağın ölkəyə gələn turistlərin sayını artıracağı gözlənilir (Bayramqızı, 2020).

NƏTİCƏ

Türkiyəyə bənzər şəkildə, Azərbaycan da turizmə yönəlmiş çoxsaylı tarixi, mədəni, coğrafi, təbii və iqlim məkanlarına malikdir. Bu sərvətdən istifadə etməklə turizmin şaxələndirilməsi sektorların güclənməsinə töhfə verəcək. Bundan əlavə, "İpək Yolu" kimi unikal bir marşrutda yerləşən Azərbaycan bu fürsətdən istifadə etməyə və beynəlxalq əməkdaşlıq yolu ilə marşrutların inkişaf etdirilməsinə üstünlük verməlidir. Lakin bunun üçün siyasi qeyri-sabitliyə və müharibəyə son qoyulmalıdır. Sülhün, təhlükəsizliyin və əmin-amanlığın təmin edilməsi turizm sektorunun həm keyfiyyət, həm də kəmiyyət baxımından gücləndirilməsində əsas amillərdir. Türkiyənin hazırda ən böyük turizm və gəlir gətirən sektorlarından biri səhiyyə sektorudur. Son illərdə Azərbaycanda böyük tutumlu xəstəxanaların tikintisi və çox sayda Türkiyə təhsilli tibb işçisinin olması, Azərbaycanın da bu sahədə əhəmiyyətli potensiala malik olduğunu göstərir.

Tədqiqata əsasən aşağıdakı tövsiyələr verilə bilər:

• Azərbaycan konqres arenasında qlobal miqyasda təbliğ olunmalıdır.

• Azərbaycanın konqres infrastrukturu inkişaf etdirilməlidir. • Daha böyük konqres otelləri tikilməlidir.

• Konqreslər üçün uyğun iki və üçulduzlu otellər tikilməlidir.

• Azərbaycandan birbaşa uçuşların sayı artırılmalıdır.

• Azərbaycanda 3500-dən çox nümayəndənin yerləşdiyi xüsusi konqres məkanları tikilməlidir.

• Peşəkar konqres təşkilatçılarının sayını artırmaq üçün xarici ölkələrdən mütəxəssislər dəvət edilməlidir.

• Azərbaycanda konqres turizmi haqqında məlumatlılığı artırmaq üçün xüsusi səylər göstərilməlidir.

• Hökumət taksilərə xüsusi qaydalar tətbiq etməlidir.

• Turizm təşkilatları sertifikatlaşdırılmalıdır.

• Regionlarda konqres turizmi üçün müvafiq infrastruktur və üstqurum yaradılmalıdır.

• Turizm məktəbləri açılmalıdır.

• Konqres turizmini inkişaf etdirmək üçün turizm agentliyinin ofisində konqres turizminə xüsusi yer verilməlidir.

• Qlobal otel şəbəkələrini Azərbaycana investisiya qoymağa təşviq edilməlidir.

• Konqres iştirakçılarına pulsuz nəqliyyat, endirimli tədbirlərin planlaşdırılması və digər xidmətlər göstərmək.

• Böyük konqres mərkəzlərinin tikintisi.

Tədqiqatımız belə bir nəticəyə gəlir ki, Azərbaycanda konqres turizmi inkişaf etdirilə bilər və Qafqazda keçirilən konqreslərin 70%-i Azərbaycanda təşkil edilə bilər. Buna nail olmaq üçün bu problemlərin həlli tapılmalı və əhəmiyyətli işlər görülməlidir. Ümid edirik ki, bu tədqiqat Azərbaycanda konqres turizminin inkişafına töhfə verəcək.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Abadov, M. (2014). *Azərbaycan turizmi və onun inkişaf problemləri*. Bakı.
2. Ağayev, R. (2018). Azərbaycanın turizmdən qazancı 2010–2018: Niyə 2018-ci il uğursuz oldu? Bakı Tədqiqat İnstitutu. https://bakureresearchinstitute.org/az/azerbaijans-earnings-from-foreign-tourismwhy- was-2018-unsuccessful/
3. Akova, İ. (t.e.). *Ümumi turizm məlumatı*. İstanbul Universiteti Nəşrləri.

http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/kulturelmiras_ao/genelturizmbilgisi.pdf
4. Alirzayev, A., & Aslanova, S. (2006). *Turizmin inkişafının sosial-iqtisadi problemləri*. Bakı.
5. Abbasova, K. (2018). *Xəzər sahilinin Azərbaycandakı turizm-rekreasiya potensialının təhlili və qiymətləndirilməsi* (Dərc olunmamış magistr dissertasiyası). UNEC.
6. Bayramov, V. (2017). *Azərbaycan turizm sektorunun inkişaf aspektləri*. Bakı.
7. Bayramqızı, Ə. (2020). Azərbaycan Şərab İstehsalçıları və İxracatçıları Assosiasiyası: Şərab ixracı bu ilin sonuna qədər iki dəfə arta bilər. *Xalq Qəzeti*. http://xalqqazeti.com/mobile/az/news/72
8. Bilalov, B. (2006). *Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi*. Bakı.
9. Çeken, H., Dalgın, T., & Karadağ, L. (2009). Qloballaşma və beynəlxalq turizm arasındakı əlaqə. *Muğla Universiteti Sosial Elmlər İnstitutu Jurnalı*, 22, 21–36.
10. Dövlət Statistika Komitəsi. (2020). Ölkəyə gələn əcnəbilərin və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin… 5 yanvar 2020-ci ildə alınıb.
11. Evezli, K. (2016). *Turizmin sosial-iqtisadi nəticələri* (Dərc olunmamış magistr dissertasiyası). UNEC.
12. Güzel, Ö. (2013). Türkiyədə daxili turizm bazarının təhlili və daxili turizm bazarını canlandırmaq üçün alternativ turizm imkanları. *Mustafa Kamal Universiteti Sosial Elmlər İnstitutu Jurnalı*, 8(16), 127–144.
13. Halis, M., & Ehadov, R. (2016). Azərbaycan/Gəncə bölgəsində turizm sektorunun rəqabət təhlili. *Kastamonu Universiteti İqtisadiyyat və İnzibati Elmlər Jurnalı*, 12, 560–571.
14. Hanahmedov, A. (2017). Azərbaycan Respublikasının turizm hüququna ümumi baxış.
15. *Akademik Baxış Jurnalı*, 61(May–İyun), 193–205.
16. Hüseyn, A. (2021). *Covid-19 pandemiyasının turizm sektoruna təsirinin qiymətləndirilməsi* (Magistr işi). Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti.

Aytən SƏFƏROVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
seferovayten0608@gmail.com

AZƏRBAYCANIN BEYNƏLXALQ TURİZM BAZARINA İNTEQRASİYASI

Xülasə: *Məqalədə Azərbaycanın beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyası prosesi çoxşaxəli istiqamətlərdə təhlil olunur və bu prosesin ölkənin iqtisadi, sosial, institusional və mədəni inkişafına təsiri hərtərəfli şəkildə araşdırılır. Tədqiqatda əsas diqqət turizm siyasətinin beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması, rəqabətədavamlı turizm məhsullarının formalaşdırılması, brend strategiyasının gücləndirilməsi və dayanıqlı idarəetmə mexanizmlərinin tətbiqinə yönəldilmişdir. Qlobal səviyyədə gedən iqtisadi dəyişikliklər, texnoloji innovasiyalar və post-pandemiya dövründə səyahət tendensiyalarının yenidən formalaşması Azərbaycanın turizm strategiyasına birbaşa təsir göstərir. Bu kontekstdə ölkənin turizm bazarının beynəlxalq inteqrasiyasını təmin edən əsas amillər kimi infrastrukturun müasirləşdirilməsi, regionlarda turizm klasterlərinin yaradılması, ekoturizm və mədəni irs əsaslı destinasiyaların inkişafı ön plana çıxır.*

Məqalədə həmçinin rəqəmsal marketinq alətlərinin, beynəlxalq sərgilərdə iştirakın, aviaəlaqələrin genişləndirilməsinin və xarici investisiyaların cəlb edilməsinin turizm sektorunun qlobal rəqabət mühitində mövqeyini gücləndirdiyi qeyd olunur. Dövlət-özəl tərəfdaşlığının inkişafı, normativ-hüquqi bazanın təkmilləşdirilməsi və beynəlxalq əməkdaşlıq proqramlarının genişləndirilməsi Azərbaycanın turizm potensialının reallaşmasında mühüm

rol oynayır.

Açar sözlər: *beynəlxalq inteqrasiya, turizm siyasəti, dayanıqlı inkişaf, rəqəmsal marketinq, dövlət-özəl tərəfdaşlıq*

.

AZERBAIJAN'S INTEGRATION INTO THE INTERNATIONAL TOURISM MARKET

Abstract: *The article analyzes the process of Azerbaijan's integration into the international tourism market in various dimensions and comprehensively examines its impact on the country's economic, social, institutional, and cultural development. The research focuses on aligning tourism policy with international standards, developing competitive tourism products, strengthening brand strategy, and implementing sustainable management mechanisms. Global economic changes, technological innovations, and the reformation of travel trends in the post-pandemic period have a direct influence on Azerbaijan's tourism strategy. In this context, key factors ensuring the country's integration into the international tourism market include modernization of infrastructure, creation of regional tourism clusters, and the development of eco-tourism and cultural heritage-based destinations.*

The article also highlights that the use of digital marketing tools, participation in international exhibitions, expansion of air connections, and attraction of foreign investments strengthen the position of the tourism sector in the global competitive environment. The development of public-private partnerships, improvement of the legal framework, and expansion of international cooperation programs play an essential role in realizing Azerbaijan's tourism potential.

Keywords: *international integration, tourism policy, sustainable development, digital marketing, public-private partnership.*

ИНТЕГРАЦИЯ АЗЕРБАЙДЖАНА В МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ РЫНОК

Резюме: *В статье анализируется процесс интеграции Азербайджана в международный туристический рынок в различных направлениях и всесторонне исследуется его влияние на экономическое, социальное, институциональное и культурное развитие страны. Исследование сосредоточено на приведении туристической политики в соответствие с международными стандартами, формировании конкурентоспособных туристических продуктов, укреплении бренд-стратегии и внедрении механизмов устойчивого управления. Глобальные экономические изменения, технологические инновации и трансформация туристических тенденций в постпандемический период оказывают прямое влияние на туристическую стратегию Азербайджана. В этом контексте ключевыми факторами, обеспечивающими интеграцию страны в международный туристический рынок, являются модернизация инфраструктуры, создание региональных туристических кластеров, развитие экотуризма и направлений на основе культурного наследия.*

Также отмечается, что использование инструментов цифрового маркетинга, участие в международных выставках, расширение авиасообщений и привлечение иностранных инвестиций укрепляют позиции туристического сектора в условиях глобальной конкуренции. Развитие государственно-частного партнерства, совершенствование нормативно-правовой базы и расширение международных программ сотрудничества играют важную роль в реализации туристического потенциала Азербайджана.

Ключевые слова: *международная интеграция, туристическая политика, устойчивое развитие, цифровой маркетинг, государственно-частное партнерство.*

GİRİŞ

Dünya turizm sektoru son onilliklərdə sürətlə dəyişən iqtisadi, sosial və texnoloji şəraitin təsiri altında dinamik şəkildə inkişaf edir. Beynəlxalq səyahət və turizm bazarları qlobal iqtisadi inteqrasiyanın mühüm bir hissəsi kimi çıxış edir və ölkələrin iqtisadi inkişafında, məşğulluq səviyyəsinin artırılmasında, mədəni mübadilənin təşviqində və beynəlxalq nüfuzun yüksəldilməsində əhəmiyyətli rol oynayır. Bu baxımdan, turizm sektoru yalnız xidmət sahəsi kimi deyil, həm də strateji inkişaf sahəsi olaraq ölkələrin uzunmüddətli inkişaf planlarının ayrılmaz hissəsinə çevrilmişdir.

Azərbaycan coğrafi mövqeyi, zəngin mədəni irsi, təbii gözəllikləri və çoxəsrlik tarixi ilə beynəlxalq turizm bazarında xüsusi potensiala malikdir. Ölkənin turizm sektorunun inkişafı və qlobal bazara inteqrasiyası həm iqtisadiyyatın diversifikasiyası, həm də regionda turizm infrastrukturunun modernləşdirilməsi üçün strateji əhəmiyyət kəsb edir. Son illərdə Azərbaycanın turizm siyasətində beynəlxalq standartların tətbiqi, rəqabətədavamlı turizm məhsullarının yaradılması, brend imicinin gücləndirilməsi və dayanıqlı idarəetmə mexanizmlərinin tətbiqi əsas prioritetlərdən biri olmuşdur.

Qlobal turizm sektorunda gedən dəyişikliklər, texnoloji innovasiyalar, post-pandemiya dövründə formalaşan səyahət meylləri və sərmayə axınları ölkənin turizm strategiyasına birbaşa təsir göstərir. Bu şəraitdə Azərbaycanın beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyası yalnız infrastrukturun və turizm klasterlərinin inkişafı ilə məhdudlaşmır, həm də rəqəmsal marketinq alətlərindən istifadə, beynəlxalq sərgilərdə iştirak, aviaəlaqələrin genişləndirilməsi və xarici investisiyaların cəlb edilməsi kimi komponentləri də əhatə edir.

Bundan əlavə, dövlət-özəl tərəfdaşlığının gücləndirilməsi, normativ-hüquqi bazanın təkmilləşdirilməsi və beynəlxalq əməkdaşlıq proqramlarının genişləndirilməsi Azərbaycanın turizm potensialının reallaşdırılmasında əsas rol oynayır. Ölkənin beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyası prosesi yalnız iqtisadi deyil, eyni zamanda sosial, institusional və mədəni inkişaf aspektlərini də əhatə edən çoxşaxəli bir fenomen kimi qiymətləndirilir.

Bu məqalənin məqsədi Azərbaycanın beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyasını müxtəlif aspektlərdə təhlil etmək, prosesin ölkənin iqtisadi və sosial inkişafına təsirlərini müəyyənləşdirmək, eyni zamanda dayanıqlı turizm inkişafı üçün strateji tövsiyələr təqdim etməkdir.

Tədqiqat.

Azərbaycanın beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyası ölkənin iqtisadi inkişaf strategiyasının əsas istiqamətlərindən biridir. Turizm sektoru neftdənkənar iqtisadiyyatın aparıcı sahəsinə çevrilmiş, dövlət səviyyəsində geniş dəstək qazanmışdır. Zəngin təbiət, qədim tarix və mədəni irs ölkəni turistlər üçün cəlbedici edir.

Xəzər sahilləri, Qafqaz dağları və Bakı kimi müasir şəhər Azərbaycanın turizm imicini formalaşdırır.

Son illərdə turizm infrastrukturu yenilənmiş, yeni otellər və kurort kompleksləri istifadəyə verilmişdir. "ASAN viza" sistemi və elektron xidmətlər ölkəyə giriş prosedurlarını asanlaşdırmışdır. Azərbaycan 2024-cü ildə Dünya İqtisadi Forumunun "Travel & Tourism Development Index" reytinqində 56-cı yerə yüksəlmişdir. Bu göstərici ölkənin beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyasının uğurla davam etdiyini göstərir. Beynəlxalq sərgilərdə iştirak və rəqəmsal marketinq strategiyaları ölkənin tanıtımına mühüm təsir göstərir. Əsas turizm istiqamətləri kimi mədəni, sağlamlıq, dağ və qış turizmi ön plana çıxır. Şahdağ, Qəbələ, Şəki və Naftalan kimi bölgələr turist axınlarının əsas mərkəzləridir. Eyni zamanda,

turizm sektorunda insan resurslarının inkişafı və xidmət keyfiyyətinin artırılması prioritet istiqamətlərdəndir.

Maneələr arasında infrastruktur fərqləri, regionlarda xidmət səviyyəsinin aşağı olması və brendləşmənin yetərsizliyi qalmaqdadır. Lakin dövlətin və özəl sektorun birgə fəaliyyəti bu problemlərin mərhələli şəkildə aradan qaldırılmasına yönəlib.

Ümumilikdə, Azərbaycanın beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyası iqtisadi şaxələnməni gücləndirir, ölkənin qlobal imicini və mədəni tanıtımını artırır.

ƏSAS HİSSƏ

Dünya turizmi son onilliklərdə sürətlə beynəlmiləlləşmiş, ölkələr turizm sektorunu yalnız daxili istifadə üçün deyil, həm də beynəlxalq bazara çıxış və ölkənin iqtisadi-mədəni inteqrasiyası vasitəsi kimi qəbul etmişlər. Bu kontekstdə, Azərbaycan üçün turizmin beynəlxalq bazara inteqrasiyası həm iqtisadi şaxələnmə strategiyasının, həm də mədəni diplomatiyanın ayrılmaz hissəsinə çevrilmişdir. Belə ki, neft-qaz sektoruna asılılığı azaltmaq yönündə ölkə turizmə strateji önəm vermiş, zəngin təbiət, mədəni irs və coğrafi mövqeyindən fəal şəkildə istifadə etməyə başlamışdır.

Tarixi baxımdan, Azərbaycanın turizm potensialı olduqca dərin köklərə malikdir. Məsələn, ölkə ərazisi qədim "Böyük İpək Yolu"zəncirinə daxil olmuş və bu, ticarət-mədəni əlaqələrin formalaşmasına zəmin yaratmışdır. (1) Beləliklə, turizm üçün təməl resurslar — təbii gözəlliklər, tarixi abidələr, mədəni irs — artıq mövcuddur. Eyni zamanda, ölkə regionlarda infrastruktur-modernləşmə proseslərinə daxil olmuşdur. Məsələn, nəqliyyat, kommunikasiya və xidmət infrastrukturunun turizm inkişafına təsiri haqqında tədqiqatlar artıq aparılmışdır.(2)

Bu kontekstdə, Azərbaycanın beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyası bir neçə əsas istiqamət üzrə formalaşır: (i) mənbə bazarların diversifikasiyası və yeni turist axınlarının cəlb edilməsi, (ii) turizm məhsulunun və brendinin beynəlxalq səviyyədə tanıdılması, (iii) regional əməkdaşlıq və tranzit funksiyalarının genişləndirilməsi, (iv) xidmət keyfiyyəti və infrastrukturun beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması. Bu istiqamətlər çərçivəsində ölkə həm öz potensialını aktiv şəkildə təqdim edir, həm də xarici turizm bazarları ilə əlaqələrini dərinləşdirir. Məsələn, Azərbaycan Turizm Bürosu beynəlxalq sərgilərdə iştirak edərək xarici tour-operatorlarla şəbəkələr qurur.Eyni zamanda, inteqrasiyanın qarşısında müəyyən çətinliklər də durur. Regionlarda infrastrukturların bərabər olmayan paylanması, xidmət-keyfiyyətində heterogenlik, vizaların və giriş prosedurlarının bəzən məhdudluğu kimi faktorlar bu prosesin tam səmərəli olmasını məhdudlaşdıra bilər. (3) Buna görə də, strateji baxımdan turizmin beynəlxalq bazara inteqrasiyası yalnız sifarişçi axınına bağlı deyil, həm də ölkənin turizm-ekosisteminin kompleks şəkildə formalaşmasına bağlıdır — infrastrukturdan tutmuş insan resurslarına, rəqəmsal marketinqə və brendinqə qədər.

Nəticə olaraq, bu məqalədə Azərbaycanın beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyası məsələsi, onun iqtisadi və mədəni nəticələri, güclü və zəif tərəfləri və gələcək perspektivləri elmi-tədqiqat konteksində təhlil ediləcəkdir. Məqsəd turizm sektorunun beynəlxalq səviyyədə daha rəqabətli və davamlı olmasına xidmət edəcək əsas mexanizmləri aşkara çıxarmaqdır.

NƏTİCƏ

Azərbaycanın beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyası ölkənin iqtisadi, sosial və mədəni inkişafında mühüm rol oynayan strateji prosesdir. Turizm sektoru Azərbaycanın qeyri-neft iqtisadiyyatının əsas dayaqlarından birinə çevrilmiş və son illərdə sürətli artım tempi nümayiş etdirmişdir. Dövlət tərəfindən həyata keçirilən məqsədyönlü siyasət, viza sisteminin

sadələşdirilməsi, infrastrukturun yenilənməsi və beynəlxalq tanıtım tədbirləri bu prosesin uğurla irəliləməsini təmin etmişdir .

Aparılan tədqiqatlar göstərir ki, Azərbaycanın turizm potensialı — coğrafi mövqeyi, mədəni irsi, təbii landşaftları və müasir şəhər infrastrukturu — ölkəni regionda mühüm turizm mərkəzinə çevirə bilər [2, 5]. Bununla yanaşı, beynəlxalq bazarlarda ölkənin turizm brendinin formalaşması, rəqəmsal marketinqin gücləndirilməsi və xidmət keyfiyyətinin artırılması inteqrasiyanın davamlılığı üçün əsas şərtlərdəndir.

Lakin bəzi problemlər də qalmaqdadır: regionlar üzrə infrastruktur fərqləri, ixtisaslı kadr çatışmazlığı, ekoturizm və davamlılıq prinsiplərinin tam tətbiq olunmaması kimi məsələlər inteqrasiya prosesini ləngidə bilər [6]. Bu səbəbdən, turizm siyasətində uzunmüddətli yanaşma, dövlət-özəl tərəfdaşlığı və texnoloji innovasiyaların tətbiqi mühüm əhəmiyyət daşıyır.

Ümumilikdə, Azərbaycanın beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyası həm iqtisadi gəlirliliyi artırmaq, həm də ölkənin qlobal imicini möhkəmləndirmək baxımından əhəmiyyətli bir mərhələdir. Turizmin inkişafı Azərbaycanın "yumşaq güc" potensialını gücləndirir, beynəlxalq əməkdaşlığı genişləndirir və milli mədəniyyətin dünyada tanıdılmasına mühüm töhfə verir.

Nəticə etibarilə, qarşıdakı dövrdə məqsəd yalnız turist sayını artırmaq deyil, eyni zamanda yüksək keyfiyyətli, dayanıqlı və rəqabətqabiliyyətli turizm məhsulu formalaşdırmaq olmalıdır. Bu istiqamətdə aparılan davamlı islahatlar Azərbaycanın beynəlxalq turizm sistemində özünəməxsus və güclü mövqe qazanmasına şərait yaradacaqdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Hasanli, A. N. *Historical Basis of Tourism Development in Azerbaijan.* International Journal of Tourism, Vol. 7, 2022, pp. 9
2. Kazımov, I., & Xelef oğlu, E. *Assessment of the impact of infrastructure on tourism development – Azerbaijan case.* Porta Universorum, Vol. 1, No. 4, 2025, pp. 138-144.
3. Akhundova, Aytakin & Zayed, Nurul Mohammad. *Economic Performance Evaluation of the Tourism Resources of the Republic of Azerbaijan.* Academy of Strategic Management Journal, 2021, Vol. 20, Issue 1.
4. Akhundova, A. G. *Mechanisms for the Development of Event Tourism as a Key Component of Azerbaijan's Economy.* Zenodo, June 1, 2025.
5. Allahverdiyeva, N. *Application Prospects of Georgia's Experience in the Development of Tourism in Azerbaijan.* Porta Universorum, Vol. 1, No. 4, 2025, pp. 152-161.
6. Kaya, E., Karakuş, Y., & Onat, G. *Azerbaijan and Turkey's Tourism Ties: The Role of Zangezur Corridor.* Journal of Hospitality and Tourism Issues, Vol. 6, Issue 1, June 2024, pp. 16-27.

Bölmə 3

Sosial və xidmət sahələrinin idarəedilməsi

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

İmmi HÜSEYNOVA
Bakı Avrasiya Universiteti,
müəllim
huseynovaimmi@gmail.com

SOSİALYÖNÜMLÜ DÖVLƏTİN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ

Xülasə: *Məqalədə sosialyönümlü dövlətin müasir şəraitdə inkişaf istiqamətləri elmi şəkildə araşdırılır. Qeyd olunur ki, dövlətin sosial – iqtisadi siyasəti Azərbaycan Respublikası Prezidenti İlham Əliyevin yürütdüyü siyasət nəticəsində uğurla irəliləyir. Təhsil, inkişaf edən gənclik, azalan işsizlik, səhiyyə sisteminin gücləndirilməsi, hər kəs üçün bərabər imkanların yaradılması dövlətimizin əsas prioritetlərindəndir.*

Sosial siyasətin mahiyyəti cəmiyyət üzvüləri arasında əhalinin aztəminatlı qruplarına köməyə, yoxsulluğun azaldılmasına və bütün cəmiyyət üzvüləri üçün məqbul rifah səviyyəsinə çatmasına yönəldilmiş münasibətlərin tənzimlənməsindən ibarətdir. Dövlət büdcəsindən maliyyələşdirilən sosial proqramların hazırlanması, gəlirlərin təkrar bölgüsü, əhalinin məşğulluğunun tənzimlənməsi yolu ilə sosial siyasətin həyata keçirilməsi məqalədə qeyd olunur. Nəzəri və praktiki baxımdan dəyərli tövsiyyələr məqalədə irəli sürülür.

Açar sözlər: Dövlət, sosial siyasət, iqtisadiyyat, rifah, inkişaf.

DEVELOPMENT DIRECTIONS OF SOCİALLY ORİENTED STATE

Abstract: *The article scientifically examines the development directions of a socially oriented state in modern condition. It is noted that the state's socio-economic policy is successfully advancing as a result of the policy pursued by Ilham Aliyev - the President of the Republic of Azerbaijan. Education, developing youth generation, decreasing unemployment level, strengthening the healthcare system, and creating equal opportunities for everyone are among the main priorities of our state. The essence of social policy is the regulation of relations between members of society aimed at helping low-income groups of the population, reducing poverty, and achieving an acceptable level of well-being for all members of society. The article*

mentions the development of social programs financed from the state budget, the redistribution of income system, and the implementation of social policy through the regulation of population employment. Valuable recommendations from a theoretical and practical point of view are mentioned in the article.

Keywords: State, social policy, economy, welfare, development

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО ГОСУДАРСТВА

***Резюме**: В статье научно рассматриваются направления развития социально ориентированного государства в современных условиях. Отмечается, что социально-экономическая политика государства успешно развивается благодаря политике, проводимой Президентом Азербайджанской Республики Ильхамом Алиевым. Образование, развитие молодёжи, снижение безработицы, укрепление системы здравоохранения и создание равных возможностей для всех являются одними из основных приоритетов нашего государства.*

Суть социальной политики заключается в регулировании отношений между членами общества, направленном на помощь малообеспеченным слоям населения, сокращение бедности и достижение приемлемого уровня благосостояния для всех членов общества. В статье рассматривается реализация социальной политики посредством разработки социальных программ, финансируемых из государственного бюджета, перераспределения доходов и регулирования занятости населения. В статье представлены ценные рекомендации теоретического и практического характера.

***Ключевые слова:** Государство, социальная политика, экономика, благосостояние, развитие*

GİRİŞ

Azərbaycan Respublikasının müasir sosial siyasətinin formalaşmasının əsasları Ümummilli Lider Heydər Əliyev tərəfindən böyük uzaqgörənliklə müəyyən edilmişdir. Əsası qoyulan sosial siyasət həm bu gün, həm də gələcəkdə insanların layiqli həyat şəraitinin təmin edilməsini, bu təminatın səviyyəsinin yüksəlməsini həyata keçirən yaxın və uzaqmüddətli proqramlar vasitəsi ilə reallaşdırır. Ulu Öndər Heydər Əliyevin "Əhalinin sosial müdafiəsi sahəsində əlavə tədbirlər haqqında" imzaladığı sənəd həmin dövrdə əhalinin rifahının yüksəlməsində mühüm rol oynamışdır. Hər bir dövlətin əsas funksiyalarından biri əhalinin sosial müdafiəsini təşkil etmək, maddi nemətlərin ədalətli bölgüsünü təmin etmək, daxili siyasətin sosial yönümlülüyünü ön planda saxlamaq, vətəndaşların sosial rifah halını daim yaxşılaşdırmaqdan ibarətdir. İnkişaf etmiş, yaxud inkişaf etməkdə olan dövlətlərin bir çoxu sosial təminatın yüksək pilləsi olan sosial rifah dövləti qurmağı hədəf kimi qarşısına məqsəd qoymuş, öz konstitusiyalarında, qanunlarında təsbit etmişlər. Sosial dövlət anlayışı ilk dəfə 1850-ci ildə alman alimi Lorenc fon Şteyn tərəfindən işlədilmişdir. Lorensə görə sosial dövlət bütün siniflərə, eləcə də hər bir vətəndaşa bərabər hüquq və imkanlar yaradan dövlətdir. Belə dövlətdə hökumət bütün vətəndaşların iqtisadi və ictimai inkişafına siyasi, hüquqi, iqtisadi dəstək verməlidir. Bu ideyanı daha da inkişaf etdirən digər alman alimi H.Heller "Sosial – hüquqi dövlət" anlayışını siyasi arenaya daxil etmişdir. Doğrudan da, hüquqi təminatlar və tənzimləmə olmadan sosial rifah dövləti yaratmaq mümkün deyildir. Sosial dövlət quruculuğu ötən əsrin ortalarından, II Dünya müharibəsindən sonra başlamışdır. Sosial dövlət qurulmasının başlıca şərti o dövlətdə sosial ədalətin, demokratiyanın və hüququn aliliyinin təmin olunmasıdır [5].

Sosial dövlət vətəndaş - cəmiyyət - dövlət münasibətlərinin yeni bir forması, daha yüksək səviyyəsi olub, hər bir vətəndaşın, onun ailə üzvlərinin həyatı və rifahı naminə layihələrə üstünlük verir, insanların öz potensial imkanlarını reallaşdırmaq üçün hüquqi və iqtisadi müstəvidə qanuni şərait yaradır. Sosial dövlət öz vətəndaşlarının sosial, iqtisadi, hüquqi və mənəvi azadlıqlarını təmin edir, cəmiyyət üzvləri arasında sosial bərabərsizliyi minimuma endirməyə çalışır. Sosial dövlət cəmiyyətdə sosial ədalətə, sosial sülhə və sosial əməkdaşlığa söykənən yenin münasibətlərin yaranmasına səy göstərən, xalqa xidmət edən dövlətdir [1].

Sosial dövlətin əsas əlamətləri aşağıdakılardır:

- Sosial sahədə mükəmməl qanunvericiliyin olması;
- Dövlət tərəfindən müxtəlif sosial yönümlü proqramların hazırlanması və həyata keçirilməsi;
- Vətəndaş cəmiyyətinin qurulması;
- Dövlətin vətəndaşlar qarşısında sosial məsuliyyəti;
- Dövlət tərəfindən hər bir vətəndaşın sosial müdafiəsinin təmin olunması və layiqli həyat şəraitinin yaradılması;
- Layiqli sosial, iqtisadi, mədəni həyat təminatları əldə etmək üçün hər kəsə bərabər imkanlar yaradılması;
- Ölkənin iqtisadi inkişafının yüksək səviyyədə olması.

Azərbaycanın sosial dövlət quruculuğu modellərinin ən əlamətdar xüsusiyyətləri kimi aşağıdakıları göstərmək olar:

1. Sürətli sosial - iqtisadi inkişaf tempi.
2. Regionların harmonik inkişafı:
3. Qeyri-neft sektorunun inkişafı:
4. Sosial infrastruktur layihələrinə önəm verilməsi.
5. Neft kapitalının insan kapitalına çevrilməsi [2].

Ulu öndərimizin rəhbərliyi ilə Azərbaycanda dövlət quruculuğu prosesləri ilə paralel olaraq, ölkədə sosial müdafiə siyasətinin də formalaşması və həyata keçirilməsi istiqamətində mühüm addımların atılmasına başlanıldı. Büdcə imkanlarının zəif olduğu həmin vaxtlarda mövcud maliyyə imkanlarının sosial müdafiə sahəsinə, planlı təsərrüfatdan bazar iqtisadiyyatına keçidin, sərbəst qiymətlərin tətbiqinin doğurduğu çətinliklərdən əhalinin müdafiəsinə yönəldilməsi, o cümlədən, işləməyən pensiyaçılara kompensasiya verilməsi, çörəyin və çörək məmulatlarının qiymətlərinin tənzimlənməsi və əhalinin aztəminatlı təbəqələrinin sosial müdafiəsinin gücləndirilməsi sahəsində görülən əlavə tədbirlər ümummilli lider Heydər Əliyevin xalqa bağlılığını əyani təzahür etdirməklə, eyni zamanda, sosial sahənin inkişafının onun fəaliyyətində əsas istiqamətlərindən olduğunun daha bir göstəricisi idi. "Sosial yönümlü bazar iqtisadiyyatı bizim iqtisadiyyatımızın əsas prinsipi olmalıdır" deyə bəyan edən Ulu öndərin qəbul etdiyi qərarlar bu sözlərin dövlətin daimi güclənməsi prosesində əməli təsdiqini tapmasına xidmət edirdi. Ulu öndərimizin uğurlu neft strategiyasının nailiyyəti kimi 1994-cü ilin 20 sentyabrında "Əsrin müqaviləsi"nin imzalanması respublikada iqtisadiyyatın inkişafına təkan verməklə, sosial məqsədlərin də uğurla reallaşması üçün mühüm addımların atılmasına imkan yaratdı.

"Sosialyönümlü bazar iqtisadiyyati bizim iqtisadiyyatimizin əsas prinsipi olmaldir" – deyən ulu öndərin qəbul etdiyi qərarlar bu sözlərin dövlətin daimi güclənməsi prosesində əməli təsdiqini tapmasına xidmət edirdi.

Heydər Əliyevin uğurlu neft strategiyasının nailiyyəti kimi 1994-cü ilin 20 sentyabrında "Əsin müqaviləsi"nin imzalanması respublikada iqtisadiyyatın inkişafina təkan verməklə, sosial məqsədlərin də uğurla reallaşmjası üçün mühüm addımların atılmasına imkan yaratdı.

Banisi və qurucusu Ümummilli Lider Heydər Əliyev olan Azərbaycan dövlətinin yaxın məqsədlərindən biri əhalinin sosial rifah halını ən yüksək səviyyəyə çatdırmaq, dünyanın

inkişaf etmiş dövlətinə çevirmək, sosial-rifah dövləti mərtəbəsinə yüksəltməkdir. Sosial dövlət dedikdə inkişaf etmiş, sosial ədalət təmin olunmuş, maddi sərvətlər, nemətlər, istehsal resursları qanun daxilində hamıya əlçatan olan və hər bir vətəndaşın layiqli həyat şəraiti əldə etməsinə təminat verən hüquqi, demokratik, müasir ictimai-siyasi sistem başa düşülür [2].

Konstitusiyamızda Azərbaycan dövlətinin başlıca vəzifələrindən birinin vətəndaşların sosial müdafiəsinin yaxşılaşdırılması, iqtisadi azadlıqlarının təminatçısı olduğu göstərilir:

"İnsan və vətəndaş hüquqlarının və azadlıqlarının, Azərbaycan Respublikasının vətəndaşlarına layiqli həyat səviyyəsinin təmin edilməsi dövlətin ali məqsədidir". Azərbaycan sosial dövlət quruculuğu yolunda inamla irəliləyir. Möhtərəm Prezidentimiz respublikamızın dövlət siyasətinin mərkəzində Azərbaycan vətəndaşı, vətəndaşa diqqət və qayğı dayandığını bəyan edir və ölkəmizi dünyanın inkişaf etmiş dövlətləri sırasına çıxacağını qarşıya məqsəd qoyur.

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti - Cənab İlham Əliyev "Regionların sosial-iqtisadi inkişafı dövlət proqramları"nın icrasına həsr olunmuş 5 fevral 2014-cü il tarixli konfransda demişdir: "Azərbaycanda aparılan islahatlar, düşünülmüş siyasət ölkəmizin hərtərəfli inkişafına təkan verdi. Bu gün Azərbaycan gələcəyə çox böyük ümidlərlə, nikbinliklə baxır. Bunun əsas səbəbi iqtisadi müstəqillikdir, iqtisadi gücümüzdür və siyasi iradədir." [7].

Azərbaycan dövlətinin sosial siyasətinin mütərəqqi prinsiplər əsasında təşkil edilməsi və əhalinin bütün sosial qruplarının bu siyasətin əsaslarından məmnunluğu özünü bütün stiuasiylalarda büruzə verir. Belə ki, bu gün uşaqdan böyüyə hər kəs öz ruhunu, amalını, vətəndaş vəzifəsini bilavasitə məsub olduğu dövlətə, onun təhlükəsizliyinə, suverenliyinə, Vətən sərhədlərinin toxunulmazlığına, ən əsası Ulu Öndərimzin cənab Prezidentimiz tərəfindən uğurla davam etdirilən siyasi xəttinə kökləmişdir. 44 günlük Vətən müharibəsinin gedişi və parlaq qələbəmiz dediklərimizin əyani sübutudur. Vətən müharibəmizdə qələbə məhz hakimiyət-xalq birliyinin, sosial ruhun yüksəkliyinin, vətəndaşların dövlətinə, millətinə, Vətəninə, sərhədlərin bütövlüyü prinsipinə sədaqətinin şanlı nəticəsi idi.

Bu gün Azərbaycan dövlətinin sosial siyasəti kompleks şəkildə sosial qrupların əlaqəli fəaliyyəti fonunda cəmiyyətin liberallaşdırılması, sağlam təfəkkürlü sosial meyllərin ortaya çıxarılması, kommunikativ sosial fəaliyyətin dərinləşdirilməsi, azad iqtisadiyyatda sosial hüquqların təmin edilməsi, azad sahibkarlığa sosial dəstək proqramlarının icrası və s. aspektlərə yönəldilmişdir.

Çətin həyat şəraitində yaşayan şəxslərə sosial xidmət göstərilməsi sahəsində dövlət siyasətinin hüquqi, iqtisadi və təşkilati əsaslarının müəyyən olunması və bu sahədə yaranan münasibətlərin tənzimlənməsi məqsədilə qəbul edilmiş "Sosial xidmət haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun icra mexanizmlərinin müəyyən edilməsi ilə bağlı müvafiq normativ hüquqi aktlar ("Evdə (səyyar) sosial xidmətin göstərilməsi Qaydası", "Çətin həyat şəraitində olan şəxslərin (ailələrin) dövlət sosial xidmət müəssisələrinə yerləşdirilməsi Qaydası", "Dövlət sosial xidmət müəssisələrində və evlərdə qismən ödənişli və tam ödənişli şərtlərlə sosial xidmətin göstərilməsi Qaydası" və s.) qəbul edilmişdir. Bununla da Azərbaycan Respublikasında çoxspektrli sosial xidmətlər sistemi formalaşmış və bu sistem həmin şəxslərin məruz qaldıqları çətin həyat şəraitindən müdafiəsinə, sosial reabilitasiyalarına və cəmiyyətə inteqrasiya imkanlarına malik olmalarının təmin edilməsinə yönəldilmişdir. Ötən dövrdə sosial xidmət müəssisələrində vətəndaşlara göstərilən xidmətlərin keyfiyyətinin yüksəldilməsi, müəssisələrin strukturlarının müasir tələblərə uyğunlaşdırılması ilə bağlı mühüm tədbirlər həyata keçirilmiş, yeni sosial xidmət müəssisələri (uşaqlar üçün sosial xidmət müəssisələrinin və təhsil müəssisələrinin valideyn himayəsindən məhrum olmuş məzunları üçün "Məzun evi" Sosial Müəssisəsi, həssas əhali qruplarından olan şəxslər üçün Sığınacaq və Sosial Reabilitasiya Müəssisəsi, penitensiar müəssisələrdə cəza çəkməkdən azad edilmiş şəxslər üçün Sosial

Adaptasiya Mərkəzi və s.) yaradılmışdır [3].

Ahıl şəxslərə dövlət qayğısının artırılması istiqamətində tədbirlər davam etdirilmiş, onların sosial müdafiəsinin gücləndirilməsini nəzərdə tutan müvafiq qanunvericilik aktlarının təkmilləşdirilməsi ilə bağlı zəruri işlər görülmüşdür.

Hər bir cəmiyyətdə uşaqların sosial müdafiəsi, sağlam və firavan böyüməsi, fiziki və mənəvi inkişafı üçün həyata keçirilən siyasət həmin cəmiyyətin ümumi inkişafının əsas keyfiyyət göstəricilərindən biri hesab edilir. Sivil və ümumbəşəri dəyərləri daim yüksək tutan Azərbaycan Respublikası da uşaqların münasib şəraitdə böyüyərək tərbiyə olunmaları və onların layiqli vətəndaş kimi formalaşmalarının təmin edilməsi sahəsində fəal siyasəti ilə fərqlənir. Hazırda Azərbaycan Respublikasının ixtisaslaşdırılmış sosial xidmət müəssisələri tərəfindən uşaqların münasib yaşayış şəraiti, sığınacaq və reinteqrasiya xidmətləri ilə təmin edilməsi, təhsilin və peşə hazırlığının, sosial reabilitasiyasının təşkili, onlara hüquqi, psixoloji yardımın göstərilməsi və digər tədbirlər həyata keçirilir.

İnanırıq ki, dövlətimiz ulu öndərimiz Heydər Əliyev dühasından bəhrələnən, onun siyasi kursunun ən layiqli davamçısı cənab İlham Əliyevin dövlətçilik bacarığı və rəhbərlik qabiliyyəti sayəsində daha da inkişaf edəcək, müstəqilliyini və suverenliyini möhkəmləndirəcəkdir [4].

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Elşən Hacızadə – Sosiallaşan iqtisadiyyat. Bakı, 2006
2. Məmmədova Səadət - Azərbaycanda sosial dövlət. Bakı, 2017
3. Səs qəzeti, 18 aprel 2014. s.8-9
4. Xalq qəzeti. 21 fevral 2023. № 39. - s. 5.
5. Achmad Zahruddin 1, Adit Mohammad Aziz 2, Herni Ramayanti 3, Andika Isma 4, Ratna Dewi - The Role of Government in Social Welfare: A Bibliometric Analysis of Policy Development, Evaluation, and Social Impacts
6. OECD Public Governance Reviews The Economic and Social Impact of Open Government polıcy recommendatıons 2021
7. https://president.az/az/articles/view/10960

Aysel MƏMMƏDOVA
Elm və Təhsil Nazirliyinin yanında İqtisadiyyat İnstitutu,
doktorant
a.b.qurbanova@gmail.com

SƏHİYYƏ SİSTEMİNİN TƏŞKİLATI MƏSƏLƏLƏRİ VƏ MÜASİR İNKİŞAF HƏDƏFLƏRİ

Xülasə: *Məqalə iqtisadiyyatda ortaya çıxan böhran prosesləri və onların gətirdiyi bazar dəyişikliklərinin sosial müdafiənin mövcud konsepsiyasını dəyişdirməsinə və ya yeni bir sistemin formalaşdırılmasına təsirini araşdırır. Sosial müdafiə sisteminin qurulması və inkişafı vaxtın tələblərinə, cəmiyyətin sosial-iqtisadi inkişaf səviyyəsinə, hazırki tibbi və sosial müdafiə sistemlərinə və dövlətin ictimai-siyasi fəaliyyətinə əsaslanaraq həyata keçirilir. Məlumat cəmiyyətinin sosial sahəsində qlobal tendensiyalar səhiyyənin inkişafının vacibliyini vurğulayır. Yeni iqtisadiyyətin formalaşması səhiyyə daxil olmaqla müxtəlif sahələrdə menecmentdə dəyişikliklərə səbəb olur. Səhiyyə sisteminin inkişaf səviyyəsi tibbi müəssisələrin sayı və keyfiyyəti, xəstəliklərdən ölümlərin faizi və innovasiyaların mövcudluğu əsasında qiymətləndirilə bilər. Azərbaycanda son 25 ildə səhiyyə sistemində əhəmiyyətli dəyişikliklər baş*

vermişdir ki, bunun ən diqqət çəkəni məcburi tibbi sığortaya keçiddir. Bu, tibbi təşkilatlarda bazar regulyatorlarının aktivləşməsinə və ödənişli xidmətlərin nəticəsində əlavə maliyyə mənbələrinin cəlb edilməsi imkanlarının artmasına səbəb olub. Bu proses rəqabət əlaqələrinin və dövlət səhiyyə sektorunda sahibkarlıq fəaliyyətinin liberalizasiyasının nümayişini göstərir. Müasir dövrdə səhiyyə sisteminin inkişafı üçün tibbi təşkilatlarda işin səmərəliliyini artırmağa yönəlmiş tədbirlərin tətbiqi vacibdir.

Açar sözlər: *sosial müdafiə, səhiyyə sistemi, məcburi tibbi sığorta, bazar transformasiyası, innovasiya.*

ISSUES OF HEALTH SYSTEM ORGANIZATION AND MODERN DEVELOPMENT GOALS

Abstract: *The article examines the impact of economic crises and subsequent market transformations on the modification or formation of new concepts of social protection for the population. The development and establishment of social protection systems are primarily based on the demands of the time, the level of socio-economic development, existing medical and social protection systems, and the state's socio-political activities. Global trends in the social sphere of a knowledge-based society underscore the necessity for healthcare development. The emergence of a new economy induces changes in management across various sectors, including healthcare. The level of healthcare system development can be assessed through the analysis of the number and quality of medical institutions, the percentage of mortality from diseases, and the presence of innovations. In Azerbaijan, significant changes have occurred in the healthcare system over the past 25 years, with the most notable being the transition to mandatory medical insurance. This has stimulated the activation of market regulators in medical organizations, enhancing prospects for attracting additional financial resources through paid services. This process reflects the shift toward competitive relationships and the liberalization of entrepreneurial activities in the public healthcare sector. In the modern era, the development of the healthcare system necessitates the implementation of measures aimed at improving the efficiency of medical organizations. The diversity of national healthcare system organizations is evident, with each country developing unique systems that differ in methods of financial resource allocation aimed at providing medical care and preserving public health.*

Keywords: *social protection, healthcare system, mandatory medical insurance, market transformation, innovation*

ВОПРОСЫ ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ЦЕЛИ РАЗВИТИЯ

Резюме: *Статья анализирует кризисные явления в экономике и последующие рыночные преобразования, которые, как правило, приводят к изменению существующей или формированию новой концепции социальной защиты населения. Создание и развитие системы социальной защиты основывается на требованиях времени, уровне социально-экономического развития общества, существующих медицинских и социальных системах защиты граждан, а также общественно-политической активности государства. Глобальные тенденции развития социальной сферы общества знаний подчеркивают необходимость развития здравоохранения. Формирование новой экономики влечет за собой изменения в менеджменте различных сфер, включая здравоохранение. Уровень развития системы здравоохранения можно оценить на основе анализа количества и качества медицинских учреждений, процента смертности от заболеваний и наличия инноваций. В Азербайджане за последние 25 лет в системе*

здравоохранения произошли значительные изменения, среди которых наиболее важным является переход к обязательному медицинскому страхованию. Это стимулировало активизацию рыночных регуляторов в работе медицинских организаций, что увеличило перспективы привлечения дополнительных финансовых источников через платные услуги. Это отражает переход к конкурентным отношениям и либерализации предпринимательской деятельности в государственном секторе здравоохранения. На современном этапе развитие системы здравоохранения требует внедрения мер, направленных на повышение эффективности работы медицинских организаций.

Ключевые слова: *социальная защита, система здравоохранения, обязательное медицинское страхование, рыночные преобразования, инновации.*

GİRİŞ

İqtisadiyyatda baş verən krizis halları və onların ardınca gələn bazar transformasiyaları, qaydə olaraq, mövcud sosial müdafiə konsepsiyasının dəyişməsinə və ya yeni bir sosial müdafiə konsepsiyasının formalaşdırılmasına səbəb olur. Sosial müdafiə sisteminin yaradılmasında və inkişafında öncəliklə vaxtın tələbləri, cəmiyyətin sosial-iqtisadi inkişaf səviyyəsi, hazırki tibbi və sosial müdafiə sistemləri və dövlətin formalaşan ictimai-siyasi fəaliyyəti əsas götürülür. Məlumat cəmiyyətinin sosial sahəsində ümumi dünya tendensiyaları səhiyyənin inkişafının tələb olunduğunu göstərir. Yeni iqtisadiyyətin formalaşması səhiyyə daxil olmaqla müxtəlif sahələrdə menecmentdə dəyişikliklərə gətirir. Səhiyyə sisteminin inkişaf səviyyəsi tibbi müəssisələrin sayının və səviyyəsinin, xəstəliklərdən ölümlərin faizinin və innovasiyaların mövcudluğunun təhlili əsasında qiymətləndirilə bilər. Azərbaycanda son 25 il ərzində səhiyyə sistemində əhəmiyyətli dəyişikliklər baş vermişdir, bunlardan ən vacibi məcburi tibbi sığortaya keçid olmuşdur. Bu, tibbi təşkilatlarda bazar regulyatorlarının aktivləşməsinə və ödənişli tibbi xidmətlərin nəticəsində əlavə maliyyə mənbələrinin cəlb edilməsi perspektivlərinin xüsusi dərəcədə artmasına səbəb olub. Bu, əsasən, rəqabət əlaqələrinə keçid və dövlət səhiyyə sektorunda sahibkarlıq fəaliyyətinin liberalizasiyasını nəzərə alır. Əslində, bu səbəbdən müasir mərhələdə səhiyyə sisteminin inkişafı üçün hər bir tibbi təşkilatın fəaliyyətində səmərəliliyi artırmağa yönəlmiş tədbirlərin tətbiqi məcburi element kimi nəzərdə tutulur. Belə idarəetmə alətindən istifadəyə keçmiş tibbi təşkilatlar öz fəaliyyətinin əsas səmərəlilik göstəricilərini xüsusi dərəcədə yüksəltməyi bacarmışdır.

Milli səhiyyə sistemlərinin təşkil etmə formaları müxtəlifdir. Hər bir ölkədə özünə xas, fərqli sistemlər formalaşır və inkişaf edir ki, bu sistemlər maliyyə resurslarının cəlb edilmə üsullarında, tibbi yardımın təqdim edilməsi və vətəndaşların sağlamlığının qorunması məqsədlərində fərqlənir. Cəmiyyət tərəfindən ayırılan resursların keyfiyyəti, miqdarı və strukturu, onların sağlamlıq mühafizəsi sahəsində tətbiq nəticələri iqtisadi və sosial amillərin təsiri ilə müəyyənləşir [1,s.20;2, s16; 3,s.82;4,s.73]. Milli səhiyyə sistemlərinin təşkil etmə formalarının idarəetmə dərəcəsinə görə ən çox yayılmış klassifikasiyası aşağıdakı kateqoriyalara bölünür: – mərkəzləşdirilmiş (Rusiya Federasiyası, Çin Xalq Respublikası, Fransa, İspaniyada reallaşdırılır); – demerkləşdirilmiş (ABŞ, Almaniyada reallaşdırılır); – qarışıq (Böyük Britaniya, Kanada, Niderlandlar, Yaponiyada reallaşdırılır) [5,s.352]. Həmçinin tarixi olaraq formalaşmış və müasir səhiyyə sistemlərinin formalaşmasında əsas platforma rolunu oynayan ən mühüm milli səhiyyə sistemi modelləri də xüsusi diqqət çəkir [6,s.98]:

Bismark sistemi (alman modeli) və onun variantları sosial sığorta və bazarın reallaşdırılmasının prinsiplərinə, çox kanal li finanslaşma konsepsiyasına əsaslanır və sosial-sığorta və ya nəzarət altında saxlanılan sağlamlıq sığortası sistemi kimi təyin edilir [7,s.75]. Bu, Almaniya, Fransa, Niderlandlar, Avstriya, Belçika, Gollandiya, İsveçrə, Kanada və Yaponiya üçün xarakterikdir. Bu sistemdə dövlət, gəlirlərin dərəcəsindən asılı olmayaraq, bütün və ya

əksəriyyət vətəndaşların sosial ehtiyaclarının ödənişsiz tibbi yardım təmin edilməsində zəmanətçi rolunu oynayır və eyni zamanda xüsusi ödənişli tibbi xidmətlərin inkişafını stimullaşdırır. Buna görə də bu sistem üçün həm dövlət, həm də xüsusi tibbi müəssisələrin fəaliyyəti və inkişafı xarakterikdir.

Beveric sistemi (ingilis modeli) (dövlət, büdcə, dövlət büdcəsi) [7,s.73] və onun modelləri dövlətin böyük roluna əsaslanır. Bu, Böyük Britaniya, Danimarka, Portuqaliya, İtaliya, Yunanıstan və İspaniyanın səhiyyəsi ilə təmsil olunur. Səhiyyənin subsidiyası əsasən dövlət büdcəsindən, ölkə şirkətləri və vətəndaşlarının vergilərindən həyata keçirilir. Əhalinin tibbi yardımı pulsuz əldə edir (əsasən kiçik miqdarda tibbi xidmətlər istisna olmaqla). Dövlət səhiyyənin əsas istehlakçısı və təmin edicisi kimi hesab olunur, ümumi girişi və sosial ehtiyacların əksəriyyətinin ödənişsiz təmin edilməsini təmin edir. Tibbi təşkilatlar əsasən dövlət formasında malikdir. Səhiyyənin idarəetməsi dövlət tərəfindən, icra hakimiyyəti aparatı tərəfindən həyata keçirilir. İqtisadi səmərəlilik aşağıdır. Bazar iqtisadiyyatının əsaslarının tətbiqi yoxdur. Bu halda bazarın ikincil rolunu təmin etmək, qaydə olaraq, dövlət nəzarəti altında saxlanılır.

Semaşko sistemi (sovet modeli) və onun modelləri mərkəzləşdirilmiş tibbi sistemlə xarakterizə olunur ki, bu da hər kəsin yaşayış yerinə görə müəyyən tibbi müəssisəyə bağlanmasını nəzərdə tuturdu. Bu sistem ümumi giriş və solidarlıq prinsiplərinə əsaslanaraq, bütün vətəndaşlara pulsuz tibbi xidmətlərin təqdim edilməsini əhatə edirdi [6, s.87]. Lakin qeyd etmək lazımdır ki, mənfi tendensiyaların kritik həcm toplana qədər sovet səhiyyə modeli həqiqətən lider idi [8, s.111].

Məlumdur ki, bütün ölkələr üçün uyğun gələcək universal səhiyyə sistemi təşkil etmə modeli mövcud deyil. Hər bir səhiyyə sistemi konkret ölkənin formalaşma və fəaliyyət xüsusiyyətlərinə uyğun olaraq təhlil edilməlidir. Mərkəzləşmə dərəcəsi, reallaşdırma, xərclərin ümumi əhalinin arasında paylanılması, həmçinin xüsusi sığorta və vətəndaşların tibbi xidmətlər sahəsində birbaşa ödənişlərinin yeri fərqli ölkələrdə çox dəyişir. Hər bir modelin üstünlükləri və mənfi cəhətləri konkret ölkədə müxtəlif şərtlərin kombinasiyla müəyyənləşir. Buna görə də müəyyən ölkədəki şərtlərdən asılı olaraq hər bir səhiyyə sistemi digərləri ilə müəyyən göstəricilər üzrə üstünlüklərə və çatışmazlıqlara malikdir. Ümumi tibbi sığortanın ləğvi heç bir ölkədə müzakirə edilməz, lakin mərkəzləşdirilmiş dövlət nəzarəti ilə səhiyyədə bazar elementlərinin daxil edilməsinin optimal birləşməsinin axtarışı ümumi dünya tendensiyası kimi tanına bilər.

Keçirilmiş təhlil əsasında səhiyyə sistemlərinin səmərəliliyinin əsas amilləri, xüsusi olaraq bütün modellər üçün xarakterik olanlar, aşkarlanmışdır:

– Milli səhiyyə sistemində mərkəzləşmə və demerkləşmənin ekstrema dərəcələri eyni dərəcədə mənfi təsirlidir, məsələ kifayət qədər mərkəzləşmə dərəcəsinin seçilməsindədir;

– Resursların səmərəli sərf edilməsi bazar mexanizmlərinə əsaslanaraq həyata keçirilir, bazar mexanizmlərinin reallaşdırma dərəcəsi sistemin mərkəzləşmə dərəcəsi ilə tərs nisbətdədir;

– Səhiyyənin qorunması sisteminin qurulmasında bazar idarəetmə prinsiplərinin xüsusi üstünlüyü və dövlətin nəzarət funksiyasının çatışmazlığı həddindən artıq xərclərin artmasına, səbəbsiz təyinatların artmasına səbəb olur;

– Sistemə az təminatlı əhalinin sosial müdafiəsini və tibbi yardımın əlçatanlığını təmin edən alətlər daxil edilməlidir;

– Maliyyələşdirmənin paylanması sistemi (ƏDV fondu, xəstəxana kassaları və s. analoqları) mövcud olmalıdır;

– Tibbi işçilər və təşkilatların motivasion sistemi yalnız tibbi yardımın keyfiyyətini və əlçatanlığını nəzərə almalıdır, həm də səhiyyəni qoruma sistemində xərclərin artmasını məhdudlaşdırmalıdır (məsələn, Böyük Britaniyada fondosərfedilmə);

– Uğurlu modellərin reallaşdırılmasında səhiyyə sistemlərinin maliyyələşdirilməsində vətəndaşların xüsusi vasitələrinin iştirakı həmişə mövcuddur.

Cədvəl 1-də dünya ölkələrinin səhiyyə sistemlərinin səmərəliliyinə görə reytinq təqdim edilmir ki, bu Bloomberg agentliyi tərəfindən hər iki ildə bir dəfə Dövlət Səhiyyə Təşkilatı, Birləşmiş Milli və Dünya Bankının məlumatlarının ümumiləşdirilməsi əsasında nəşr edilir [9]. Bu reytinqdə səhiyyə sisteminin səmərəliliyi üç əsas indikator əsasında müəyyənləşdirilir: anadan olmaqla orta gözlənilən ömür müddəti, səhiyyəyə dövlət xərclərin ÜDM strukturunda xüsusi çəkisi və əhali üzrə tibbi xidmətlərin dəyəri.

Cədvəl 1.

Səhiyyə sistemlərinin səmərəliliyinə görə ölkələrin 2024-ci ildə reytinqi

Reytinq nömrəsi	Ölkələr	Səmərəlilik (%)		Həyatın uzunluğu (il)	Həyatın nisbi dəyəri (%)	Həyatın mütləq dəyəri (ABŞ dolları)
1	Honkonq	87.3	88.9	84.3	5.7	2 223
2	Sinqapur	85.6	84.2	82.1	4.3	2 280
3	İspaniya	69.3	72.2	82.8	9.2	2 354
4	İtaliya	67.6	67.7	82.5	9	2 700
5	Cənubi Koreya	67.4	71.5	82	7.4	2 013
6	İrlandiya	67	66.8	82	7.4	2 756
7	Yaponiya	64.3	68.2	83.8	10.9	3 733
8	Avstraliya	62	62.0	82.4	9.4	4 934
9	Tayvan	60.8	59.7	79.1	6.2	1 401
10	BƏƏ	59.1	64.3	77.1	3.5	1 402
49	Belçika	35.3	35.2	73.6	6.1	352
50	Dominikan Respublikası	33.6	43.9	73.7	6.2	397
51	Braziliya	32.8	28.9	75.3	8.9	780
52	Serbiya	32.2	34.0	75.3	9.4	491
53	Rusiya	31.3	24.3	71.2	5.6	524
54	Azərbaycan	29.6	30.9	71.9	6.7	368
55	ABŞ	29.6	32.6	78.7	16.8	9 536
56	Bolqariya	29.4	38.3	74.6	8.2	572

Mənbə: cədvəl müəllif tərəfindən mənbə [9] əsasında tərtib olunub.

Müxtəlif ölkələrin səhiyyə sistemlərinin səmərəliliyini qiymətləndirərkən görürük ki, Honkonqda ən səmərəli sistem mövcuddur və bu sistem 87,3 bal ilə qiymətləndirilir ki, bu, əksinə, ən az səmərəli sistemə malik olan Bolqariyanın sistemindən (29,4 bal) təxminən üç dəfə yüksəkdir.

Bizim fikrimizcə, səhiyyə sistemi sosial sistemin bir hissəsi kimi aşağıdakı inkişaf məqsədlərinə yönəlməlidir:

- Səhiyyə sistemlərinin qlobal inkişaf məqsədlərini müəyyən etmək;
- Səhiyyə sistemlərinin əsas tiplərinin təhlilini aparmaq (və ya həyata keçirmək);

- Dünya təcrübəsinə (və ya analitikasına) əsaslanaraq səhiyyə sisteminin daha mükəmməl modelini müəyyən etmək. Bu model ölkə əhalisinin sağlamlıq vəziyyətini xarakterizə edən yüksək göstəricilərə minimal xərclərlə çatmağa imkan verməlidir;
- Dünya miqyasında ən səmərəli səhiyyə sisteminin xarakteristikalarını təqdim etmək və onun strateji inkişaf istiqamətlərinin kritik təhlilini aparmaq;
- Son illərdə Rusiya səhiyyə sistemində baş verən institusional dəyişiklikləri təhlil etmək və əsas inkişaf proqramlarının nəticələrini qiymətləndirmək;
- Azərbaycan şəraitində dünya miqyasında ən səmərəli səhiyyə sisteminin ayrı-ayrı mexanizmlərinin tətbiqi imkanlarını əsaslandırmaq.

Ümumdünya Səhiyyə Təşkilatı (ÜST) səhiyyə sistemlərinin qarşısında duran vəzifələri aşağıdakı məqsədlərə yaxınlaşdırır [10]:

1. Əhalinin sağlamlığını dövlət səhiyyə sisteminin təkmilləşdirilməsi və inzibati islahatlar vasitəsilə yaxşılaşdırmaq.

2. Tibbi xidmətlərin keyfiyyətinin artırılması, xəstələrin hüquqlarının qorunması və əhalinin bütün qruplarının ehtiyaclarının və həssaslıqlarının nəzərə alınması yolu ilə əhalinin ehtiyaclarına diqqəti intensivləşdirmək (və ya diqqəti gücləndirmək).

3. Maliyyə ədaləti. Bu, sağlamlıq xidmətlərinə ümumi girişi təmin edən sabit maliyyə institutlarının formalaşdırılmasını və yuxarıdakı məqsədlərin yerinə yetirilməsi üçün şəraitin yaradılmasını nəzərdə tutur.

Lakin səhiyyə kimi çoxfaktorlu sahədə bütün problemlərin tam həlli üçün universal model mövcud deyil. Hər hansı bir dövlət səhiyyə sisteminin qurulması, konkret iqtisadi, sosial və siyasi şərtlərdə prioritet vəzifələrin həlli imkanlarının qiymətləndirilməsinə əsaslanmalıdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Волкова Н. С. Модернизация здравоохранения и совершенствование статуса его учреждений // Журнал российского права. 2016. № 4. с. 19–22.
2. Диксон-Файл С., Томсан К. Рациональный подход к потреблению медицинских услуг // McKinsey Quarterly. 2010. № 25 (2012). URL: http://www.mckinsey.com/ russianquarterly/articles/issue25 /03_01_12.aspx (дата обращения: 17.12.2019).
3. Дорган С., Картер К., Лейтон Д. Значимость эффективного управления больницами // Health International. 2011. № 11. С. 79–91.
4. Орлов Е. М., Соколова О. Н. Категория эффективности в системе здравоохранения // Фундаментальные исследования. 2010. № 4. С. 70–75.
5. Шаповалов К. В. Исследование проблем управления здравоохранением и организационные аспекты в оценке эффективности оказания медицинской помощи // Международный журнал экспериментального образования. 2014. № 10. С. 350–351.
6. Карпов О. Э., Махнев Д. А. Модели систем здравоохранения разных государств и общие проблемы сферы охраны здоровья населения // Вестник Национального медико-хирургического центра им. Н. И. Пирогова. 2017. № 3. С. 92–100.
7. Сергеева Н. М. О подходах к оценке эффективности функционирования медицинских организаций // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2017. № 2-1. С. 72–76.
8. Положенцева Ю. С., Муштенко Н. С. Организационно-экономический механизм обеспечения инновационного развития учреждений здравоохранения // Социально-экономическое развитие России: проблемы, тенденции, перспективы: материалы XVII Международной научнопрактической конференции, посвященной 100-летию Финуниверситета в рамках VII Среднерусского экономического форума. Курск: ТОП, 2018. с. 108–117.

9. Страны с наиболее (и наименее) эффективной системой здравоохранения. URL: https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-09-19/u-s-near-bottom-of-health-index-hong-kong-andsingapore-at-top (дата обращения: 09.12.2019).
10. https://www.who.int

Cavid MƏMMƏDOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
doktorant
memmedov.cavid@atmu.edu.az

AZƏRBAYCANDA NƏQLİYYAT İNFRASTRUKTURUNUN TURİZMİN DAYANIQLI İNKİŞAFINDAKI ROLU

Xülasə. *Bildiyimiz kimi müasir dövrdə bütün sahələrdə olduğu kimi turizm sahəsində də əsaslı şəkildə inkişaf müşahidə edilməkdədir. Ölkəmizin əlverişli coğrafi mövqedə yerləşməsi bu inkişafa təkan verən əsas amillərdəndir. Bu sahə üzrə ərsəyə gətirilmiş yerli müəlliflərin əsərlərindən də bəlli olur ki, ölkəmizin nəqliyyat infrastrukturunun turizmin dayanıqlı inkişafına təsiri də danılmazdır.*

Məqalədə turizm anlayışı, onun yaranması və inkişaf tarixi, dayanıqlı inkişaf anlayışı, ölkəmizdə nəqliyyat infrastrukturunun müasir vəziyyəti yerli və xarici müəlliflərin əsərlərinə istinad olunaraq sistemli şəkildə təhlil edilmişdir.

Açar sözlər: *Turizm, dayanıqlı inkişaf, idarəetmə, nəqliyyat, infrastruktur.*

THE ROLE OF TRANSPORT INFRASTRUCTURE IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURISM IN AZERBAIJAN

Abstract: *As we know, in modern times, as in all areas, substantial development is observed in the field of tourism. The favorable geographical location of our country is one of the main factors that give impetus to this development. It is also clear from the works of local authors in this field that the impact of our country's transport infrastructure on the sustainable development of tourism is undeniable.*

The article systematically analyzes the concept of tourism, its history of origin and development, the concept of sustainable development, and the current state of transport infrastructure in our country, referring to the works of local and foreign authors.

Keywords: *Tourism, sustainable development, management, transport, infrastructure*

РОЛЬ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ ТУРИЗМА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Резюме. *Как известно, в настоящее время, как и во всех сферах, в сфере туризма наблюдается существенное развитие. Выгодное географическое положение нашей страны является одним из основных факторов, стимулирующих это развитие. Также из работ местных авторов в этой области становится ясно, что влияние транспортной инфраструктуры нашей страны на устойчивое развитие туризма неоспоримо.*

В статье системно анализируется понятие туризма, история его возникновения и развития, концепция устойчивого развития и современное состояние транспортной инфраструктуры в нашей стране со ссылкой на труды местных и зарубежных авторов.

Ключевые слова: *Туризм, устойчивое развитие, управление, транспорт,*

инфраструктура.

GİRİŞ

Günümüzdə aktual olan məsələlərdən biri də şəhər və regionlarımızın turizm potensialının artırılması və daha da genişləndirilməsidir. Buna da təkan verəcək mühüm amillər sırasında coğrafi şərait, logistika xidməti və nəqliyyat infrastrukturu ən öndə dayanır. Bu istiqamət üzrə aparılan yerli və xarici tədqiqat əsərlərinin təhlilindən də bəlli olur ki, nəqliyyat infrastrukturunun turizmin dayanıqlı inkişafına təsiri danılmazdır.

Apardığımız təhlillərə görə konkret nümunələr əsasında müəyyən etdik ki, az da olsa aşağıdakı istiqamətlər üzrə ölkəmizdə araşdırmalar aparılmışdır. Tədqiqatçı A.Əsədov monoqrafiyasında qloballaşma şəraitində Azərbaycanda nəqliyyat sektorunun davamlı inkişafı istiqamətləri, davamlı inkişafın sosial-iqtisadi mahiyyəti və nəzəri metodoloji əsasları, davamlı inkişaf anlayışının meydana gəlməsi və mahiyyəti, davamlı inkişafın nəzəri metodoloji əsasları, qloballaşma şəraitində davamlı inkişafın başlıca şərtləri, davamlı inkişafın sosial-iqtisadi mahiyyəti, davamlı inkişafın əsas prinsipləri, Azərbaycanda davamlı inkişafın təmin edilməsi istiqamətində həyata keçirilən tədbirlər və onların nəticəsi, Azərbaycanda nəqliyyat sektorunun inkişafının müasir vəziyyəti, Azərbaycan avtomobil parkının inkişaf dinamikası, avtonəqliyyat vasitələrindən səmərəli istifadə problemləri, yol təsərrüfatının müasir vəziyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsi, avtomobil nəqliyyatının infrastruktur təminatı, mövcud vəziyyət və perspektivləri, Azərbaycanda avtoservis xidmətlərinin səmərəli təşkili məsələləri, beynəlxalq layihələrin milli nəqliyyat sisteminə təsir istiqamətləri, Azərbaycan Respublikasında nəqliyyat xidmətləri bazarının mövcud vəziyyəti və bu sahəyə investisiya qoyuluşları, beynəlxalq xidmətlər bazarının inkişaf tendensiyaları, Azərbaycanda nəqliyyat xidmətləri bazarının inkişaf dinamikası, qloballaşma şəraitində nəqliyyat sektorunun investisiya qoyuluşları beynəlxalq təcrübə, Azərbaycanda nəqliyyat növləri üzrə investisiya qoyuluşlarının müasir vəziyyəti, qloballaşma şəraitində Azərbaycanda nəqliyyat sisteminin davamlı inkişaf istiqamətləri, qloballaşma və milli nəqliyyat sistemi, nəqliyyat sisteminin davamlı inkişafının ekoloji problemləri, milli nəqliyyat sisteminin davamlı inkişaf istiqamətləri, qloballaşma şəraitində Azərbaycanda turizm sektorunun davamlı inkişafı istiqamətləri, turizm xidmətlərinin formalaşmasının nəzəri metodoloji əsasları, turizm inkişafının sosial-iqtisadi mahiyyəti, turizm sektorunun inkişafının regional aspektləri, turizm sektorunun inkişafında coğrafi amillərin rolu, Azərbaycanda turizm xidmətləri bazarının formalaşması xüsusiyyətləri və davamlı inkişaf məsələləri, Azərbaycan turizm xidmətlərinin inkişafına təsir edən amillər, Azərbaycanda turizm xidmətlərinin inkişaf mərhələləri, turizm sektorunun infrastruktur təminatının təkmilləşdirilməsi, turizm sənayesinin maddi texniki təminatının gücləndirilməsi məsələləri aid edilir ki, burada həm turizm həm də nəqliyyat anlayışları sistemli şəkildə tədqiq edilmişdir [1, s. 8-235].

ƏSAS HİSSƏ

2013-cü ildə layihə əsasında hazırlanmış "Dayanıqlı nəqliyyat siyasəti-təhlil, təcrübə, tövsiyyələr" adlı vəsaitdə qeyd edilir ki, "*Azərbaycan Respublikasında nəqliyyat infrastrukturunun və şəhərsalmanın əsasları qədim Azərbaycan şəhərsalma mədəniyyətinə və şəhərsalma planlarına uyğun formalaşmışdır*" [5].

Professor R.P.Sultanova öz elmi əsərlərində Azərbaycanın regionlarında iqtisadiyyatın dayanıqlı inkişafı, turizmin bu sahədə rolu, regionlararası tarazlıq, rəqabətqabiliyyət, sosial-iqtisadi infrastruktur və digər əlaqəli mövzuları təhlil etmişdir [4].

Hal-hazırda əsas diqqət edilən məsələlərdən biri də işğaldan azad edilmiş ərazilərimizdə

turizm sahəsinin inkişaf etdirilməsidir. Burada yeni turizm destinasiyalarının yaradılması və turist marşrutlarının planlaşdırılmasıdır.

Tədqiqaçı S.Cümşüdovun fikrincə nəqliyyat sferası milli təsərrüfatın bir infrastruktur sahəsi olmaqla cəmiyyətin yükdaşımalarına xidmət edir [2]. Bu fikri həmçinin Z. Məmmədov da öz tədqiqatlarında da göstərir [3]. Turizm məhsulunun meydana gəlməsi və istehlakı prosesində müxtəlif vasitələr iştirak edir və daşımaların bir çox metod və üsullarından istifadə edilir. Daşıma vasitələri həm də aşağıda qeyd olunan vasitələr kimi çıxış edə bilər:

-gecələmə yeri kimi (kruiz gəmiləri, turist qatarları, yataq avtobusları, karavanlar və s.);
-əyləncə obyekti kimi(tamaşa tədbirləri, əyləncə məqsədilə gəzinti, idman yarışları, şou və sərgilər);
-əmtəə alınması obyekti kimi(ilk nümunələr, model eksponatlar);
-fərdi nəqliyyat vasitəsi kimi (avtomobil kirayəsi, yaxta fraxtı, və s.).

Nəqliyyat xidmətlərinin göstərilməsi və nəqliyyat vasitələrinin təklif edilməsi bir neçə varianta ola bilər:

1. Turun tərkibinə daxil edilə bilər (yol vərəqi, vauçer);
2. Tur təşkilatçısı tərəfindən rezervasiya edilə və ödəniş əsasında turistə təklif edilə bilər;
3. Turist bu xidmətləri təyinat yerində özü sərbəst ala bilər.

Cədvəl-1. Turizm məhsuluna olan tələbin seqmentlədirilməsi

Əlamətlər	**Coğrafi. Sosial, demoqrafik**
Yaş	Uşaqlar, gənclər, 30 yaşına qədər, yaşlı turistlər 30-45 və 45-55 qruplar üzrə
Cinsi	Kişi, qadın
Ailə başçısının peşəsi-sosial mənsubiyyət	Cəmiyyətin bir çox sosial təbəqələrinə görə (Yüksək menecerlər, xidmətçilər, fəhlələr)
Daimi yaşayış yerinin tipi, ölçüsü	Böyük, kiçik, orta şəhərlərdən, kənd yerlərindən olan turistlər
Ailənin tipi	Tənha turistlər, ailəli, uşaqlı, çoxailəlilər
Milliyət	Etnik turistlər
Ailə gəliri	Sosial turizm, lüks turizm, eksklüziv turizm
Səfər motivi	Rekreasiya, tanışlıq turizmi, işgüzar, idman turizmi, digər
Turistlər psixoloji tipi	Turistlərin komfort tələbatına görə müxtəlif dərəcəli
Səyahətin təşkili	Müstəqil, turizm firması vasitəsilə
Səyahətin forması	Qrup, fərdi
İstifadə olunan nəqliyyat vasitələrinə görə	Avto, avia, veloturizm, avtoturizm, dəniz kruizi, şəxsi nəqliyyat vasitələri ilə turuzim, digər vasitələrlə
Yerləşdirmə formalarına görə	Otellər, kempinqlər, fərdi evlər və mənzillər, digər yerləşdirmə vasitələri
Turizm səfərlərinə getmək üçün rol oynayan vasitəçilər, məsləhətçilər	Turoperatorlar, turagentlər, kütləvi informasiya vasitələri

Burada təqdim edilən cədvəl turizm bazarının müxtəlif sosial-demoqrafik və psixoloji seqmentlərini əks etdirərək nəqliyyat infrastrukturunun bu qruplara təsirini anlamağa imkan verir. Turizmin dayanıqlı inkişafı birbaşa olaraq turistlərin səyahət vərdişlərinə, yaşına, gəlir səviyyəsinə və istifadə etdiyi nəqliyyat vasitələrinə bağlıdır. Məsələn, gənc və orta yaşlı turistlər daha çox aktiv və fərdi səfərlərə üstünlük verdiyindən, onlar üçün avtomobil və dəmir yolu infrastrukturunun müasir, təhlükəsiz və əlçatan olması vacibdir. Yaşlı turistlər isə rahatlıq və təhlükəsizliyi ön planda tutduqları üçün aviasiya və avtobus nəqliyyatı xidmətlərinin keyfiyyəti

dayanıqlı turizm üçün həlledici amil sayılır.

Eyni zamanda, ailə gəliri və sosial mənsubiyyət kimi faktorlar da turizm növünü və nəqliyyat vasitəsini müəyyən edir. Aşağı gəlirli təbəqələr üçün sosial turizm növlərinin inkişafı məqsədilə iqtisadi nəqliyyat marşrutlarının genişləndirilməsi vacibdir. Lüks və eksklüziv turizm seqmenti üçün isə hava limanlarının modernləşdirilməsi, kruiz limanlarının və magistral yolların təkmilləşdirilməsi mühüm rol oynayır.

Coğrafi amillər də nəzərə alınmalıdır: kənd və şəhər sakinlərinin səyahət vərdişləri fərqlidir və bu fərqlər nəqliyyat infrastrukturunun balanslı inkişafını tələb edir. Məsələn, regionlarda dəmir yollarının və avtovağzalların yenilənməsi daxili turizmin canlanmasına səbəb olur.

Beləliklə, cədvəldə göstərilən turist qruplarının müxtəlif ehtiyacları nəzərə alınmaqla, nəqliyyat infrastrukturunun inkişafı Azərbaycanın turizm sektorunun dayanıqlı, inklüziv və rəqabətədavamlı olmasına xidmət edir. Müasir nəqliyyat şəbəkəsinin genişləndirilməsi həm yerli, həm də xarici turistlərin hərəkət rahatlığını təmin etməklə, turizmin sosial-iqtisadi təsirlərini gücləndirir.

Həmçinin bu cədvəl turizm bazarının seqmentasiyası üçün əsas olan turistlərin xüsusiyyətlərini və onların səyahət davranışına təsir edən amilləri əks etdirir. Aparılan təhlillər göstərir ki, turistlər coğrafi, sosial-demoqrafik, psixoloji və davranış xüsusiyyətlərinə görə müxtəlif qruplara bölünürlər.

Nəzəri biliklər haqqında məlumtdan sonra bu sahəyə dair keçirilmiş tədbirlər haqqında da qısa olaraq onu qeyd edə bilərik ki, bu istiqamətdə dövlət səviyyəsində rəsmi görüşlər keçirilmiş və bu sahənin inkişafı ilə bağlı bir sıra təklif və tövsiyələr qeyd edilmişdir. Buna nümunə olaraq qeyd edə bilərik ki, 14 aprel 2004 cü il tarixdə Rəqəmsal İnkişaf və Nəqliyyat Nazirliyi və Dövlət Turizm Agentliyinin birgə təşkilatçılığı ilə nəqliyyat və turizm sektorlarının nümayəndələri ilə görüş keçirilmişdir [6].

Aparılan araşdırmalar zamanı kütləvi informadiya vasitəlırində müşahidə etdiyimiz real faktlardan biri də o oldu ki, 20 noyabr 2024 cü ildə il – COP29 konfransının onuncu iş günündə şəhərsalma, nəqliyyat və turizm üzrə tematik sessiyalar keçirilib. Həmin gün iki əsas təşəbbüs ilə yadda qalıb - Davamlı və Sağlam Şəhərlər üçün Çoxsahəli Fəaliyyət İstiqamətləri (MAP) Bəyannaməsi və "Turizm sektorunda Təkmilləşdirilmiş İqlim Fəaliyyəti üzrə COP29 Bəyannaməsi [7].

NƏTİCƏ

Beləliklə, bu istiqamət üzrə aparılan araşdırmalar zamanı müəyyən etdik ki, müasir, inklüziv və ekoloji baxımdan davamlı nəqliyyat sistemi Azərbaycanın turizm sektorunun uzunmüddətli inkişafını təmin edə bilər. Məqalədə təhlil aparılan istiqamət üzrə aşağıdakı təklifləri də qeyd edə bilərik:

-Turizm baxımından potensialı yüksək olan rayonlara (məsələn, Zaqatala, Lerik, Laçın, Zəngilan və s.) gedən yollar beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması;

-Bakı–Qəbələ, Bakı–Şəki və Bakı–Qarabağ istiqamətlərində turistik qatar marşrut xətlərinin genişləndirilməsi;

-Yeni açılmış Zəngilan, Füzuli və Laçın hava limanlarında turistlər üçün bilet, marşrut, bələdçi və nəqliyyat xidmətlərini birləşdirən “smart terminal” konsepsiyası tətbiq edilməli;

-Elektrikli mikroavtobuslar və velosiped yollarının kənd turizminə inteqrasiya olunması istiqamətində işlər aparılması məqsədəuyğundur.

Ümumilikdə yuxarıda qeyd edilən məsələlər məqalənin mövzusunun elmi və praktiki baxımdan vacibliyini vurğulayır. Seçilmiş mövzu yəni Azərbaycanda nəqliyyat infrastrukturunun turizmin dayanıqlı inkişafındakı rolu həm ölkənin iqtisadi, həm də sosial

inkişafı üçün əhəmiyyətlidir. Çünki nəqliyyat sisteminin təkmilləşdirilməsi turizm axınını artırır, regionların əlçatanlığını təmin edir və iqtisadi fəallığın artmasına şərait yaradır. Bu istiqamətdə elmi tədqiqatların hələ tam formalaşmadığını və daha dərin araşdırmalara ehtiyac olduğunu bildirir. Bu da o deməkdir ki, mövzu üzrə yeni elmi yanaşmalar, statistiki təhlillər və beynəlxalq təcrübələrin müqayisəli şəkildə öyrənilməsi zəruridir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Əsədov, A. "Azərbaycanda nəqliyyat və turizm sektorlarının davamlı inkişafı: problemlər və perspektivlər", Monoqrafiya, Bakı, AMEA İqtisadiyyat İnstitutu, 242 s.
2. Cümşüdov, S. Nəqliyyat infrastrukturunun inkişaf istiqamətləri-Bakı,2008.- 152 s.
3. Məmmədov, Z. İqtisadi inkişafın nəqliyyat faktoru-Bakı, 2003.-380 s.
4. Sultanova, R. Azərbaycan regionlarında iqtisadiyyatın dayanıqlı inkişafı. Kollektiv monoqrafiya. Bakı: Elm, 2009, 295 s.
5. Dayanıqlı nəqliyyat siyasəti-təhlil, təcrübə, tövsiyyələr. - Bakı, 2013.-24 s.
6.https://mincom.gov.az/az/media/xeberler/neqliyyat-ve-turizm-sektorlari-arasinda-gorus-kecirilib
7.https://cop29.az/az/media-hub/news/cop29-presidency-spotlights-tourism-transport-and-urbanisation-day-ten-urbanisation-transport-tourism-day

Şahnaz BAXIŞOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
dissertant
shahnaz_baxisova88@yahoo.com

MEHMANXANA MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ İNSAN RESURSLARININ İDARƏ EDİLMƏSİNİN OPTİMALLAŞDIRILMASI STRATEGİYALARI

Xülasə: *Qloballaşmanın, texnoloji inkişafın və müasir turizm sektorunun sürətlə dəyişən tələblərinin təsiri ilə mehmanxana sənayesi də öz idarəetmə mexanizmlərini təkmilləşdirmək məcburiyyətindədir. Bu sənayenin uğurla fəaliyyət göstərməsi yalnız infrastrukturun keyfiyyəti və marketinq strategiyaları ilə deyil, əsasən insan resurslarının səmərəli idarə olunması ilə sıx bağlıdır. Xidmət sahəsi olaraq mehmanxana sektoru birbaşa olaraq insan faktoruna əsaslanır və burada çalışan personalın motivasiyası, peşəkarlığı və işə yanaşması müəssisənin müştəri məmnuniyyətini və bazarda dayanıqlılığını müəyyən edir.*

Açar sözlər: *rəqəmsal, dəyişiklik, motivasiya, sistem, effektiv, performans, məmnuniyyət.*

STRATEGIES FOR OPTIMIZING HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN HOTEL ESTABLISHMENTS

Abstract: *Under the influence of globalization, technological development and the rapidly changing requirements of the modern tourism sector, the hotel industry is also forced to improve its management mechanisms. The successful operation of this industry is closely related not only to the quality of infrastructure and marketing strategies, but also to the effective*

management of human resources. As a service sector, the hotel sector is directly based on the human factor, and the motivation, professionalism and approach to work of the personnel working here determine the customer satisfaction of the enterprise and its stability in the market.

Keywords: *digital, change, motivation, system, effective, performance, satisfaction*

СТРАТЕГИИ ОПТИМИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Резюме: *Под влиянием глобализации, развития технологий и быстро меняющихся требований современного туристического сектора гостиничная индустрия также вынуждена совершенствовать свои механизмы управления. Успешное функционирование этой отрасли тесно связано не только с качеством инфраструктуры и маркетинговыми стратегиями, но и с эффективным управлением человеческими ресурсами. Как сфера услуг, гостиничный сектор напрямую основан на человеческом факторе, а мотивация, профессионализм и подход к работе персонала определяют удовлетворенность клиентов предприятия и его устойчивость на рынке.*

Ключевые слова: *цифровые технологии, изменения, мотивация, система, эффективность, производительность, удовлетворенность*

GİRİŞ

İnsan resurslarının idarə olunmasının optimallaşdırılması müəssisənin həm maddi, həm də qeyri-maddi resurslarından səmərəli istifadəyə imkan yaratmaqla yanaşı, onun rəqabət üstünlüyünü gücləndirməsinə də zəmin yaradır. Bu proses yalnız struktur baxımından deyil, eyni zamanda texnoloji və psixoloji aspektlərdən də həyata keçirilməlidir. Məqalənin əsas məqsədi mehmanxana sektorunda insan resurslarının idarə edilməsi sahəsində mövcud problemləri analiz etmək və bu sahədə tətbiq oluna biləcək optimallaşdırma strategiyalarını təqdim etməkdir.

Turizm sənayesinin əsas tərkib hissələrindən biri olan mehmanxana müəssisələri üçün insan resursları strateji əhəmiyyətə malikdir. İnsan resurslarının idarə edilməsi yalnız əməyin idarəsi deyil, həm də *"insan kapitalının strateji idarə edilməsidir"* [1, s. 4-5]. Texnoloji infrastruktur nə qədər inkişaf etmiş olsa da, insan resurslarının səmərəsiz idarə edilməsi müəssisənin ümumi fəaliyyətinə mənfi təsir göstərə bilər. Xidmət sahəsində məhsul və xidmətin eyni anda təqdim olunması xidmətin keyfiyyətini birbaşa həmin anda onu təqdim edən işçinin davranışına bağlı edir. Mehriban, peşəkar və diqqətli əməkdaşlar müştəri təcrübəsini müsbət yöndə formalaşdıra bilər.

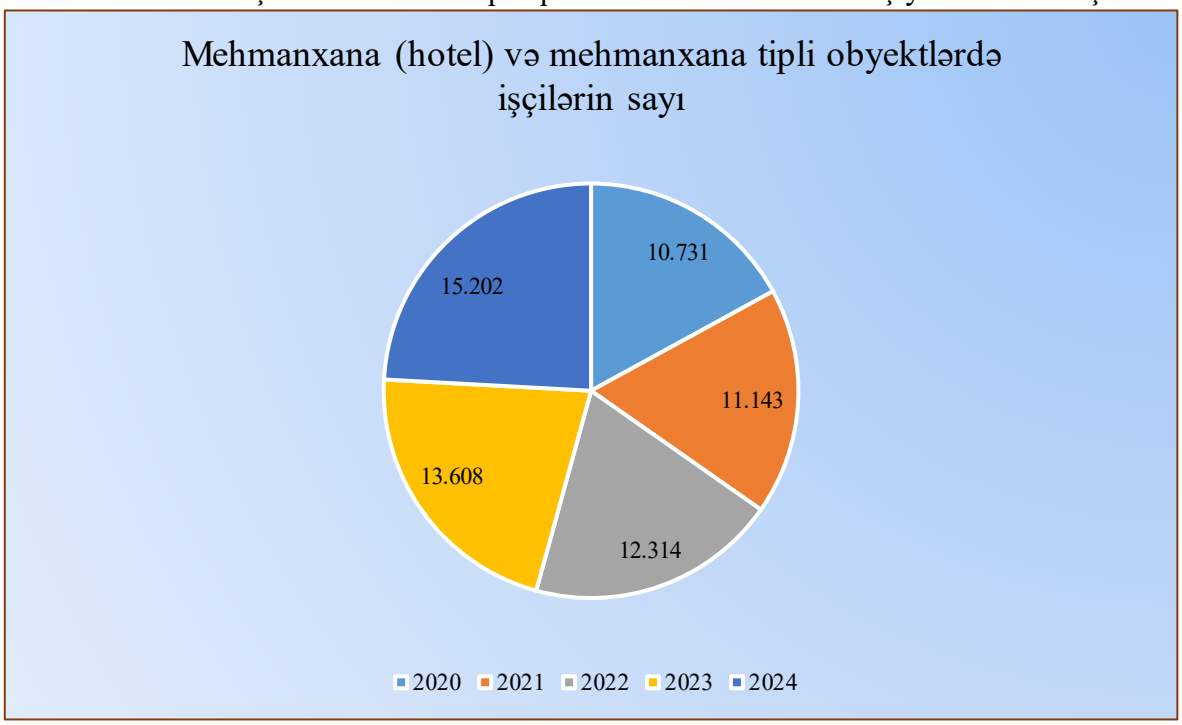
Bu baxımdan, insan resurslarının idarə edilməsi yalnız daxili əməliyyatların deyil, həm də müəssisənin brend imicinin və təkrar müştəri sədaqətinin formalaşmasının əsas faktorlarından biridir. İnsan kapitalı hər bir təşkilat üçün ən dəyərli resurslardan biri hesab olunur. Onun düzgün planlaşdırılması, davamlı inkişaf etdirilməsi və müəssisədə saxlanılması uzunmüddətli dayanıqlılığın təminatçısıdır. Bu səbəbdən, mehmanxana sektorunda insan

resurslarının idarə olunmasında strateji və sistemli yanaşmanın tətbiqi zəruridir.

Mehmanxana sektorunda insan resurslarının idarə olunması sahəsində bir sıra mühüm problemlər müşahidə olunur ki, bunlar müəssisələrin səmərəli fəaliyyətinə və xidmət keyfiyyətinə birbaşa təsir göstərir. Bu problemlərdən biri yüksək işçi dövriyyəsidir. Xüsusilə gənc və təcrübəsiz əməkdaşlar arasında dövriyyə göstəricilərinin yüksək olması müəssisə üçün əlavə təlim və adaptasiya xərcləri yaradır. Eyni zamanda, bu vəziyyət xidmət keyfiyyətində sabitliyin pozulmasına və müştəri məmnuniyyətinin azalmasına gətirib çıxarır.

Digər mühüm çətinlik isə mövsümi işçi tələbi ilə bağlıdır. Turizm sektorunda xidmətə olan tələbin mövsümə görə dəyişməsi insan resurslarının planlaşdırılmasını və idarə olunmasını xeyli mürəkkəbləşdirir. Mövsümi işçilərin sayı ilə yanaşı, onların peşəkarlıq səviyyəsinin qeyri-kafi olması da xidmətin davamlılığı və keyfiyyəti baxımından ciddi çətinliklər yaradır.

Bundan əlavə, təlim və inkişaf imkanlarının məhdudluğu da sektorda qarşıya çıxan əsas problemlərdəndir. Bir çox hallarda təlim proqramları formal xarakter daşıyır və sistemli şəkildə



həyata keçirilmir. Bu isə işçilərin peşəkar bacarıqlarının artırılmasına və uzunmüddətli inkişafına mənfi təsir göstərir.

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

Dövlət Statistika Komitəsinin 2020-2024-cü illər arasında təqdim etdiyi statistik göstəriciyə əsasən mehmanxana və mehmanxana tipli obyektlərdə 2020-ci ildə 10731 nəfər, 2021-ci il tarixində 11143 nəfər, 2022-ci il üzrə 12314 nəfər, 2023-cü ildə 13608 nəfər, 2024-cü ildə isə 15202 nəfər qeydə alınmışdır. Bu göstəricilərə əsasən 2024-cü ildə 5.18% dövlət sektorunda, 40.37% xüsusi, 2.17% xarici, 2.28% birgə mülkiyyət hüququna malik obyektlərdə çalışıb[4].

Motivasiya sistemi və əmək şəraiti məsələsinə toxunmaq vacibdir. Kiçik kollektivlərdə işçilərin bir-biri ilə yaxın əlaqəsi həm komanda ruhunu, həm də sosial inteqrasiyanı artırır[3, s. 148]. Əməkdaşların motivasiyası adətən yalnız maddi amillərlə stimullaşdırılır, lakin qeyri-

maddi motivasiya vasitələri – məsələn, tanınma, təşəkkür, şəxsi və peşəkar inkişaf imkanları – nəzərə alınmadıqda ümumi işçi məmnuniyyəti və işə sadiqlik səviyyəsi aşağı düşür. Bu isə həm əmək məhsuldarlığına, həm də müəssisənin korporativ mədəniyyətinə mənfi təsir edir.

Mehmanxana müəssisələrində insan resurslarının idarə olunmasının optimallaşdırılması üçün bir sıra strateji yanaşmaların tətbiqi zəruridir. Bu strategiyalar həm işçi məmnuniyyətini artırmaq, həm də xidmət keyfiyyətini yüksəltmək baxımından mühüm əhəmiyyət daşıyır.

İlk növbədə, işə qəbul və seçim prosesinə strateji yanaşma vacibdir. Bu mərhələdə məqsəd yalnız mövcud vakansiyaları doldurmaq deyil, eyni zamanda müəssisənin mədəniyyətinə və tələblərinə uyğun namizədlərin seçilməsidir. Namizədlərin peşəkar və şəxsi keyfiyyətlərini daha dəqiq qiymətləndirmək üçün psixoloji testlər, simulyasiya metodları və strukturlu müsahibə texnikalarının tətbiqi daha effektiv nəticələr verə bilər.

İnsan resurslarının idarə olunmasında rəqəmsal texnologiyaların rolu da gün keçdikcə artır. Rəqəmsal HR platformalarının tətbiqi işçi məlumatlarının mərkəzləşdirilmiş şəkildə idarə olunmasına, əməkdaşların performanslarının izlənilməsinə və iş qrafiklərinin səmərəli tənzimlənməsinə şərait yaradır. Süni intellekt əsaslı sistemlər vasitəsilə isə işə qəbul prosesinin ilkin mərhələlərində avtomatlaşdırılmış skrininq həyata keçirilə bilər ki, bu da həm vaxt, həm də resurs baxımından qənaətlidir.

Bundan əlavə, insan resurslarının optimallaşdırılmasında təlim və inkişaf strategiyalarının həyata keçirilməsi mühüm yer tutur. Müasir yanaşmalara əsaslanaraq onlayn və hibrid formatlı təlim proqramlarının təşkili, mentorluq və kouçinq sistemlərinin tətbiqi, eləcə də beynəlxalq və yerli sertifikatlaşdırma proqramlarının təşviqi əməkdaşların texniki və sosial bacarıqlarının inkişafına müsbət təsir göstərir. Bu isə həm xidmət keyfiyyətini yüksəldir, həm də işçilərin özlərini dəyərli hiss etmələrini təmin edir.

Motivasiya sistemi də insan resurslarının səmərəli idarə edilməsində əsas faktorlardan biridir. Əməkdaşların motivasiyasını artırmaq üçün yalnız maddi stimullar deyil, həm də qeyri-maddi təşviq formaları nəzərə alınmalıdır. Mükafatlandırma və bonus sistemi, illik təltif və tanınma tədbirləri, eyni zamanda karyera inkişafı üçün daxili və xarici imkanların yaradılması işçilərin işə bağlılığını və sədaqətini gücləndirir.

Nəhayət, mehmanxana sektorunda xüsusilə nəzərə alınmalı məsələlərdən biri də mövsümi resurs planlamasıdır. Mövsümi dəyişikliklərə uyğun olaraq insan resurslarının qabaqcadan planlaşdırılması müəssisənin fasiləsiz fəaliyyətini təmin edir. Bu məqsədlə universitetlərlə əməkdaşlıq çərçivəsində təcrübə proqramlarının təşkili, yerli əmək bazarı ilə əlaqələrin gücləndirilməsi və çevik kadr bazasının formalaşdırılması səmərəli nəticələr verə bilər.

Bütün bu strategiyalar insan resurslarının daha məqsədyönlü və davamlı şəkildə idarə olunmasına xidmət etməklə yanaşı, mehmanxana müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətini artırmağa və müştəri məmnuniyyətini təmin etməyə imkan yaradır.

Effektiv performans idarəetmə sistemi insan resurslarının idarə olunmasında mühüm rol oynayır və bu sistem müəyyən xüsusiyyətlərə malik olmalıdır. Əvvəla, qiymətləndirmə meyarları obyektiv və şəffaf olmalı, əməkdaşların fəaliyyətini düzgün əks etdirməlidir. Performans qiymətləndirməsi rüblük və ya yarımillik dövrlərdə həyata keçirilərək davamlı olaraq izlənməlidir. Bununla yanaşı, 360 dərəcə rəy mexanizminin tətbiqi işçinin müxtəlif

səviyyələrdən – həm rəhbərlikdən, həm həmkarlarından, həm də özündən gələn rəy vasitəsilə daha dolğun qiymətləndirilməsini təmin edir. Əldə olunan nəticələr əsasında fərdi inkişaf planlarının hazırlanması işçilərin zəif və güclü tərəflərini müəyyən etməklə onların potensialını maksimum dərəcədə inkişaf etdirməyə imkan verir.

İnsan resurslarında dəyişikliklərin idarə olunması isə idarəetmə proseslərinin effektivliyini artırmaq üçün vacib mərhələdir. İnsan resursları menecerləri təşkilat daxilində etik mühitin formalaşmasında mühüm rol oynayırlar[2, s. 550]. Dəyişikliklər zamanı əməkdaşların bu prosesə uyğunlaşması təmin edilməlidir ki, bu da onların prosesə mənfi reaksiyasını və müqavimətini minimuma endirir. Bu məqsədlə əməkdaşlar daim məlumatlandırılmalı və maarifləndirilməlidir. Onların dəyişiklik prosesinə fəal şəkildə cəlb olunmasına şərait yaradılmalı, beləliklə, işçilər öz fikirlərini ifadə edə və təşəbbüslərdə iştirak edə bilərlər. Həmçinin, təlim və dəstək proqramlarının təşkili dəyişikliklərin uğurla həyata keçirilməsinə yardımçı olur. Bütün bunlarla yanaşı, açıq və şəffaf kommunikasiya strategiyasının qurulması dəyişikliklərə qarşı olan müqavimətin azaldılmasında mühüm rol oynayır və təşkilat daxilində etimad mühitinin formalaşmasına şərait yaradır.

NƏTİCƏ

Mehmanxana müəssisələrinin uğuru təkcə yüksək səviyyəli xidmət infrastrukturu və müştəri yönümlü strategiyalarla məhdudlaşmır. Eyni zamanda, bu uğurun təməlində insan resurslarının səmərəli və strateji idarə olunması dayanır. İnsan resurslarının idarə olunması mehmanxana sənayesində rəqabət qabiliyyətinin artırılması və dayanıqlı inkişaf üçün həyati əhəmiyyət kəsb edir. Bu səbəbdən, insan resurslarının optimallaşdırılması istiqamətində texnoloji yeniliklərdən tutmuş təlim proqramlarının inkişafına, motivasiya sistemlərinin təkmilləşdirilməsindən performansın effektiv idarə olunmasına qədər geniş və kompleks yanaşmaların tətbiqi zəruridir.

Müasir dövrdə mehmanxana sahəsində fəaliyyət göstərən müəssisələr üçün texnologiyanın tətbiqi insan resursları idarəetməsində böyük əhəmiyyət daşıyır. Avtomatlaşdırılmış sistemlər, rəqəmsal platformalar və məlumat analitikası kimi vasitələr əməkdaşların iş yükünün azaldılması, məlumatların daha sürətli emalı və qərarvermə proseslərinin təkmilləşdirilməsi üçün imkanlar yaradır. Bu isə öz növbəsində, insan resurslarının idarə edilməsində çeviklik və effektivlik təmin edir.

Bundan əlavə, əməkdaşların davamlı inkişafı və peşəkar bacarıqlarının artırılması üçün sistemli təlim proqramlarının həyata keçirilməsi mühüm yer tutur. Mehmanxana işçilərinin xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsi üçün onların bilik və bacarıqlarını mütəmadi olaraq təkmilləşdirmək lazımdır. Bu məqsədlə hazırlanmış təlimlər həm yeni işçilərin adaptasiyasına, həm də mövcud kadrların peşəkar səviyyəsinin artırılmasına xidmət edir. Beləliklə, işçi heyətinin motivasiyası və səmərəliliyi yüksəlir, nəticədə müəssisənin ümumi performansı yaxşılaşır.

Motivasiya sistemləri də insan resurslarının idarə olunmasında vacib rol oynayır. Effektiv motivasiya mexanizmləri əməkdaşların işə bağlılığını artırır, onların məhsuldarlığını yüksəldir və iş mühitində müsbət münasibətlərin formalaşmasına kömək edir. Belə sistemlərdə həm maddi, həm də qeyri-maddi təşviq vasitələrinin balanslı şəkildə tətbiqi mühüm əhəmiyyət

kəsb edir. Məsələn, mükafatlandırma, karyera inkişafı imkanları, iş mühitinin yaxşılaşdırılması və fərdi inkişaf üçün şəraitin yaradılması əməkdaşların motivasiyasını və təşkilata sədaqətini gücləndirir.

Performans idarəetməsi isə insan resurslarının səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi və inkişaf etdirilməsi üçün əsas alət kimi çıxış edir. Müəyyən edilmiş məqsədlərə nail olmaq üçün əməkdaşların fəaliyyətinin daimi monitorinqi və obyektiv qiymətləndirilməsi aparılmalıdır. Bu proses həm fərdi, həm də komanda səviyyəsində nəticələrin təhlilini və inkişaf istiqamətlərinin müəyyən edilməsini təmin edir. Performans göstəricilərinin aydın və ölçülə bilən olması, geri bildiriş mexanizmlərinin effektiv tətbiqi işçilərin potensialının maksimum dərəcədə reallaşmasına şərait yaradır.

Ümumilikdə, mehmanxana müəssisələrində insan resurslarının idarə olunmasının optimallaşdırılması texnologiya, təlim, motivasiya və performans idarəetməsi kimi sahələrdə kompleks və sistemli yanaşmanın tətbiqini tələb edir. Aparılan tədqiqatlar və təhlillər göstərir ki, bu istiqamətlərdə aparılan davamlı yeniliklər və strategiyaların mütəmadi qiymətləndirilməsi müəssisələrə rəqabət üstünlüyü qazandırır və bazarda möhkəm mövqe tutmağa imkan verir. İnsan resursları idarəçiliyində qlobal trendlər ilə yerli xüsusiyyətlərin harmonik şəkildə nəzərə alınması isə mehmanxana sənayesində dayanıqlı və uzunmüddətli inkişafın əsasını təşkil edir.

Bu səbəbdən, mehmanxana müəssisələri üçün insan resursları sahəsində strategiyalar hazırlayarkən yalnız cari ehtiyacları deyil, həm də gələcək inkişaf perspektivlərini nəzərə almaq vacibdir. Belə strategiyalar təşkilatın dinamikasına uyğun olaraq çevik olmalı, əməkdaşların potensialını tam reallaşdırmaq və onların işə olan bağlılığını artırmaq üçün şərait yaratmalıdır. Bu, öz növbəsində, mehmanxana xidmətlərinin keyfiyyətinin yüksəlməsinə, müştəri məmnuniyyətinin artmasına və nəticədə müəssisənin bazarda möhkəm və rəqabətli mövqe tutmasına gətirib çıxaracaqdır.

TƏKLİFLƏR

Mehmanxana müəssisələrində insan resurslarının idarə olunmasının optimallaşdırılması və ümumi fəaliyyətin təkmilləşdirilməsi məqsədilə aşağıdakı təklifləri irəli sürmək olar:

	Texnoloji infrastrukturun təkmilləşdirilməsi	İnsan resursları idarəetmə sistemlərinin rəqəmsallaşdırılması və avtomatlaşdırılması üçün müasir proqram təminatlarının tətbiqi vacibdir. Bu, əməkdaşların iş yükünü azaltmaqla yanaşı, məlumatların dəqiq və sürətli idarə olunmasına imkan yaradacaqdır.
	Davamlı Təlim və İnkişaf Proqramlarının Qurulması	İşçilərin peşəkar bacarıqlarının artırılması məqsədilə müntəzəm olaraq təlimlər və seminarlar təşkil edilməlidir. Xüsusilə, müştəri xidməti, dil bilikləri və yeni texnologiyaların tətbiqi sahəsində proqramlar daha çox önə çəkilməlidir.
	Effektiv motivasiya sistemlərinin qurulması	Əməkdaşların işə bağlılığını artırmaq üçün maddi və qeyri-maddi təşviq mexanizmləri yaradılmalıdır. Mükafatlandırma sistemləri şəffaf, ədalətli və motivasiyaedici olmalıdır. Həmçinin, işçilərə karyera inkişafı imkanları təqdim edilməlidir.

	Performans idarəetməsinin təkmilləşdirilməsi	Fəaliyyətin qiymətləndirilməsi üçün aydın, ölçülə bilən və real məqsədlər müəyyən edilməli, müntəzəm geri bildiriş mexanizmi yaradılmalıdır. Bu, əməkdaşların inkişaf ehtiyaclarını vaxtında müəyyən etməyə və onların potensialını artırmağa kömək edəcəkdir.
	İş Mühitinin və Əməkdaşların Rifahının Yaxşılaşdırılması	Sağlam və dostyana iş mühitinin yaradılması üçün işçilərin rifahı və psixoloji sağlamlığına diqqət yetirilməlidir. Sosial fəaliyyətlər, stressin azaldılması üçün proqramlar və balanslı iş rejimi tətbiq olunmalıdır.
	Qlobal Trendlərin və Yerli Xüsusiyyətlərin Harmoniyası	İnsan resursları idarəetməsində beynəlxalq təcrübələr və müasir yanaşmalar nəzərə alınmalı, eyni zamanda yerli mədəniyyət və bazar xüsusiyyətləri ilə uyğunlaşdırılmalıdır. Bu, həm əməkdaşların, həm də müştərilərin ehtiyaclarının daha yaxşı qarşılanmasına şərait yaradacaqdır.
	Liderlik və Komanda İşinin İnkişafı	Liderlik bacarıqlarının inkişafı üçün rəhbərlər üçün xüsusi təlim proqramları hazırlanmalı və komanda ruhunu gücləndirəcək fəaliyyətlərə üstünlük verilməlidir. Bu, müəssisənin ümumi effektivliyini artıracaq və işçi heyətinin motivasiyasını yüksəldəcəkdir.
	İnsan resursları strategiyalarının mütəmadi yenilənməsi	İnsan resursları idarəetməsi strategiyaları dövrü olaraq qiymətləndirilməli və dəyişən şəraitə uyğun yenilənməlidir. Müasir trendlər və bazar tələbləri daim izlənməli, strateji planlama dinamik və çevik olmalıdır.

Bu təkliflərin həyata keçirilməsi mehmanxana müəssisələrinin insan resursları idarəetməsində effektivliyi artıracaq, əməkdaşların səmərəliliyini yüksəldəcək və nəticədə müəssisələrin rəqabət qabiliyyətini gücləndirəcəkdir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Armstrong, M. // *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice//* 15th Edition. Kogan Page Publisher, 2020, page 4-5.

2. **Dessler, G.** //*Human Resource Management*. 15th Edition. Pearson Education//,2019, page 550.

3. Eric Breit, Paul Boselie.//Shaping inclusive workplaces for persons with disabilities//, 2025, page 148.

4. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi (2023). *Turizm və xidmət sektoru üzrə statistik göstəricilər*. www.stat.gov.az

Ülkər HƏSƏNZADƏ,
Naxçıvan Dövlət Universiteti,
baş müəllim
ulkerhasanzade@ndu.edu.az

NAXÇIVANDA TURİZM İDARƏETMƏSİNDƏ İNNOVASİYALARIN ROLU VƏ PERSPEKTİVLƏRİ

Xülasə: *Məqalədə turizmdə innovativ idarəetmənin mahiyyəti, onun müasir iqtisadi şəraitdə rolu və tətbiq mexanizmləri araşdırılmışdır. Turizm sektorunun davamlı inkişafında rəqəmsal texnologiyalar, informasiya sistemləri, yeni idarəetmə modelləri və müştəri yönümlü yanaşmaların əhəmiyyəti elmi əsaslarla təhlil olunmuşdur. İdarəetmə sistemindəki struktur problemlər, xidmət keyfiyyətinin qeyri-bərabərliyi, kadr hazırlığının zəifliyi, infrastruktur və marketinq çatışmazlıqları müştəri məmnunluğunu azaldan başlıca səbəblərdir. Son illərdə Naxçıvanda yeni otellərin, istirahət mərkəzlərinin, muzeylərin və sağlamlıq turizmi obyektlərinin sayı artsa da, xidmət keyfiyyəti və idarəetmə sistemində yeniliklərin tətbiqi əsas şərtdir. Bu problemlərin sistemli şəkildə həlli regionda turizm sektorunun rəqabət qabiliyyətini artıracaq və Naxçıvanın uzunmüddətli turizm brendi kimi formalaşmasına şərait yaradacaq. Əldə edilən nəticələr göstərir ki, innovativ idarəetmə turizm müəssisələrinin səmərəliliyini artıracaq.*

Açar sözlər: *turizm, innovasiya, idarəetmə, rəqəmsallaşma, xidmət keyfiyyəti, inkişaf strategiyası.*

THE ROLE AND PROSPECTS OF INNOVATIONS IN TOURISM MANAGEMENT IN NAKHCHIVAN

Abstract: *The article examines the essence of innovative management in tourism, its role in modern economic conditions and application mechanisms. The importance of digital technologies, information systems, new management models and customer-oriented approaches in the sustainable development of the tourism sector has been analyzed on a scientific basis. Structural problems in the management system, uneven service quality, weak personnel training, infrastructure and marketing deficiencies are the main reasons for reducing customer satisfaction. Although the number of new hotels, recreation centers, museums and health tourism facilities in Nakhchivan has increased in recent years, the main condition is the quality of service and the introduction of innovations in the management system. Systematic resolution of these problems will increase the competitiveness of the tourism sector in the region and create conditions for the formation of Nakhchivan as a long-term tourism brand. The results obtained show that innovative management will increase the efficiency of tourism enterprises.*

Keywords: *tourism, innovation, management, digitalization, service quality, development strategy.*

РОЛЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИЙ В УПРАВЛЕНИИ ТУРИЗМОМ В НАХЧЫВАНЕ

Резюме: *В статье рассматривается сущность инновационного менеджмента в туризме, его роль в современных экономических условиях и механизмы применения. На научной основе проанализирована важность цифровых технологий, информационных систем, новых моделей управления и клиентоориентированных подходов в устойчивом развитии туристического сектора. Структурные проблемы в системе управления,*

неравномерное качество обслуживания, слабая подготовка кадров, недостатки инфраструктуры и маркетинга являются основными причинами снижения удовлетворенности клиентов. Хотя количество новых отелей, баз отдыха, музеев и объектов оздоровительного туризма в Нахчыване в последние годы увеличилось, главным условием является качество обслуживания и внедрение инноваций в систему управления. Системное решение этих проблем позволит повысить конкурентоспособность туристического сектора в регионе и создать условия для формирования Нахчывана как долгосрочного туристического бренда. Полученные результаты показывают, что инновационный менеджмент позволит повысить эффективность деятельности туристических предприятий.

Ключевые слова: *туризм, инновации, менеджмент, цифровизация, качество обслуживания, стратегия развития.*

GİRİŞ

Müasir dövrdə turizm sahəsi dünya iqtisadiyyatının ən dinamik inkişaf edən istiqamətlərindən biridir. Turizm sahəsində innovasiya dedikdə, turizm fəaliyyətinin müxtəlif istiqamətlərində — idarəetmədə, xidmət göstərilməsində, marketinqdə, infrastrukturda, informasiya texnologiyalarında və insan resurslarının inkişafında yeni və səmərəli yanaşmaların tətbiqi başa düşülür. İnnovasiyalar turizm müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətini artırmaqla yanaşı, turistlərin məmnunluğunu və regionun cəlbediciliyini də yüksəldir.Qlobal rəqabətin artması, müştəri tələblərinin dəyişməsi və texnoloji yeniliklərin sürətli tətbiqi turizm müəssisələrində idarəetmənin yeni modellərini zəruri edir. İnnovativ idarəetmə — ənənəvi idarəetmə üsullarının texnoloji, təşkilati və strateji yeniliklərlə birləşdirilməsi deməkdir. Bu yanaşma, müəssisələrin fəaliyyət səmərəliliyini yüksəldir, xidmət keyfiyyətini yaxşılaşdırır və bazarda mövqeyini möhkəmləndirir.

ƏSAS HİSSƏ

İnnovativ idarəetmə — idarəetmənin bütün mərhələlərinə (planlaşdırma, təşkil, motivasiya, nəzarət) yeni texnologiyaların, ideyaların və metodların tətbiqi prosesidir. Bu, müəssisənin rəqabət üstünlüyü qazanması, müştəri məmnuniyyətinin yüksəldilməsi və xərclərin azaldılması baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Turizmdə innovativ idarəetmə aşağıdakı istiqamətlərdə özünü göstərir:

1. Rəqəmsal platformalar və onlayn xidmətlər. Turistlərin əksəriyyəti səyahət planlaşdırılması və bronlaşdırma prosesini rəqəmsal platformalar vasitəsilə həyata keçirir. *Booking.com*, *Airbnb*, *TripAdvisor* kimi platformalar vasitəsilə turistlər otelləri müqayisə edir, rezervasiya edir və rəylər paylaşır. Bu texnoloji sistemlər vasitəsilə həm müştərilərin rahatlığı təmin olunur, həm də turizm müəssisələrinin bazara çıxışı asanlaşır.

Müasir dövrdə turizm sənayesinin inkişafında rəqəmsallaşma və avtomatlaşdırma prosesləri xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Qlobal miqyasda informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının (İKT) sürətli inkişafı turizm fəaliyyətinin bütün mərhələlərinə — planlaşdırmadan xidmətin təqdimatına qədər — mühüm təsir göstərir. Rəqəmsallaşma dedikdə turizm xidmətlərinin təşkili, idarə edilməsi və istehlakında rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi başa düşülür. Bu, turizm sistemlərinin səmərəliliyini artırmaq, müştəri təcrübəsini yaxşılaşdırmaq və iqtisadi gəlirliliyi yüksəltmək baxımından əsas innovativ istiqamət kimi çıxış edir (Quliyev, 2022).

Rəqəmsallaşma turizm müəssisələrinə xidmət keyfiyyətini yüksəltmək və bazar

tələblərinə daha çevik reaksiya vermək imkanı yaradır. Müasir turist artıq səyahət planlaşdırılmasını, bilet və yaşayış yerlərinin bronlaşdırılmasını, marşrutların seçimini, hətta bələdçilik xidmətlərini belə rəqəmsal platformalar vasitəsilə həyata keçirir. Onlayn rezervasiya sistemləri (Booking, Airbnb, Expedia və s.), mobil tətbiqlər, süni intellekt əsaslı virtual köməkçilər, həmçinin sosial media vasitəsilə marketinq kampaniyaları turizm xidmətlərinin əlçatanlığını və effektivliyini artırır (Hjalager, 2010)

Avtomatlaşdırma isə turizm fəaliyyətində insan əməyinin müəyyən hissəsini texnoloji sistemlərlə əvəzləməyə yönəlmiş prosesdir. Məsələn, otellərdə self check-in sistemlərinin, hava limanlarında ağıllı qeydiyyat aparatlarının, turizm şirkətlərində chatbot və süni intellekt əsaslı məsləhətçi xidmətlərinin tətbiqi həm əməliyyat xərclərini azaldır, həm də xidmətlərin keyfiyyətini artırır. Rəqəmsal ödəniş sistemləri (Apple Pay, Google Pay və s.) təhlükəsiz və sürətli əməliyyatlar imkanı yaradır ki, bu da turistlərin məmnunluğunu və xidmətlərə inamını yüksəldir.

Rəqəmsallaşmanın turizm müəssisələrinə təsiri həm iqtisadi, həm də idarəetmə baxımından nəzərəçarpandır. Elektron məlumat bazalarının formalaşdırılması, müştəri davranışlarının təhlili, "Big Data" və analitika alətlərinin istifadəsi müəssisələrə bazar tendensiyalarını daha dəqiq proqnozlaşdırmaq imkanı verir. Bununla yanaşı, sosial media vasitəsilə rəqəmsal marketinq və kommunikasiya strategiyalarının tətbiqi turizm məhsulunun tanıdılmasında mühüm rol oynayır (Buhalis & Amaranggana, 2015).

2. Süni intellekt (AI) və "Big Data" texnologiyaları. Süni intellekt əsaslı sistemlər turistlərin davranış və seçimlərini təhlil edərək fərdi təkliflər hazırlayır. "Big Data" texnologiyaları vasitəsilə isə turizm müəssisələri bazar tendensiyalarını proqnozlaşdıra, müştəri seqmentlərini müəyyənləşdirə və effektiv marketinq strategiyaları qura bilir (Gretzel et al., 2015). Məsələn, otel sistemlərində avtomatik qiymət tənzimləmə alqoritmləri (revenue management systems) doluluq səviyyəsini optimallaşdırmaq üçün geniş tətbiq olunur.

3. Virtual və artırılmış reallıq texnologiyaları (VR və AR). Virtual turizm müasir texnoloji innovasiyaların ən yeni istiqamətlərindən biridir. Virtual və artırılmış reallıq texnologiyaları vasitəsilə turistlər səyahət etmədən əvvəl istədikləri məkan barədə 3D formatında məlumat əldə edə bilirlər. Bu texnologiyalar xüsusilə muzeylərdə, tarixi abidələrdə və sərgilərdə tətbiq olunur, ziyarətçilərə interaktiv təcrübə təqdim edir.

4. Robot texnologiyaları və avtomatlaşdırılmış xidmətlər. Robot texnologiyaları artıq mehmanxana və restoranlarda xidmət göstərmə prosesinə inteqrasiya olunub. Məsələn, Yaponiyada robotlar otellərdə qonaqları qarşılamaq, baqaj daşınması və otaq xidməti göstərmək kimi funksiyaları yerinə yetirir. Bu, əməyin səmərəliliyini artırmaqla yanaşı, xidmət keyfiyyətinin standartlaşdırılmasına imkan yaradır.

5. Mobil tətbiqlər və ağıllı turizm sistemləri. Mobil texnologiyalar turistlərin səyahət zamanı hərəkət azadlığını və məlumat əlçatanlığını təmin edir. "Smart Tourism" konsepsiyası çərçivəsində mobil tətbiqlər, GPS əsaslı marşrut planlaşdırma sistemləri və elektron bələdçi proqramları (e-guide) geniş tətbiq olunur.

Azərbaycan Respublikasında turizm sahəsində rəqəmsallaşma istiqamətində mühüm addımlar atılmışdır. "ASAN Viza" sistemi, ölkə üzrə vahid turizm məlumat bazasının yaradılması, "Ağıllı şəhər" və "Ağıllı turizm" layihələrinin tətbiqi sahədə rəqəmsal transformasiyanın real göstəriciləridir. Naxçıvan Muxtar Respublikasında isə turizm obyektlərinin 3D virtual turları, elektron xəritələrin hazırlanması və muzeylərdə rəqəmsal bələdçi sistemlərinin tətbiqi regionun turizm cəlbediciliyinin artırılmasına mühüm töhfə verir.

Naxçıvan Muxtar Respublikasında turizmin dayanıqlı inkişafı üçün innovasiyaların tətbiqi həm iqtisadi, həm sosial, həm də ekoloji baxımdan mühüm əhəmiyyət daşıyır. Naxçıvan turizm baxımından zəngin təbii, tarixi və mədəni resurslara malik olsa da, bu potensialdan tam səmərəli istifadə olunması üçün innovativ yanaşmaların tətbiqi zəruridir. İnnovasiyaların tətbiqi

sayəsində turizm məhsullarının çeşidlənməsi, xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsi və mövsümiliyin azaldılması mümkündür. Ən perspektivli istiqamətlər kimi rəqəmsal turizm xidmətləri, ekoturizm, sağlamlıq və müalicəvi turizm, ağıllı turizm texnologiyaları və yaşıl innovasiyalar müəyyən edilmişdir.

Naxçıvanda turizmin təşkili və idarə edilməsində rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi — onlayn rezervasiya sistemləri, virtual turlar, mobil tətbiqlər, süni intellekt əsaslı məlumat platformaları — turist cəlbediciliyini artırmaqla yanaşı, xidmətin səmərəliliyini də yüksəldir. Rəqəmsallaşma həm də turizm məlumat bazalarının formalaşdırılması, statistik analizlərin aparılması və turist axınlarının proqnozlaşdırılması üçün yeni imkanlar yaradır.

İnnovasiyaların tətbiqi nəticəsində turizm sahəsində yeni iş yerləri yaranır, yerli sahibkarlıq fəaliyyəti stimullaşır, regionun investisiya cəlbediciliyi artır. Bununla yanaşı, rəqəmsal və ekoloji yeniliklər turizmdə dayanıqlı inkişaf prinsiplərinə uyğun fəaliyyətin qurulmasına imkan yaradır. Bu, həm yerli icmaların rifahının yüksəldilməsinə, həm də turizmin ətraf mühitə mənfi təsirinin minimuma endirilməsinə şərait yaradır.

Naxçıvanda turizmin mövsümi xarakter daşıması, mövcud turizm resurslarının ilboyu səmərəli istifadəsinə mane olur və yerli əhali üçün bu sahədə daimi iş yerlərinin yaranmasını çətinləşdirir. Mövsümiliyin aradan qaldırılması və uzunmüddətli turizmin inkişafı üçün mövcud potensial nəzərə alınaraq müxtəlif istiqamətlərdə yeniliklərin tətbiqi vacib sayılır. Xüsusilə sağlamlıq turizmi sahəsində innovativ yanaşmaların tətbiqi bir neçə mühüm səbəblə əhəmiyyətlidir. İlk olaraq, bu yeniliklər göstərilən tibbi xidmətlərin keyfiyyətini artırmağa kömək edir. Eyni zamanda, xərclərin azalması nəticəsində sağlamlıq turizmi daha geniş əhali üçün əlçatan olur. Nəhayət, bu cür yanaşmalar sənayenin uzunmüddətli və dayanıqlı inkişafına zəmin yaradır

Müasir dövrdə innovasiyalar turizmin inkişafının əsas hərəkətverici qüvvələrindən biri kimi çıxış edir. Qloballaşma, rəqəmsallaşma və yeni texnologiyaların tətbiqi turizm sektorunda köklü dəyişikliklərə səbəb olmuşdur. Tədqiqat nəticələri göstərir ki, Naxçıvan Muxtar Respublikasında turizmin dayanıqlı inkişafı üçün innovasiyaların tətbiqi həm iqtisadi, həm sosial, həm də ekoloji baxımdan mühüm əhəmiyyət daşıyır.

Naxçıvan turizm baxımından zəngin təbii, tarixi və mədəni resurslara malik olsa da, bu potensialdan tam səmərəli istifadə olunması üçün innovativ yanaşmaların tətbiqi zəruridir. İnnovasiyaların tətbiqi sayəsində turizm məhsullarının çeşidlənməsi, xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsi və mövsümiliyin azaldılması mümkündür.İnnovativ idarəetmənin tətbiqi turizm müəssisələrində aşağıdakı nəticələrə gətirib çıxarır: müştəri məmnuniyyətinin artması, resurslardan daha səmərəli istifadə, brend imicinin güclənməsi və iqtisadi gəlirliliyin yüksəlməsi.

Naxçıvan Muxtar Respublikası innovativ idarəetmə modeli üçün əlverişli şəraitə malikdir. Regionda sağlamlıq və ekoturizm istiqamətlərinin inkişafı, rəqəmsal platformalar vasitəsilə turizm məhsullarının tanıdılması və turizm ixtisaslı kadrların hazırlanması bu prosesə təkan verir. Lakin texnoloji resursların və ixtisaslı kadrların məhdudluğu tətbiqi ləngidir.

Aparılan təhlillər göstərir ki, innovasiyaların turizm sahəsində tam tətbiqi üçün müəyyən çətinliklər mövcuddur. Bunlara aşağıdakılar daxildir:

Turizm müəssisələrində innovasiya menecmentinin zəif təşkili;

Rəqəmsal infrastrukturun yetərsizliyi;

Kadr potensialının innovativ düşüncə baxımından məhdudluğu;

Maliyyə resurslarının çatışmazlığı və elmi-tədqiqat dəstəyinin azlığı.

Bu problemlərin həlli üçün dövlət, özəl sektor və təhsil müəssisələrinin qarşılıqlı əməkdaşlığı vacibdir. Əgər turizm siyasətində innovativ yanaşmalar prioritet istiqamət kimi qəbul edilərsə, bu, regionun beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyasını gücləndirəcəkdir.

NƏTİCƏ

Turizmdə innovativ idarəetmə, sahənin davamlı inkişafının əsas şərtidir. Yeni texnologiyaların və idarəetmə yanaşmalarının tətbiqi turizm müəssisələrinin fəaliyyət effektivliyini artırır, xidmət keyfiyyətini yüksəldir və regionların iqtisadi inkişafına müs bət təsir göstərir. İnnovativ idarəetmənin əsas istiqamətləri kimi rəqəmsallaşma, strateji planlaşdırma, insan kapitalına investisiya və davamlı inkişaf prinsiplərinin inteqrasiyası çıxış edir.

Yekun olaraq qeyd etmək olar ki, Naxçıvanda turizmin inkişafında innovasiyaların tətbiqi yalnız iqtisadi deyil, həm də sosial-iqtisadi inkişafın mühüm elementi kimi çıxış edir.

İnnovasiyalar turizmin idarəetməsində səmərəliliyi artırır, regionun beynəlxalq imicini gücləndirir və turizmi davamlı inkişaf modelinə çevirir.

Naxçıvanda innovativ turizm siyasətinin formalaşdırılması və tətbiqi regionun gələcək inkişafının əsas istiqamətlərindən biri olmalıdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). *Smart tourism destinations: Enhancing tourism experience through technology*. In I. Tussyadiah & A. Inversini (Eds.), **Information and Communication Technologies in Tourism 2015** (pp. 377–389). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_28

2. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). *Smart tourism: Foundations and developments*. **Electronic Markets, 25**(3), 179–188. https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8

3. Hjalager, A. M. (2010). *A review of innovation research in tourism*. **Tourism Management, 31**(1), 1–12. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.012

4. Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism* (7th ed.). Pearson Education.

5. Quliyev, R. (2022). *Rəqəmsallaşmanın turizm sənayesinin inkişafına təsiri*. **Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin Elmi Xəbərləri**, 8(2), 65–73.

6. Azərbaycan Respublikası Dövlət Turizm Agentliyi. (2023). *Azərbaycan turizminin rəqəmsal inkişaf strategiyası 2023–2030*. Bakı.

7. Naxçıvan Muxtar Respublikası Turizm Departamenti. (2024). *Naxçıvanda turizmin inkişaf konsepsiyası 2024–2030*. Naxçıvan: Rəsmi nəşr.

8. Ivanov, S., & Webster, C. (2020). *Robotics, artificial intelligence, and the evolution of the hospitality and tourism industry*. In *Robots, Artificial Intelligence, and Service Automation in Travel, Tourism and Hospitality* (pp. 3–16). Emerald Publishing.

9. Göyüşov, E. (2021). *Azərbaycan turizmində rəqəmsal transformasiya: problemlər və perspektivlər*. **Azərbaycan İqtisadi Araşdırmalar Jurnalı**, 12(4), 55–64.

10. European Commission. (2022). *Tourism transitions: Towards a more digital, green and resilient sector*. Brussels.

Fazil SEYİDLİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
müəllim,
f.seyidli@atmu.edu.az

TƏHSİLDƏ SÜNİ İNTELLEKT TƏTBİQLƏRİ: FƏRDİLƏŞDİRİLMİŞ ÖYRƏNMƏ VƏ ANALİTİK YANAŞMALAR

Xülasə: *Bu məqalədə süni intellekt texnologiyalarının təhsildəki tətbiq imkanları sistemli şəkildə araşdırılır. Fərdiləşdirilmiş öyrənmə modelləri, tədris analitikası, avtomatlaşdırılmış qiymətləndirmə sistemləri və əhatəli təhsil mühitlərinin yaradılması kimi əsas istiqamətlər təhlil edilir. Tədqiqat həm nəzəri, həm də praktik nümunələr əsasında bu texnologiyaların təhsil prosesinə təsirini qiymətləndirir. Məqalə süni intellektin tədris prosesində yaratdığı üstünlükləri və fərqlilikləri balanslı şəkildə təqdim edir, eyni zamanda təhsil sisteminin gələcək inkişafı üçün yeni istiqamətlər irəli sürür.*

Açar sözlər: *süni intellekt, dərin öyrənmə, fərdiləşdirilmiş öyrənmə, neyron şəbəkə, vizual çevirici.*

ARTIFICIAL INTELLIGENCE APPLICATIONS IN EDUCATION: PERSONALIZED LEARNING AND ANALYTICAL APPROACHES

Abstract: *This article systematically examines the application possibilities of artificial intelligence technologies in education. The main directions such as personalized learning models, educational analytics, automated assessment systems and the creation of inclusive educational environments are analyzed. The study evaluates the impact of these technologies on the educational process based on both theoretical and practical examples. The article presents the advantages and differences created by artificial intelligence in the educational process in a balanced way and at the same time proposes new directions for the future development of the education system.*

Keywords: *artificial intelligence, deep learning, personalized learning, neural network, visual transformator.*

ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ОБРАЗОВАНИИ: ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННОЕ ОБУЧЕНИЕ И АНАЛИТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ

Резюме: *В данной статье системно рассматриваются возможности применения технологий искусственного интеллекта в образовании. Проанализированы такие основные направления, как персонализированные модели обучения, образовательная аналитика, автоматизированные системы оценки и создание инклюзивных образовательных сред. В исследовании оценивается влияние этих технологий на образовательный процесс на основе теоретических и практических примеров. В статье сбалансированно представлены преимущества и различия, создаваемые искусственным интеллектом в образовательном процессе, а также предложены новые направления для будущего развития системы образования.*

Ключевые слова: *искусственный интеллект, глубокое обучение, персонализированное обучение, нейронная сеть, визуальный преобразователь.*

GİRİŞ

Rəqəmsallaşmanın sürətli şəkildə artdığı XXI əsrdə təhsil sistemləri də bu dəyişikliklərə uyğunlaşmağa doğru addımlamışdır. Ənənəvi tədris modelləri artıq müasir dövrün tələblərinə tam cavab vermir və fərdi yanaşmalara ehtiyac yaranır. Bu səbəbdən süni intellekt texnologiyaları təhsildə yeni bir mərhələnin əsasını qoyur.

Süni intellekt yalnız texnoloji yenilik deyil, eyni zamanda fərdiləşdirilmiş öyrənmə, tədris analitikası və avtomatlaşdırılmış qiymətləndirmə kimi sahələrdə əhəmiyyətli dəyişikliklər yaradır. Bu texnologiyaların köməyi ilə tələbələrin fərdi ehtiyaclarına uyğun tədris mühiti formalaşır, müəllimlər isə daha effektiv qərarlar qəbul edə bilirlər.

Süni intellektin təhsildə tətbiqi sahələri

Süni intellekt texnologiyalarının təhsildə tətbiqi müxtəlif istiqamətləri əhatə edir. Bu texnologiyalar tədris prosesinin fərdiləşdirilməsi, müəllim və tələbə fəaliyyətlərinin optimallaşdırılması, məlumatların analizi və tədris keyfiyyətinin artırılması istiqamətində olduqca mühüm rol oynayır. Aşağıda süni intellektin təhsildə ən çox istifadə olunan əsas sahələrini təqdim edirəm:

Fərdiləşdirilmiş öyrənmə alqoritmləri: Süni intellekt əsaslı sistemlər tələbələrin əvvəlki bilik səviyyəsi, öyrənmə sürəti və davranışlarına uyğun olaraq fərdi tədris planları hazırlaya bilirlər. Bu alqoritmlər vasitəsilə tələbəyə ən uyğun məzmun və tapşırıqlar verilir ki, bu da öyrənmənin keyfiyyətini olduqca artırır.

Virtual müəllimlər və çatbotlar: Süni intellekt əsaslı virtual müəllimlər və çatbotlar tələbələrin suallarına dərhal cavab verir, əlavə izahlar təqdim edir və 24 saat dəstək rolu oynayır. Bu sistemlər, xüsusilə uzaqdan təhsildə və onlayn kurslarda geniş istifadə olunur.

Avtomatlaşdırılmış qiymətləndirmə sistemləri: Testlərin və esse tipli tapşırıqların avtomatik yoxlanılması müəllimlərin iş yükünü azaldır, digər tərəfdən də tələbələrə daha tez nəticə almasına imkan verir. Süni intellekt bu sahədə həm doğru həmdə obyektiv şəkildə yüksək nəticələr göstərməkdədir.

Tədris materiallarının uyğun formalaşdırılması: Süni intellekt vasitəsilə tədris materialları fərqli şəkildə dəyişdirilərək tələbənin ehtiyaclarına uyğun formalaşdırılır. Məsələn, zəif anlayış göstərilən mövzularda əlavə izah və misallar təqdim olunur, daha asan mənimsənilən hissələri isə təkrarlanmasına ehtiyac qalmır.

Təhsildə dərin öyrənmə tətbiqləri və çağırışları

Dərin öyrənmə süni intellektin ən dinamik inkişaf edən sahələrindən biridir və çoxqatlı neyron şəbəkələr vasitəsilə böyük həcmli məlumatlardan nümunələri avtomatik öyrənməyə imkan verir. Bu texnologiya insan beyninin sinir əlaqələrinə bənzər şəkildə məlumatı emal edərək, mürəkkəb qərarvermə və təhlil etmə proseslərini avtomatlaşdırır. Təhsil sahəsində dərin öyrənmənin tətbiqi son illərdə mühüm dərəcədə artmış və bu yanaşma tələbə davranışlarının analizi, avtomatik qiymətləndirmə, uyğunlaşan məzmun yaradılması, səs və təsvir emalı kimi istiqamətlərdə geniş istifadə olunmağa başlanmışdır.

Dərin öyrənmənin təhsildə ən mühüm tətbiqlərindən biri tələbə performansının proqnozlaşdırılmasıdır. Dərin neyron şəbəkələr tələbələrin fəaliyyət məlumatlarını – test nəticələri, davamiyyət, tapşırıq rəftarları və qarşılıqlı fəaliyyətləri – analiz edərək onların gələcək akademik performansını əvvəlcədən proqnozlaşdıra bilir. Bu, müəllimlərə və idarəçilərə tələbənin uğursuzluq riskini vaxtında müəyyən etməyə və əvvəlcədən müdaxilə imkanlarını həyata keçirməyə şərait yaradır. Məsələn, **Təkrarlanan neyron şəbəkə** və yaxud **Uzun və qısa müddətli yaddaş** modelləri tələbənin öyrənmə ardıcıllığını izləyərək nəticələrdəki dəyişmiş istiqamətləri aşkar edə bilir. Belə sistemlər "əvvəlcədən xəbərdarlıq sistemi" yanaşması kimi pedaqoji qərarvermədə mühüm rol oynayır.

Digər bir mühüm istiqamət avtomatik qiymətləndirmə və **Təbii dil emalı** texnologiyalarının istifadəsidir. Dərin öyrənməyə əsaslanan təbii dil emalı modelləri, xüsusilə

Çevirici memarlığı üzərində qurulan GPT (Əvvəlcədən təlim keçmiş çevirici) və BERT (Çeviricidən iki-istiqamətli kodlayıcı) kimi modellər, tələbə esse və yazılı cavablarını avtomatik qiymətləndirə, mətnin qrammatik və məntiqi keyfiyyətini təhlil edə bilir. Bu yanaşma qiymətləndirmə prosesinin həm sürətini artırır, həm də insan faktorundan qaynaqlanan subyektivliyi azaldır. Beləliklə, müəllimlər daha obyektiv və dəqiq nəticələr əldə edə bilir, tələbələr isə qiymətləndirmə prosesində şəffaflıq və ədalətli yanaşma hiss edirlər.

Dərin öyrənmə alqoritmləri həmçinin uyğunlaşan öyrənmə sistemlərinin yaradılmasında əhəmiyyətli rol oynayır. Bu cür sistemlər tələbənin öyrənmə üslubunu, maraq sahələrini və zəif tərəflərini avtomatik müəyyən edərək ona uyğun fərdiləşdirilmiş tədris məzmunu təqdim edir. Məsələn, Khan Academy və Coursera kimi beynəlxalq platformalar istifadəçi davranışlarını "məsləhət sistemi" modelləri vasitəsilə analiz edir və fərdi tədris planları hazırlayır. Bu, fərdiləşdirilmiş öyrənmənin səmərəliliyini artırmaqla yanaşı, tələbəyə öz öyrənmə sürətini və istiqamətini seçmək imkanı verir.

Dərin öyrənmənin daha bir tətbiqi **çoxüsullu** tədris analitikasıdır. Bu yanaşmada müxtəlif məlumat növləri – mətn, səs və video – birlikdə təhlil olunur. **Örtülü neyron şəbəkə** və ya **Vizual çevirici** modelləri kimi texnologiyalar vasitəsilə videodakı üz ifadələri, əl hərəkətləri və səs tonları təhlil edilərək tələbənin emosional vəziyyəti, diqqət səviyyəsi və motivasiyası müəyyən edilir. Bu cür analitik sistemlər müəllimə dərs zamanı tələbələrin emosional reaksiyasını və aktivlik səviyyəsini anlamağa kömək edir, beləliklə dərs strategiyasını dinamik şəkildə dəyişdirmək mümkün olur.

Təhsildə dərin öyrənmənin önəmli istiqamətlərindən biri də əhatəlilik və əlçatanlığın artırılmasıdır. Səs tanıma (səsdən – mətnə) və mətn oxuma (mətndən – səsə) texnologiyaları fiziki məhdudiyyətli tələbələrin təhsilə çıxışını asanlaşdırır. Dərin öyrənmə demək olar ki bu sistemlərin keyfiyyətini xeyli artırmışdır – xüsusilə eşitmə və görmə məhdudiyyəti olan şəxslər üçün daha dəqiq və təbii səslənən səs sintezi, həmçinin yüksək dəqiqlikli nitq tanıma təmin edilir. Bu cür texnologiyalar əhatəli təhsil mühitinin yaradılmasına və təhsildə bərabər imkanların təmin edilməsinə böyük töhfə verir.

Bununla yanaşı, dərin öyrənmənin təhsil sahəsində tətbiqi bir sıra təkliflərlə də müşayiət olunur. Ən vacib problemlərdən biri məlumatların gizliliyi və etik məsələlərlə bağlıdır. Tələbə məlumatlarının toplanması və analizi zamanı şəxsi məlumatların qorunması hüquqi və etik baxımdan diqqət mərkəzində olmalıdır. Digər mühüm məsələ modellərin şəffaf olmamasıdır – bu, "qara qutu problemi" kimi tanınır. Yəni, dərin öyrənmə modellərinin qərarvermə prosesini izah etmək çətin olduğundan, müəllim və idarəçilər üçün bu nəticələrin etibarlılığını qiymətləndirmək bəzən çətinlik yaradır.

Eyni zamanda, dərin öyrənmə modelləri yüksək hesablama gücü və texnoloji infrastruktur tələb edir. Bu isə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə və kiçik təhsil müəssisələrində tətbiq prosesini məhdudlaşdıra bilər. Digər bir problem isə müəllimlərin və təhsil mütəxəssislərinin bu texnologiyalardan effektiv istifadə etmək üçün əlavə bilik və bacarıqlara ehtiyac duymasıdır. Bu səbəbdən təhsil müəssisələrində süni intellekt və dərin öyrənmə üzrə maarifləndirmə və təlim proqramlarının təşkili vacibdir.

Nəticə etibarilə dərin öyrənmə texnologiyaları təhsil sisteminə innovativ yanaşmalar gətirərək fərdiləşdirilmiş, uyğunlaşdırılan və əhatəli öyrənmə mühitlərinin formalaşmasına imkan yaradır. Bununla belə bu texnologiyaların effektiv tətbiqi üçün etik çərçivələrin, texniki infrastrukturların və müəllim hazırlığının gücləndirilməsi əsas şərtdir. Dərin öyrənmənin təhsil sahəsində rolu gələcək illərdə daha da artacaq və bu tədrisin keyfiyyətini, ədalətliliyini və əlçatanlığını yeni səviyyəyə aparacaq.

NƏTİCƏ

Süni intellekt və dərin öyrənmə texnologiyalarının təhsil sisteminə inteqrasiyası pedaqoji yanaşmaları köklü şəkildə dəyişir. Fərdiləşdirilmiş öyrənmə, müəllimlərin iş yükünün azalması, obyektiv qiymətləndirmə və əhatəli təhsil imkanları tədris prosesinin səmərəliliyini artırır.

Gələcəkdə bu texnologiyaların təhsil siyasətinə sistemli şəkildə daxil edilməsi, həm keyfiyyəti artıracaq, həm də bərabər təhsil imkanlarını genişləndirəcəkdir.

Tövsiyə: Təhsil müəssisələri süni intellekt və dərin öyrənmə texnologiyalarının potensialından səmərəli istifadə üçün müəllimlərin bu sahədə hazırlığını gücləndirməli və xüsusi təlim proqramları təşkil etməlidirlər.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Khan Academy. Learn Anything. https://www.khanacademy.org
2. Duolingo. Personalized Language Learning with AI. https://www.duolingo.com
3. Kay, J., Le, H., & Aleven, V. (2021). *Personalized learning with AI: Effects on student performance*. Computers & Education, 167.
4. Holmes, W., Bialik, M., & Fadel, C. (2019). *Artificial Intelligence in Education: Promises and Implications for Teaching and Learning*. Boston: Center for Curriculum Redesign.
5. Grammarly. AI-powered writing assistant. https://www.grammarly.com
6. Luckin, R. et al. (2016). *Intelligence Unleashed: An Argument for AI in Education*. Pearson Education.
7. UNESCO. (2021). *AI and Inclusion in Education*. https://unesdoc.unesco.org
8. Microsoft. (2022). *Inclusive Classrooms: Tools for Accessibility*. https://education.microsoft.com
9. Ifenthaler, D., & Yau, J. Y-K. (2020). *Utilizing learning analytics for study success: Reflections on current empirical findings*. Journal of Research on Technology in Education, 52(1).
10. Zhang, K., Yang, Q., & Qin, L. (2022). *Deep Learning in Education: A Systematic Review*. Computers & Education, 180.
11. Xu, J., & Warschauer, M. (2020). *Deep Learning for Automated Essay Scoring*. IEEE Transactions on Learning Technologies.
12. Li, H., & Chen, Y. (2023). *Predictive Analytics in Education Using Deep Neural Networks*. Journal of Educational Data Mining, 15(2).

Narxanım KAMİLOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
baş müəllim
narkhanim.kamilova@atmu.edu.az

TURİZMDƏ İNKLÜZİVLİYİN TƏMİNATININ SOSİAL-İQTİSADİ MÜHİTƏ TƏSİRİNİN ÜMUMİ TƏHLİLİ

Xülasə: *Turizm ölkələrin iqtisadi-sosial inkişafında önəmli rola malik bir sektordur. Turizm destinasiyaları dünya miqyasında artan rəqabətlə qarşı-qarşıyadır. Turizm fəaliyyətlərində iştirak edən şəxslər - turistlər, artıq sadəcə xidmət keyfiyyətini deyil, eyni zamanda sosial məsuliyyət sahibi və dayanıqlı destinasiyalar tələb edirlər. Dayanıqlı bir turizmə nail olmaq üçün cəmiyyətin hər bir üzvünün bərabər şəkildə turizm xidmətlərindən yararlanması gərəklidir. Bu kontekstdə dünyanın ən böyük sənayelərindən biri olan turizmin daha inklüziv hala gətirilməsi zərurəti dünya üzrə turizm təşkilatları, sektor nümayəndələri və*

turizm mütəxəssisləri tərəfindən vacib hesab edilir. Bu məqalədə inklüziv turizmin əhəmiyyəti, məqsədləri və əsas inkişafları izah edilməklə yanaşı, inklüziv turizm çərçivəsində universal dizayn prinsipləri və turizm sektorunda inklüzivliyin təminatının sosial-iqtisadi mühitə təsiri araşdırılır.

Açar sözlər: *inklüzivlik, əlçatanlıq, turizm, yerli icmalar, sosial-iqtisadi-mühit*

THE IMPACT OF ENSURING INCLUSIVITY IN TOURISM ON THE SOCIO-ECONOMIC ENVIRONMENT

Abstract: *Tourism constitutes a key sector in the economic and social development of nations. In the contemporary global context, tourist destinations are exposed to intensifying competition. Participants in tourism activities—tourists—are no longer solely concerned with the quality of services provided; they increasingly demand destinations that demonstrate social responsibility and sustainability. Achieving sustainable tourism requires equitable access to tourism services for all members of society. In this regard, the necessity of transforming tourism—one of the world's largest industries—into a more inclusive system has been emphasized by international tourism organizations, industry stakeholders, and scholars. This paper examines the significance, objectives, and major developments of inclusive tourism, analyzes the principles of universal design within the framework of inclusivity, and explores the socio-economic implications of ensuring inclusivity in the tourism sector.*

Keywords: *inclusivity, accessibility, tourism, local communities, socio-economic environment*

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНКЛЮЗИВНОСТИ В ТУРИСТСКОМ СЕКТОРЕ

Резюме: Туризм является сектором, играющим важную роль в экономическом и социальном развитии стран. Туристские дестинации сталкиваются с растущей конкуренцией на мировом уровне. Участники туристской деятельности — туристы — сегодня требуют не только высокого качества обслуживания, но и социальной ответственности и устойчивости туристских направлений. Для обеспечения устойчивого туризма необходимо, чтобы каждый член общества имел равные возможности пользоваться туристскими услугами. В этом контексте необходимость сделать туризм — одну из крупнейших отраслей мировой экономики — более инклюзивным рассматривается международными туристскими организациями, представителями отрасли и учёными как приоритетная задача. В данной статье рассматриваются значение, цели и основные направления развития инклюзивного туризма, анализируются принципы универсального дизайна в рамках концепции инклюзивного туризма, а также исследуется влияние обеспечения инклюзивности в туристском секторе на социально-экономическую среду.

Ключевые слова: *инклюзивность, доступность, туризм, местные сообщества, социально-экономическая среда*

ƏSAS HİSSƏ

İnklüzivlik - bütün fərdlərin qabiliyyətlərindən, fiziki məhdudiyyətindən, yaşından və ya sağlamlıq ehtiyaclarından asılı olmayaraq, cəmiyyətdə bərabər imkanlara malik olmağı müdafiə edir. İnklüzivlik mütəxəssislər tərəfindən fərqli aspektlərdə araşdırılmışdır (təhsildə inklüzivlik, sosial mühitdə inklüzivlik, turizmdə inklüzivlik və s.) [8; 7-13] .

Müasir dövrdə "inklüziv inkişaf" anlayışı sosial, iqtisadi və ekoloji siyasətlərin formalaşmasında əsas tendensiyalardan biri kimi çıxış edir. Başqa sözlə desək, "İnklüziv inkişaf" anlayışı insan haqları, sosial – ekoloji problemlər və siyasəti məsələlərlə əlaqəlidir. İnklüzivliyin mütəxəssislər tərəfindən verilən tərifl ərin əksəriyyətində qənaətə gəlinir ki, inklüzivlik bütün sosial, siyasi və iqtisadi proseslərdə təcrid olunmuş insanların, sektorların və ölkələrin ehtiyac və tələblərini əhatə etməlidir. Bir sıra alimlərin inklüzivliyə müxtəlif aspektlərdən yanaşmışdırlar.

Amartya Senin "İmkanlar yanaşması" ("Capability Approach") modeli sosial inklüzivlik və bərabər imkanların təməl nəzəriyyələrindəndir. Bu yanaşma xüsusilə rifahın, ədalətin və insan inkişafının ölçülməsində fərqli və daha humanist bir baxış təqdim edir. **Martha Nussbaum** da həmçinin sosial ədalət və insan hüquqları sahəsində tanınmış filosofdur. Amartya Sen ilə birlikdə "İmkanlar yanaşması" üzərində işləmişdir. **Judith Butler** gender və cəmiyyət sahəsində tədqiqatçı olmuşdur.

İnklüzivlik, 2015-ci ildə BMT-nin 2030 Gündəliyində (Agenda 2030) Dayanıqlı İnkişaf məqsədlərinin fokuslandığı standartlarından biri olaraq görülməkdədir. Məhz turizm bir sənaye sahəsi olaraq inklüzivliyi təşviq etmə və eyni zamanda inkişaf etməkdə olan ölkələrdə dayanıqlı inkişafa töhfə vermək məsələlərində xüsusi bir potensiala malikdir [3; 14-16].

Yaşlılar (ahıllar), əlil arabası və uşaq arası istifadə edənlər, müvəqqəti olaraq hərəkət məhdudiyyəti olanlar, eşitmə və görmə əngəlli və digər oxşar problem yaşayan şəxslər üçün inklüzivliyin təmini turizm xidmətlərindən bərabər şərtlərlə yararlanmalarına şərait yaradır. Turizmdə inklüzivlik - turizm xidmətlərindən bərabər şərtlərlə faydalanmaqla yanaşı, fərqli bacarıqlara malik insanların istehlak və istehsal prosesinə daxil edilməsi üsullarını da izah edir. Hazırda dünyada fiziki məhdudiyyətli şəxslərin (əlilliyi olan şəxslərin) turizm proseslərində iştirakına dair tam dəqiq və vahid rəqəm yoxdur. Dünyada təxminən 1 milyard insan (yəni əhalinin təxminən 15%-i) fiziki məhdudiyyətləri olan şəxslərdir. Onların təxminən 110-190 milyonu ciddi funksional çətinliklərlə qarşılaşır. Avropada yaşayan təxminən 100 milyondan çox insanın hər hansı formada əlilliyi var. Onlardan təxminən 70 milyonu müstəqil səyahət edə biləcək səviyyədədir, lakin əlçatan xidmətlərə ehtiyac duyurlar. Avropada əlilliyi olan şəxslər tərəfindən edilən illik səyahət sayı 120 milyona qədər qiymətləndirilir. ABŞ-da əlilliyi olan şəxslər və onları müşayiət edən şəxslərin səyahət bazarında illik 58 milyard dollardan çox pul xərclədikləri təxmin edilir [2; 63].

İnklüziv turizmin banisi Dr. Scott Rains, bu anlayışı səyahət, vətəndaşlıq və mədəni xidmətlər sahəsində bütün fərdlər üçün bərabər imkanların təmin edilməsinə və sosial iştirakın genişləndirilməsinə yönəlmiş qlobal hərəkat kimi xarakterizə edir (Universal Design, 2017).

"Əngəlsiz Turizm", "Əlçatan Turizm", "Məsuliyyətli Turizm", "Sosial Turizm" kimi turizmin növlərini, "Əlçatan Memarlıq" kimi dizayn terminlərini də nəzdində birləşdirən inklüziv turizm, pandus inşa etmək, alçatan plajlar yaratmaq, avtoparkları daha optimal hala gətirmək və s-dən daha çoxunu ifadə edir. Bərabərlik, sosial inklüzivlik, insanların şəxsiyyətinə hörmət və bütün insanlar üçün inklüziv bir mühit yaradaraq tam iştirakı təmin etməklə əlaqəlidir [5; səh.1-12]. İnklüziv şəhərlər insanların çeşidliliyini düşünərək məhdudiyyətləri aradan qaldıran bütün bacarıq səviyyələrinə uyğun olaraq insanların sərbəst yaşama şansının daha yüksək olduğu şəhərləri təmsil etməkdədir. İnklüziv şəhərlər kimi, layihələr yalnız iri şəhərlərdə deyil, kiçik şəhərlərdə, şəhər tipli qəsəbələrdə, hətta regionlarda həyata keçirilməsi vacib məsələlərdəndir.

Günümüzdə ən çox turist qarşılayan ölkələrin (Fransa, İspaniya, İtaliya, ABŞ, Meksika və s.) qarşısında duran əsas məqsədlərdən biri məhz turizm sektorunda inklüzivliyi təbliğ etmək, yaymaq, inkişaf etdirmək və bununla əlaqəli bir sıra strategiyalar həyata keçirməkdir. 2024-cü ildə ən çox turist qarşılayan 2-ci ölkə olan İspaniya "İspaniyanın 2030-cu ilədək Davamlı Turizm Strategiyası"da qarşıya qoyduğu 4 sütun məqsəddən biri məhz bərabərsizliyi azaldan,

iqtisadi modelin davamlılığına töhfə verərək, rifah səviyyəsini gücləndirən yeni məşğulluq siyasəti təşəbbüsü olan birlik və inklüzivliyin təminidir. (**"Estrategia de Turismo Sostenible España 2030")**

İnklüziv turizm məşğulluq yaratmaq, yerli iqtisadiyyatları artırmaq və mədəni mübadiləni təşviq etməklə sosial və iqtisadi sahələrə müsbət təsir göstərir, eyni zamanda hamı üçün sosial inklüzivliyi və əlçatanlığı həll edir. Bu, infrastrukturun təkmilləşdirilməsinə, həyat keyfiyyətinin yüksəldilməsinə və icmalar arasında daha çox sosial birliyə səbəb ola bilər.

Təhlil. Turizm, ÜDM-un və ümumi məşğulluğun 10%-ni təşkil edən gündən günə inkişafını böyüdən qlobal bir sektordur [4]. Sürətli böyümə potansialı ilə turizm bütün dünya ölkələri üçün strateji bir sektordur. Bu xüsusilə, əhalisinin böyük bir hissəsinin yoxsulluqdan əziyyət çəkən inkişaf etməkdə olan ölkələrə, xüsusilə daha həssas regionlara aid olub, onların yoxsuluqdan qurtulub orta sinifə addımlamasına təkan verən bir sektordur. Turizm ölkələrin tədiyyə balansını sabitləşdirməyə kömək edən güclü və davamlı sektordur. Bundan əlavə, digər sektorlar üçün əlçatanlığın olmadığı bölgələrdə, iqtisadi imkanlar yaradaraq, biznes strukturunu gücləndirir və şaxələndirir. Və beləliklə, iqtisadi cəhətdən inkişaf etməkdə olan bögələrdə güclü təkan verici qüvvə olub, yerli əhali üzərində müsbət təsirə malikdir. Aşağıda turizmin iqtisadi və sosial faydaları daha geniş aspektdən təhlil olunmuşdur.

İqtisadi təsirlər:

- *İş yerlərinin yaradılması.* Turizm qonaqpərvərlik və nəqliyyatdan tutmuş pərakəndə satış və əyləncəyə qədər müxtəlif iş imkanları yaradır, həm ixtisaslı (skilled), həm də ixtisassız (unskilled) işçilərdən faydalanır.
- *Gəlir yaratma.* Turizm gəlirləri yerli iqtisadiyyat vasitəsilə dövr edir, biznesləri dəstəkləyir, ev təsərrüfatlarının gəlirlərini artırır və ümumi iqtisadi artıma töhfə verir.
- *İnfrastrukturun inkişafı.* Artan turizm həm turistlər, həm də sakinlər üçün daha yaxşı yollar, səhiyyə müəssisələri və ictimai nəqliyyat kimi infrastruktura investisiyaların qoyulmasına səbəb ola bilər.
- *Multiplikator effekti***.** Turistlərin xərclədiyi pullar iqtisadiyyatda dəfələrlə dövr edir və müxtəlif sektorları gücləndirən dalğalanma effekti yaradır.

Sosial təsirlər.

- *Mədəniyyətlərin qorunması.* Turizm yerli mədəniyyətlərin, adət-ənənələrin və irsin qorunub saxlanmasını təşviq edir, icmaların qürur və milli kimliyinin inkişafına təkan verir.
- *Sosial əlçatanlıq.* İnklüziv turizm əsas diqqəti əlilliyi olan insanların və digər təcrid olunmuş qrupların turizm fəaliyyətlərində iştirakına mane olan maneələrin aradan qaldırılmasına yönəldir.
- *Həyat keyfiyyətinin artırılması.* Turizmin iqtisadi faydaları yaşam standartlarının artırılmasna (yaxşılaşasına), keyfiyyətli səhiyyə, təhsil və digər sosial xidmətlərin inkişafına yol açır.
- *İcmaların gücləndirilməsi.* Turizm yerli icmalara qərar qəbul etmə proseslərində iştirak etmək və turizmin inkişafından birbaşa faydalanmaq imkanları verməklə onları gücləndirər.
- *Bərabərsizliyi azaltmaq.* Yaxşı idarə olunan turizm marjinallaşmış qruplara iqtisadi imkanlar yaratmaqla icmalar arası bərabərsizliyi azaldır.
- *Mədəni mübadilə və qarşılıqlı anlaşma.* Turizm mədəniyyətlər arası anlaşmanı və hörməti təbliğ edir, yerli icmalar və turistlər arası tolerantlıq və hörməti təşviq edir.
- *Sosial birlik.* Müxtəlif fəaliyyətləri olan insanları bir yerə gətirməklə, turizm sosial əlaqələri gücləndirə və icma hissini artırır [3].

Lakin bütün müsbət amillərin fonunda mənfi təsirlərdən də yan keçmək mümkün

deyildir. Bugün turizm sektoru qarşısında duran əsas hədəf, mövcud mənfi təsirlərin gücünü və mümkün riskləri azaltmaq, turizm sektorununun uzunömürlü inkişafına nail olmaq məqsədilə "Gündəlik 2030" un da əsas hədəfi olan dayanıqlı inkişaf məqsədlərinə riayət etməkdir. Bu çərçivə planı, 2030-cu ilə qədər yoxsulluğun aradan qaldırılması, planetin qorunması və rifahın təmin edilməsi məqsədi daşıyan 169 hədəfi olan 17 Dayanıqlı İnkişaf Məqsədlərini (SDG) təsvir edir. Bəhs olunan "gündəlik" qlobal tərəfdaşlığı və "heç kəsi geridə qoymamaq" öhdəliyi daşıyır. Turizm də bu mənada yalnız iqtisadi inkişafa nail olmaqla qalmamalı, eyni zamanda dayanıqlılıq və inklüzivliyi təmin etməlidir.

İnklüzivlik konsepsiyası bütün Dayanıqlı İnkişaf Məqsədlərində (DİM) prioritet bir mövzu olsa da, DİM10 (Bərabərsizliklərin Azaldılması) və DİM16 (Sülh, Ədalət və Güclü Təsisatlar) inklüzivliyin təşviqi ilə birbaşa əlaqəlidir. DİM10 ölkələr daxilində və ölkələr arasında bərabərsizliklərin azaldılmasına, DİM16 isə ədalətli, sülhsevər və inklüziv cəmiyyətləri təşviq edir. 1995-ci ildə Sosial İnkişaf üzrə Dünya Sammitində hökumətlər inklüziv cəmiyyətin yaradılmasına fokuslandılar və "hər bir fərdin hüquq və vəzifələri olan aktiv rol oynadığı" "hamı üçün cəmiyyət" kimi müəyyən etdilər. Beləliklə, və sosial ədalətə imkan verən, həssas və əlverişsiz qrupların xüsusi ehtiyaclarını ödəyən və demokratik iştiraka kömək edən mexanizmlər hazırlanmasını ölkələrin üzərinə öhdəlik kimi qoyuldu [3; səh 8.].

Turizmdə inklüzivlik (accessible & inclusive tourism) sahəsində tanınmış aparıcı alimlərdən biri Dimitrios Buhalis hesab olunur. O, turizm texnologiyaları, rəqəmsallaşma, ağıllı turizm sistemləri və əlçatan turizm istiqamətində geniş və təsirli araşdırmalar aparmışdır. Onun tədqiqatları, turizm sektorunun texnologiya ilə necə transformasiya oluna biləcəyini, eyni zamanda müxtəlif fiziki və sosial imkanlara malik insanların da turizm imkanlarından bərabər şəkildə yararlana bilməsini hədəfləyir. Buhalis-in fikrincə, turizmdə inklüzivlik yalnız fiziki məhdudiyyətləri olan şəxslərin deyil, həm də yaşlılar, uşaqlı ailələr, dil baryeri yaşayanlar və sosial baxımdan marjinal qrupların turizm fəaliyyətlərində bərabər iştirak hüququna və real imkanlara sahib olmaları deməkdir. O, inklüziv turizmi insan mərkəzli və universal dizayn prinsipləri əsasında qurulmalı olan bir model kimi təqdim edir. Simon Darcy isə əlilliyi olan şəxslər üçün turizmdə inklüzivliyin inkişafını araşdırır [6; 7]. O, fiziki məhdudiyyəti olan şəxslər üçün əlçatan və inklüziv turizm sahəsində beynəlxalq səviyyədə tanınmış tədqiqatçılardandır. Onun "Accessible Tourism: Concepts and Issues" adlı fundamental əsəri (Brian Dickson ilə birgə) bu sahədə əsas istinad mənbələrindən biridir. Əsər real təcrübələrə və araşdırmalara əsaslanaraq, turizm prosesində əlilliyi olan şəxslərin qarşılaşdığı infrastruktur maneələri, informasiya çatışmazlığı, iqtisadi və sosial diskriminasiya kimi problemlər sistemli şəkildə izah olunur [6;7].

Məhz turizm sektorunda da inklüzlik müxtəlif ehtiyacları olan insanlara müsbət səyahət təcrübəsi təqdim etmək üçün çalışır. (fiziki məhdudiyyətli insanlara, gözdən əlil, cəmiyyətin həssas qisminə, tək uşaq böyüdən qadınlar və s.) İnklüziv turizm əlçatan turizmi əhatə edir, lakin yaşından, fiziki və ya idrak qabiliyyətlərindən asılı olmayaraq geniş ehtiyacları olan insanları qarşılamaq üçün daha da genişlənir. Məqsəd hər kəsin başqaları ilə bərabər əsasda təhlükəsiz və xoş səyahət təcrübəsinə malik olmasını təmin etməkdir [8; 7-13].

Turizmdə inklüzivlik nəyə gətirib çıxarır? Bu sualın cavabını aşağıda təsnifatda tapmaq mümkündür. İnklüziv turizmin təməl ünsürləri aşağıdakılarıdr:

1. Əlçatanlıq. Fiziki məhdudiyyətlərin aradan qaldırılması, turizm müəssisələrinin və xidmətlərinin hərkəsin istifadəsinə uyğun hala gətirilməsidir (məsələn, əlil arabası üçün panduslar, brayl əlifbası ilə işarələr, eşitmə cihazı istifadəçiləri üçün uyğun avadanlıqlar və s.).

2. Fərqliliklərin qəbulu. Fərqli mədəniyyətlərə, inanclara və yaşam tərzlərinə hörmət edilməsi, yerli icmalarla qarşılıqlı əlaqələrin təşviq edilməsi əsas prioritetdir.

3. İqtisadi bərabərlik. Turizm gəlirlərinin yerli xalq arasında ədalətli şəkildə bölünməsi, yerli müəssisələrin dəstəklənməsini əsas hədəf olaraq götürür.

4. Təhsil və maarifləndirmə. Turizm işçilərinin, və ziyarətçilərin, yerli əhalinin inklüzivlik haqqında məlumatlandırılması, məhdudiyyətlilik, mədəniyyət fərqlilikləri və digər məsələlər haqqında maarifləndirilməsi vacib məsələdir.

5. Psixoloji güvənlik (təhlükəsizlik). Bütün turistlərin özlərini təhlükəsiz, təzyiq olunmadan, rahat hiss edəcələri bir mühitin yaradılmasının təmin edir [3].

BM Turizmin (BMÜTT) inklüziv turizm destinasiyaları ilə bağlı Hesabatında daha çox destinasiyaya bərabər şərtlərlə iştirak və inkişafı təmin etmək və iqtisadi gəliri artırmaq məqsədilə inklüziv bir sektorun yaradılması vacib olduğunu vurğulanmışdır [4].

NƏTİCƏ

Turizmdə inklüzivliyin təmin edilməsi əhəmiyyətli iqtisadi artıma, sosial bərabərsizliyin aradan qaldırılmasına və dayanıqlı (sustainable), davamlı (resilience) inkişafa töhfə verir. Bu, həssas qruplar üçün imkanların yaradılması, mədəni mübadilənin təşviqi və bütün fərdlərin turizm fəaliyyətlərində iştirak edə bilməsi və ondan faydalanması ilə mümkün olur. İnklüziv turizm, əlçatan mühitin formalaşdırılmasını, yerli icmaların və bizneslərin turizm təchizat zəncirinə inteqrasiyasını nəzərdə tutur ki, bu da nəticə etibarilə bütün insanların həyat keyfiyyətini yüksəldir və fiziki məhdudiyyətli şəxslərin səyahət təcrübələrindən bərabər şəkildə yararlanmaq hüquqlarının təmin edilməsinə xidmət edir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. 2023-2026 Azərbaycan Respublikasının “Turizm strategiyası” , Fevral 20203, 18 səh.
2. Efnan Ezenel 1,a , Prof. Dr. Yaşar Sarı, Kapsayıcı turizm üzerine kavramsal bir çalışma, International Journal of Social and Economic Sciences E-ISSN: 2667-4904 13(1): 62-73, 2023, səh.62-72
3. OECD Tourism Papers 2024/01, Creating economic prosperity through inclusive and sustainable tourism G7/OECD POLICY PRIORITIES PAPER, 32 pages
4. UNWTO, Global Report on Inclusive Tourism Destinations: Model and Success Stories. 114 pages
5. Pavkovic vd.,2017; Advancing Tourism, 2016, 12 pages
6. Prof. Dimitrios Buhalis (Editor), Dr. Simon Darcy (Editor), Accessible Tourism: Concepts and Issues, 336 pages
7. Simon Darcy,Bruce Cameron &Shane Pegg, Accessible tourism and sustainability: a discussion and case study, 2010, 537 pages
8. Конанова Е. И., Инклюзивный туризм: технология и организация туристского продукта, 2019, 128 стр.

Mədinə QULİYEVA
Mingəçevir Dövlət Universiteti,
müəllim
madinarzazade.95@gmail.com

DAYANIQLI TURİZM SFERASINDA İNNOVASİYALARIN ROLU

Xülasə: *Məqalədə dayanıqlı turizmin formalaşmasında innovasiyaların rolu və onların iqtisadi, sosial və ekoloji təsirləri araşdırılmışdır. Qloballaşma və texnoloji inkişaf fonunda turizm sənayesində yaranan yeni çağırışlar dayanıqlı inkişaf konsepsiyasının vacibliyini artırmışdır. Dayanıqlı turizm anlayışı təbii və mədəni resursların qorunması, yerli icmaların rifahının yüksəldilməsi və gələcək nəsillərin ehtiyaclarının təmin olunması kimi məqsədləri özündə birləşdirir. Məqalədə "ağıllı turizm", "yaşıl otellər", rəqəmsal monitorinq və bərpa olunan enerji kimi innovativ yanaşmaların dayanıqlı turizmə təsiri təhlil olunur. Azərbaycan təcrübəsi əsasında göstərilir ki, bu sahədə həyata keçirilən "yaşıl enerji zonaları", milli parkların qorunması və Qarabağ regionunda "ağıllı şəhər" layihələri dayanıqlı turizm siyasətinin əsas istiqamətlərindəndir. Nəticə etibarilə qeyd olunur ki, innovasiyalar dayanıqlı turizmin inkişafında strateji əhəmiyyət daşıyır, turizm sektorunun rəqabətqabiliyyətliliyini artırır və ekoloji-iqtisadi tarazlığın qorunmasına xidmət edir.*

Açar sözlər: *dayanıqlı turizm, innovasiya, ekoturizm, yaşıl enerji , ağıllı şəhər.*

THE ROLE OF INNOVATIONS IN SUSTAINABLE TOURISM

Abstract: *The article examines the role of innovations in the formation of sustainable tourism and analyzes their economic, social, and environmental impacts. In the context of globalization and technological development, the emerging challenges in the tourism industry have increased the importance of the sustainable development concept. The concept of sustainable tourism encompasses the protection of natural and cultural resources, the improvement of local communities' welfare, and the fulfillment of future generations' needs. The study analyzes the impact of innovative approaches such as "smart tourism," "green hotels," digital monitoring, and the use of renewable energy on the development of sustainable tourism. Based on the Azerbaijani experience, it is shown that the creation of "green energy zones," the protection of national parks, and the implementation of "smart city" projects in the Karabakh region represent the main directions of the country's sustainable tourism policy. As a result, it is concluded that innovations play a strategic role in the development of sustainable tourism, enhance the competitiveness of the tourism sector, and contribute to maintaining ecological and economic balance.*

Keywords: *sustainable tourism, innovation, ecotourism, green energy, smart city*

РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА

Резюме: *В статье рассматривается роль инноваций в формировании устойчивого туризма, а также их экономическое, социальное и экологическое воздействие. В условиях глобализации и технологического развития новые вызовы туристской индустрии усилили значимость концепции устойчивого развития. Понятие устойчивого туризма включает в себя охрану природных и культурных ресурсов, повышение благосостояния местных сообществ и удовлетворение потребностей будущих поколений. В исследовании анализируется влияние инновационных подходов, таких как "умный туризм", "зеленые отели", цифровой мониторинг и использование*

возобновляемых источников энергии, на развитие устойчивого туризма. На основе опыта Азербайджана показано, что создание "зон зеленой энергетики", охрана национальных парков и реализация проектов "умный город" в регионе Карабах являются основными направлениями политики устойчивого туризма страны. В результате установлено, что инновации играют стратегическую роль в развитии устойчивого туризма, повышают конкурентоспособность туристического сектора и способствуют сохранению экологического и экономического баланса.

Ключевые слова: *устойчивый туризм, инновации, экотуризм, зеленая энергия, умный город.*

GİRİŞ

Son illərdə turizm sənayesi dünya iqtisadiyyatının ən dinamik və gəlirli sahələrindən birinə çevrilməkdədir. Lakin turizmin sürətli inkişafı öz növbəsində ekoloji, sosial və mədəni problemlər də yaratmışdır. Bu səbəbdən "dayanıqlı turizm" anlayışıcəmiyyətə aşılanması XXI əsr turizm siyasətinin əsas aparıcı istiqamətlərindən birinə çevrilmişdir. Dayanıqlı turizm yerli icmaların rifahını, təbiətin qorunmasını, və gələcək nəsillərin ehtiyaclarını nəzərə alaraq turizm fəaliyyətinin öncəkilərdən fərqli olaraq, yenidən planlaşdırılmasını nəzərdə tutur.

BMT-nin Ümumdünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) tərifinə əsasən, dayanıqlı turizm "mövcud və gələcək iqtisadi, sosial və ekoloji təsirləri tam nəzərə alan, vizitorların, sənayenin, ətraf mühitin və ev sahibi icmaların ehtiyaclarını qarşılayan turizm formasıdır."

Bu konsepsiyanın əsas prinsipləri aşağıdakılardır:

- Ekoloji məsuliyyət – təbiət resurslarından səmərəli istifadə, tullantıların azaldılması və biomüxtəlifliyin mühafizəsi;
- Sosial ədalət – yerli əhalinin turizmdən əldə olunan gəlirlərdən faydalanması və milli-mental dəyərlərin qorunması;
- İqtisadi səmərəlilik – turizmdən əldə edilən gəlirin uzunmüddətli iqtisadi inkişafı dəstəkləməsi;
- Mədəni irsin qorunması – turizmin yerli adət-ənənələri zənginləşdirməsi, lakin onun fundamental dəyərlərinə zərər vurmaması.

Dayanıqlı turizm mədəni irsin və təbii sərvətlərin mühafizəsinə töhfə verməklə bərabər həm də, yerli əhalinin iqtisadi və sosial rifahını artırılmasını özündə ehtiva edir. Bu model, turizmin yaratdığı mənfi təsirləri (ekologiyanın və infrastrukturun çirklənməsi, lokal mədəniyyətin assimilyasiyası və kütləvi turizmin təzyiqləri) minimuma endirməyi hədəfləyir.

Eyni zamanda, dayanıqlı turizm bölgələrdə alternativ məşğulluq imkanları yaradır, eko-turizm, aqro-turizm, mədəni turizm kimi subsektorların inkişafına stimul verir,yerli brendlərin və məhsulların tanıdılmasına imkan yaradır.Praktikada dayanıqlı turizmin tətbiqi bir sıra çətinliklərlə üzləşir. Əsas problemlərdən turizm sektorunda planlaşdırma və idarəetmənin qeyri-səmərəliliyi, ekoloji maarifləndirmənin aşağı səviyyəli olması,yerli icmaların qərar qəbuletmə prosesində məhdud iştirakı, həmçinin bəzi regionlarda infrastrukturun zəif inkişafı və investisiyaların azlığını misal olaraq göstərmək olar.

Çağdaş dövrdə dayanıqlı turizmin inkişafı innovativ yanaşmalarla sıx əlaqəlidir. "Ağıllı turizm" (Smart tourism), "yaşıl otellər" (Green Hotels), bərpa olunan enerji istifadəsi(Renewable Energy), rəqəmsal monitorinq (Digital Monitoring) sistemləri kimi yeniliklər turizmin ekoloji izini azaltmağa kömək edir. Azərbaycan da bu istiqamətdə bir sıra addımlar atır: milli parkların qorunması, kənd turizminin təşviqi, "yaşıl enerji zonaları"nın yaradılması və "Qarabağ – yaşıl enerji məkanı" kimi layihələr dayanıqlı turizm siyasətinin bariz nümunələrindən biridir. Dayanıqlı turizm yalnız ekoloji məsələ deyil, həm də sosial, mədəni və iqtisadi harmoniyanın təminatıdır. Bu modelin uğurlu həyata keçirilməsi üçün dövlət, özəl

sektor, yerli icmalar və turistlər arasında qarşılıqlı əməkdaşlıq zəruridir.

Gələcəyin turizmi yalnız dayanıqlı düşüncə tərzi ilə formalaşdırıla bilər.Bu, həm planetin, həm də bəşəriyyətin gələcəyi üçün yeganə optimal yoldur. Çağdaş dövrdə qloballaşma, texnoloji proqres və ekoloji problemlərin çoxalması fonunda turizm sektorunda modern yanaşmaların tətbiqini zəruri hesab olunmalıdır. Xüsusilə də, ekoloji balansı qorumaq, lokal icmaları inkişaf etdirmək və resurslardan səmərəli istifadə etmək məqsədilə dayanıqlı turizm anlayışı ön plana çıxmışdır. Bu istiqamətdə innovasiyalar aparıcı mühərrik rolunu oynayaraq həm turistlərin tələbatlarını ödəyir, həm də gələcək nəsillərə ekoloji təmiz təbiət və mədəni irs buraxmağa xidmət edir. Dayanıqlı turizmin gələcəyi innovasiyaların effektiv tətbiqindən asılıdır. İnnovasiyalar vasitəsilə həm təbiətə vurulan zərər minimuma endirilir, həm də turizm sektoru rəqabətqabiliyyətli və uzunmüddətli inkişaf yoluna çıxır. Beləliklə, innovasiya dayanıqlı turizmin stratejidayaqlarından biri olmaqla, həm iqtisadi, həm də ekoloji balansı qoruyan əsas faktordur.

Bu gün ölkəmizdə dayanıqlılıq prinsiplərini tətbiq etdiyimiz layihələr və sahələrin sayı sürətlə artmaqda davam edir. Dayanıqlı səyahət yanaşması nəinki təbiəti, xüsusilə endemik növləri mühafizə edir, həm də qlobal iqlim dəyişikliyi ilə mübarizə apararaq yerli icmalara dəstək verir, eləcə də turizm sənayesinin zərərli tullantılarını minimuma endirərək çirklənmənin azaldılmasında mühüm rola sahibdir. Dayanıqlılıq yanaşması və düşüncə tərzi turistlər üçün qeyri-adi təcrübələr və yerli sakinlərə öz mədəniyyətlərini və rifahını qoruyub saxlamaq imkanı yaratmaqla yanaşı, hər kəsin gələcək nəsillər üçün planetimizi qorumağa istiqamətləndirir. Buna misal olaraq "Slou Səyahət" (Slow Travel) konsepsiyasını göstərmək olar ki, bu ideya adi səyahətdən daha çox turistlərin müəyyən bir ərazinin ənənələri və insanları ilə daha yaxından tanış olduqları dayanıqlı səyahət yanaşmasını özündə ehtiva edir.

Son illər Azərbaycanda turizmin inkişafı istiqamətində böyük işlər görülsə də, ölkəmizin bu sahədə böyük potensiala malik Qarabağ və ətraf rayonları işğal altında olduğuna görə proseslərdən kənarda qalmışdı. İlin dörd fəslində füsunkar təbiəti ilə qonaqları heyran edən, saf havası, müalicəvi suları, tarixi abidələri ilə məşhur olan bu diyar artıq düşmən tapdağından azad edilib. Hazırda gündəmdəki əsas mövzulardan biri də işğaldan azad olunmuş ərazilərimizdə turizmin inkişaf etdirilməsidir. Qarabağın işğaldan azad olunması Azərbaycanda turizmin inkişafına güclü təkan verəcək. Prezident İlham Əliyev işğaldan azad edilmiş ərazilərimizə səfərləri zamanı çıxışlarında dəfələrlə vurğulayıb ki, biz erməni vandallarının darmadağın etdiyi şəhər və kəndlərimizi əsl cənnətə çevirəcəyik. Əlbəttə ki, Azərbaycan xalqı buna inanır və dövlət başçımızın qurucu və yaradıcı lider olduğunu yaxşı bilir. Bütün bunlar göstərir ki, bu yerlərə yaxın gələcəkdə böyük turist axını olacaq. Hazırda Prezident İlham Əliyevin tapşırığı ilə Dövlət Turizm Agentliyi işğaldan azad edilmiş ərazilərdə turizmin inkişafı strategiyası və siyasətini hazırlayır. Əlbəttə ki, turistlərin təhlükəsizliyinin təmin olunması başlıca vəzifədir. Əhalinin geri qayıdışı, yaşayışın və infrastrukturun bərpası ilə paralel olaraq orada turizm məhsulları da yaradılacaq. Nəqliyyat, mülki infrastrukturun yaradılması və investisiyalar üçün şəraitin qurulmasına artıq start verilib. Gələcəkdə Füzuli-Xocavənd-Şuşa-Laçın, Füzuli-Cəbrayıl-Zəngilan, Zəngilan-Qubadlı-Kəlbəcər-Laçın, Bərdə-Ağdam istiqamətlərində turizm marşrutlarının təşkili nəzərdə tutulur. Regionların turizm potensialında Şuşa şəhərinin imkanları yüksək qiymətləndirilir. Burada mədəni tədbirlərin təşkili, festivallar, turizm məhsullarının təqdim edilməsi planlaşdırılır. Qarabağ bölgəsinə Xudafərin körpüsü vasitəsilə İrandan, Naxçıvan üzərindən isə Türkiyədən turistlərin gəlməsi mümkün olacaq. İşğaldan azad edilmiş ərazilərə bu iki istiqamətdən daha çox turist axını gözlənilir. Məlumdur ki, hələ Sovet dövründə də Ümumittifaq əhəmiyyətli marşrutlar içərisində Qarabağ marşrutu çox populyar idi. Bu bölgədə dini, ekoloji, aqroturizm, eləcə də turizmin digər növləri üçün əlverişli imkanlar var. Xüsusilə Şuşada turizmin güclü inkişafı üçün böyük potensial mövcuddur. Bu şəhərdə Pənahəli xanın sarayı, Yuxarı Gövhər ağa məscidi, Aşağı Gövhər ağa

məscidi, Xurşidbanu Natəvanın evi, Molla Pənah Vaqifin məqbərəsi, Şuşa mağara düşərgəsi, Şuşa qalası kimi tarixi abidələr və muzeylər böyük ziyan görsə də, bərpa işləri sürətlə aparılır. Şuşa, həmçinin tarixi, sağlamlıq və mədəni turizm üçün böyük imkanlara malikdir. Turşsu yaylaqları, Səkili bulağı, İsa bulağı, Şəmilin bulağı, Cıdır düzü və s. turizm üçün geniş perspektivlər vəd edir. Turşsu şəfalı və müalicəvi suyu isə sağlamlıq turizminin inkişafına səbəb olacaq. Şuşa həm də Qarabağ xalçaçılıq sənətinin mərkəzlərindən biri kimi böyük imkanlara malikdir.Aydındır ki, işğaldan azad edilmiş ərazilərdə infrastruktur bərpa olunduqdan sonra, ilk növbədə, Azərbaycan vətəndaşlarının da həmin ərazilərə səfərləri gözlənilir. Çünki illərlə həsrətində qaldığımız yerləri gəzmək, görmək istəyənlər çoxdur. İkinci böyük auditoriya potensialı xaricdə yaşayan Azərbaycan diasporu nümayəndələridir. Milyonlarla azərbaycanlı, elə bizim hamımız üçün mədəni mərkəzə çevrilmiş Şuşanı görmək çox maraqlı olacaq. Təbiətinə, mədəniyyətinə, tarixinə görə bu yerləri gəzmək hər kəs üçün böyük maraq doğuracaq. Qarabağ bölgəsi Azərbaycanın ən zəngin təbii, mədəni və tarixi irsə malik ərazilərindən biridir. Uzun illər işğal altında qalmış bu diyar azad edildikdən sonra ölkənin sosial-iqtisadi inkişaf strategiyasında mühüm yer tutmağa başlamışdır. Regionun bərpası prosesində prioritet istiqamətlərdən biri kimi dayanıqlı turizmin inkişafı müəyyən edilmişdir. Bu, həm ətraf mühitin qorunmasına, həm də yerli icmaların iqtisadi rifahına töhfə verir. Qarabağda bu modelin tətbiqi regionun bərpasında uzunmüddətli inkişafı hədəfləyir.

Qarabağ bölgəsi zəngin turizm resurslarına malikdir. Buraya,təbii potensial:dağlıq landşaftlar, mineral bulaqlar, meşələr və ekoturizm üçün əlverişli şərait, həmçinin mədəni irs: Şuşa, Ağdam, Xudafərin kimi tarixi şəhərlər, Qarabağ xalçaçılıq məktəbi, musiqi ənənələri ,əlavə olaraq dini abidələr: məscidlər, kilsələr, türbələr və qədim ziyarətgahlar daxildir.

Azərbaycan dövləti tərəfindən "Böyük Qayıdış" proqramı çərçivəsində yollar, hava limanları, hotellər, ekoloji təmiz enerji mənbələri və kommunikasiya xətləri sürətlə bərpa olunur. Bu, dayanıqlı turizmin inkişafı üçün mühüm baza yaradır. Xüsusilə Füzuli Beynəlxalq Hava Limanı regiona turist axınını asanlaşdırır.Eyni zamanda, "Ağıllı şəhər" və "Ağıllı kənd" layihələri çərçivəsində ekoloji təmiz enerji istifadəsi və tullantıların idarə olunması kimi tədbirlər həyata keçirilir ki, bu da turizmin ekoloji dayanıqlığını təmin edir.Dayanıqlı turizm Qarabağda yeni iş yerlərinin yaradılmasına, yerli icmaların iqtisadi fəallığının artmasına, mədəni dəyərlərin bərpasına və əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəlməsinə şərait yaradır. Turizm gəlirlərinin bir hissəsinin yerli icmaların rifahına yönəldilməsi regionun uzunmüddətli sosial sabitliyini gücləndirə bilər.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. İsmayılova, E. (2017). Tarixi və mədəni turizm. Bakı.
2. Ağazadə, M. C. (2023). Azərbaycanın turizm potensialı: Yüksək turizm potensialı olan rayonlar. VIII Respublika elmi-praktik konfrans materialları. Bakı.
3. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2018). Sustainable Tourism for Development Guidebook. Madrid: UNWTO.
4. Azərbaycan Respublikası Dövlət Turizm Agentliyi. (2022). Azərbaycan turizminin inkişaf strategiyası 2022–2030. Bakı.
5. Metbuat.az. (2023). Prezident İlham Əliyev: Mingəçevirin gözəl turizm potensialı. [Link](https://metbuat.az/news/524482/prezident-ilham-eliyev-mingecevirin-gozel-turizm-potensiali-.html)
6. Dünya Bankı. (2019). Tourism and Sustainable Development: Opportunities for Emerging Economies. Washington, D.C.
7. Göyüşova, N. (2020). Ekoturizm və dayanıqlı turizm prinsipləri Azərbaycanda. Bakı.
8. Ismayilov, R. (2018). Qarabağda turizmin inkişaf perspektivləri. Azərbaycan Turizm Jurnalı,

12(3), 45-59.
9. Hall, C. M., & Gössling, S. (2016). Sustainable Tourism and Innovation: Concepts and Cases. London: Routledge.
10. UNEP (United Nations Environment Programme). (2020). Tourism and Climate Change: Sustainability Challenges. Nairobi.
11. Əliyev, R. (2021). Azərbaycan turizmində "ağıllı turizm" və innovativ yanaşmalar. Beynəlxalq Turizm Araşdırmaları Jurnalı, 5(2), 23-34.
12. Farzaliyev, T. (2019). Qarabağ xalçaçılıq sənəti və mədəni turizm imkanları. Bakı.
13. Göyüşova, S. (2020). Dayanıqlı turizmin iqtisadi və sosial təsirləri. Bakı: Elm Nəşriyyatı.
14. UNWTO. (2021). Tourism Innovation and Digitalization: Global Perspectives. Madrid.
15. Azərbaycan Respublikası Dövlət Turizm Agentliyi. (2023). "Böyük Qayıdış" proqramı və turizmin inkişafı. Bakı.
16. Hacıyev, A. (2018). Mineral sular və sağlamlıq turizmi potensialı. Azərbaycan Turizm Araşdırmaları, 8(1), 12-26.
17. Sharpley, R., & Telfer, D. J. (2015). Tourism and Development: Concepts and Issues. London: Routledge.
18. Əliyeva, L. (2022). Qarabağın turizm marşrutları və sosial-mədəni inkişaf. Bakı: Turizm Nəşriyyatı.
19. World Economic Forum. (2020). The Travel & Tourism Competitiveness Report. Geneva.
20. Əliyev, İ. (2019). Dayanıqlı turizmin idarə olunmasında innovasiyaların rolu. Azərbaycan İqtisadi və Sosial Araşdırmalar Jurnalı, 6(4), 67-80.

Bahar TAĞIYEVA MƏMMƏDOVA
Mingəçevir Dövlət Universiteti,
müəllim
t.memmedovabahar96@gmail.com

HEYDƏR ƏLİYEV MƏRKƏZİNDƏ SON 5 İLDƏ KEÇİRİLMİŞ BEYNƏLXALQ SƏRGİLƏRİN XÜSUSİYYƏTLƏRİ

Xülasə: *Son beş ildə Heydər Əliyev Mərkəzi beynəlxalq mədəniyyət və incəsənət sahəsində Azərbaycanın önəmli platformalarından biri kimi fəaliyyət göstərmişdir. Bu müddətdə mərkəz müxtəlif ölkələrdən gələn rəssam və kuratorların iştirakı ilə sərgilərə ev sahibliyi etmiş, müasir və klassik incəsənət əsərlərinin təqdimatını təmin etmişdir. Sərgilər fotoqrafiya, heykəltəraşlıq, dizayn və multimediya layihələrini əhatə etmiş, tamaşaçılara vizual, emosional və interaktiv təcrübələr yaratmışdır. Bu yanaşma, həm yerli, həm də beynəlxalq auditoriya üçün mədəniyyətlərarası dialoqu təşviq etmiş və Azərbaycanın mədəniyyət diplomatiyasını gücləndirmişdir.*

Eyni zamanda, sərgilər təhsil və ictimaiyyətlə əlaqə baxımından da önəmli rol oynayır. Master-klasslar, seminarlar və uşaq üçün yaradıcı dərslər sərgilərin təhsil yönümlü aspektini ön plana çıxarır və müxtəlif yaş qruplarının mədəniyyətə çıxış imkanlarını artırır. Mərkəzin unikal memarlıq dizaynı sərgilərin estetik təqdimatını zənginləşdirir, geniş ekspozisiya sahələri və təbii işıqlandırma tamaşaçılara daha dərin vizual və emosional təcrübə təqdim edir. Nəticədə, Heydər Əliyev Mərkəzində keçirilən beynəlxalq sərgilər tematik müxtəlifliyi, texnoloji yenilikləri və təhsil yönümlü yanaşmaları ilə seçilərək, Azərbaycanın mədəniyyət sahəsində həm milli, həm də beynəlxalq səviyyədə nüfuzunu artırmışdır.

Açar sözlər: *Beynəlxalq sərgilər, Heydər Əliyev Mərkəzi, mədəniyyət diplomatiyası, texnologiyanın tətbiqi, təhsil və ictimaiyyətlə əlaqə.*

HEYDAR ALIYEV CENTER: FEATURES OF INTERNATIONAL EXHIBITIONS HELD IN THE LAST 5 YEARS

Abstract: *Over the past five years, the Heydar Aliyev Center has served as one of Azerbaijan's key platforms in the field of international culture and art. During this period, the Center hosted exhibitions featuring artists and curators from various countries, showcasing both contemporary and classical art. The exhibitions covered photography, sculpture, design, and multimedia projects, providing visitors with visual, emotional, and interactive experiences. This approach has promoted intercultural dialogue for both local and international audiences and strengthened Azerbaijan's cultural diplomacy.*

At the same time, the exhibitions have played an important role in education and public engagement. Master classes, seminars, and creative workshops for children highlight the educational aspect of the exhibitions and expand cultural access for audiences of different age groups. The Center's unique architectural design enriches the aesthetic presentation of the exhibitions, with spacious exhibition areas and natural lighting offering visitors a deeper visual and emotional experience. As a result, the international exhibitions held at the Heydar Aliyev Center stand out for their thematic diversity, technological innovations, and educational approach, enhancing Azerbaijan's influence in the cultural sphere both nationally and internationally.

Keywords: *International exhibitions, the Heydar Aliyev Center, cultural diplomacy, the application of technology, education, and public relations.*

ЦЕНТР ГЕЙДАРА АЛИЕВА: ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНЫХ ВЫСТАВОК, ПРОВЕДЕННЫХ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 5 ЛЕТ

Резюме: *За последние пять лет Центр Гейдара Алиева выступал одной из ключевых платформ Азербайджана в области международной культуры и искусства. За этот период Центр проводил выставки с участием художников и кураторов из различных стран, демонстрируя как современное, так и классическое искусство. Выставки охватывали фотографию, скульптуру, дизайн и мультимедийные проекты, предоставляя посетителям визуальный, эмоциональный и интерактивный опыт. Такой подход способствовал межкультурному диалогу как для местной, так и для международной аудитории и укреплял культурную дипломатию Азербайджана.*

В то же время выставки играли важную роль в образовательной деятельности и взаимодействии с общественностью. Мастер-классы, семинары и творческие занятия для детей подчеркивали образовательный аспект выставок и расширяли доступ к культуре для аудитории различных возрастных групп. Уникальная архитектура Центра обогащает эстетическое восприятие выставок: просторные экспозиционные залы и естественное освещение предоставляют посетителям более глубокий визуальный и эмоциональный опыт. В результате международные выставки в Центре Гейдара Алиева выделяются тематическим разнообразием, технологическими инновациями и образовательным подходом, повышая влияние Азербайджана в культурной сфере как на национальном, так и на международном уровне.

Ключевые слова: *Международные выставки, Центр Гейдара Алиева, культурная дипломатия, применение технологий, образование и взаимодействие с общественностью.*

GİRİŞ

Müasir dövrdə mədəniyyət və incəsənət beynəlxalq əlaqələrin və ölkənin diplomatik imicinin formalaşdırılmasında mühüm rol oynayır. Heydər Əliyev Mərkəzi, yalnız memarlıq incisi olmaqla kifayətlənmir, həm də Azərbaycanın mədəniyyət sahəsində beynəlxalq platforma kimi fəaliyyət göstərir. Son beş il ərzində mərkəz bir sıra beynəlxalq sərgilərə ev sahibliyi etmiş, müxtəlif ölkələrdən gələn rəssam, dizayner və kuratorları bir araya gətirərək, yerli və beynəlxalq tamaşaçı üçün zəngin və interaktiv təcrübələr yaratmışdır.

Sərgilərin keçirilməsində əsas məqsəd yalnız əsərlərin nümayişi deyil, həm də mədəniyyətlərarası dialoqun təşviqi, təhsil imkanlarının genişləndirilməsi və texnologiyadan istifadə yolu ilə incəsənətin daha əlçatan və anlaşıqlı formaya gətirilməsidir. Bu kontekstdə Heydər Əliyev Mərkəzi, beynəlxalq əməkdaşlıq, tematik zənginlik, texnoloji yeniliklər və təhsil yönümlü yanaşmaları ilə seçilərək, Azərbaycanın mədəniyyət siyasətində mühüm strateji rol oynayır. Məqalədə son beş ildə keçirilmiş beynəlxalq sərgilərin əsas xüsusiyyətləri, təqdimat formatları, təhsil və ictimaiyyətlə əlaqəsi, eləcə də estetik və texnoloji aspektləri təhlil ediləcəkdir.

ƏSAS HİSSƏ

Heydər Əliyev Mərkəzi, yalnız müasir memarlıq nümunəsi olmaqla kifayətlənmir, eyni zamanda Azərbaycanın mədəniyyət və incəsənət sahəsində beynəlxalq əlaqələrinin güclü təmsilçisi kimi də tanınır. Mərkəzin unikal memarlıq həlli, geniş və işıqlı ekspozisiya sahələri, həmçinin sərgilərin nümayişi üçün yaradılmış funksional məkanlar, onu beynəlxalq sərgilər üçün ideal platforma kimi fərqləndirir. Son illərdə mərkəz, yalnız yerli tamaşaçı üçün deyil, eyni zamanda dünya incəsənət mühitində tanınmış rəssam, dizayner və kuratorların iştirakı ilə təşkil olunmuş sərgilərə ev sahibliyi etmişdir. Bu sərgilər müxtəlif mədəniyyətlərin vizual və konseptual təcrübələrini bir araya gətirməklə, mərkəzi həm regional, həm də beynəlxalq səviyyədə mədəniyyətlərin qarşılıqlı təsir mərkəzi kimi möhkəmləndirmişdir [1].

Heydər Əliyev Mərkəzində keçirilmiş beynəlxalq sərgilər tematik baxımdan böyük zənginliyə malikdir. Müasir və klassik incəsənət, fotoqrafiya, heykəltəraşlıq, dizayn və multimediya əsərləri sərgilənmiş, tamaşaçılara vizual, emosional və interaktiv təcrübələr təqdim edilmişdir. Texnologiyanın tətbiqi, virtual və artırılmış reallıq imkanları sərgilərin interaktivliyini artırmış, gənc nəsil üçün əsərlərin daha əlçatan və cəlbedici olmasını təmin etmişdir. Eyni zamanda sərgilər təhsil və ictimaiyyətlə əlaqə baxımından da önəmli rol oynamış, seminarlar, master-klasslar və yaradıcı dərslər vasitəsilə mərkəz müxtəlif auditoriyaların mədəniyyətə çıxış imkanlarını genişləndirmişdir. Mərkəzin memarlıq quruluşu və estetik tərtibatı isə sərgilərin təqdimatına əlavə vizual və emosional dəyər qatmış, iştirakçılara zəngin və unudulmaz təcrübə təqdim etmişdir.

Sərgilərin tematik çeşidliliyi. Son beş ildə Heydər Əliyev Mərkəzində keçirilmiş beynəlxalq sərgilər tematik baxımdan olduqca geniş spektri əhatə etmişdir. Bu sərgilər arasında müasir incəsənət, klassik rəssamlıq, fotoqrafiya, heykəltəraşlıq, dizayn və multimediya əsərlərinin təqdimatı xüsusi yer tutmuşdur. Mərkəz həm Avropa, həm də Asiya ölkələrindən gələn rəssamların iştirak etdiyi sərgilərlə fərqli mədəniyyətləri bir araya gətirərək zengin vizual və konseptual təcrübə təqdim etmişdir. Məsələn, 2019-cu ildə təşkil olunmuş "Avropa Müasir Rəssamlığı" sərgisi zamanı Fransadan, Almaniyadan və İtaliyadan gələn rəssamların müasir abstrakt və konseptual əsərləri nümayiş etdirilmiş, tamaşaçılar Avropa müasir incəsənətinin müxtəlif üslublarını bir arada müşahidə etmək imkanı əldə etmişdir. Eyni zamanda, 2020-ci ildə keçirilən "Asiya İncəsənəti və Müasir Perspektivlər" sərgisi çərçivəsində Yaponiya, Cənubi Koreya və Çin rəssamlarının ənənəvi və müasir texnikaları birləşdirən əsərləri təqdim olunmuş, regional mədəniyyətlərin və estetik baxışların qarşılıqlı təsiri vurğulanmışdır.

Heydər Əliyev Mərkəzi həmçinin klassik rəssamlıq və heykəltəraşlıq sahələrində

sərgilər təşkil edərək, Azərbaycan və dünya incəsənət tarixini bir araya gətirmişdir. Məsələn, 2021-ci ildə keçirilmiş "Dünya Klassik Rəssamlığı" sərgisi, Fransız impressionist rəssamların əsərləri ilə yanaşı, Azərbaycan klassik rəssamlarının tablolarını da təqdim etmişdir. Bu, yerli tamaşaçı üçün həm beynəlxalq incəsənət üslublarını öyrənmək, həm də milli rəssamlıq irsimizi müqayisəli kontekstdə görmək imkanı yaratmışdır [2].

Fotoqrafiya və dizayn sərgiləri də tematik müxtəlifliyi tamamlamışdır. 2022-ci ildə keçirilmiş "Qlobal Fotoqrafiya Perspektivləri" sərgisində dünyanın müxtəlif ölkələrindən fotoqrafların sosial mövzulara, urbanizasiya və insan-mühit münasibətinə dair əsərləri təqdim edilmişdir. Bu sərgilər yalnız vizual təcrübə yaratmaqla kifayətlənmir, həm də sosial və mədəni dialoqu təşviq edir, tamaşaçıya dünya mədəniyyətlərini daha yaxından tanımaq imkanı verir.

Beynəlxalq iştirak və əməkdaşlıq. Heydər Əliyev Mərkəzində keçirilən beynəlxalq sərgilərin əsas xüsusiyyətlərindən biri, dünyanın müxtəlif ölkələrindən rəssam, dizayner və kuratorların fəal iştirakı ilə təşkil olunmasıdır. Bu əməkdaşlıq yalnız sərgilərin yüksək səviyyədə həyata keçirilməsini təmin etmir, həm də Azərbaycanın mədəniyyət diplomatiyasını gücləndirir və ölkəmizin beynəlxalq mədəniyyət arenaındakı mövqeyini möhkəmləndirir.

Məsələn, 2019-cu ildə keçirilmiş "Skandinav Minimalizmi" sərgisi zamanı İsveç, Norveç və Danimarkadan gələn 15-dən çox rəssamın işləri nümayiş etdirilmişdir. Sərginin kuratorluğu Kopenhagen Müasir İncəsənət Mərkəzi ilə birgə həyata keçirilmiş, bu əməkdaşlıq sərginin həm estetik keyfiyyətini, həm də təqdimat standartlarını yüksəltmişdir. Eyni zamanda, 2020-ci ildə təşkil olunmuş "Afrika Müasir İncəsənəti" sərgisində Nigeriya, Cənubi Afrika və Qana rəssamlarının ənənəvi və müasir texnikaları bir araya gətirilmişdir. Bu layihə, sərginin beynəlxalq nüfuzunu artırmaqla yanaşı, Azərbaycan tamaşaçısına Afrika mədəniyyətinin zənginliyini göstərmişdir [3].

Heydər Əliyev Mərkəzi həmçinin Yaxın Şərq və Orta Asiyadan gələn rəssamlarla əməkdaşlıq etmişdir. 2021-ci ildə keçirilmiş "Orta Asiya və Yaxın Şərqin Rəngləri" sərgisi Qazaxıstan, İran və Türkmənistan rəssamlarının əsərlərini təqdim etmiş, sərginin təşkilində Tehrandakı Milli İncəsənət Muzeyi ilə birgə əməkdaşlıq sərginin konseptual və vizual zənginliyini artırmışdır. Bu sərgilər, yalnız beynəlxalq sənət mühitini Azərbaycana gətirməklə kifayətlənmir, həm də yerli tamaşaçı üçün yeni estetik və mədəni biliklər yaradır.

Beynəlxalq iştirak yalnız rəssam və əsərlərin təqdimatı ilə məhdudlaşmır. Kurator mübadiləsi, seminarlar, master-klasslar və sərgilərlə bağlı təlim proqramları da bu əməkdaşlığın vacib elementidir. Məsələn, 2022-ci ildə keçirilmiş "Müasir Aralıq Dənizi Fotoqrafiyası" sərgisində İspaniya, İtaliya və Türkiyədən gəlmiş fotoqraflar yerli tələbələr üçün seminarlar keçirmiş, sərgi həm vizual təqdimat, həm də təcrübə və öyrənmə platforması rolunu daşımışdır [4].

Texnologiyanın tətbiqi. Son illərdə Heydər Əliyev Mərkəzində keçirilmiş beynəlxalq sərgilərdə texnologiyanın tətbiqi xüsusi diqqət çəkir. Virtual reallıq (VR), artırılmış reallıq (AR), interaktiv sensor panellər və rəqəmsal audioguide sistemləri sərgi iştirakçılarına əsərləri yalnız izləmək deyil, həm də onlarla interaktiv şəkildə qarşılıqlı əlaqədə olmaq imkanı verir. Məsələn, 2020-ci ildə təşkil olunmuş "Müasir Skandinaviya İncəsənəti" sərgisində VR texnologiyası vasitəsilə tamaşaçılar rəssamların atelyesini virtual olaraq gəzmiş, rənglərin və formaların yaranma prosesini real vaxt rejimində izləyə bilmişlər. Eyni zamanda, 2021-ci ildə keçirilmiş "Afrika Müasir İncəsənəti" sərgisində AR tətbiqləri əsərlərin yanında yerləşdirilmiş interaktiv məlumat panelləri ilə tamamlanmış, tamaşaçılar əsərlərin mədəni və tarixi kontekstini öyrənmiş və müəlliflərin bioqrafiyası haqqında ətraflı məlumat əldə etmişlər. Bu texnoloji yanaşma sərgilərin cəlbediciliyini artırmaqla yanaşı, gənc nəsil üçün müasir incəsənətə marağı gücləndirir və interaktiv təcrübə təmin edir [5].

Təhsil və ictimaiyyətlə əlaqə. Heydər Əliyev Mərkəzində sərgilər yalnız eksponatların nümayişi ilə məhdudlaşmır, həm də maarifləndirici proqramları əhatə edir. 2019-cu ildə

keçirilən "Yapon Müasir İncəsənəti" sərgisində uşaqlar və yeniyetmələr üçün interaktiv dərslər təşkil olunmuş, iştirakçılar öz fərdi layihələrini yaratmışlar. 2022-ci ildə "Müasir Latin Amerikasının İncəsənəti" sərgisində seminar və müzakirələr tamaşaçılara əsərlərin konseptual məzmunu və mədəni konteksti haqqında biliklər vermişdir. Bu yanaşma sərgilərin təhsil yönümlülüyünü ön plana çıxarır və cəmiyyət üçün mədəniyyətə çıxışı genişləndirir [6].

Estetik və memarlıq uyğunluğu. Mərkəzin unikal memarlığı sərgilərin təqdimatını zənginləşdirir. Açıq ekspozisiya sahələri və təbii işıqlandırma tamaşaçıya emosional təcrübə qazandırır. 2020-ci ildə "Qlobal Dizayn Perspektivləri" sərgisində iri formatlı əsərlər, 2021-ci ildə isə "Asiya Fotoqrafiyası və Müasir Perspektivlər" sərgisində fotoşəkillərin rəng və detallarının uğurlu nümayişi bunun nümunəsidir. Beləliklə, sərgilərin peşəkarlıq və estetik səviyyəsi yüksəlir, tamaşaçılara vizual və emosional dəyər təqdim olunur.

NƏTİCƏ

Son beş ildə Heydər Əliyev Mərkəzində keçirilmiş beynəlxalq sərgilər Azərbaycanın mədəniyyət sahəsində həm milli, həm də beynəlxalq səviyyədə nüfuzunu artırmışdır. Sərgilərin tematik müxtəlifliyi, beynəlxalq iştirak və əməkdaşlıq, texnologiyanın tətbiqi, təhsil və ictimaiyyətlə əlaqə imkanları, eləcə də memarlıq və estetik uyğunluq, mərkəzi yalnız sərgi məkanı deyil, eyni zamanda mədəniyyət və incəsənət dialoqunun mərkəzi kimi möhkəmləndirmişdir. Sərgilər tamaşaçılara vizual, emosional və interaktiv təcrübələr təqdim etməklə yanaşı, mədəniyyətlərarası əlaqələri gücləndirir və cəmiyyətin müxtəlif yaş qrupları üçün təhsil və öyrənmə imkanlarını genişləndirir. Bu baxımdan Heydər Əliyev Mərkəzi, müasir mədəniyyət mərkəzi kimi Azərbaycanın beynəlxalq mədəniyyət arenaındakı mövqeyini möhkəmləndirir və incəsənətin inkişafına davamlı töhfə verir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Əliyev, Z. Azərbaycan və dünya müasir incəsənəti. Bakı: Elm və Təhsil Nəşriyyatı, 2020. 320 s.
2. Həsənoğlu, Ə. Elektron sərgi və müasir mədəniyyət platformaları. Bakı: Qanun Nəşriyyatı, 2019. 280 s.
3. Məmmədov, İ. Beynəlxalq sərgilərin təşkilində texnologiyanın rolu. Bakı: "Elm və Təhsil", 2021. 250 s.
4. Quliyev, R. Azərbaycanın mədəniyyət diplomatiyası və beynəlxalq əməkdaşlıq. Bakı: Nurlan Nəşriyyatı, 2018. 300 s.
5. Heydər Əliyev Mərkəzi — Rəsmi sayt: [https://heydaraliyevcenter.az] (https://heydaraliyevcenter.az)
6. Smith, J. Global Art Exhibitions and Cultural Diplomacy. London: Routledge, 2020. 350 p.

Zəkayi ABBASZADƏ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
Magistrant
zekayi.abbasov@gmail.com

TURİZMDƏ RƏQƏMSAL MARKETİNQ FƏALİYYƏTİ ZAMANI SÜNİ İNTELLEKTİN ROLU

Xülasə: *Bu məqalədə turizm sektorunda rəqəmsal marketinq fəaliyyətləri çərçivəsində süni intellektin rolu və tətbiq imkanları geniş şəkildə təhlil olunur. Müasir dövrdə turizm müəssisələri artan rəqabət, dəyişən müştəri gözləntiləri və sürətlə inkişaf edən texnologiyalarla qarşı-qarşıyadır. Belə şəraitdə süni intellekt texnologiyaları müəssisələrə fərdiləşdirilmiş təkliflər hazırlamaq, müştəri münasibətlərini effektiv şəkildə idarə etmək, məlumatları real vaxtda təhlil etmək və xidmət proseslərini avtomatlaşdırmaq imkanı yaradır.*

Məqalədə həmçinin süni intellektin marketinq strategiyalarının optimallaşdırılmasında, brend dəyərinin formalaşdırılmasında və rəqəmsal platformalarda hədəf auditoriyanın dəqiq müəyyənləşdirilməsində oynadığı rol araşdırılır. Əldə edilən nəticələr göstərir ki, rəqəmsal transformasiyanın əsas komponentlərindən biri olan süni intellektdən düzgün və strateji şəkildə istifadə turizm müəssisələrinin bazarda rəqabətqabiliyyətliliyini artırır, müştəri təcrübəsini zənginləşdirir və xidmət keyfiyyətini yüksəldir.

Açar sözlər: *turizm, rəqəmsal marketinq, süni intellekt, fərdiləşdirmə, rəqəmsal transformasiya, müştəri təcrübəsi, innovativ texnologiyalar.*

THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN DIGITAL MARKETING ACTIVITIES IN THE TOURISM INDUSTRY

Abstract *This article analyzes the role and application opportunities of artificial intelligence (AI) within digital marketing activities in the tourism sector. In the modern era, tourism enterprises face increasing competition, changing customer expectations, and rapidly evolving technologies. In this context, AI technologies enable businesses to create personalized offers, manage customer relationships effectively, analyze data in real time, and automate service processes.*

The article also examines how AI contributes to optimizing marketing strategies, enhancing brand value, and accurately targeting audiences on digital platforms. The findings indicate that the strategic and proper use of AI, as a key component of digital transformation, enhances the competitiveness of tourism enterprises in the market, enriches customer experience, and improves service quality.

Keywords*: tourism, digital marketing, artificial intelligence, personalization, digital transformation, customer experience, innovative technologies.*

РОЛЬ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ЦИФРОВОМ МАРКЕТИНГЕ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Резюме: *В статье рассматривается роль и применение искусственного интеллекта (ИИ) в цифровом маркетинге в сфере туризма. В современных условиях туристические компании сталкиваются с растущей конкуренцией, изменяющимися ожиданиями клиентов и быстрым развитием технологий. В таких реалиях ИИ становится эффективным инструментом в таких областях, как персонализированные предложения, управление взаимоотношениями с клиентами, анализ данных и внедрение автоматизированных моделей обслуживания.*

Также анализируется, как ИИ способствует оптимизации маркетинговых стратегий и укреплению бренда в туристическом секторе. Результаты исследования показывают, что правильная интеграция ИИ как части цифровой трансформации повышает конкурентоспособность компаний на рынке и улучшает уровень удовлетворенности клиентов.

Ключевые слова: *туризм, цифровой маркетинг, искусственный интеллект, персонализация, цифровая трансформация, клиентский опыт, инновационные технологии.*

GİRİŞ

Müasir dövrdə texnologiyanın sürətli inkişafı və rəqəmsal transformasiya prosesi həyatın bütün sahələrinə olduğu kimi, turizm və qonaqpərvərlik sənayesinə də dərin və çoxşaxəli təsir göstərmişdir. Qlobal rəqabətin artdığı bir mühitdə ənənəvi marketinq üsullarının effektivliyi tədricən azalır və müəssisələr bazarda fərqlənmək, hədəf auditoriyasına daha sürətli və effektiv şəkildə çatmaq üçün rəqəmsal marketinq alətlərinə üstünlük verməyə başlayırlar. Bu yeni dövrdə süni intellekt texnologiyalarının tətbiqi turizm sənayesində innovativ yanaşmaların əsasını qoyur və müştəri təcrübəsinin təkmilləşdirilməsində mühüm rol oynayır.

Süni intellekt turizm müəssisələrinə müştəri davranışlarını təhlil etməyə, fərdiləşdirilmiş təkliflər hazırlamağa və satış strategiyalarını optimallaşdırmağa imkan verir. Məsələn, Sİ əsaslı analitik sistemlər vasitəsilə otellər və turizm şirkətləri real zamanlı məlumatlardan istifadə edərək müştərilərin səyahət seçimlərini, alış vərdişlərini və maraq dairələrini təxmin edə bilirlər. Bu isə fərdiləşdirilmiş xidmətlərin təqdim edilməsini asanlaşdırır və müştəri məmnunluğunu əhəmiyyətli dərəcədə artırır.

Post-pandemiya dövrü süni intellekt və rəqəmsal həllərin əhəmiyyətini daha da artırmışdır. Sosial məsafə və gigiyena tələbləri səbəbindən onlayn rezervasiya sistemləri, virtual turlar, chatbotlar və süni intellekt əsaslı tövsiyə motorları kimi texnologiyalar turizm fəaliyyətlərinin ayrılmaz hissəsinə çevrilmişdir. Bu alətlər həm əməliyyat xərclərini azaldır, həm də xidmətin sürətini və keyfiyyətini yüksəldir. Məsələn, chatbotlar 24/7 müştəri xidmətini təmin edir, süni intellekt əsaslı marketinq platformaları isə sosial media məlumatlarını analiz edərək hədəf auditoriyaya uyğun kampaniyalar yaradır.

Bu tədqiqatın əsas məqsədi turizm sektorunda rəqəmsal marketinq fəaliyyətlərində süni intellektin rolunu dərindən araşdırmaq, onun tətbiq sahələrini müəyyənləşdirmək və gələcəkdə bu texnologiyaların sektorun davamlı inkişafına necə töhfə verə biləcəyini qiymətləndirməkdir. Əldə edilən nəticələr göstərir ki, süni intellekt yalnız texnoloji bir yenilik deyil, həm də strateji idarəetmə, brend mövqeləndirmə və müştəri əlaqələrinin formalaşdırılması baxımından vacib bir vasitədir. Bu texnologiyanın düzgün tətbiqi turizm sektorunda rəqabət üstünlüyü yaratmaq və qlobal bazarda dayanıqlı inkişafı təmin etmək üçün əsas açarlardan biridir.

Tədqiqat

Bu tədqiqat işinin əsas məqsədi, turizm sektorunda rəqəmsal marketinq fəaliyyətləri zamanı süni intellekt texnologiyalarının tətbiq sahələrini, üstünlüklərini və qarşıya çıxan problemləri araşdırmaqdır. Tədqiqat çərçivəsində süni intellektin marketinq strategiyalarının formalaşdırılmasında rolu, müştəri təcrübəsinin fərdiləşdirilməsi, məlumatların təhlili, avtomatlaşdırılmış xidmətlər və qərarvermə proseslərinə təsiri sistemli şəkildə təhlil olunmuşdur.

İşin nəzəri hissəsində süni intellekt və rəqəmsal marketinq sahəsində mövcud elmi ədəbiyyat araşdırılmış, beynəlxalq təcrübələr müqayisə edilmiş və innovativ texnologiyaların turizm müəssisələrində tətbiq modelləri qiymətləndirilmişdir. Empirik hissədə isə real nümunələr və statistik məlumatlar əsasında süni intellekt tətbiqlərinin effektivliyi analiz

edilmiş, onların müəssisə gəlirliliyinə, müştəri məmnuniyyətinə və bazar payına təsiri dəyərləndirilmişdir.

Tədqiqatın nəticələri göstərir ki, süni intellekt texnologiyalarının uğurlu tətbiqi turizm müəssisələrinin rəqabətqabiliyyətini artırmaqla yanaşı, daha çevik və müştəriyönümlü idarəetmə modellərinin qurulmasına imkan yaradır. Lakin bu texnologiyaların tətbiqi zamanı texniki infrastrukturun zəifliyi, insan resurslarının çatışmazlığı və etik problemlər kimi maneələr də mövcuddur.

Bu tədqiqat həm nəzəri, həm də praktik baxımdan əhəmiyyətlidir və Azərbaycan turizm sektoru da daxil olmaqla, rəqəmsal transformasiya mərhələsində olan regionlar üçün faydalı tövsiyələr təqdim edir. Xüsusilə KOB-lar (kiçik və orta biznes) üçün süni intellektə əsaslanan marketinq həllərinin inkişaf etdirilməsi gələcək inkişaf üçün strateji əhəmiyyət daşıyır.

ƏSAS HİSSƏ

Müasir dövrdə süni intellektin inkişafı hər bir sahəyə təsir etmiş, o cümlədən bu təsir rəqəmsal marketinq sahəsində də xüsusi yer tutmuşdur.Xüsusilə süni intellek vasitəsilə sistemlərin avtomatlaşdırılması əlavə insan əməyinin və əlavə vaxtın qarşısını almağı bacarmışdır.Günümüzdə turizm sahəsində rəqəmsal marketinq kifayət qədər geniş istifadə olunmağa başlamış və ənənəvi marketinqi geridə qoymuşdur.Buna başlıca səbəb olaraq marketinq büdcəsinin daha rahat və effektiv istifadəsi, daha geniş və detallı hədəf kütləsi seçimi, vaxt və məkan elementlərinə daha rahat nəzarət kimi amilləri qeyd edə bilərik.COVİD-19 pandemiyasından sonra insanların rəqəmsal cihazrlardan kütləvi istifadəsi və rəqəmsal alətlərdən asılılıq, daha sonralar isə süni intellekt texnologiyasının kütləvi inkişafı bir çox sferanı rəqəmsallaşmağa məcbur etdi.

Rəqəmsal marketinq kanalları çox geniş olsada turizm sahəsində bu kanalların hamısı tam effektiv olmur.Tuirzmdə əsasən sosial media, chat marketing, veb-sayt marketinq kimi rəqəmsal marketinq kanalları daha effektiv sayılır[1, s23].

Turizm sahəsində rəqəmsal marketinq fəaliyyətində süni intellektdən istifadənin təməli veb-sayt marketinqi ilə bağlıdır.Belə ki, turizm sahəsində hazırlanmış veb-saytlar hazırda turizm zərfinin hazırlanma prosesini sürətləndirir.Xüsusilə turizmdə veb-saytlarda istifadə olunan süni intellekt texnologiyasının aşağıdakı üstünlükləri var:

1. Daha sürətli turizm zərflərinin hazırlanması: Sadəcə daxil edilmiş məlumatlar əsasında turzim zərfini daha sürətli emal olunması əlavə araşdırmaların və xüsusilə vaxt itkisnin qarşısını alır.

2. Daha detallı turizm təklifləri: Süni intellekt vasitəsilə hazırlanmış turizm zərfləri müştəriyə daha ucuz və ya lüks xidmətləri təklif edə və xüsusi olaraq müştəri istəyinə uyğun olaraq müxtəlif komponentlər əsasında turizm zərfi hazırlaya bilər.

3. Əldə edilmiş data-a əsasən müştəriyə olunan təkliflər: Süni intellekt turistlərin veb-saytlarda axtarış tarixçəsinə əsasən növbəti dəfə veb-saytlara daxil olduqları zaman əvvəlki təcrübələri əsas götürərək onlara maraqlı olacaq təkliflər təqdim edir.

Veb saytlarda süni intellektin tətbiqi müştəri davranışlarını analiz edir və müvafiq seqmentasiyanın formalaşmasına imkan yarada bilir.Bu zaman insan əməyi rəqəmsallaşdırılır [4, s.57].Nümunə olaraq qeyd edə bilərik ki, Azərbaycan turizm bazarında mövsümilik amilinə görə turistlər payız və qış aylarında Dubay istiqamətli turizm paketlərindən istifadə edir.Bu səbəbdən turizm şirkətləri daha çox bu istiqamətdə turlar satmağa çalışır.Bu fikir tamamilə insan məfhumuna əsaslanır və rəqəmsallıqdan kənardır.Lakin veb-sayt üzərindən satış edildiyi zaman süni intellekt müştəri davranışlarını analiz edir və hər müştəriyə uyğun istiqamətləri təklif edir.Bu da turizm paketlərinin sayını artırır və daha çox müştərinin cəlb edilməsinə səbəb olur.Həmçinin turizm paketləri üçün yeni istiqamətlərin öyrənilməsinə də şərait yaradır.

Turizm sahəsində süni intellekt vasitəsilə istifadə olunan digər bir rəqəmsal marketinq aləti chatbotlar hesab olunur.Chatbotlar veb-sayta əsaslı fəaliyyət göstərir.Lakin günümüzdə mobil tətbiqlə bağlı chatbotlar da mövcuddur.Chatbotlar vasitəsi ilə müştərilər məhsul barədə məlumat əldə edə, şikayətləini bildirə və sürətli cavab əldə edə bilərlər.Chatbotlar 2 əsas yerə bölünür.Bunlar:

1. Canlı operator vasitəsilə idarə olunan chatbotlar: Bu zaman chatbot real insan olur.Bu çatbotlar daha çox xərc tələb edir və fasiləsiz işləmə rejimi daha baha başa gəlir.Çünki, bu zaman əlavə işçi, ofis və server xərcləri tələb olunur.

2. Robot chatbotlar: Bu chatbotlar tamamamilə avtomatik cavablandırmağa əsaslanır.Canlı operator chatbotların əsas fərqi ondadır ki, bu chatbotlar daha az xərc tələb edir və fasiləsiz işləyə bilir.

Robot chatbotlar özlüyündə də iki yerə bölünür ki, bunlar müvafiq olaraq :

1. Avtomatik cavablara əsaslandırılmış chatbotlar: Bu chatbotlar sadəcə əvvəlcədən hazırlanmış suala cavab verə bilir, chatbota yad sual daxil edildiyi zaman mövzudan yayına bilir və ya canlı chatbota qoşulmağı tövsiyə edir.Çox vaxt yararsız hesab olunur.Hazır suallar əsasında işləyir.Əgər sizin sualınız yarımçıqdırsa və ya yazılışda səhvə yol verilibsə chatbotun cavablandırma ehtimalı azalır.

2. Süni intellekt əsaslı chatbotlar: Bu chatbotlar süni intellektə əsaslanır və tam olaraq dolğun cavab verir.Bu chatbotlar araşdırma və analiz qabiliyyətinə malik olur.Günümüzdə daha çox istifadə olunur.

Turizm sahəsində müxtəlif veb-saytların daxilində chatbtolar mövcuddur.Lakin turizm sənayesində chatbotların istifadəsi çox da yayğın deyil.Buna baxmayaraq Trip.com – turizm xidmətləri üzrə fəaliyyət göstərən veb-sayt daxilində süni intellekt əsaslı chatbot mövcuddur.Bu chatbot xüsusi ada malikdir və TripGenie kimi tanınır.GPT 3 texnologiyasına əsaslana bu chatbot turizm sahəsində kifayər qədər məlumat bazasına malikdir, rahat şəkildə müştərini analiz edə, müxtəlif turizm zərfləri təqdim etməyi bacarır.TripGenie kimi chatbotların bir sıra xüsusi üstünlükləri vardır.İlkin olaraq qeyd edə bilərik ki, bu chatbot sadəcə sayt daxili deyil ümumi turizm sferası üzrə məlumatlıdır.Yəni hər hansısa istiqamət üzrə soruşulan zaaman sadəcə trip.com daxilində tapa biləcəyiniz məlumatlar deyil, həmdə tarixi, ictimai informasiyalar da əldə edə bilərsiz.İkinci əsas üstünlük isə ondan ibarətdir ki, bu chatbot turistin vaxta tam olaraq qənaət etməsinə şərait yaradır.Yəni turist sadəcə kiçik suallar soruşaraq səyahəti ilə bağlı saatlarla araşdıracağı məlumatları qısa müddət ərzində əldə edir.Bu tip süni intellekt texnologiyasının veb-saytlara tətbiqinin ilkin mərhələsi kimi qəbul edilə bilər.

Turizmdən əlavə digər sahələrdə-dizayn, mühasibatlıq, data analitika sahələrində süni intellekt verilən tapşırıqları yerinə yetirməyə qadirdir [2, s.16].Bunun turizmə təqbiqini bu formada izah etmək olar.Turist ilkin olaraq süni intellektə gedəcəyi destinasiya haqqında soruşur və məlumat əldə edir ki, hazırda əlimizdə olna TripGenie GPT3 bunu etməyə qadirdir.İkinci proses süni intellektin getmək istəyəcəyimiz destinasiya ilə bağlı olan turizm paketini bronlaşdırması və ya əldə etməsi ilə bağlı olacaq.Amma təəssüf ki, bu süni intellekt bu prosesi həyata keçirmir.Lakin süni intellekt texnologiyasının inkişafı göstərir ki, yaxın gələcəkdə bu sahənin inkişafı da mümkün görünür

Turizm sahəsində istifadə olunan süni intellekt texnologiyası xüsusilə sosial media marketinqində əhəmiyyətli yer tutur.Belə ki, dünya turizm bazarında xüsusilə Azərbaycan turizm bazarında sosial media aləti kimi Meta Businnes Manager geniş istifadə olunur.Meta Businnes Manager vasitəsilə daha rahat şəkildə hədəf kütlə seçimi, büdcə idarəetməsi, reklam fəaliyyəti üçün uyğun regionun xəritə interfeysi ilə seçilməsi mümkündür.Meta Businnes manager platformasında Advantage plus bölməsi süni intellekt əsaslı işləyir.Bu bölmə tərtib olunmuş reklam elanını və mətn hissəsini təhlil edir və bu təhlilə əsaslanaraq hədəf kütləni və hədəf kütlənin əsas maraqlarını müəyyənləşdirir [5, s.197].

Meta şirkəti sosial media sahəsində üç əsas və kütləvi istifadə olunan sosial media platformalarını özündə birlləşdirir.Bunlar Facebook, İnstagram və Votsap hesab olunur.Meta Businnes manager vasitəsilə hər üç platformanın bir yerdə idarə edilməsi mümkündür [3, s.27].Bu platformada istifadə olunan Advantage plus bölməsi süni intellekt əsasında fəaliyyət göstərməsinin bir sıra üstünlükləri özündə birləşdirir.İlkin olaraq bu reklam kompaniyaları ilə bağlıdır. Meta daima istifadəçiləri analiz edir və onların davranışlarına uyğun reklamlar təqdim edir. Təqdim olunmuş reklamlar turistlərin əvvəlki axtarışları, maraqları həttta sosial media mesajlarını əhatə edə bilir.Bunun sayəsində Meta sözügedən platformada reklam fəaliyyəti həyata keçirən müəssisələrdən müvafiq ödəniş əldə edir və müştəriləri bu müəssisələrə yönləndirir.İkinci əsas xüsusiyyəti isə ondan ibarətdir ki, məxfiliyi qoruyur və bu məxfiliyi öz xeyrinə dəyişə bilir.Xüsusilə müştərilərin şəxsi yazışmaları süni intellekt tərəfindən analiz olunur və bu məlumatlara əsasən Facebook və İnstagram sosial media platformalarında müvafiq reklamlar göstərilir.Bu zaman Meta bütün məlumat məxfiliyini qoruyur və bu məlumatlardan sadəcə özü istifadə edə bilir. Meta businnes manager-in digər bir üstünlüyü isə ondan ibarətdir ki, ödəniş sistemi hissəli olur və istənilən vaxt reklam fəaliyyəti ləğv oluna bilər.Təyin edilmiş müddətə əsasən ödəniş günbəgün olaraq alınır.

NƏTİCƏ

Nəticə olaraq demək olar ki, süni intellektin (Sİ) inkişafı turizm sahəsində rəqəmsal marketinqin mahiyyətini köklü şəkildə dəyişdirmiş və onun daha səmərəli, məqsədyönlü şəkildə həyata keçirilməsinə şərait yaratmışdır. Sİ texnologiyalarının tətbiqi sayəsində müəssisələr müştəri davranışlarını daha dərindən təhlil edə bilir, fərdi seçimlərə uyğun xidmət və təkliflər hazırlayır. Bu, yalnız satışların artırılmasına deyil, həm də uzunmüddətli müştəri əlaqələrinin qurulmasına xidmət edir.

Xüsusilə veb-saytlar və süni intellekt əsaslı chatbotlar vasitəsilə müştərilərlə 24/7 ünsiyyətin təmin olunması, sorğulara anında cavab verilməsi və fərdi yanaşma göstərilməsi xidmət keyfiyyətini xeyli yüksəldir. Belə sistemlər turizm şirkətlərinə həm əməliyyat xərclərini azaltmaq, həm də insan resurslarından daha səmərəli istifadə etmək imkanı yaradır. Bundan əlavə, sosial media platformaları, xüsusilə Meta Business Manager kimi alətlər vasitəsilə reklamların dəqiq hədəflənməsi, auditoriyanın davranış modellərinə əsaslanan kampaniyaların tərtib edilməsi və reklam büdcəsinin optimallaşdırılması süni intellektin verdiyi əsas üstünlüklərdəndir.

TripGenie kimi real nümunələr süni intellekt əsaslı chatbotların yalnız istifadəçi təcrübəsini təkmilləşdirməklə kifayətlənmədiyini, eyni zamanda şirkətlərin satış göstəricilərini və müştəri məmnuniyyətini əhəmiyyətli dərəcədə artırdığını sübut edir. Bu cür sistemlər məlumatların real zamanlı analizini apararaq istifadəçilərə ən uyğun səyahət təkliflərini təqdim edir.

Gələcəkdə süni intellekt texnologiyalarının daha da inkişaf etməsi ilə turizm sahəsində rəqəmsal marketinqin rolu və əhatə dairəsi daha da genişlənəcək, bu da sektorun innovativ, çevik və müştəriyönümlü şəkildə inkişafına mühüm töhfə verəcəkdir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Alhamzah Alnoor, Chew XinYing,The Role of Artificial Intelligence in Regenerative Tourism and Green Destinations Emerald Publishing Limited 2024
2. Amit Verma, Jean Paolo -Artificial Intelligence for Smart Technology in the Hospitality and Tourism Industry 2024

3. Claudia Sevilla-Sevilla, The Role of Artificial Intelligence in the Tourism and Hospitality Sector Taylor & Francis 2025
4. Mohammad Badruddoza Talukder, Hotel and Travel Management in the AI Era, IGI Global Scientific Publishing 2024
5. Prof.Nitin Vyas, Dr.Priti R. Travel 4.0: An Artificial Intelligence In The Modern Tourism Industry The Readers Paradise 2025

Firəngiz CƏFƏRZADƏ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
fzadeh222@gmail.com

AĞDAMIN TARİXİ-MEMARLIQ İRSİNİN TƏDQİQİ VƏ MƏDƏNİ ƏHƏMİYYƏTİ

Xülasə: *Ağdam rayonu Azərbaycanın tarixi, mədəni və memarlıq kimliyinin formalaşmasında mühüm rol oynayan bölgələrdən biridir. Qarabağ bölgəsinin qədim sivilizasiya ocaqlarından biri olan Ağdam, özündə çoxəsrlik memarlıq məktəbini, şəhərsalma ənənələrini və dini–mədəni dəyərləri əks etdirir. Rayonda yerləşən məscidlər, türbələr, iqamətgahlar, ticarət və yaşayış kompleksləri regionun zəngin tarixini və mədəni irsini nümayiş etdirir. İşğal illərində bölgəyə vurulan dağıntılara baxmayaraq, son dövrlərdə aparılan sistemli bərpa, konservasiya və elmi tədqiqat işləri Ağdamın tarixi-memarlıq irsinin yenidən canlanmasına real zəmin yaratmışdır. 2020-ci ildən sonra şəhərin azad olunması ilə əlaqədar aparılan bərpa və qoruma tədbirləri yalnız fiziki abidələrin rekonstruksiyası ilə məhdudlaşmır, həm də milli-mənəvi yaddaşın, eləcə də Qarabağ mədəni irsinin qorunması siyasətinin vacib tərkib hissəsi kimi qiymətləndirilir. Tədqiqatlar göstərir ki, Ağdamın memarlıq irsinin öyrənilməsi, bərpası və elmi sənədləşdirilməsi Azərbaycanın tarixinin və mədəniyyətinin gələcək nəsillərə ötürülməsi baxımından əvəzsiz əhəmiyyət kəsb edir. Bu proses həm mədəniyyət siyasətinin, həm də regionun turizm və təhsil potensialının inkişafı üçün mühüm zəmin yaradır.*

Açar sözlər*: Ağdam rayonu, sivilizasiya, dini-mədəni dəyər, mədəni irs, bərpa, konservasiya, rekonstruksiya, memarlıq irsi, turizm, təhsil potensialı.*

RESEARCH AND CULTURAL SIGNIFICANCE OF THE HISTORICAL ARCHITECTURAL HERITAGE OF AGDAM

Abstract: *Agdam district is one of the regions that plays an important role in the formation of the historical, cultural and architectural identity of Azerbaijan. Agdam, one of the ancient centers of civilization of the Karabakh region, reflects the centuries-old architectural school, urban planning traditions and religious and cultural values. Mosques, tombs, residences, commercial and residential complexes located in the district demonstrate the rich history and cultural heritage of the region. Despite the destruction inflicted on the region during the years of occupation, systematic restoration, conservation and scientific research work carried out in recent years has created a real basis for the revival of Agdam's historical and architectural heritage. After 2020, restoration and protection measures taken in connection with the liberation of the city are not limited only to the reconstruction of physical monuments, but are also considered an important component of the policy of preserving national and spiritual memory, as well as the cultural heritage of Karabakh. Studies show that the study, restoration and scientific documentation of Agdam's architectural heritage are of invaluable importance in terms of transmitting the history and culture of Azerbaijan to future generations. This process creates an important basis for the development of both cultural policy and the*

tourism and educational potential of the region.

Keywords: *Agdam region, civilization, religious and cultural value, cultural heritage, restoration, conservation, reconstruction, architectural heritage, tourism, educational potential.*

ИССЛЕДОВАНИЕ И КУЛЬТУРНОЕ ЗНАЧЕНИЕ ИСТОРИКО-АРХИТЕКТУРНОГО НАСЛЕДИЯ АГДАМА

Резюме: *Агдамский район – один из регионов, играющих важную роль в формировании историко-культурной и архитектурной идентичности Азербайджана. Агдам, один из древнейших центров цивилизации Карабахского региона, отражает многовековую архитектурную школу, традиции градостроительства и религиозные и культурные ценности. Мечети, гробницы, жилые дома, торговые и жилые комплексы, расположенные на территории района, свидетельствуют о богатой истории и культурном наследии региона. Несмотря на разрушения, нанесенные региону в годы оккупации, систематическая реставрационная, консервационная и научно-исследовательская работа, проведенная в последние годы, создала реальную основу для возрождения историко-архитектурного наследия Агдама. После 2020 года реставрационные и защитные мероприятия, проводимые в связи с освобождением города, не ограничиваются только реконструкцией материальных памятников, но и считаются важной составляющей политики сохранения национальной и духовной памяти, а также культурного наследия Карабаха. Исследования показывают, что изучение, реставрация и научное документирование архитектурного наследия Агдама имеют неоценимое значение с точки зрения передачи истории и культуры Азербайджана будущим поколениям. Этот процесс создаёт важную основу для развития как культурной политики, так и туристического и образовательного потенциала региона.*

Ключевые слова: *Агдамский регион, цивилизация, религиозно-культурная ценность, культурное наследие, реставрация, консервация, реконструкция, архитектурное наследие, туризм, образовательный потенциал.*

GİRİŞ

Azərbaycan Respublikasının Qarabağ iqtisadi zonasında yerləşən Ağdam rayonu ölkənin tarixi, mədəni və memarlıq irsində özünəməxsus yer tutur. Əsrlər boyu bölgə siyasi, iqtisadi və mənəvi həyat üçün mühüm mərkəz kimi xidmət etmişdir. Lakin 1993-cü ildən 2020-ci ilə qədər Ermənistan silahlı qüvvələrinin işğalı nəticəsində Ağdamın abidələri xeyli dağıntı, talan və vandalizmlə üzləşib. 2020-ci il İkinci Qarabağ Müharibəsi zamanı işğaldan azad edildikdən sonra yenidən səylər onun maddi və qeyri-maddi mədəni irsinin sənədləşdirilməsinə, qorunmasına və bərpasına yönəldilib [4, səh.53]. Bu məqalədə Ağdamın ən mühüm tarix, mədəniyyət və memarlıq abidələrinin akademik icmalı təqdim edilir, onların daha geniş Azərbaycan milli kimliyi və mədəni mənzərəsi çərçivəsində əhəmiyyəti kontekstləşdirilir.

1930-cu ildə yaradılmış və vaxtilə çiçəklənən rayon olan Ağdam rayonu Qarabağ yaylasının şərq kənarında yerləşir. Tarixən bölgə Qarabağın dağlıq və aran hissələri arasında körpü rolunu oynayıb, həm kənd təsərrüfatının çiçəklənməsinə, həm də mədəni mübadilələrə töhfə verib [11, səh.17]. 1993-cü ilin işğalından əvvəl Ağdamda 130 mindən çox insan yaşayırdı və burada çoxlu memarlıq abidələri, dini mərkəzlər, məqbərələr, məscidlər, karvansaraylar və qəbiristanlıqlar var idi [11, səh.18]. Bu abidələr təkcə regionun memarlıq təkamülünü əks

etdirmir, həm də Azərbaycan cəmiyyətinin ümumi yaddaşını təcəssüm etdirir.

Tarixi əhəmiyyəti və inkişafı

Tarixi mənbələrə əsasən, "Ağdam" toponimi Azərbaycan dilindəki "ağ" (işıqlı, parlaq) və "dam" (ev, bina, örtü) sözlərinin birləşməsindən yaranmışdır [10, səh.45]. Bu ad "işıqlı ev" və ya "parlaq bina" mənasını ifadə edir. Rəvayətə görə, Pənahəli xanın burada tikdirdiyi ağ rəngli saray günəş işığında uzaqdan parladığı üçün həmin yer "Ağ dam" adlandırılmış, sonralar bu ad bütöv şəkildə şəhərin adına çevrilmişdir [11, səh.20].

Arxeoloji tədqiqatlar göstərir ki, bu ərazilərdə Eneolit və Tunc dövrlərinə aid yaşayış məskənləri mövcud olmuşdur. Qarabağ xanlığı dövründə (XVIII əsr) Ağdam inzibati və strateji baxımdan mühüm ərazi kimi formalaşmış, burada Qarabağ xanı Pənahəli xan tərəfindən Şahbulaq qalası inşa edilmişdir. XIX əsrdən etibarən Ağdam ticarət və sənətkarlıq baxımından inkişaf edərək Qarabağ bölgəsinin iqtisadi və mədəni mərkəzlərindən birinə çevrilmişdir [2, səh.9].

Sovet hakimiyyəti illərində Ağdamda sənaye müəssisələri, təhsil və mədəniyyət ocaqları fəaliyyət göstərmiş, şəhərin sosial infrastrukturu formalaşmışdır. XX əsrin sonlarında Ermənistan silahlı qüvvələrinin hücumu nəticəsində Ağdam ciddi dağıntılara məruz qalsa da, 2020-ci ildə rayonun azad olunmasından sonra burada genişmiqyaslı bərpa və yenidənqurma işləri həyata keçirilməyə başlanmışdır. Bu gün Ağdam həm qədim tarixini, həm də müasir inkişafını özündə birləşdirən, Azərbaycan xalqının mədəni dirənişinin və yaradıcılıq ruhunun simvoluna çevrilmiş bir şəhərdir.

Milli Əhəmiyyət Daşıyan Tarixi və Mədəni Abidələr

Ağdam Cümə məscidi

Bölgədəki ən mühüm İslam memarlıq obyektlərindən biri də Şuşadakı Yuxarı Gövhər Ağa məscidi üzərindəki işi ilə tanınan görkəmli memar Kərbəlayi Səfixan Qarabağı tərəfindən 1868-ci ildə tikilmiş Ağdam Cümə məscididir [6, səh.45]. Ənənəvi İslam üslubunda tikilmiş, əkiz minarələri və böyük mərkəzi ibadət zalı olan məscid şəhərin mənəvi və ictimai həyatının mərkəzinə çevrildi [6, səh.47]. Məscid klassik Azərbaycan memarlıq üslubunun tipik xüsusiyyətlərini daşıyır: tağlı qapılar, ornamentlərlə bəzədilmiş sütunlar və dəzgah işləri abidənin həm estetik, həm də dini əhəmiyyətini vurğulayır. Tarixi dövrdə məscid yalnız ibadət yeri kimi xidmət etməmiş, həm də Ağdamın sosial-mədəni həyatının mərkəzi olmuşdur; burada dini mərasimlər, təhsil və mədəni tədbirlər həyata keçirilmişdir.

1993-cü ildə Ağdamın işğalı nəticəsində Cümə Məscidi ciddi dağıntılara məruz qalmışdır. İşğal altında olan dövrdə məscid həm fiziki olaraq zədələnmiş, həm də dini və mədəni funksiyaları təhqir edilmişdir. Ermənistan silahlı qüvvələri tərəfindən məscid binası müxtəlif qeyri-dini məqsədlər, o cümlədən təsərrüfat obyekti və tövlə kimi istifadə edilmişdir. Bu hallar yalnız abidənin maddi və estetik dəyərinə zərər vurmaqla kifayətlənməyib, eyni zamanda Azərbaycanın tarixi-mədəni irsinin sistemli şəkildə məhv edilməsinin və işğal olunmuş ərazilərdə milli-mədəniyyət nümunələrinin dağıdılmasının simvolu kimi qiymətləndirilir.

Ağdam Cümə Məscidinin bərpası Azərbaycan dövlətinin prioritet layihələrindən biri kimi Prezident İlham Əliyevin diqqət mərkəzində olmuşdur [14, səh.6]. 2020-ci il Ağdam rayonunun azad olunmasından sonra dövlət başçısının təşəbbüsü və sərəncamları sayəsində məscidin bərpası üçün maliyyə və təşkilati dəstək təmin edilmiş, müasir texnologiyalar və peşəkar konservasiya metodları tətbiq olunmuşdur. Prezident İlham Əliyev dəfələrlə çıxışlarında Ağdam Cümə Məscidinin Qarabağın mədəni dirçəlişinin simvolu olduğunu vurğulamış və abidənin yalnız dini funksiyasının deyil, həm də milli-mədəni dəyərlərin qorunub inkişaf etdirilməsinin vacibliyini qeyd etmişdir [14, səh.7].

İmarət Kompleksi

Qarabağ bölgəsinin zəngin tarixi irs mühüm nümunələrindən biri İmarət Qərvənd qəbiristanlığıdır [16,səh.2]. Kompleks XVIII–XIX əsrlərə aid olub, Qarabağ xanlığı dövrünün

siyasi və mədəni tarixini əks etdirən əhəmiyyətli memorial abidə kimi tanınır [16, səh.3]. Qəbiristanlıqda xan ailəsinin üzvləri, o cümlədən Pənahəli xan Cavanşir və onun varisləri dəfn edilmişdir.

İmarət Qərvənd qəbiristanlığı Qarabağ xanlığının banisi Pənahəli xan Cavanşirin dövründən formalaşmağa başlamışdır. Pənahəli xan Azərbaycan dövlətçilik tarixində mühüm rol oynamış, Şuşa şəhərinin və Qarabağ xanlığının əsasını qoymuşdur. Onun ölümündən sonra Ağdam rayonunda yerləşən bu qəbiristanlıq xan nəslinin ailəvi məzarlığına çevrilmişdir.

Kompleksdə həmçinin Pənahəli xanın oğlu və Qarabağ xanlığının növbəti hökmdarı İbrahimxəlil xanın məzarı da yerləşir. Bundan başqa, sonrakı dövrlərdə Qarabağ xanlığının tanınmış nümayəndələri, eləcə də Azərbaycan ədəbiyyatının görkəmli simalarından biri olan Xurşidbanu Natəvanın büstü də kompleksin önündə ucaldılmışdır.

Uzun müddət işğal altında qalan qəbiristanlıq dağıntılara məruz qalsa da, Ağdamın 2020-ci ildə azad edilməsindən sonra burada bərpa və konservasiya işlərinə başlanılmışdır. Bu proses abidənin orijinal memarlıq formasının və tarixi dəyərinin qorunmasına xidmət edir.

Ağdam Çörək Muzeyi

Azərbaycanın mədəni irsi tarixində çörək və əkinçilik mədəniyyəti mühüm yer tutur. Bu baxımdan 1983-cü ildə Ağdam şəhərində fəaliyyətə başlamış Çörək Muzeyi ölkə miqyasında bənzəri olmayan tematik muzeylərdən biri olmuşdur. Muzey çörəkçilik ənənələrinin, əkinçilik alətlərinin və bu sahə ilə bağlı tarixi irsin tədqiqi və nümayişi məqsədi ilə yaradılmışdır [2,səh 15]. O, həm də xalqın məişət və əmək mədəniyyətinin simvolik ifadəsi kimi dəyərləndirilmişdir.

Ağdam Çörək Muzeyi 25 noyabr 1983-cü ildə ziyarətçilərə açılmışdır. Muzey Azərbaycan SSR dövləti tərəfindən yerli əhəmiyyətli mədəniyyət abidəsi kimi qorunurdu. Ekspozisiyada 2800-dən çox eksponat nümayiş etdirilirdi. Bunlara çörək və çörək məmulatları, qədim və müasir əkinçilik alətləri, çörək bişirmə ənənələrinə dair etnoqrafik nümunələr, sənədlər və foto materiallar daxil idi.Muzey kompleksinə karvansara binası, "Sünbül" kafesi və təndirxana da daxil idi. Bu məkan ziyarətçilərə həm tarixi məlumat, həm də praktiki çörəkbişirmə prosesini izləmək imkanı yaradırdı. Ekspozisiya təkcə kənd təsərrüfatının tarixi deyil, həm də Azərbaycan xalqının minillik ərzaq və əmək mədəniyyətini nümayiş etdirən tərbiyəvi məkan idi.

1990-cı illərin əvvəllərində Qarabağda baş verən hərbi toqquşmalar nəticəsində Ağdam şəhəri ciddi dağıntılara məruz qalmışdır. Çörək Muzeyi də Ermənistan silahlı qüvvələrinin hücumları nəticəsində iki dəfə mərmi zərbəsi almışdır.Birinci mərmi muzeyin üçüncü sərgi zalına düşsə də, partlamamışdır. İkinci mərmi isə 1992-ci il avqustun 12-də saat 16:40 radələrində Əsgəran rayonunun Xanabad və Naxçıvanik kəndləri istiqamətindən atılaraq muzey binasını birbaşa zədələmiş, nəticədə muzey tamamilə yanaraq məhv olmuşdur. Yanğını söndürmək mümkün olmamış və təxminən 1500-ə yaxın eksponat tamamilə məhv edilmişdir.

Şahbulaq qalası

Şahbulaq qalası Azərbaycan tarixinin və memarlıq irsinin önəmli nümunələrindən biridir. Qala XVIII əsrin əvvəllərində Pənahəli xan tərəfindən Qarabağ xanlığının mərkəzi kimi tikilmiş, həm müdafiə, həm də inzibati məqsədlərə xidmət etmişdir. Strateji mövqeyi sayəsində qala regionun siyasi və hərbi həyatında mühüm rol oynamışdır. Şahbulaq qalası Bayat qalasından əvvəl Qarabağ xanlığına inzibati mərkəz kimi inşa edilmişdir. Müdafiə tipli tikili olan qala müəyyən dövr ərzində yaşayış yeri kimi istifadə olunmuş, lakin sonradan yalnız gözətçi məntəqəsi funksiyasını daşımağa başlamışdır. Elmi ədəbiyyatda "Şahbulaq qəsri" adı ilə tanınan abidə əslində iri qəsr kompleksinin içqalası olmuş və onun yanında xanın iqamətgahı yerləşmişdir.

Yığcam quruluşlu bu qala düzbucaqlı formasına malikdir və bayır divarları dairəvi və yarımsilindrik bürclərlə möhkəmləndirilmişdir. Qala divarları və qüllələri yuxarıya doğru incələşmiş, müdafiə tikililərinə xas mazğal sırası və dişlərlə tamamlanmışdır. Divarların

hündürlüyü 7 metr, bürclərin hündürlüyü isə 8,5 metr təşkil edir.

Qalanın giriş qapısı şərq divarının ortasında yerləşir və xaricdən ona bitişik ikimərtəbəli qülləvari həcmlərlə qorunmuşdur. Bu qüllənin üst mərtəbəsi yəqin ki, xanın otağı kimi istifadə olunmuş, otağa qəsr həyətindən daş pilləkən vasitəsilə qalxmaq mümkün olmuşdur.

İşğal dövründə, ermənilər bu qaladan kilsə kimi istifadə etmişlər [7, səh.4].

Qalanın tədqiqi XX əsrin ikinci yarısından etibarən arxeoloqlar və tarixçilər tərəfindən həyata keçirilmişdir. Aparılan arxeoloji və memarlıq tədqiqatları göstərmişdir ki, qala daş divarları, müdafiə qüllələri və daxili məskunlaşma sahələri ilə XVIII əsr Azərbaycan müdafiə memarlığının tipik nümunəsidir. Qala daxilində yerləşən ambarlar, su mənbələri və yaşayış sahələri onun həm hərbi, həm də inzibati funksiyasını əks etdirir.

Şahbulaq qalasının tədqiqi yalnız memarlıq aspektindən deyil, həm də tarixi və mədəni baxımdan böyük əhəmiyyət kəsb edir. Qala Qarabağ xanlığının siyasi və hərbi mərkəzi olmuş, regionun tarixini, mədəniyyətini və müdafiə memarlığını öyrənmək üçün qiymətli mənbə rolunu oynayır. Tədqiqatlar nəticəsində əldə olunan məlumatlar Azərbaycanın tarixi irsinin qorunması və təqdim olunması baxımından vacibdir.

Məhv və Münaqişədən Sonra Mədəni Qiymətləndirmə

UNESCO, ICOMOS və Azərbaycan milli agentliklərinin hesabatlarında 1993-2020-ci illər arasında Ağdamda 100-dən çox mədəniyyət və tarixi abidənin dağıdıldığı və ya ciddi şəkildə zədələndiyi vurğulanır. Əsas narahatlıqlar arasında:

• Qəbirlərin və arxeoloji ərazilərin qanunsuz qazılması və talan edilməsi.

• Yazıların və İslam simvollarının silinməsi.

• Qəbiristanlıqların dağıdılması və məzar daşlarının yerdəyişməsi.

Azərbaycan Respublikasının Mədəniyyət Nazirliyi beynəlxalq təşkilatlarla birgə rayonun zədələnmiş və qalan mədəniyyət sərvətlərinin hərtərəfli inventarlaşdırılmasını həyata keçirir.

2020-ci ildə işğaldan azad edildikdən sonra Ağdam infrastrukturun yenidən qurulması və mədəni dirçəlişin daxil olduğu "Böyük Qayıdış" proqramının mərkəzi mərkəzinə çevrilib. Cümə məscidinin bərpası, məqbərələrin konservasiyası, "Qələbə muzeyi"nin yaradılma sı işləri davam etdirilir. Hökumət həmçinin Ağdamı tarixi qoruma ilə davamlı inkişafı özündə birləşdirən "ağıllı şəhər" elan edib.

Bundan əlavə, layihələr Ağdamın mədəni irsinin sənədləşdirilməsi və təbliğinə gəncləri, alimləri və beynəlxalq ekspertləri cəlb etmək, onu münaqişədən sonrakı kontekstlərdə davamlılıq və mədəni davamlılıq simvolu kimi yerləşdirmək məqsədi daşıyır.

Tarixi irsin mədəni əhəmiyyəti

Ağdamın tarixi-memarlıq abidələri Azərbaycanın milli mədəniyyətinin, tarixi kimliyinin və dini ənənələrinin mühüm daşıyıcılarıdır. İmarət kompleksi, Ağdam Cümə məscidi və digər tarixi abidələr regionun çoxəsrlik memarlıq məktəbini, şəhərsalma ənənələrini və Qarabağ xanlığı dövrünün mədəni dəyərlərini əks etdirir. Bu abidələr yalnız estetik və memarlıq baxımından deyil, həm də tarixi yaddaşın qorunması, mədəni irsin davamlılığının təmin edilməsi, eləcə də təhsil və turizmin inkişafı üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir. İşğal və dağıntılara baxmayaraq, aparılan bərpa və mühafizə işləri Ağdamın mədəni irsinin yenidən canlanmasına imkan yaratmışdır.

NƏTİCƏ

Ağdamın tarixi-memarlıq irsi Azərbaycanın mədəniyyətinin və milli kimliyinin əsasını təşkil edir. İmarət kompleksi, Cümə məscidi və Ağdam Çörək Muzeyi və digər abidələr həm memarlıq, həm də tarixi və mədəni baxımdan böyük əhəmiyyətə malikdir. İşğal dövründə dağıntılara məruz qalan bu irs son illərdə bərpa işləri ilə yenidən canlanmışdır. Gələcəkdə

Ağdamın mədəni irsinin sənədləşdirilməsi və sosial-mədəni həyatına reinteqrasiyası həm milli yaddaşın qorunması, həm də mədəniyyətlərarası dialoq üçün vacib olacaqdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabineti. (2001). *Tarixi və mədəniyyət abidələrinin dövlət reyestrinin təsdiqi haqqında qərar* №132. Bakı.
2. Məmmədov, F. (2015). *Azərbaycan memarlığı tarixi*. Bakı: Şərq-Qərb Nəşriyyatı.
3. UNESCO. (2021). *Preliminary evaluation of cultural heritage sites in the Karabakh region of Azerbaijan*. Paris: UNESCO Cultural Sector Reports.
4. Əliyev, İ. (2021). *İşğaldan azad edilmiş ərazilərdə mədəni irsin qorunması: Ağdam nümunəsi*. "Memarlıq və Şəhərsalma" jurnalı, №2, s. 47–55.
5. Mədəniyyət Nazirliyi. (2022). *Ağdam şəhərinin Baş Planı*. Bakı: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Şəhərsalma və Arxitektura Komitəsi.
6. Hacıyev, T. (2009). *Qarabağ xanlığı dövründə dini memarlıq*. Bakı: Elm və Təhsil.
7. Al Jazeera. (2020, Noyabr). *Azerbaijan's Aghdam Mosque: From desecration to restoration*. https://www.aljazeera.com
8. İsmayılov, R. (2023). *Azərbaycanın işğaldan azad olunmuş ərazilərində mədəni irsin hüquqi qorunması*. "Hüquq və Dövlət" jurnalı, №1, s. 22–30.
9. Əliyev, R. (1998). Azərbaycan memarlığı tarixi. Bakı: Elm.
10. Əliyeva, N. (2016). Azərbaycan toponimlərinin etimoloji araşdırması. Bakı: Elm və Təhsil.
11. Hüseynov, M. (2018). Ağdam bölgəsinin tarixi və memarlıq irsi. Bakı: Elm və Təhsil.
12. Məmmədov, Q. (2005). Qarabağın tarixi-memarlıq abidələri. Bakı: Şərq-Qərb.
13. Azərbaycan Prezidentinin Rəsmi Saytı. (2021). Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin çıxışları və sərəncamları. Bakı.
14. Azərbaycan Respublikasının Mədəniyyət Nazirliyi. (2023). Azərbaycanın mədəni irsinin bərpası layihələri. Bakı.
15. Tofigli, Vugar. "Ağdamın "İmarət"li günləri..." ["Imarat" days of Aghdam...]. 525-ji gazet (az.). 17 aprel 2012. səh. 2. 27 yanvar 2021 tarixində arxivləşdirilib. İstifadə tarixi: 27 yanvar 2021.
16. Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası. (2021). Qarabağ tarixi: mənbələr və faktlar. Bakı.
17. Əliyeva, N. "Azərbaycan qalaları: Memarlıq və tarixi perspektiv." Bakı, 2015

Mirkamil ƏLİYEV
Azərbaycan Turizm və Menecement Universiteti,
magistrant
aliyev.mirkamil.2401@atmu.edu.az

AZƏRBAYCANDA SANATORİYA-KURORT MƏRKƏZLƏRİNİN İDARƏ OLUNMASININ MÜASİR PROBLEMLƏRİ VƏ İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ

Xülasə: *Bu məqalədə Azərbaycanda sanatoriya-kurort sisteminin müasir idarəetmə problemləri, bu sahədə mövcud vəziyyət və inkişaf perspektivləri araşdırılmışdır. Sanatoriya-kurort mərkəzləri ölkənin sosial və iqtisadi inkişafında, turizmin sağlamlıq yönümlü seqmentinin genişlənməsində mühüm rol oynayır. Araşdırma nəticəsində bu mərkəzlərin idarəetmə modelində dövlət və özəl sektor əməkdaşlığının gücləndirilməsinin vacibliyi, infrastrukturun modernləşdirilməsi və beynəlxalq standartlara inteqrasiyanın zəruriliyi qeyd olunur. Məqalə həmçinin sanatoriya-kurort sahəsində strateji idarəetmə, resursların səmərəli bölgüsü və rəqabət qabiliyyətinin artırılması istiqamətində təkliflər irəli sürür.*
Açar sözlər: *sanatoriya, kurort, idarəetmə, turizm, inkişaf, sağlamlıq, xidmət*

MODERN PROBLEMS AND DEVELOPMENT DIRECTIONS OF THE MANAGEMENT OF SANATORIUM-RESORT CENTERS IN AZERBAIJAN

Abstract*: This article examines the modern management problems of the sanatorium-resort system in Azerbaijan, the current state of this field, and development prospects. Sanatorium and resort centers play an important role in the country's socio-economic development and the expansion of the health-oriented segment of tourism. The study emphasizes the importance of strengthening public-private cooperation, modernizing infrastructure, and integrating with international standards. The paper also offers recommendations for strategic management, efficient resource allocation, and enhancing competitiveness in the sanatorium-resort sector.*
Keywords: *sanatorium, resort, management, tourism, development, health, service*

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ ЦЕНТРОВ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Резюме: *В статье рассматриваются современные проблемы управления системой санаторно-курортных учреждений Азербайджана, текущее состояние этой сферы и перспективы развития. Санаторно-курортные центры играют важную роль в социально-экономическом развитии страны и расширении оздоровительного туризма. В исследовании подчеркивается необходимость укрепления сотрудничества между государственным и частным секторами, модернизации инфраструктуры и интеграции с международными стандартами. Также представлены предложения по стратегическому управлению, эффективному распределению ресурсов и повышению конкурентоспособности санаторно-курортной отрасли.*
Ключевые слова: *санаторий, курорт, управление, туризм, развитие, здоровье, услуги*

GİRİŞ

Azərbaycanda sanatoriya-kurort sahəsi sosial xidmət sektorunun mühüm

istiqamətlərindən biridir. Bu sahə həm əhalinin sağlamlığının qorunmasına, həm də turizmin inkişafına yönəlmiş kompleks fəaliyyət növü kimi diqqət mərkəzindədir. Sanatoriya-kurort mərkəzlərinin fəaliyyəti əhalinin sağlamlığının bərpası, istirahəti və profilaktik tədbirlərin həyata keçirilməsi baxımından strateji əhəmiyyət daşıyır. Ölkədə müasir dövrdə sağlamlıq turizminə artan maraq, pandemiyadan sonra reabilitasiya və təbii müalicə resurslarına olan tələbatın yüksəlməsi bu sahənin əhəmiyyətini daha da artırmışdır (Qasımov,A. 2019).

1. Azərbaycanda sanatoriya-kurort sisteminin formalaşması və inkişaf mərhələləri

Azərbaycan sanatoriya-kurort sistemi XIX əsrin sonlarından etibarən formalaşmağa başlamışdır. Naftalan, İstisu, Qalaaltı kimi təbii müalicə mənbələrinə əsaslanan sanatoriyalar uzun illərdir yerli və xarici turistlər tərəfindən istifadə olunur. Sovet dövründə bu sahə planlı iqtisadiyyat çərçivəsində dövlət nəzarətində fəaliyyət göstərirdi (Hacıyev,R. 2020) Müstəqillik dövründən sonra iqtisadi liberallaşma və özəlləşmə prosesləri sanatoriya-kurort mərkəzlərinin idarəetmə sisteminə də təsir göstərmişdir. Artıq XXI əsrdə bu müəssisələrdə bazar iqtisadiyyatı prinsiplərinə uyğun idarəetmə formaları tətbiq olunur, xidmət keyfiyyətinin artırılması və beynəlxalq standartlara uyğunlaşma prosesi gedir (Qasımov,A. 2019)

2. Sanatoriya-kurort mərkəzlərinin idarə olunmasında müasir problemlər

Sanatoriya-kurort mərkəzlərinin müasir idarəetmə sistemində bir sıra çətinliklər mövcuddur. Əvvəla, bir çox mərkəzlərdə infrastruktur köhnəlib və texnoloji yenilənməyə ehtiyac duyulur (Əliyeva,S. 2021).Digər tərəfdən, xidmət personalının peşəkar hazırlığı, marketinq və rəqəmsal menecment bacarıqları yetərli səviyyədə deyil. Bundan əlavə, sanatoriya fəaliyyətinin normativ-hüquqi bazasında bəzi boşluqlar mövcuddur. Xüsusən, sanatoriya-kurort müəssisələrinin lisenziyalaşdırılması, qiymət siyasətinin tənzimlənməsi və tibbi xidmətlərin sertifikatlaşdırılması məsələlərində vahid standartların olmaması idarəetmə effektivliyini azaldır (Hacıyev, R. 2020).Digər mühüm məsələ isə, bu mərkəzlərin beynəlxalq turizm bazarına çıxış imkanlarının məhdud olmasıdır. Xarici dil biliklərinin, beynəlxalq reklam və brendinq fəaliyyətinin zəifliyi rəqabət qabiliyyətinə mənfi təsir göstərir (WHO, 2022).

3. İdarəetmə mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi və inkişaf perspektivləri

Azərbaycan Respublikasında sanatoriya-kurort sisteminin inkişafı dövlətin sosial siyasətinin tərkib hissəsi kimi qəbul olunur. Son illərdə qəbul edilmiş 'Azərbaycan Respublikasında sağlamlıq turizminin inkişafı Konsepsiyası' və digər dövlət proqramları bu sahənin modernləşdirilməsinə yönəlib(Dövlət Turizm Agentliyi, 2023).İdarəetmədə innovativ yanaşmalar, rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi və xidmətlərin beynəlxalq akkreditasiyası mühüm istiqamətlərdəndir. Gələcəkdə sanatoriya-kurort mərkəzlərinin dövlət-özəl tərəfdaşlığı (Public-Private Partnership, PPP) modeli əsasında idarə edilməsi onların maliyyə sabitliyini və xidmət keyfiyyətini artıracaq (Hacıyev,R. 2020). Eyni zamanda, yerli təbii resurslardan — Naftalan nefti, Qalaaltı suyu, Duzdağ mağaraları və s. — daha səmərəli istifadə, ekoturizm və sağlamlıq turizminin sintezinə şərait yarada bilər. Bu sahədə beynəlxalq təcrübənin öyrənilməsi, xüsusilə Çexiya, Macarıstan və Türkiyə modellərinin tətbiqi, Azərbaycanın sanatoriya-kurort brendinin formalaşmasına xidmət edəcək (WHO, 2022).

Beynalxalq təcrübə və Azərbaycan

Almaniya, Çexiya, Macarıstan, İsrail kimi ölkələrdə sanatoriya-kurort sistemləri dövlət və özəl sektorun effektiv əməkdaşlığı ilə qurulub (WHO, 2022). Bu ölkələrdə:

- İcbari tibbi sığorta sanatoriyalara ödənişləri əhatə edir
- Kurortlar beynəlxalq standartlara uyğun sertifikatlaşdırılır
- Marketinq strategiyaları dövlət və turizm agentlikləri ilə birlikdə həyata keçirilir

Azərbaycan üçün bu modellərdən uyğun elementlər götürülərək tətbiq edilə bilər.

Xüsusilə **rəqəmsal rezervasiya sistemləri, beynəlxalq brending, hədəfli reklam kampaniyaları** sahəsində bu təcrübə faydalıdır (Qasımov, A. 2019).

İnkişaf prespektivləri və tövsiyyələr

Mövcud resurslara əsaslanaraq aşağıdakı istiqamətlərdə inkişaf mümkündür:

1. Təhsil və kadr hazırlığı – Sanatoriya menecerləri və tibbi personal üçün ixtisasartırma kursları (Əliyeva,S. 2021).

2. Brendinq və milli kurort modeli – Naftalan, Qalaaltı və İstisu kimi adların beynəlxalq bazara çıxarılması

3. Sosial turizmin inkişafı – Aşağı gəlirli əhali qrupları üçün dövlət dəstəkli paketlərin artırılması (Dövlət Turizm Agentliyi, 2023).

4. Ekoloji və wellness turizmi ilə inteqrasiya – Müalicəvi turizmə təbiət və sağlam yaşam konsepti əlavə olunmalıdır

5. Əməkdaşlıq və investisiya forumları – Kurort turizminə beynəlxalq sərmayədarların cəlb olunması (WHO, 2022).

NƏTİCƏ

Yuxarıda qeyd olunanlardan belə nəticə çıxır ki, sanatoriya-kurort mərkəzlərinin idarəedilməsi kompleks və çoxsahəli yanaşma tələb edir. İnfrastrukturun yenilənməsi, xidmət keyfiyyətinin artırılması, rəqəmsal idarəetmə sistemlərinin tətbiqi və ixtisaslı kadr hazırlığı bu sahənin dayanıqlı inkişafını təmin edə bilər (Qasımov,A. 2019).Dövlətin strateji dəstəyi ilə yanaşı, özəl sektorun fəal iştirakı da vacibdir. Sanatoriya-kurort xidmətlərinin beynəlxalq bazarda tanıdılması, marketinq və brendləşmə tədbirlərinin genişləndirilməsi gələcək inkişaf üçün mühüm istiqamətlərdəndir (Dövlət Turizm Agentliyi, 2023).

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Qasımov A. (2019). Azərbaycanda sağlamlıq turizminin inkişafı və idarəetmə problemləri. Bakı: Turizm Nəşriyyatı.
2. Hacıyev R. (2020). Sanatoriya-kurort sisteminin modernləşdirilməsi istiqamətləri. “Elmi xəbərlər”, №4, s. 44–58.
3. Əliyeva S. (2021). Sağlamlıq xidmətlərinin keyfiyyətinə nəzarət mexanizmləri. Azərbaycan Turizm Jurnalı, №2, s. 100–110.
4. WHO (2022). Health and Wellness Tourism Global Report. Geneva: World Health Organization.
5. Azərbaycan Respublikasında Sağlamlıq Turizminin İnkişafı Konsepsiyası (2023). Bakı: Dövlət Turizm Agentliyi.

Kamal NOVRUZOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
magistrant
novruzov.kamal.2401@atmu.edu.az

TURİZMİN İNKİŞAFINDA SOSİAL MÜNASİBƏTLƏRİN ROLU

Xülasə: *Tədqiqatda turizmin sosial münasibətlərə təsiri və bu münasibətlərin turizmin dayanıqlı inkişafındakı əhəmiyyəti araşdırılmışdır. Turistlər, yerli icma və xidmət sektoru işçiləri arasında formalaşan əlaqələr mədəniyyətlərarası mübadilə və iqtisadi inkişaf baxımından müsbət nəticələr verə bilər. Bununla yanaşı, turist sayının həddən çox artması və sosial norma pozuntuları mənfi təsirlərə səbəb ola bilər. Müxtəlif müəlliflər tərəfindən irəli sürülən fikirlər əsasında sosial münasibətlərin turizmə qarşılıqlı təsiri təhlil edilmişdir. Nəticə etibarilə, sosial münasibətlərin səmərəli şəkildə idarə edilməsi turizmin həm iqtisadi, həm də sosial faydalarını artırmaq üçün əsas amil olduğu vurğulanır.*

Açar sözlər: *sosial münasibətlər, sosial daşıma qabiliyyəti, sosial təsirlər, turist–icma münasibətləri.*

THE ROLE OF SOCIAL RELATIONS IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM

Abstract: *The research investigates the influence of social relations on tourism and their role in sustainable tourism development. The exchanges between tourists, local communities, and employees in the service industry contribute to intercultural communications and economic growth. Nevertheless, excessive tourist numbers and breaches of social norms can lead to adverse impacts. Based on various academic viewpoints, the study highlights the interdependence between tourism and social relations. It concludes that proper management of social relations is crucial for enhancing the positive economic and social benefits while reducing potential conflicts.*

Keywords: *social relations, social carrying capacity, social impacts, tourist–community relations.*

РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

Резюме: *В данном исследовании рассматривается влияние туризма на социальные отношения и роль этих отношений в устойчивом развитии туризма. Взаимодействие между туристами, местными сообществами и работниками сферы услуг может иметь положительные результаты в плане межкультурного обмена и экономического роста. Вместе с тем, неконтролируемый рост туристического потока и нарушение социальных норм могут привести к отрицательным последствиям В рамках исследования проанализировано взаимное влияние туризма и социальных отношений, представленное различными авторами. Результаты работы подчеркивают, что управление социальными отношениями является ключевым фактором повышения как экономических, так и социальных выгод туризма.*

Ключевые слова: *социальные отношения, социальная вместимость, социальные воздействия, туристско-сообщественные отношения.*

GİRİŞ

Turizm müasir dövrdə qlobal iqtisadiyyatın ən dinamik və gəlirli sahələrindən biri olmaqla yanaşı, cəmiyyətlərin sosial, mədəni və mənəvi inkişafına da mühüm təsir göstərən

çoxşaxəli bir fəaliyyət sahəsidir. Qloballaşmanın təsiri ilə insanlararası əlaqələrin intensivləşməsi turizmin inkişafında mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu sektor təkcə iqtisadi faydalarla kifayətlənmir, eyni zamanda fərdlər və cəmiyyətlər arasında sosial münasibətlərin formalaşmasına və inkişafına şərait yaradır. Turizm fəaliyyətləri zamanı turistlər və yerli icmalar arasında yaranan sosial münasibətlər iki istiqamətdə – rəsmi və qeyri-rəsmi formada təzahür edir.

Sosial münasibətlər insanların bir-biri ilə qarşılıqlı ünsiyyət qurduğu, fikir və məlumat mübadiləsi apardığı əlaqələr sistemini ifadə edir. Bu münasibətlər qısamüddətli mübadilələrdən uzunmüddətli əlaqələrə qədər geniş spektri əhatə edə bilər. Belə qarşılıqlı təsirlər turizmin sosial mahiyyətini qabarıq şəkildə aşkar edir və onun cəmiyyətlər arasında qarşılıqlı anlayış, əməkdaşlıq və mədəni mübadilə sahəsindəki əhəmiyyətini artırır.

Bu baxımdan, turizmin sosial münasibətlərə təsirinin öyrənilməsi, turizmin dayanıqlı inkişafı, mədəni dəyərlərin qorunması və yerli icmaların sosial rifahının təmin olunması baxımından xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Müasir dövrdə turizm fəaliyyətləri artıq yalnız səyahət və istirahət məqsədi daşımır, eyni zamanda insanlar arasında yeni sosial əlaqələrin yaranmasına, müxtəlif dəyərlərin paylaşılmasına və sosial strukturda dəyişikliklərin meydana gəlməsinə səbəb olur. Buna görə də turizmin sosial münasibətlərdəki rolu və bu münasibətlərin idarə olunması, həm nəzəri, həm də praktik baxımdan aktual və vacib tədqiqat istiqamətlərindən biri kimi çıxış edir.

Müzakirə.

Turizmdə sosial münasibətlər anlayışı və növləri. İqtisadi sferanın ən gəlirli xidmət sahələrindən biri olan turizm bir çox istiqamətlərə bağlı olması ilə seçilir. Turizm müxtəlif elm sahələri ilə sıx bağlı olduğu kimi, sosial münasibətlər ilə də qarşılıqlı əlaqəyə sahibdir. Turizmin sosial münasibətlərdə yeri turistlərin getdikləri məkandakı individuallarla rəsmi, eləcə də qeyri-rəsmi formada münasibətlərin formalaşması ilə bağlıdır.

Dar mənada sosial münasibətlər cəmiyyətin fərdləri və qrupları arasında qurulan qarşılıqlı əlaqədir. Daha geniş mənada sosial münasibətlər fərdlər və ya qruplar arasında qısa sosial mübadilələrdən tutmuş uzunmüddətli əlaqələrə qədər geniş miqyaslı davranışları əhatə edən dinamik münasibətləri ifadə edir[3]. İnsanların məlumatlarını bölüşməsi, əlaqələr yaratması və sosial strukturlarını və rollarını müəyyən etməsi onların əsas prioritetidir. Drew (2023) sosial münasibətləri aşağıdakı növlərə ayırmışdır[3]:

- *Mübadilə yönümlü münasibətlər* bir fərdin və ya qrupun fayda almaq məqsədilə başqa bir fərd və ya qrupa qarşı müəyyən şəkildə davrandığı qarşılıqlı əlaqə növüdür. Turistə göstərilən xidmət müqabilində xidmət göstərənə mükafatın təqdim edilməsi mübadilə yönümlü münasibətə misal ola bilər.

- *Əməkdaşlıq münasibətləri* fərdlərin və ya qrupların ortaq məqsədlərə nail olmaq üçün birlikdə fəaliyyət göstərdiyi qarşılıqlı münasibətlərin formasıdır. Xidmət göstərən şirkətlərin və qurumların ortaq layihədə fəaliyyət göstərmələri əməkdaşlıq münasibətlərinə aid edilə bilər.

- *Rəqabət yönümlü münasibətlər* əməkdaşlığın əksi olaraq, individualların fərdi obyekt və ya məqsədlərə nail olması üçün bir-biriləri ilə mübarizə apardıqları münasibətləri əks etdirir. Turizm xidməti göstərən şirkətlərin bazarda öz üstün mövqelərini tutması üçün digər şirkətlərin apardıqları fəaliyyətlərə cavab olaraq müəyyən fəaliyyətlər nümayiş etdirməsini buna misal göstərmək olar.

- *Uyğunlaşmaya təşviq edən münasibətlər* müəyyən bir sosial qrupun sosial norma və dəyərlərinə uyğun gələn bütün davranış formalarını ifadə edir. Məsələn, turistin getdiyi destinasiya icmasının təyin etdiyi sosial norma və qaydalara uyğun davranış sərgiləməsi bura aid edilə bilər.

- *Məcburiyyətdən meydana gələn münasibətlər* bir və ya bir neçə fərdin sərbəst fəaliyyətini məhdudlaşdıran və məcburiyyət nəticəsində yaranan davranışdır. Misal olaraq,

turistin səyahət etdiyi ölkədə dövlət səviyyəli qanun və qaydalara tabe olmasından qaynaqlanan sosial münasibətləri demək olar.

- *Münaqişə yönümlü münasibətlər,* ziddiyyət təşkil edən məqsədlərə malik fərdlərin bir-biriləri ilə mübarizə apardığı münasibətləri ehtiva edir. Rəqabət yönümlü münasibətlərdən fərqli olaraq fərdlər arasında narazılığın olmasından qaynaqlanır. Misal olaraq, destinasiya daxilində turist və yerli əhali arasında ortaq firavanlığın olmaması münaqişə yönümlü münasibətlərin yaranmasına zəmin yarada bilər.

Sosial münasibətlərin növlərinə əsaslanaraq, turizmdə sosial münasibətlərin subyektləri kimi turistlər, xidmət sahəsində çalışan işçilər, yerli əhali, turizm şirkətləri eləcə də dövlət orqanları müəyyən edilə bilər. Daha da təsnifləşdirsək otelçilər, ofisiantlar, mağaza işçiləri, tur bələdçiləri, taksi və avtobus sürücüləri və digər individuallar buraya daxil edilir. Ona görə turizmdə sosial münasibətlər turist və digər turistlər arasında, turistlər və xidməti işçilər arasında, turist və yerli icma arasında, turistlər və turizm sənayesində işləyən işçilər eləcə də turistlər və investorlar arasında baş verir[5, s. 79].

Turizm və sosial münasibətlər arasındakı qarşılıqlı təsir. Destinasiyada sosial mühitin normada olması turizm hərəkətlərinə birbaşa təsir edən faktordur. Turizmin inkişafının ən ümumi sosial və mədəni nəticələri yerli destinasiyanın həyat keyfiyyətinin və onun dəyərlərinin, norma və ənənələrinin, fərdi davranış və həyat tərzinin, ənənəvi mərasimlərin, icma təşkilatının və sosial qarşılıqlı əlaqələrin dəyişməsində əks olunur[5, s. 78]. Turizm proseslərinə birbaşa təsir edən sosial amillər əsasən destinasiya icması və turistlər arasında qarşılıqlı əlaqələr, mal və ya xidmətin alınması zamanı olan münasibətlər, ortaq məhəllədə və ya binada yaşayan turistlər arasında ünsiyət, eləcə də məlumat və fikir mübadiləsi üçün üz-üzə gəldikdə yaranır.

Sosial münasibətlər mədəniyyətlərarası mübadilə yaradır. Bu proses müxtəlif mədəniyyətlərin tanınmasına, adət-ənənələrin paylaşılmasına və qlobal mədəni anlayışın genişlənməsinə səbəb olur. Nəticədə, turizm sektoru daha zəngin mədəni təcrübələr təqdim edərək cəlbediciliyini artırır. Sosial münasibətlərin davamlılığı cəmiyyətdə sülh və sabitliyin möhkəmlənməsinə töhfə verir. Müxtəlif millət və mədəniyyətlərdən olan insanlar arasında qurulan sosial münasibətlər qarşılıqlı anlaşmaya və əməkdaşlığa şərait yaradır. Sülh və sabitlik, öz növbəsində, turizmə olan tələbi artırır, çünki turistlər təhlükəsiz şəraitdə olan destinasiyalara səyahət etməyi üstün tuturlar. Həmçinin, yerli əhali və turistlər arasında qarşılıqlı əlaqələri gücləndirir, bu da mədəni irsin qorunması və təbii resursların dayanıqlı istifadəsi üçün ortaq məsuliyyət hissi yaradır.

Destinasiyanın sosial daşıma qabiliyyəti turizmdə sosial münasibətlərin mühüm ölçü vahididir. Sosial daşıma qabiliyyəti destinasiyaya gələn turistlərlə yerli icma arasındakı qarşılıqlı əlaqələrə əsasən ölçülür. Sosial daşıma qabiliyyəti fiziki, ekoloji və iqtisadi daşıma qabiliyyətinə nisbətən ölçülməsi çətindir. Çünki: "sosial daşıma qabiliyyəti yüksək dərəcədə qavrayış və dəyərlərdən asılıdır. Üstəlik, onu ölçmək fərdi üstünlüklərdən, münasibətlərdən, fikirlərdən və təcrübələrdən asılıdır"[1, s. 7]. Sosial daşıma qabiliyyəti turistlərin və ən əsas yerli xalqın tolerantlıq səviyyəsindən asılı kəmiyyətdir. Yəni sosial daşıma qabiliyyətinin aşılması turizm hərəkətlərinə və turistlərə qarşı dözümsüzlüyün yaranması deməkdir.

Ölkədə həddindən artıq turistlərin olması, yəni overturizm destinasiyanın fiziki yüklənməsi ilə yanaşı sosial daşıma qabiliyyətinə də təsir edir. Overturizm, ev sahiblərinin, qonaqların və ya ziyarətçilərin çox olduğunu və ərazidə həyat keyfiyyətinin qəbuledilməz dərəcədə pisləşdiyini hiss etdikləri vəziyyətdir[6, s. 157]. Destinasiyanın həddindən artıq yüklənməsinin qarşısının alınması üçün Amsterdam hökuməti tərəfindən müxtəlif fəaliyyətlər praktikada tətbiq edilmişdir. Məsələn, 2020-ci ilin əvvəllərindən etibarən "De Wallen" küçəsinə turlar qadağan edilmişdir. Bir digər addımında isə Amsterdamda qiymətləri qaldıraraq seçmə demarketinq, digər tərəfdən isə məhsulları məhdudlaşdıraraq demarketinq strategiyasını həyata

keçirmişlər [4, s. 3021].

Sosial amillərin turizmə təsiri Doxey`in tolerantlıq modelində öz əksini tapır. Doxey`in Tolerantlıq Modeli klassik bir model olsa da əslində turistlər və yerli icma arasındakı münasibətləri ifadə edən unikal modeldir. Model destinasiyada turistlərin sayının artmasının yerlilərin onlara qarşı münasibətlərinin yaxşıdan pisə doğru dəyişikliyini vurğulayır. 4 mərhələyə bölünərək tərtib olunmuşdur [2, s. 68]:

Tolerantlıq modelinin ilkin mərhələsi *xoşbəxtlik* adlanır. Bu mərhələnin göstəriciləri ondan ibarətdir ki, destinasiya xalqı tam olaraq turizm proseslərindən razıdır, xarici turistlər yerlilər üçün narahatlıq yaratmır, turistlərə səmimi davranılır və turistlər pul xərcləməklə yerlilərə stimul olurlar. Ziyarətçilər və turistlər arasında qarşılıqlı anlayış nümayiş olunur. Adətən bu halı turizmin çiçəklənən dövründə hiss etmək olur, çünki turist sayı əhalinin rifahını pozacaq dərəcədə çox olmur.

Biganəlik mərhələsi turizmin destinasiyada geniş miqyasda yayılması ilə yerli əhalinin onlara marağının azalması və yerlilərin turistlərə biganə yanaşması kimi özünü büruzə verir. İnsanlar turizmi gəlir mənbəyi kimi qəbul etdikcə artıq turistlərin özünə deyil, onların xərclədiyi pula meyillənirlər; yanaşma qayğıkeşlikdən çox işgüzarlıq və iqtisadi faydaya yönəlir. Əvvəlki mərhələyə nisbətdə individualların əksəriyyəti turistlərə qarşı daha rəsmiləşməyə başlayır, əvvəlki səmimiyyəti itirirlər.

Turistlərin həddindən artıq olması, lokal xidmət sahələrinin azalması və yerli icmanın bu xidmətlərdən çətinliklə istifadə etməsi ilə turizm hərəkətlərinə olan münasibətdə *narahatlıq mərhələsi* əmələ gəlmiş olur. Sakinlər gündəlik həyatlarının pozulduğunu və turistlərin ehtiyaclarının onların ehtiyaclarından üstün tutulduğunu hiss etdikləri üçün turizm fəaliyyətləri onlar üçün narahatlıq doğuran ünsürə çevrilir. Bu mərhələ turizmin mənfi təsirlərinin nəzərə çarpmağa başladığı və icmada narazılıq hissinin yayılmağa başladığı nöqtədir.

Artıq sonuncu mərhələdə əvvəlki narazılıq açıq etiraz və qarşıdurma halında özünü göstərir və turistlərə qarşı *düşmənçilik* hissinin formalaşmasına gətirib çıxarır. Münasibətlərin mərhələsində yerlilər bütün problemlərin turistlərdən qaynaqlandığını iddia edir, ayrı-seçkilik yaradır və onlara qarşı kin, nifrət hissi bəsləyirlər. İnflyasiya, kirayə evlərin qiymətinin qalxması, xidmətlərdən istifadə edə bilməmək, gənc nəslin pis vərdişlərə qoşulması belə turistlərin çoxluğundan qaynaqlanaraq yarandığı düşünülür və yerli xalqın turistlərə qarşı sərt mövqe almasına səbəb olur.

İlk 2 mərhələdə turistlərə olan sosial təsir müsbət xarakter doğurur. Ona görədir ki, yerli icmanın turistlərə davranışları mübadilə əsasında qurulub və qarşılıqlı olaraq hər iki tərəf fayda görür. Sonuncu iki mərhələlərdən məlum olur ki, əhalinin rifah səviyyəsinin pozulması turistlər və yerli icma arasında münasibətlərin pisləşməsinə doğru aparır. Model göstərir ki, yerli icma ilə turistlər arasındakı münasibətlərin nəzarətdə saxlanılması sektorun davamlı inkişafı üçün vacibdir.

NƏTİCƏ

Turizm sosial və mədəni əlaqələrin formalaşmasında mühüm rol oynayan kompleks bir sahədir. Turistlər və yerli icmalar arasındakı münasibətlər, turizm sənayesinin dayanıqlı inkişafını təmin etmək üçün əsaslı şəkildə nəzərə alınmalı və idarə edilməlidir. Bu münasibətlər həm müsbət təsirlər (mədəni mübadilə, əməkdaşlıq, iqtisadi inkişaf), həm də mənfi təsirlər (sosial münaqişələr, narazılıq, turistlərə edilən təzyiq) yarada bilər. Turistlərlə yerli icmanın əlaqələrinin yaxşılaşdırılmasında turizmdə maraqlı olan tərəflərin marifləndirilməsi və turizm sahəsi üzrə təhsil səviyyəsinin artırılması əsas prioritetdir. Əsasən, yüksək sayda turist qəbul edən destinasiyalarda marifləndirmə tədbirlərinin həyata keçirilməsi turizmdə sosial əlaqələrin yaxşılaşdırılmasına zəmin yarada bilər.

Turizm fəaliyyətlərinə yerli icmanın cəlb olunması, onların iqtisadi fayda əldə etmələri, ənənələrin və dəyərlərinin qorunması turizmdə sosial münasibətləri təkmilləşdirə bilər. Turist axınlarının nəzarət altına alınması, məhdudlaşdırılması və ya digər destinasiyalara marağın artırılması, ətraf mühitə və yerli icma maraqlarına daha az zərər verəcək turizm növlərinin formalaşdırılması məqsədəuyğun hesab edilə bilər. Turistlərin destinasiyalarda sosial norma və qanunlara riayət etməsini təmin etmək üçün məlumatlandırma və nəzarət mexanizmlərinin tətbiqi turizmdə sosial münasibətlərin sabitləşməsinə köməklik göstərə bilər.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. bin Yusoh, M.P. və digərləri, "Tourism Carrying Capacity And Social Carrying Capacity: A Literature Review." SHS Web of Conferences, 2021. Vol. 124, s. 2-11.
2. Çam, O. və Çelik, C. "Aşırı Turizm Kapsamında Turistlere Yönelik Olumsuz İfadeler, Yapılan Eylemler ve Bunların Turizme Yansımalarının Değerlendirilmesi". Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2022. s. 66-82.
3. Çetinoğlu D., Uygur S. M., "Aşırı Turizm Sorununa Çözüm Olarak Pazarlamama Stratejileri Kullanılabilir Mi? Pamukkale Örneği", İşletme Araştırmaları Dergisi, 2020. 12 (3), s. 3008-3026.
4. Drew, C. (2023). *Social Interaction Types & Examples (Sociology)*. Helpful Professor. https://helpfulprofessor.com/social-interaction-types-and-examples/
5. Dujmović, M. və Vitasović, A. (2022) "Importance Of Social Interaction And Intercultural Communication In Tourism". WIT Transactions on Ecology and the Environment, Vol 256, s. 77-83.
6. Veríssimo M. və digərləri, "Overtourism and tourismphobia: A systematic literature review." Tourism: An International Interdisciplinary Journal, Vol. 68, No. 2, 2020, s. 156-169

Hüseyn TALIBOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
magistrant
talibov.huseyn2401@.atmu.edu az

LERİK RAYONUNA TURLARIN TƏŞKİLİ

Xülasə: *Bu məqalədə Lerik rayonunun turizm potensialı və bu əraziyə turların səmərəli təşkiliməsələləri elmi baxımdan araşdırılmışdır. Lerikin ekoloji, tarixi, mədəni və dini resursları, eləcə də aqroturizmin inkişaf imkanları təhlil edilmiş, turizmin regionun sosial-iqtisadi inkişafındakı rolu qiymətləndirilmişdir. Araşdırma göstərir ki, ekoturizm, kənd və inanc turları yerli iqtisadiyyatın canlanmasına, məşğulluğun artmasına və əhalinin rifah səviyyəsinin yüksəlməsinə şərait yaradır. Lerikin unikal təbiəti, uzunömürlülük fenomeni, zəngin folkloru və memarlıq abidələri dayanıqlı turizmin inkişafı üçün böyük potensial təqdim edir. Məqalədə həmçinin turizmdə animasiya xidmətlərinin rolu, ekoloji tarazlığın qorunması, infrastrukturun təkmilləşdirilməsi və yerli icmaların turizm proseslərinə cəlb olunması kimi amillər vurğulanır. Nəticə olaraq qeyd olunur ki, Lerikdə dayanıqlı turizm modeli formalaşdırılarsa, bu, həm regionun iqtisadi yüksəlişinə, həm də milli mədəni irsin qorunub təbliğinə əhəmiyyətli töhfə verəcəkdir. Turizmin inkişafı Lerik rayonunu ölkənin aparıcı ekoturizm və mədəni turizm mərkəzinə çevirmək potensialına malikdir.*

Açar sözlər: *Lerik rayonu,, ekoturizm, kənd turizmi, inanc turizmi, mədəni irs.*

ORGANIZATION OF TOURS TO LERIK REGION

Abstract: *This article provides a scientific examination of the tourism potential of the Lerik district and the organization of tours to this region. It analyzes the ecological, historical, cultural, and religious resources, along with the prospects for developing agrotourism and its contribution to regional socio-economic progress. The study concludes that eco, rural, and faith-based tourism can stimulate local economic growth, create new employment opportunities, and improve community well-being. Lerik's unique nature, the phenomenon of longevity, rich folklore, and architectural monuments offer strong foundations for sustainable tourism development. The article highlights the importance of animation services in enhancing tourist satisfaction, protecting environmental balance, and improving infrastructure quality. It also emphasizes the active participation of local residents in tourism management as a key factor for long-term success. Overall, the paper suggests that by adopting an ecologically responsible and culturally sensitive tourism model, Lerik can become one of Azerbaijan's leading centers for ecotourism and cultural tourism, contributing to both regional prosperity and preservation of national heritage.*

Keywords: *Lerik district, ecotourism, rural tourism, religious tourism, cultural heritage*

ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРОВ В ЛЕРИКСКИЙ РАЙОН

Резюме: *В статье проводится научное исследование туристического потенциала Лерикского района и организации туров в этот регион. Рассматриваются экологические, исторические, культурные и религиозные ресурсы, а также перспективы развития агротуризма и его влияние на социально-экономическое развитие региона. Исследование показывает, что экотуризм, сельский и паломнический туризм способствуют росту экономики, созданию новых рабочих мест и повышению благосостояния местного населения. Уникальная природа Лерика, феномен долголетия, богатое фольклорное и архитектурное наследие создают основу для устойчивого развития туризма. Особое внимание уделяется роли анимационных услуг в повышении привлекательности туров, сохранению экологического равновесия и совершенствованию инфраструктуры. Также подчеркивается важность участия местных жителей в туристической деятельности как фактора долгосрочного успеха. В заключение отмечается, что внедрение модели устойчивого и экологически ответственного туризма позволит Лерику стать одним из ведущих центров экотуризма и культурного туризма Азербайджана, способствуя экономическому росту и сохранению национального наследия.*

Ключевые слова: *Лерикский район, экотуризм, сельский туризм, религиозный туризм, культурное наследие*

GİRİŞ

Lerik rayonu Azərbaycanda Talış dağlarının ətəklərində yerləşən ən füsünkar güşələrindən biridir. Bu rayon gözəl təbiətə meşə ətri duyulan dağ havasina şəfali bulaqlara bol sulu çaylara və münbüt torpaqlara malikdir. Bu diyarin özünə məxsus iqlimi vardir. Yayda temperatur nadir hallarda müsbət 25 dərəcəni keçir. lakin yazda yağan çox sayli yagişlar yollarda gediş gəlişi çətinləşdirir. Rayonun tarixi Azərbaycanin qədim tarixinin ən maraqli məqamlarini özündə əks elətdirir. ərazisində hələ neolit dövründə məskünlaşmış oldugunu sübut edən çoxlu sayda mədəniyyət və tarix abidələri qalmişdir. Məsələn daş dövründən qalmış mağara şəklində düşərgə yeri və mistan dağ kəndinin yağınlıgında dəniz səviyyəsindən təqribən

2430m yüksəklikdə yerləşən qədim Qızyurdu məskəni bu qəbildəndir.

Həmçinin Lerikin səfalı yerlərində Relax Meşəbəyi Təbəssüm kimi istirahət mərkəzləri yaradilmisdir ki bütün bunlar lerik rayonuna təşkil olunan turlarin cəzbediciliyini və müxtəlifliyini artırır. Lerik rayonuna muxtelif turizm növləri üzrə turıar təşkil olunmasi məqsədə uyğundur.

ƏSAS HİSSƏ

Lerik rayonuna turların təşkili zamanı turizm marşrutlarının düzgün seçilmiş olması turun uğurlu təşkili üçün vacib şərtlərdən biridir. Turist marşrutları müştərilərə təqdim olunan əsas turizm xidmətlərindən biridir. Marşurut istənilən turistin əvvəlcədən seçdiyi yol boyunca nəzərdə tutulmuş nəqliyyatdan istifadə edərək, müəyyən zaman çərçivəsində müxtəlif obyektləri və yerləri səyahət etməsidir. Marşurutun başlangici turistlərin ilk getdiyi obyekt hesab olunur və danışığa əsasən ilk xidmət göstərilir. Marşurutun sonu isə turistlərin ən son dayandıqları yer yaxud ən sonuncu xidmət hesab olunur.[3;163]

Ekoloji turlar

Lerik rayonu ekoturizm baxımından çox əlverişli rayondur. Lerikdə mövcüd olan təbii relyef şəraiti milli parklar qoruqlar və bir sıra müalicevi əhəmiyyətli yerlər ekoturizmin müxtəlif formalarinin təşkili üçün əlverişli imkanlar yaradır. Azərbaycanda qəbul olunmuş turizm haqqinda qanuna əsasən ekoloji turizm -ekoturizm- təbiətə minimum təsir edən iqtisadi inkşafin qorunmasi prinsipləri ilə əlaqədar təbii ekoloji sistemi bioloji və mədəniyyət ilə tanişlığı birləşdirən turizm formasidir. Azərbaycanda ekoturizm təbiətlə vəhdət təsərrüfatlarda və fermalarda iş aparmaq interaktiv ustad dərslərində iştirak etmək deməkdir. Ekoturizm öz motivlərinə görə təbiətlə canlı ünsiyyətdə oıub təbii gözəlliklərlə tanişliq habelə sağlamlıq marifləndirmə kimi məqsədlər daşıyır. Ekoturizm üzrə turistlərin səyahətlərinin təşkil oluna biləcəyi bütün istiqamətlərdə turlarin işıənib hazirlanmasi onların bütün tələblərə uyğun şəkildə əsaslandırılması qarşıda duran vacib məsələlərdəndir. Yaradılacaq turlarin davamlılığı onlarin texniki və iqtisadi cəhətdən əsaslandirilması burada ekoloji maraqıarin ödənilməsi təhlükəsizlik məsələləri bu istiqamətdə görüləcək işlərin ən mühümləridir.

Azərbaycanda ekoturizmin inkişafinda milli parklarin əhəmiyyəti çox mühümdür. Rayonun Zuvand ərazisində Zuvand dövlət yasaqlığı-qoruq vardır. Burada fəaliyyət göstərən Milli Elmlər Akademiyasının – Nəbatət elmi-tətqiqat mərkəzi ərazinin fauna və florasını öyrənir. Ərazidə 40.3 min hektar meşə örtüyü vardır. Milli parklar xüsusi mühafizə olunan təbiət ərazileridir. Milli parklarda ekoturizm infrastrukturu çox zəifdir. Milli parkların elektron xəritələrini hazırlamaq və turistlərin parklarda rahat hərəkəti üçün hər cür şərait hazırlanmalıdır.

Tarixi mədəni turlar

Mədəni turizm anlayışı ilk dəfə 1980 ci ildə avropa birliyinin mədəni kimliyi və mirasını ortaya çıxarmaq üçün aparılan araşdırmalarda meydana gəlmişdir. BMT-nin Ümumdünya Turizm Təşkilati mədəni turizm terminină bele tərif verir-Mədəni turizm insanlarin öz yaşadiqlari yerdən çıxıb digər şəhərıər yaxud ölkələrin mədini irs nümayiş obyektləri ni görmək yeni məlumat və təcrübə toplayaraq öz mədəni ehtiyaclarini təmin etmək həmçinin insanlarin öz yaşadiqlari yerden başqa digər yerlərdəki abidələri həmin ərazinin incəsənəti mədəni özünü ifadə formalarini – etnoqrafik elementler və s. görmək məqsədi ilə bir yerdən digər yerə hərəkət etmək fəaliyyətidir.[1;168]

Lerik rayonunun erazisinde bu erazinin hele neolit dovrunden meskunlasmis oldugunu subut eden çoxsayli mədəniyyət və tarix abidələri qalmışdır.Buna misal olaraq daş dövründən qalmış mağara şəklində düşərgə yeri ,Mistandaginin yaxınlığında dəniz səviyyəsindən təqribən 2430m yüksəklikdə yerləşən qədim Qızyurdu məskəni bu qəbildəndir . Həmçinin bu rayonun Conu kəndi yaxınlığındakı Baba Həsən məqbərəsi , Mondigah Kəndindəki Baba İsa məqbərəsi,

Xanəgah kəndindəki Xoca Seyid məqbərəsi (xıv əsr) Kekonu kəndinin yaxınlığındakı Pir Yusif məqbərəsi, Cəngəmiran kəndinə gedən yolun kənarındakı Cabir məqbərəsi (XII-XIVəsrlər) və Xəlifə Zəkəriyyə məqbərəsi , rayonun tarixi mədəni abidələri sırasındadır. Bu abidələr Lerik rayonuna təşkil edilən Tarixi və mədəni turlar üçün əvəzedilməz turizm resurslarıdır.[2;91]. Lerik rayonu uzun ömürlülər diyarı kimidə məhşurdur. Vaxtilə bu rayonun sakini olmuş və 163 il (1812-1975) fəal həyat tərzi yaşamiş Şirəli Müslümov uzunömürluluk üzrə dünya rekordu müəyyən etmişdir. Onun digər həmyerlisi Məcid Ağayev 138 il (1835-1973) və Mahmud Eyvazov isə 150 il (1808-1958) yaşamışdır. Hazırda bu rayonda yaşı 100-ü keçmiş, lakin hələ də əmək qabiliyyətini saxlamış onlarca insan yaşayır. Səyyah, etnoqraf-tarixçi Berezin qeyd edir ki, "buranın yerli əhalisi çox qədim xalqdır. Onlar keçmiş midiyalılardır". Lerikdə dövlət mühafizəsində olan daşınmaz tarixi mədəniyyət abidələri mövcuddur. Bunlardan yerli əhəmiyyətli memarlıq abidələri 27, arxeloji abidələr 25, monumental və xatirə abidələri 1, dekorativ, tətbiqi sənət abidələri 78 və s.-dir. Lerik şəhərində 1 ədəd tarix-diyarşünaslıq muzeyi, "Uzunömürlülər" muzeyi, rəsm qaleriyası fəaliyyət göstərir.

Rayonda müxtəlif xalq sənəti növləri inkişaf etmişdir. Bu sənət növlərinə xalçaçılıq, ağacdan müxtəlif məişət əşyalarının hazırlanması, dulusçuluq sənəti və s. aiddir. Lerikdəki xalça toxuculuğunun fərqli cəhəti onun ənənəvi üsul olan şaquli dəzgahlarda deyil, birbaşa döşəmə üzərində yerləşən üfuqi dəzgahlarda toxunmuşdur.

Lerik mədəniyyət və tarix baxımından da çox zəngindir. Yerli ənənələr, folklor, musiqi və rəqs tədbirləri turistlərə mədəni irsi öyrənmək və yerli həyatla daha yaxından tanış olmaq imkanı verir. Lerikdəki tarixi abidələr, qədim məscidlər, məqbərələr və arxeoloji tapıntılar da mədəni turlarının əsasını təşkil edir.

Bu turlar yerli sakinlərlə əlaqə qurmaq, onların gündəlik həyatını və adətlərini öyrənmək üçün yaxşı bir fürsət təqdim edir. Turistlər, həmçinin, yerli sənətkarlıq məhsullarını və əl işlərini öyrənə bilərlər.

İnanc turizminin təşkiki

İnanc və dərk etmə turizmi baxımından uzaq səfərlərə yollanmaq tarixən ən qədim səyahət növlərindən biri olmuşdur. Cəmiyyətin İqtisadi və mədəni tərəqqisinin, xalqlar arasında humanitar əlaqələrin və tolerantlığın bir göstəricisi olan turizmin inkişafı zamanı dini turizmin əhəmiyyəti böyükdür. Müasir dövrdə İnanc turizmi kruiz və konfrans turizmindən sonra ən bahalı turizm növlərindən biridir. İnanc turizminin təşkili üçün ümumi şərtlər olsada bu turizm növünün özünə məxsus tələbləridə vardır. Dindarlar və zəvvarlar üçün yaradılması vacib olan ibadət yerləri,mehmanxanalarda ayrıca olaraq qadınlar və kişilər üçün tələb olunan müvafiq şərait, müxtəlif xidmətlərdən ibarət turların yaradılması və onların texniki və iqtisadi cəhətdən qiymətləndirilməsi, bu turlar üzrə müxtəlif turist seqmentini maraqlandıran qiymətlərin müəyyənləsdirilməsi spesifik tələblərdən biridir [4;128]

Lerik rayonu inanc turlarının təşkili üçün böyük potensiala malik bir ərazidir . Rayon ərazisində xüsusilədə köhnə qəbiristanlıqlarda 30 dan artıq türbə qeydə alınmışdır .Burada diqqət çəkən məsələlərdən biridə odur ki , həmişə türbələrin ətrafında nadir kollar və ağaclar bitir. Misal olaraq, Dağdağan. Bu ağacın göyərdiyi torpağın ətrafi belə müqəddəs hesab olunur. Lerik əhalisinin və bura gələn turistlərin böyük ehtiramla ziyarət etdiyi müqəddəs ünvanlardan biri Babagil türbəsidir. Əlbəttə ki burada inanc yeri olan ocaqlar çoxdur. Qoca Seyid, Baba Həsən, Yer ocağı və sair. Lüləkaran kəndində XIX əsrdə inşa edilmiş orjinal məscid salamat qalmışdır. Rayonun bir çox kəndlərində daşdan duzəldilmiş qoç fiqurlarının saxlanılmasında diqqətə layiq faktlardan biridir.

Bütun bu saydığımız inanc yerleri ,dini abidələr imkan verir ki , Lerik inanc turlarin təşkili olunsun. Bunun üçün ərazidəki müqəddəs yerlər tanıdılması və marketinqinin düzgün aparılması vacib şərtlərdən hesab olunur. Dünya miqyasında baxsaq bu cür inanc yerlerine təşkil olunan turlar yüksək miqdarda həmin əraziyə eləcə də ölkəyə gəlir gətirir.Bu məqsədlə

Lerik rayonunda belə ərazilərin qorunub saxlanılması ve turizm məqsədli səmərəli istifadəsi aktual məsələlərdən hesab olunur. Təbii ki bu turlarin təşkil edilməsi üçün lazımi infrastrukturuda inkşaf etdirmək əsas şərtlərdən biridir. Bura gələn Zəvvarlar üçün yerləşmə müəssələrinin dini tələblərə uyğun şəkildə hazırlanması, bu müəssisələrdə dəstəmaz və namaz otaqlarının olması mütləq hesab olunur.

Aqro(kənd) turlarının təşkili

Kənd turizmi dünyada məhşur turizm növlərindən birinə çevrilmişdir.Bu turizm növü - öz daxilində müxtəlif növ turizmi özündə birləşdirən bir turizm sektorudur. Kompleks regional turizm məhsulu yaratmaq üçün kənd yerlərinin təbii ,tarixi ,sosial -mədəni obyektlərdən və digər ehtiyatlardan geniş istifadə edilməlidir.

Kənd turizmi kənd yerlərində istirahətlə yanaşı,burada göstərilən xidmətlərə: turistlərin yerləşdirilməsi ,qidalanma dərketmə və əyləncə tədbirlərinin təşkili və digər xidmətləri aid etmək olar . Bu turizm növü qonaqlara kənd həyat tərzini hiss etdirməyə, yeni insanlarla tanış olmağa, maraqlı adətləri öyrənməyə, təsərrüfat işlərində iştrak etməyə və bir stol arxasında kənd abu havasında qidalanmağa imkan verir. Kənd turizmində iştirak turistlər üçün şəhər həyatından uzaqlaşmağa, maraqlı təcrübələr qazanmağa imkan verdiyi kimi həm də kənd əhalisinə gəlir gətirir.

Kənd turizminin inkşafı kənd yerlərinə xas olan bir çox problemlərin həllinə təsir göstərə bilər. Bu problemlərə aiddir:

1. kənd yerlərində sosial-iqtisadi inkşafin aşağı səviyyədə olması
2. Kəndlərdən əhalinin şəhərlərə adının davam etməsi
3. iri ərazi vahidlərində birləşməyə və müasirləşdirməyə yaramayan kiçik və orta təsərrüfatin olması
4. Bazar üçün heç bir məhsul istehsal etməyən və digər fəaliyyətlə məşgul olmaq imkanı olmayan çox kiçik və imkansız təsərrüfatlarin mövcudluğu
5. Daxili kənd ərazilərinin xidmət mərkəzlərinin uzaqlığı
6. Daxili turizmin təşkilinin aşağı səviyyəsi.[6 ;371]

Son 20 ildə Kənd turizmi Avropa ölkələrində daha çox inkşaf etmişdir ve turizm sənayesinin gəlirli sahələrindən birinə çevrilmişdir. Hazırda Avropanın və bir sıra şərq ölkələrinin kəndlərində yaranmış gərgin vəziyyətdən çıxış yolu kimi bu turizmin inkişaf etdirilməsində görürlər. Kənd turizminin inkişafının nəticələri artıq baltikyanı dövlətlərdə, Belarus və Ukraynada məlumdur. Rusiyada da kənd turizminin inkişafına xüsusi maraq var.

Respublikamızda da bu turizm növünün inkişafı regionlardakı qeyri bərabərliyin həlinə böyük töhvə verə bilər. Kənd yerlərində yəşayan insanların məşğulluq probleminin həllində bu turizm növü əvəzedilməz imkanlar təklif edir. Respublikamızda Kənd turizmini inkişaf etdirmək üçün potensiali yuksək olan rayonlar çoxdur . Lerik rayonunun kəndləri üçün kənd turizmi yeni istirahət növü olan bilər. Bu turizm Lerikdə bir sıra problemlərin -Sosial, iqtisadi, ekoloji və b. həllinə imkan verə bilər. Lerikdə kənd turizminin inkişafina səbəb ola biləcək amillər aşağıdakılardır:

- əlverişli iqlim şəraiti və ehtiyatlar
- aqrolandşaftin cəlbediciliyi
- nisbətən böyük olmayan investisiyalarla turistləri cəlb edən kiçik və orta təsərrüfatlar
- zəruri infrastruktur
- əlverişli ekoloji vəziyyət
- azərbaycan xalqının qonaqpərvərlik ənənələri.

Bütün bu resurslar imkan verir ki Lerik rayonunda Kənd turizmi inkşaf etsin. Bu isə Respublikanın regionlarinin sosial-iqtisadi inkişafi dövlət proqramlarının reallaşdirilmasinda əhəmiyyətli rol oynayacaqdır.

Turların təşkil olunmasında animasiyanın rolu

Turizmdə animasiya xidmətləri isə qonaqların xoş zaman keçirmələrini təmin etmək və müəssisəyə olan tələbi artırmaq məqsədilə edilən bütün canlandırmaları əhatə edir. Bu nöqte-yi-nəzəri ilə baxdığımızda animasiya; canlandırma, əyləndirmə, ardıcıl və axar-baxar təqdim etmə, qonaqları hərəkətə gətirmə və bütün bunların müəyyən bir quruluş, proqram, ssenari, sinopsis şəklində hazırlanması kimi xüsusiyyətlər daşıyan canlandırma fəaliyyətlərinin vəhdətidir. Animator isə tərtib olunan proqramlar və ssenarilər çərçivəsində məclisi idarə edən, hərəkətə gətirən şəxs mənasında istifadə edilməktədir, yəni azərbaycanca izah etsək məclisin masabəyi, tamadası, idarə edənidir.[5;6]

Animasiya xidmətləri Lerik rayonuna təşkil olunan turları daha maraqlı və yadda qalan edəcəkdir. Bu xidmətlərin əsas hədəfi turistlərin xoş vaxt keçirməsi və yadda qalan təcrübələr əldə etməsi hesab olunur.Animasiya proqramları turistin spesifik ehtiyaclarına və maraqlarına uyğun olaraq hazırlanır. Ehtiyac və maraqlar bir çox amillərdən asılıdır. Bu amillərə yaş, cins, milliyət, təhsil səviyyəsi, gəlir səviyyəsi və s. aid edilir. Proqram hazırlanarkən bu amillərə xüsusi diqqət yetirmək turistin məmnunluğu üçün əsas şərtlərdən biridir. Animasiya xidmətlərinin düzgün istifadəsi Lerik rayonuna təşkil olunan turların cəlbediciliyini artıracaq və rayonda turizmin canlanmasına böyük töhvə verəcəkdir.

NƏTİCƏ

Turizmin inkişafı yerli əhalinin həyatına müsbət təsir göstərir. Yerli insanlar, turistlərə xidmət etməklə, həm də mədəniyyətlərini və ənənələrini nümayiş etdirərək əlavə gəlir əldə edirlər. Bu prosesin ekoloji cəhətdən davamlı olması vacibdir. Lerikdəki turizm sektoru, yerli iqtisadiyyatı gücləndirə bilər, lakin təbii resursların qorunmasına xüsusi diqqət yetirilməlidir. Yerli əhalinin turizmdən faydalandığı və ekoloji cəhətdən davamlı bir turizm modeli yaradıldığı təqdirdə, Lerik rayonu gələcəkdə daha da cəlbedici turizm mərkəzinə çevrilə bilər.

Lerikdəki turizm potensialı, həm təbii, həm də mədəniyyət baxımından geniş imkanlar təqdim edir. Bu potensialdan istifadə edərək, ekoturizmin və mədəni turizminin inkişafını daha da sürətləndirmək mümkündür. Bu məqsədlə yerli əhalinin təlimi, turizm infrastrukturunun təkmilləşdirilməsi və ekoloji balansın qorunması kimi tədbirlər mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Turizmin inkişafı həm bölgənin iqtisadiyyatını gücləndirəcək, həm də yerli əhalinin mədəni irsini tanıtmaq və qorumaq üçün yeni imkanlar yaradacaq.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Ağakərimov M. Quliyev R. Turizmin növləri .Bakı: 2024
2. Abadov.M. Azərbaycan Turizmi və onun inkşaf problemləri. Bakı: 2015
3. Bilalov.B.Ə. Gülalıyev Ç.G. Turizmin əsasları .Bakı: 2015
4. Cabbarov.Ə.X. Turizm maşurutlari və ekskursiya işinin təşkili. Bakı: 2017
5. Növrəsli .T. N.Unanimasiya. Bakı :2018
6. Soltanova.H. Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkşafi. BAKI: 2015

Fərid KAZIMLI
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
feridkazimli134@gmail.com

AZƏRBAYCANDA QOLF TURİZM İMKANLARININ QİYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Xülasə: *Azərbaycanda qolf turizmi son illər turizm sektorunun innovativ və yüksək gəlir gətirən istiqamətlərindən biri kimi diqqət mərkəzinə çıxmışdır. Xüsusilə Abşeron yarımadasında beynəlxalq standartlara uyğun qolf meydançalarının fəaliyyətə başlaması ölkənin premium idman turizmi bazarına inteqrasiyasına şərait yaratmışdır. Qolf turizmi yalnız idman fəaliyyəti kimi deyil, eyni zamanda yüksək xərcli turistlərin cəlb olunması, konfrans və tədbir sektorunun inkişafı, mövsüm asılılığının azaldılması və ölkənin brend dəyərinin yüksəldilməsi baxımından strateji əhəmiyyət kəsb edir. Tədqiqatda Azərbaycan qolf turizmi potensialı mövcud infrastruktur, təbii-iqlim resursları, geosiyasi mövqe və beynəlxalq rəqabət perspektivləri əsasında qiymətləndirilmişdir. Nəticələr göstərir ki, ölkə bu sahədə ciddi üstünlüklərə malik olsa da, tanıtım çatışmazlığı, yerli kadr azlığı və beynəlxalq turnirlərin azlığı inkişafı ləngidən əsas məhdudiyyətlər sırasındadır.*

Açar sözlər: *qolf turizmi, idman turizmi, yüksək gəlirli turistlər, Abşeron, turizm potensialı, iqtisadi inkişaf*

ASSESSMENT OF GOLF TOURISM OPPORTUNITIES IN AZERBAIJAN

Abstract: *In recent years, golf tourism has emerged as one of the most promising and high-income segments within Azerbaijan's tourism industry. The establishment of international-standard golf facilities, particularly in the Absheron Peninsula, has positioned the country to attract premium-category tourists and integrate into the global sports tourism market. Golf tourism is not limited to recreational activity but plays a strategic role in promoting business tourism, extending the tourism season, enhancing destination branding, and stimulating the hospitality, transportation, and event management sectors. This research evaluates the potential of golf tourism in Azerbaijan based on its available infrastructure, natural and climatic advantages, strategic geographical location, and competitive positioning in the international market. The findings indicate that despite its strong potential, the sector faces key challenges, including insufficient global promotion, a shortage of specialized local workforce, and the limited organization of international tournaments.*

Keywords: *golf tourism, sports tourism, high-income tourists, Absheron, tourism potential, economic impact*

ОЦЕНКА ВОЗМОЖНОСТЕЙ ГОЛЬФ-ТУРИЗМА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Резюме: *В последние годы гольф-туризм в Азербайджане рассматривается как инновационное и высокодоходное направление развития туристической индустрии. Появление на Абшеронском полуострове гольф-полей, соответствующих международным стандартам, создало условия для привлечения туристов премиум-категории и включения страны в мировой рынок спортивного туризма. Гольф-туризм играет стратегическую роль не только как форма отдыха, но и как фактор развития делового туризма, снижения сезонной зависимости, укрепления национального туристического бренда и стимулирования гостиничного, транспортного и событийного секторов. В исследовании потенциал гольф-туризма в Азербайджане*

оценён с точки зрения инфраструктурных возможностей, природно-климатических условий, геостратегического положения и международной конкурентоспособности. Результаты показывают, что несмотря на высокий потенциал, развитию данного направления препятствуют недостаточная глобальная промоция, нехватка профессиональных кадров и ограниченное количество международных турниров.

Ключевые слова: *гольф-туризм, спортивный туризм, туристы премиум-класса, Абшерон, туристический потенциал, экономическое развитие*

GİRİŞ

Azərbaycanda turizm sənayesi son illərdə strateji prioritet sahələrdən birinə çevrilmiş və xüsusilə ixtisaslaşmış turizm növlərinə keçid dövlət səviyyəsində dəstəklənməyə başlamışdır. Bu istiqamətlərdən biri də dünyada yüksək gəlir gətirən premium turizm segmenti hesab olunan qolf turizmidir. Qolf idmanı yalnız əyləncə xarakterli fəaliyyət deyil, həm də biznes əlaqələri, beynəlxalq tədbirlər və eksklüziv istirahət forması kimi nüfuz qazandığı üçün ölkəyə yüksək xərcli turistlərin cəlb edilməsində mühüm rol oynayır. Azərbaycanın geostrateji yerləşməsi, iqlim uyğunluğu, beynəlxalq brend otellərin mövcudluğu, eləcə də turizm sahəsinə dövlət sərmayələrinin yönləndirilməsi bu sahənin inkişafı üçün əlverişli zəmin formalaşdırır. Buna baxmayaraq, qolf turizminin Azərbaycanda geniş populyarlıq qazanmaması, bu sahəyə dair ictimai məlumatlılığın məhdudluğu və beynəlxalq tanıtımın zəifliyi mövzunun elmi tədqiqini zəruri edir. Bu tədqiqatın məqsədi Azərbaycanda qolf turizmi imkanlarını təhlil etmək, infrastruktur və resurs üstünlüklərini üzə çıxarmaq, mövcud maneələri qiymətləndirərək inkişaf istiqamətləri haqqında elmi əsaslandırılmış nəticələr təqdim etməkdir.

ƏSAS HİSSƏ

Qolf Şotlandiyanın şərq sahilində, kral paytaxtı Edinburqa yaxın bir ərazidə oynanan bir oyundan yaranmışdır. İlk dövrlərdə oyunçular əyilmiş bir çubuq və ya klub vasitəsilə çınqılı qum təpəciklərinin və yolların üzərindən aşırmağa çalışırdılar.15-ci əsrdə Şotlandiya yenidən "Əzəli Düşmən"in işğalına qarşı özünü müdafiə etməyə hazırlaşırdı. Lakin xalqın qolf oyununa həddindən artıq marağı nəticəsində bir çoxları hərbi təlimlərini laqeyd yanaşmağa başlamışdı. Məhz buna görə Şotlandiya kralı II Ceymsin parlamenti 1457-ci ildə qolf oyununu qadağan etdi. Qadağaya böyük ölçüdə məhəl qoyulmasa da, yalnız 1502-ci ildə oyun rəsmi şəkildə kral təsdiqi aldı — Şotlandiya kralı IV Ceyms (1473–1513) dünyanın ilk qolf oynayan monarxı oldu.Bu kral dəstəyi sayəsində qolf oyunu 16-cı əsrdə Avropa boyunca sürətlə populyarlıq qazandı. Kral I Çarlz oyunu İngiltərəyə gətirdi. [1]

Qolf turizminin dəyəri 22,9 milyard ABŞ dolları məbləğində qiymətləndirilir və dünyada 50 milyondan çox qolf turisti təxminən 40.000 qolf meydanında oynamaq üçün səyahət edir.Sənaye böyük artım potensialına malikdir — hər il 1000 yeni qolf meydanı inşa olunur.Hazırda Şimali Amerikada təxminən 30 milyon, Avropada 4,4 milyondan çox qolfçu var, və Asiyada iştirak sürətlə, demək olar ki, partlayış tempi ilə artır.Florida, Kaliforniya, Şotlandiya, İrlandiya və İspaniya kimi yaxşı formalaşmış qolf turizmi bölgələri, artıq Meksika, Misir, Tayland, Malayziya və hətta Çin kimi yeni inkişaf edən qolf istiqamətləri tərəfindən rəqabətlə üzləşir.

Çində qolfçuların sayı ildə 30 faiz artım göstərir.Bütün bu qolf istiqamətləri varlı və yüksək gəlir gətirən turistləri cəlb etmək uğrunda yarışır — çünki bu turistlər getdikləri yerlərə adidən xeyli çox gəlir qazandırırlar. Xüsusilə Asiya və Yaxın Şərqin inkişaf edən bazarlarında artım daha güclüdür, çünki bu ölkələr anlayıblar ki, qolf turistləri adi turistlərdən xeyli çox pul xərcləyirlər və buna görə də qolf turizmi onların iqtisadiyyatına əhəmiyyətli təsir göstərə bilər.

Gələcəyə baxdıqda, qolfun inkişafına və beləliklə də qolf turizminin artımına böyük təsir göstərə biləcək bir mühüm hadisə — bu oyunun 2016-cı il Olimpiya Oyunlarına daxil edilməsi olmuşdur. [7;1]

Azərbaycanda beynəlxalq səviyyəli 18 dəlikli iki qolf meydançası var: Bakı şəhərinin mərkəzindən 40 dəqiqəlik məsafədə yerləşən 170 hektarlıq sahədə tikilmiş Dreamland qolf Klubu və "Quba Palace" hotelinin ətrafındakı sıx yaşıl meşələr arasında qurulmuş Quba Milli Qolf klubu Qolf memarlığı üzrə fəaliyyət göstərən qabaqcıl "Dye Designs" şirkətinin memarı Sintia Day tərəfindən dizayn edilmiş Dreamland Qolf Klubu Xəzərin qoynunda Aralıq dənizinin təravətləndirici ab-havasını yaratmaqla, qolfu hansı səviyyədə bacarmağınızdan asılı olmayaraq sizə gümrahlıq və zövq hissləri bəxş etməklə yanaşı, həm də mükafat uğrunda mübarizə turniri təcrübəsini yaşadır. Nazik biçilmiş və bankerlərlə əhatələnmiş qrinlər təcrübəli qolfçular üçün çətinliklər yaradır, digər tərəfdən hamar landşaft dizaynı vuruş istiqamətinin müəyyən edilməsində yeni başlayanlara köməklik göstərir. Burada, həmçinin PGA sertifikatlı peşəkar qolfçuların çalışdığı təlim-məşq və oyun studiyalarına malik müasir Qolf Akademiyası faəliyyət göstərir. Dreamland Qolf Klubu Avropa Qolf Assosiasiyası (EGA) tərəfindən rəsmi şəkildə qiymətləndirilmiş və təsdiqlənmiş qolf meydançasıdır. [2]

Azərbaycan Turizm Bürosunun (ATB) turizm məhsulunun inkişafı şöbəsinin direktoru Şərifə Həsənova bildirib ki, ölkəmizdə 2019-cu ildən qolf turizmi ilə bağlı işlər görülməyə başlanıb. Keçən ildən isə bu istiqamətdə işlər daha da sürətlənib. Əsas səbəb pandemiyadan sonra açıq hava turizm növlərinə tələbatın daha da artmasıdır:

Azərbaycanda iki qolf klubu var. Bu klublar Bakıda fəaliyyət göstərən "Dreamland Qolf Klubu" və Qubada yerləşən "Azərbaycan Milli Qolf Klubu"dur. Əslində, destinasiya kimi qolf turizmindən danışmaq üçün çox sayda qolf klubunun olması vacibdir. Amma biz iki klubla destinasiyanı təmsil edirik və təbliğ etməyə çalışırıq. Qolf turizmi üzrə təklif edilən turpaketlər bir həftəlik səyahəti əhatə edir. Turistlər Bakıda və Qubada qolf meydançalarında qolf oynayır, həmçinin şəhəri gəzib, mədəniyyətimiz, tariximiz, mətbəximizlə tanış olurlar". [3]

QOLF TURİZMİNİN MƏHDUDİYƏTLƏRİ

1. Məhdud infrastruktur: Məhz iki 18 dəlikli qolf meydançası mövcuddur biri Dreamland Golf Club Bakıda, digəri National Azerbaijan Golf Club Qubada. Bu meydançaların sayının az olması turizm paketlərinin və marşrut seçimlərinin məhdudluğunu göstərir

1) İctimai maarifləndirmə və yerli oyunçular bazasının zəifliyi :Qolf ölkədə hələ yeni idman növüdür və geniş kütlə tərəfindən tanınmır. Turistlər üçün yerli oyunçularla eyni səviyyədə oyun və ya axşam tədbiri gözləntisi olsun istəyə bilər – amma baza tam formalaşmayıb.

2) Beynəlxalq qarşılaşdırma və marka problemi: Qolf turizmi sahəsində ən güclü rəqiblər (Avropada, Şimali Amerikada) çox sayda meydança, marka və turizm paketi təqdim edir. Azərbaycanda bu sahədə qlobal marka statusu hələ formalaşmayıb.Beləliklə, premium qolf turizmi seqmentində ölkənin tanınması üçün daha çox iş lazımdır. [4]

Çıxış yolları

1. Meydança sayını və keyfiyyətini artırmaq

1)Yeni 18 dəlikli meydançaların inşası və ya mövcudların genişləndirilməsi — həm Bakıda, həm regionlarda.

2)Ekspert dizaynçılar və beynəlxalq standartlara uyğun infrastruktura sərmayə qoymaq.

2. Turizm paketlərinin inteqrasiyası və marşrutların genişləndirilməsi

Qolf ilə yanaşı diger turizm ,spa paketləri yaratmaq Quba, Şamaxı, Qəbələ kimi regionlarda qolfu ekologiya/təbiət turizmi ilə birləşdirmə

3. Marketinq və brendinq səylərini gücləndirmək

Beynəlxalq turistlər üçün xüsusi kampaniyalar, golf influencer-lar və qlobal qolf turizmi

platformalarında görünmek

Premium seqmentə yönəlmiş konseptlərin tanıdılması.

4. İctimai maarifləndirmə və yerli bazanın inkişafı

Yerli məktəblərdə, universitetlərdə qolf dərslərinin və klublarının yaradılması.

Yerli golfçuların sayını artırmaq – bu, turizm üçün oyunçu icması yaratmaq baxımından əhəmiyyətlidir. [5]

Əməkdaşlıqlar: Oktyabr 2025-ci il tarixində Azərbaycan və Qazaxıstanın aparıcı qolf klubları – Dreamland Golf Club (Bakı) və Zhailjau Golf Resort (Almatı) – regionda qolfun inkişafı və turizmin gücləndirilməsi məqsədilə strateji əməkdaşlığa dair Anlaşma Memorandumu imzalayıblar. Bu əməkdaşlıq qolfun regional inkişafına yeni nəfəs gətirəcək. Memorandum çərçivəsində hər iki klubun üzvləri qarşılıqlı olaraq güzəştli şərtlərlə klub xidmətlərindən, yarışlardan və yaşıl sahələrdən istifadə etmək imkanı qazanacaqlar.

Azərbaycan qolf sahəsində ən aktiv əməkdaşlıq etdiyi ölkələr BƏƏ, Türkiyə və Böyük Britaniyadır, çünki bu ölkələr həm premium turizm bazarı, həm də qolf sənayesində lider mövqedədir. Almaniya və ABŞ isə daha çox brend, təlim və marketinq əməkdaşlığı xətti ilə əlaqəlidir. [5]

Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri

Qolf turizmi və premium turizm modeli üzrə strateji bazar kimi tanınır.

Dreamland və Qəbələ klubları Dubayın qolf turizm şirkətləri ilə luks paket mübadiləsi müzakirəsindədir.

Hədəf həm investor, həm də qolfist cəlb etməkdir.

2. Türkiyə

Özəlliklə Belek (Antalya) qolf zonası ilə əməkdaşlıq potensiali mövcuddur.

Türkiyə Golf Federasiyası ilə görüşlər və ortaq turnir niyyəti artıq müzakirə olunub.Azərbaycanın regionda qolf üzrə əsas strateji tərəfdaşı hesab edilir.

3.Böyük Britaniya:Qolfun doğulduğu əsas mərkəzdir.

Qəbələ Golf Club-un European Tour Destinations şəbəkəsinə qəbul edilməsi Böyük Britaniya ilə birbaşa əlaqənin ən güclü nümunəsidir.Buradan həm təlimçi, həm qolf turisti gəlir.

NƏTİCƏ

Azərbaycan qolf turizmi hələ erkən inkişaf mərhələsində olsa da, ölkənin turizm strategiyası baxımından yüksək gəlirli premium turizm bazarına çıxış üçün ən perspektivli istiqamətlərdən biri kimi qiymətləndirilir. Qəbələ və Bakıda yerləşən beynəlxalq standartlı iki qolf klubu – Qəbələ Golf Club və Dreamland Golf Club – inşası ilə Azərbaycan artıq regional səviyyədə qolf infrastrukturuna sahib olan Cənubi Qafqazın əsas ölkəsinə çevrilib. Xüsusilə Qəbələ Golf Club-un European Tour Destinations kimi nüfuzlu beynəlxalq şəbəkəyə qəbul olunması Azərbaycanın qolf turizmini yalnız lokal deyil, Avropa səviyyəli bir idman və lüks turizm məhsulu kimi təqdim etməsinə imkan yaradır. Azərbaycan Dövlət Turizm Agentliyinin 2023–2026-cı illər üçün hazırladığı rəsmi turizm strategiyasında qolf yüksək gəlirli turistlər seqmentinə daxil olan prioritet məhsul kimi göstərilir. Bu, dövlət səviyyəsində qolfun sadəcə idman fəaliyyəti deyil, həm də ekonomik baxımdan strateji turizm investisiya aləti kimi qəbul olunduğunu təsdiqləyir. Qolf turizmi həmçinin MICE (biznes görüşləri, konqreslər və prestijli tədbirlər) sektoru ilə inteqrasiya edilə biləcək Premium modeli üçün ideal məhsuldur.

Nəticə etibarilə, Azərbaycan hal-hazırda qolf turizmi üzrə ilk inkişaf dalğası mərhələsində olsa da, mövcud infrastruktur, beynəlxalq tərəfdaşlıqlar və dövlətin bu sahəyə olan dəstəyi göstərir ki, ölkənin yaxın illərdə Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, Türkiyə və Avropa bazarlarına rəqabət edə bilən seçkin qolf turizm mərkəzinə çevrilmə ehtimalı çox yüksəkdir. Düzgün kadr siyasəti, marketinq və xarici bazarlara yönəlik turizm paketləri hazırlanarsa, qolf

turizmi Azərbaycan üçün turizmdə yüksək gəlir gətirən strateji ixrac məhsuluna çevrilə bilər.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1.https://www.historic-uk.com/HistoryUK/HistoryofScotland/The-History-of-Golf/
2. https://azerbaijan.travel/kiv/press-relizler/azerbaycan-dunya-miqyasli-qolf-destinasiyasi
3.https://turlar.az/turizm-xeberleri/idman-ve-istirahet-bir-yerde-qolfa-gore-azerbaycana-gelmek-isteyen-olkeler-hansilardir-arasdirma-foto-1626
4. https://golfnews.co.uk/other-news/traveling-in-azerbaijan-golf-nature-and-exciting-casino-nights/
5. https://www.europeantour.com/hotelplanner-tour/news/articles/detail/federation-making-big-strides-in-azerbaijan/
6. B.Ə.Bilalov , Dosent Ç.G.Gülalıyev Turizmin əsasları Bakı 2015
7. Golf tourism Simon Hudson,Lousie Hudson 2009

Elvin Məmmədsalahov
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
mammadsalahov.elvin.2401@atmu.edu.az

MÜHARİBƏLƏRİN TURİZM SEKTORUNA İQTİSADİ TƏSİRİ: REGİONAL VƏ QLOBAL PROBLEMLƏR

Xülasə: *Müharibələrin turizm sektoruna təsiri həm regional, həm də qlobal miqyasda dərin iqtisadi nəticələr doğurur. Turizm, sülh və sabitliyə əsaslanan sahə olduğundan, hərbi qarşıdurmaların təsiri bu sahədə daha güclü hiss olunur. Məqalə münaqişələrin turizmə təsirini araşdıraraq mövzunun əhəmiyyətini vurğulayır. Tədqiqat göstərir ki, silahlı münaqişələr zamanı turist axınları və gəlirlər kəskin azalır, eyni zamanda regionlararası axınlar dəyişir. Bu vəziyyət riskli zonalardan uzaq səfərlər artıraraq əvəzləmə effekti yaradır.*

Müharibə və böhranların turizm sektorunda yaratdığı mənfi iqtisadi təsirlər, təhlükəsizlik məsələləri turist davranışını dəyişdirmişdir. Məqalədə həmçinin təhlükəsizlik narahatlıqlarının turist davranışına təsiri, müharibədən sonrakı bərpa mərhələsi və dayanıqlı turizm siyasətinin rolu araşdırılıb. Əldə edilən nəticələr göstərir ki, müharibədən təsirlənən turizmin bərpası üçün düzgün siyasət, əlverişli şərait yaratmaq və dayanıqlı strategiyalar qurmaqdır.

Açar sözlər: *Turizm, Silahlı münaqişələr, Turizm iqtisadiyyatı, Regional Sabitlik, Qlobal turizm bazarı, Dayanıqlı* inkişaf

ECONOMIC IMPACT OF WARS ON THE TOURISM SECTOR: REGIONAL AND GLOBAL PROBLEMS

Abstract: *The impact of wars on the tourism sector has profound economic consequences both regionally and globally. Since tourism is a field based on peace and stability, the impact of military conflicts is felt more strongly in this area. The article highlights the importance of the topic by examining the impact of conflicts on tourism. The study shows that during armed conflicts, tourist flows and revenues decrease sharply, while interregional flows change. This situation creates a substitution effect by increasing trips away from risk zones.*

The negative economic impacts of wars and crises on the tourism sector, security issues

have changed tourist behavior. The article also examines the impact of security concerns on tourist behavior, the post-war recovery phase, and the role of sustainable tourism policy. The results obtained show that the right policy for the recovery of tourism affected by war is to create favorable conditions and establish sustainable strategies.

Keywords: *Tourism, Armed conflicts, Tourism economy, Regional Stability, Global tourism market, Sustainable development*

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВЛИЯНИЕ ВОЙН НА ТУРИСТИЧЕСКИЙ СЕКТОР: РЕГИОНАЛЬНЫЕ И ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Резюме: *Влияние войн на туристический сектор имеет глубокие экономические последствия как на региональном, так и на глобальном уровне. Поскольку туризм – это сфера, основанная на мире и стабильности, влияние военных конфликтов ощущается здесь сильнее всего. Статья подчеркивает важность этой темы, рассматривая влияние конфликтов на туризм. Исследование показывает, что во время вооруженных конфликтов туристические потоки и доходы резко сокращаются, а межрегиональные потоки изменяются. Эта ситуация создает эффект замещения, увеличивая количество поездок из зон риска.*

Негативное экономическое воздействие войн и кризисов на туристический сектор, проблемы безопасности изменили поведение туристов. В статье также рассматривается влияние проблем безопасности на поведение туристов, этап послевоенного восстановления и роль политики устойчивого туризма. Полученные результаты показывают, что правильная политика для восстановления туризма, пострадавшего от войны, заключается в создании благоприятных условий и разработке устойчивых стратегий.

Ключевые слова: *Туризм, Вооруженные конфликты, Экономика туризма, Региональная стабильность, Глобальный рынок туризма, Устойчивое развитие*

GİRİŞ

Turizm sektoru qlobal iqtisadiyyatın mühüm qollarından biridir və bir çox ölkədə iş yerlərinin yaranmasına, xarici valyuta mənbələrinə xidmət edir. Lakin turizm sabitlik və təhlükəsizlik üzərində qurulduğuna görə, silahlı münaqişələr bu sahəni ciddi sarsıda bilir. Son onilliklərdə davam edən və yeni başlamış münaqişələr (məsələn, Şərqi Avropada və Yaxın Şərqdə gedən qarşıdurmalar) qlobal turizm bazarında əhəmiyyətli dəyişikliklərə səbəb olub. Mövzunun aktuallığı ondadır ki, müharibələr həm yerli, həm də beynəlxalq səviyyədə iqtisadiyyatı, o cümlədən turizmi dərindən sarsıdıraraq ciddi iqtisadi dəyişikliklərə səbəb olur.

Turizm sektoru müharibələrdən ən çox təsirlənən sektorlardan biridir. Qloballaşmanın və artan mobilliyin təsiri ilə turizm sektoru hər il inkişaf edir və daha çox kütlə üçün əlçatan olur. Bu baxımdan, xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə həm məşğulluğa, həm də iqtisadiyyata əhəmiyyətli dərəcədə töhfə verir və əhəmiyyətli gəlir mənbəyi kimi ortaya çıxır. Lakin, turizm fəaliyyətlərinin bir-birindən asılı təbiəti, valyuta məzənnəsinin dəyişkənliyinə, ictimai münasibətlərə və siyasi və ya sosial hadisələrə təsir gösdərir. Buna görə də, turizm sektorunda fəaliyyət göstərən həm regional həm də, qlobal müəssisələrin böhranlar üçün profilaktik tədbirlər planlarına sahib olması xüsusilə vacibdir

Qlobal səviyyədə baş verən hərbi qarşıdurmalar yalnız zərərçəkmiş ölkələri deyil, onların iqtisadi tərəfdaşlarını da təsir altına alır. Turizmin azalması nəticəsində valyuta axını məhdudlaşır, xidmət sektorunda gəlir itkisi yaranır və bu, ümumi iqtisadi artım tempinə mənfi təsir göstərir. Məqalədə tədqiqatın məqsədi münaqişələrin turizm sektoruna olan birbaşa və

dolayı təsirlərini sistemli surətdə təhlil etmək, regional və qlobal miqyasda nəticələri ortaya qoymaq və təkmil turizm siyasəti üçün elmi əsaslı təkliflər verməkdir.

ƏSAS HİSSƏ

Müharibələr turizm sahəsinə birbaşa və dolayı yollarla zərər verir. Birbaşa təsirlərə turizm infrastrukturunun hotellərin, hava limanlarının, yol və əlaqə xətlərinin dağıdılması, habelə turist gəlişlərinin kəskin azalması aiddir. 2022-ci ildə Rusiyanın Ukraynaya müdaxiləsi zamanı Ukrayna və Rusiyadan səyahət sifarişlərində böyük enişlər qeydə alınıb. Beynəlxalq Turizm Təşkilatının məlumatına əsasən, həmin ilin fevral və mart aylarında Rusiya və Ukraynadan olan uçuş sifarişləri kəskin azalmışdı, məsələn Moldovaya - 69%, Slovakiyaya - 42%, Latviyaya -38% və Finlandiyaya - 36% uçuş sayında azalma müşahidə olunmuşdu [1, s.3]. Nəticədə, münaqişə turizm marşrutlarının dəyişməsinə, aviadaşımalarda məhdudlaşmalara səbəb olub.

Dolayı olaraq, münaqişə riskinin yüksəlməsi xarici sərmayəni də çəkindirir və regional ticarət əlaqələri pozulur. Müharibə zamanı neft və enerji qiymətləri yüksələrək nəqliyyat xərclərini artırır, səyahət zəncirində əlavə çətinliklər doğurur. Ölkədə münaqişə olmasa da turizm sektoruna investisiya axını azalır, risk haqları və sığorta xərcləri yüksəlir. Məsələn, UNESCO bildirir ki, Rusiya-Ukrayna müharibəsinin ilk iki ili ərzində Ukraynanın turizm sektoru 19,6 milyard dollar itkiyə uğrayıb və müharibədən sonrakı 10 ildə turizmin bərpası üçün 9 milyard dollara qədər investisiya tələb oluna bilər [2]. Rəqəmlər müharibənin nə dərəcədə iqtisadi sarsıntı yaratdığını göstərir. Eyni zamanda, müharibə iqtisadi sabitliyi pozduğundan, turizmə sərmayə qoyuluşu üçün əlverişsiz mühit yaranır. Beləliklə, həm fiziki dağıntılar, həm də makroiqtisadi qeyri-müəyyənlik turizm sahəsinə birbaşa və dolayı zərərlər verir.

Müharibələrin turizmə təsiri məhdud olaraq münaqişənin getdiyi ölkələrlə məhdudlaşmır, qonşu və qlobal səviyyədə də ciddi çətinliklər doğurur. Orta Şərqdə yaşayan ölkələr üçün turizm iqtisadiyyatı həyati əhəmiyyət daşıyır. 2019-cu ildə Misir, İordaniya, Livan və digər Yaxın Şərq ölkələrinin ümumi ixracatının 35-50%-ə qədəri turizm gəlirlərindən asılı idi. Lakin İsrail-Fələstin müharibəsinin başlanmasından sonra qonşu ölkələrə səfər etmək planlaşdıran turistlər sayəsində rezervasiyalar ləğv olunmağa başlayıb. Beynəlxalq Valyuta Fondunun (IMF) hesablamalarına görə, məsələn, Livanda oktyabr ayında otel doluluğu əvvəlki ilin analoji dövründən 45 faiz aşağı düşüb [3]. Bu, turizmlə bağlı valyuta axını və məşğulluq qədər idxal-ixrac balansına da mənfi təsir göstərir.

2023-2024-cü illər ərzində İsrail-Fələstin müharibəsi səbəbindən turist axınları pozulmuş, Yaxın Şərq və Şimali Afrika regionunun Fars Körfəzi Əməkdaşlıq Şurasına daxil olmayan ölkələrinə gələn Avropa turistlərinin sayı 2,35 milyon nəfər azalmışdır. Eyni zamanda Şimali Afrika ölkələrinə isə 2,75 milyon nəfər artıq gəlmişdir. Bu, turizmdə əvəzləmə (substitusiya) effektini göstərir [4]. Digər qlobal nümunə kimi Ukrayna müharibəsini götürsək, bu münaqişə nəticəsində Şərqi Avropa turizm bazarı kəskin daralaraq, qonşu ölkələrə də mənfi təsir etmişdir. Konflikt uzandıqca turizm də daxil olmaqla bütün iqtisadi kanallar daha çox zəifləyir. Uzunmüddətli perspektivdə isə belə münaqişələr qeyri-müəyyənliyi artırır, investor və turist etibarını sarsıdır.

Qlobal miqyasda turizm sahəsi pandemiyadan sonrakı bərpasını davam etdirir, lakin müharibələr bəzi regionlarda artıma mənfi təsir göstərir. Son illərdə beynəlxalq turizm gəlirləri keçmişə nəzərən artaraq iki milyard dollar yaxın səviyyəyə çatmışdır. Bu göstəricini beynəlxalq turizm iqtisadiyyatı üçün rekord qiymət hesab edə bilərik. Buna baxmayaraq geosiyasi gərginliklər sektora təzyiq göstərməkdə davam edir. Ümumilikdə, qlobal nəticə odur ki, müharibə olan regionlar turist axınında geriləmə yaşadığı halda, dünyada turizm sektoruna çıxış şərtləri dəyişir və bəzi ölkələrin payı dəyişir. Məsələn, Avropada müəyyən ölkələrə turist axını

artsa da, ümumi olaraq təhlükəsiz və sabit regionlara yönəlmə daha çoxdur. Davam edən müharibələr dünya üzrə həm regional həm də qlobal səviyyədə turizmin bərpasının qarşısında mühüm maneə olaraq qalmaqdadır.

Müharibələr turistlərin səfər marşrutlarının dəyişməsinə səbəb olur. İnsanlar riskdən uzaq ölkələri seçir, münaqişə zonalarına getməyə tələsmirlər. Məsələn, indiki Yaxın Şərq müharibəsi fonunda turistlər daha çox təhlükəsizlik və sabitlik təklif edən Şimali Afrika və Qərbi Avropa ölkələrinə yönəlir. Bu, qeyd olunan əvəzləmə effekti yaradır. Effekt onunla izah olunur ki, turistlər oxşar təcrübə təklif edən, lakin risk səviyyəsi aşağı olan alternativ istiqamətlərə üstünlük verirlər. Nəticədə, münaqişə zonalarında turizm demək olar ki, dayanarkən, sabit qalan qonşu ölkələrə turist axını mülayim artır. Bu dinamika turizmin müxtəlif seqmentlərində və bölgələrində fərqli təsirlər yaradır. Bəzi sabit ölkələrin turizm vəziyyəti bərpa olunsa da, münaqişə zonasının adının riskli kimi qalması uzun müddətə səyahət inamını pozur.

Turizmin inkişaf etməsi üçün dinc mühitin tələb etdiyi danılmaz bir həqiqətdir. Bir məkanda sülhün itirilməsi və münaqişələrin yaranması beynəlxalq turist sayında dalğalanmalara səbəb olur və bu dalğalanmalar həm inkişaf etmiş, həm də inkişaf etməkdə olan ölkələrə bir çox cəhətdən təsir göstərir. İnsanlar səfər edərkən riskdən çəkinir, münaqişə ehtimalının yüksək olduğu yerlərə getməkdən imtina edirlər. Qlobal mediada münaqişə səhnələri işıqlandırıldıqca bütün bölgə riskli hesab olunur, bu isə turist tələbatını kəskin azaldır. 2023-cü ilin sonunda Şərq və Şimali Afrika regionunda baş verən gərginlik dövründə səyahət narahatlığı ötən pandemiya dövründən də aşağı səviyyəyə düşmüş, bir çox ölkələrə qanuni xəbərdarlıqlar verilmişdi [5, s.163-186]. Münaqişə riski artdıqca turistlər səfərləri ləğv edir, bu da xüsusilə turizm ixracından asılı ölkələrin iqtisadiyyatında ciddi təsirlərə yol açır. Beləliklə, səyahət təhlükəsizliyi və risklərin idarə olunması turistlərin qərarlarını birbaşa formalaşdırır. Növbəti dövrlərdə təhlükəsizlik şəraitinin yaxşılaşdırılması turist axınlarının bərpası üçün zəruridir amillərdən biridir.

Münaqişə zonalarından kənarda olan ölkələrdə turist axını isə bazarın tələblərdən asılı olaraq dalğalanır. Beynəlxalq təzyiqlər və sanksiyalar fonunda turizm bazarındakı dəyişikliklər yeni marşrutlar və təyinatlara səbəb ola bilər. Məsələn, Qərb ölkələri ilə münasibətləri pisləşən dövlətlərdən Rusiya turist qruplarını başqa ölkələr özünə cəlb edə bilər. Eyni zamanda, sabit və təhlükəsiz bölgələr olan Avropanın Mərkəzi və Qərb hissəsi, Şimali Amerika və Asiyanın bəzi ölkələrində turizm artımı müşahidə edilə bilər.

Müharibələrin turizm iqtisadiyyatında yaratdığı problemlər bir-başa olaraq mikro iqtisadi və makro iqtisadi amillərə təsirini gösdərir. Mikro iqtisadi amillər turizm sektorunun öz daxili dinamikası vasitəsilə böyüməsindən qaynaqlanan amillərdir. Makroiqtisadi amillərə isə turizmin yaratdığı valyutanın artması və ya valyuta bazarına təsiri, ödəniş balansına olan töhfə, birbaşa xarici investisiyaların artması, ticarətin artması və bu amillərin nəticədə təmin edəcəyi məşğulluq və investisiyaların ümumi artımı kimi amillər daxildir. Turizm gəlirləri inkişaf etməkdə olan ölkələrdə yüksək idxalın ödəniş balansına mənfi təsirini tarazlaşdırmaq, milli ehtiyatları qorumaq və makroiqtisadi tarazlığı qorumaq üçün çox vacibdir [6, s.61-74]. Turizm sektorunda və əlaqəli sektorlarda baş verən inkişaflar daxili əməliyyat həcminin artmasına səbəb olacaq. Bu artan əməliyyat həcmi, öz növbəsində, vergi gəlirlərini artırmaqla müharibələrdən əziyyət çəkən dövlətlərin turizm iqtisadiyyatına töhfə verir.

Silahlı münaqişələrin turizmdə yaratdığı problemləri təsdiq edən çoxsaylı ölkə nümunələri vardır. Suriya bu mənzərənin kəskin örnəyidir. Suriyada vətəndaş müharibəsi zamanı məşhur Palmira kimi qədim şəhərlər dağıdılıb, ölkəyə turist axını demək olar ki, tamamilə dayanıb. Bu dağıntılar Suriya mədəni irsini geri dönməz itkilərlə üzləşdirib. Ukrayna da oxşar taleyi yaşayıb. Son illər davam edən münaqişə nəticəsində Ukraynanın mədəniyyət və turizm obyektlərinə ciddi miqdarda ziyan dəyib. Turizm gəlirləri kəskin azalmış, məsələn ən

çox turist qəbul edən Kiyev şəhərində valyuta daxilolmaları ciddi itki ilə nəticələnmişdir. Bu cür itkilər ölkə iqtisadiyyatının bərpasını çətinləşdirir. Tarixən də buna bənzər tendensiyalar olmuşdur, məsələn, 1990-cı illər Balkan müharibələrindən sonra Xorvatiya və Bosniya turizm sektorunu bərpa etmək üçün ciddi struktur islahatları həyata keçirmişdi. Bugünkü vəziyyətdə isə Qərb və Şərq turistlərindən asılılığı artırmaq istəyən ölkələr bərabər şəkildə problemlərlə üzləşir. Misir, İordaniya, Livan kimi Yaxın Şərq və Şimali Afrika ölkələri də fərqli ssenarilər göstərir. Misirin turizm gəlirləri 2024-cü ildə əvvəlki artımını davam etdirmiş, 14 milyarddan 14,7 milyard dollara çatmışdır, amma İordaniyada turizm gəlirləri 3% azalmışdır [3]. Digər tərəfdən, Livan kimi ölkələrdə baş verən silahlı qarşıdurmalar da otel tutumunda azalma yaratmış, turizm iqtisadiyyatı ciddi zərər görmüşdür. Bu nümunələr göstərir ki, müharibələrin turizmə təsiri region və ölkə şəraitindən asılı olaraq fərqlənir, lakin ümumilikdə ciddi qlobal problemlər yaradır.

Müharibələrdən təsirlənmiş turizm sektorunun bərpası üçün dayanıqlı inkişaf strategiyaları və beynəlxalq əməkdaşlıq vacibdir. Beynəlxalq təşkilatlar bu prosesdə fəal rol oynayırlar: UNESCO, UNWTO, Dünya Bankı və digər qurumlar silahlı münaqişə zonasından olan ölkələrə yardım edir, zədələnmiş turizm infrastrukturlarını bərpa etməyə çalışır və təhlükəsiz turizm məkanlarının təbliğinə yardım edirlər. Dayanıqlı turizm siyasəti çərçivəsində bərpa edilən regionlarda ekoloji qorunma, mədəni irsin önə çəkilməsi və yerli icmaların iqtisadi fəallaşması əsas istiqamət olmalıdır. Dünya təcrübəsində, Ukraynada post-müharibə dövrü üçün torpaqlarda turizm klasterləri yaratmaq və "hər kəs üçün faydalı" strategiyası təklif olunmuşdur [7]. Regional səviyyədə isə ölkələr arasında əməkdaşlığı möhkəmlətmək, təhlükələr ilə bağlı məlumatı şəffaf keçirmək, daxili turizmi təşviq etmək və infrastrukturun bərpasına sərmayə yatırmaq məqsədə uyğundur. Bu yanaşmaların hamısı münaqişələrdən sonra turizm sektorunu bərpa etmək və gələcək risklərə qarşı dayanıqlığı artırmaq məqsədi daşıyır.

NƏTİCƏ

Müharibələrin turizm sektoruna iqtisadi təsiri olduqca dərindir və uzunmüddətli olur. Araşdırmada əldə olunan əsas nəticələr onu göstərir ki, silahlı qarşıdurmalar zamanı turist sayı və turizm gəlirləri xeyli azalır. Bu azalmalar həm münaqişə zonasında, həm də qonşu bölgələrdə ciddi sosial-iqtisadi nəticələrə gətirib çıxarır. İş yerləri bağlanır, maliyyə gəlirləri kəsilir və çoxsaylı kommunal xidmətlər büdcədən dəstəksiz qalır. Birbaşa təsirlər infrastrukturun dağıdılması, turist səfərlərinin azalması və gəlirlərin itirilməsi, dolayı təsirlər isə iqtisadi qeyri-müəyyənlik, sığorta və nəqliyyat xərclərinin artması, eləcə də turistlərin təhlükəsizlik narahatlığının artması şəklində özünü göstərir. təhlükəsizlik riski daima turistlərin qərarına təsir edir və beynəlxalq media məlumatlandırması bu təəssüratları gücləndirir.

Müharibənin turizmə təsiri birbaşa iqtisadi zərbələrdən daha da genişlənir, yerlərin mədəni və sosial quruluşuna təsir göstərir və bu yerlər haqqında qlobal qavrayışımızı çətinləşdirir. Regional və qlobal səviyyədə isə bəzi stabil ölkələrdə əvəzləmə effekti yaranaraq turist axınının istiqaməti dəyişir. Dünyada turizm axınlarının strukturu dəyişir və sabit regionlar üstünlük qazanır.

Uzunmüddətli dövrdə davamlı turizm strategiyaları və kooperativ yanaşmalar qəbul edilməzsə, turizm gəlirlərinin bərpası çətinləşir. Bu səbəbdən münaqişə sonrası dövrdə turizmin yenidən bərpası planları həm iqtisadi, həm ekoloji, həm də sosial aspektləri nəzərə almalıdır. Sülh quruculuğu səylərini və davamlı turizm təcrübələrini dəstəkləməklə biz yalnız qlobal irsin qorunmasına deyil, həm də ətrafımızdakı dünyanı araşdırmaq və onlarla əlaqə qurmağın mahiyyətinə töhfə verə bilərik.

Təkliflər

1. Təhlükəsizlik və kommunikasiya: Hökumətlər təhlükəsizlik riskləri barədə məlumatları şəffaf təqdim etməli, etibarlı xəbərdarlıq sistemləri qurmalıdır. Bununla turistlərə qarşı dürüstlük göstərilərək inam qazanılır və risklərin idarə olunmasına töhfə verilmiş olunur.

2. Regional əməkdaşlıq: Region ölkələri birlikdə marketinq kampaniyaları təşkil etməli, münaqişə zonasından kənar turizm imkanlarını birgə təbliğ etməlidir. Qonşu ölkələr turizm forumlarında birləşərək, sülh mesajını yaymaqla turist inamını artırmağa çalışmalıdır.

3. İnfrastrukturun bərpası və investisiya: Müharibə zonasından kənarda qalmış turizm infrastrukturuna sərmayələr qoyulmalı, milli və beynəlxalq fondlardan resurslar cəlb edilməlidir. Mədəni irsin yenidən qurulması və turizm obyektlərinin bərpası prioritet təşkil etməlidir. Bu sərmayələr gələcəkdə turizmin gəlir gətirən sənədlərinə çevriləcək.

4. Beynəlxalq təşkilatların dəstəyi: UNWTO, UNESCO, Dünya Bankı və digərləri ilə sıx əməkdaşlıq artırılmalı, texniki yardım və maliyyə yardımı qazanmaq üçün layihələr hazırlanmalıdır. Bu təşkilatlar bərpa layihələrinə texniki ekspertiza və qrantlarla dəstək verə bilər.

5. Davamlı turizm siyasəti: Ekoloji uyğunluq və sosial məsuliyyətə üstünlük verən turizm modelləri hazırlanmalıdır. Yerli əhalinin iştirakını artıran və təbii ehtiyatları qoruyan proqramlar post-münaqişə bərpasını davamlı edəcək.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. World Tourism Organization. Impact of the Russian Offensive in Ukraine on International Tourism. UN Tourism, 2022, 1-20.
2. Irish, John. "UNESCO Says $9 Billion Needed to Revive Ukraine Tourism, Culture Sectors." https://www.reuters.com/world/europe/unesco-says-9-billion-needed-revive-ukraine-tourism-2024-02-13 (11.09.2025)
3. Bluedorn, John, and Taline Koranchelian. Middle east conflict risks reshaping the region's economies. IMF, 2023
4. Hu, Peng, and Derek D. Wang. The impact of war on tourism: A synthetic control and causal configuration analysis. Annals of Tourism Research. 2025
5. Khare, Pranjal, Vishambhar Raghuwanshi, and Paridhi Sharma. Impact of Israel-Palestine Conflict on Global Economic Relations. . IGI Global Scientific Publishing, 2025. 163-186.
6. Cortés-Jiménez, I., & Pulina, M. Inbound tourism and long-run economic growth. Current Issues in Tourism. 2010, 61-74.
7. Golubovska-Onisimova G., Havryliuk, R., Andrusevych,N., Kravchenko, O., Aleksieeva, Y., Malkova T. Environmental reforms for post-war recovery and European integration of Ukraine. 2023

Məryəmxanım CƏFƏRZADƏ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
meryemceferzade671@gmail.com

BAKI ŞƏHƏRİNİN MICE TURİZMİNDƏ REGİONAL LİDER KİMİ FORMALAŞMASI VƏ İQTİSADİ DİPLOMATİYADA ROLU

Xülasə: *Məqalədə qlobal iqtisadi inteqrasiyanın dərinləşdiyi şəraitdə işgüzar turizmin (MICE – Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) ölkələrin iqtisadi imicinin formalaşmasında və xarici əlaqələrinin genişlənməsində oynadığı rol araşdırılır. Xüsusi diqqət Bakı şəhərinin Cənubi Qafqaz regionunda işgüzar turizm mərkəzi kimi formalaşmasına yönəldilmişdir. Məqalədə 2024-cü ilə dair turizm statistikası, hotellərin tutumu, hava nəqliyyatı göstəriciləri, beynəlxalq tədbirlərin, o cümlədən COP29, Baku Energy Week, Formula 1 Azərbaycan Qran-Prisi və digər qlobal forumların iqtisadi təsirləri təhlil olunur. Həmçinin "ASAN Visa" sistemi, rəqəmsal sərhəd texnologiyaları və infrastruktur modernləşməsi kontekstində Azərbaycanın rəqəmsallaşmış işgüzar turizm modeli qiymətləndirilir. Beləliklə, Bakı beynəlxalq tədbir sənayesində strateji əhəmiyyətə malik, iqtisadi diplomatiya və qeyri-neft sektorunun inkişafında mühüm rola sahib qlobal mərkəz kimi təqdim olunur.*

Açar sözlər: *Bakı, işgüzar turizm, MICE, iqtisadi diplomatiya, infrastruktur, beynəlxalq tədbirlər*

THE FORMATION OF BAKU AS A REGIONAL LEADER IN MICE TOURISM AND ITS ROLE IN ECONOMIC DIPLOMACY

Abstract: *The article examines the role of business tourism (MICE – Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) in shaping the economic image of countries and expanding their foreign relations in the context of deepening global economic integration. Special attention is paid to the formation of Baku as a business tourism center in the South Caucasus region. The article analyzes tourism statistics for 2024, hotel occupancy, air transport indicators, economic impacts of international events, including COP29, Baku Energy Week, Formula 1 Azerbaijan Grand Prix and other global forums. It also evaluates Azerbaijan's digitalized business tourism model in the context of the "ASAN Visa" system, digital border technologies and infrastructure modernization. Thus, Baku is presented as a global center of strategic importance in the international event industry, playing an important role in economic diplomacy and the development of the non-oil sector.*

Keywords: *Baku, business tourism, MICE, economic diplomacy, infrastructure, international events*

ФОРМИРОВАНИЕ ГОРОДА БАКУ КАК РЕГИОНАЛЬНОГО ЛИДЕРА В СФЕРЕ MICE-ТУРИЗМА И ЕГО РОЛЬ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИПЛОМАТИИ

Резюме: *В статье рассматривается роль делового туризма (MICE – Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) в формировании экономического имиджа стран и расширении их внешних связей в контексте углубления глобальной экономической интеграции. Особое внимание уделяется становлению Баку как центра делового туризма в регионе Южного Кавказа. В статье анализируются статистика туризма за 2024 год, заполняемость отелей, показатели воздушного транспорта, экономическое влияние международных мероприятий, включая COP29, Бакинскую энергетическую*

неделю, Гран-при Азербайджана Формулы-1 и другие мировые форумы. Также оценивается цифровизация модели делового туризма в Азербайджане в контексте системы "ASAN Visa", цифровых пограничных технологий и модернизации инфраструктуры. Таким образом, Баку представлен как стратегически важный глобальный центр международной ивент-индустрии, играющий важную роль в экономической дипломатии и развитии ненефтяного сектора.

Ключевые слова: *Баку, деловой туризм, MICE, экономическая дипломатия, инфраструктура, международные мероприятия*

GİRİŞ

Qlobal iqtisadi inteqrasiyanın dərinləşdiyi müasir mərhələdə işgüzar turizm, yəni beynəlxalq səviyyədə görüşlər, konfranslar, sərgilər və investisiya tədbirlərinin təşkili ölkələrin iqtisadi imicinin formalaşmasında və xarici əlaqələrinin genişlənməsində mühüm strateji alətə çevrilmişdir. Bu baxımdan işgüzar turizm anlayışı — yəni peşəkar məqsədlərlə səyahət edən şəxslərin məkan dəyişməsi və həmin məkanlarda müzakirə, şəbəkələşmə, müqavilə bağlama, investisiya təşəbbüsləri formalaşdırma kimi fəaliyyətlər — yalnız sadəcə səfər deyil, həm də iqtisadi və diplomatik münasibətlərin konkret forması kimi çıxış edir. Belə ki, "MICE" (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) kimi istiqamətlər turizm iqtisadiyyatında artan pay qazanır və işgüzar turizmin təsir dairəsini genişləndirir. Koronavirus pandemiyası sonrası dönəmdə fiziki görüşlərin yenidən əhəmiyyət qazanması, hibrid formatların tətbiqi və şəhər mərkəzlərinin işgüzar turizm üçün infrastruktur yönümlü yenidən qurulması, ölkələrin bir-biri ilə iqtisadi diplomatiya sahəsində rəqabətini artırmışdır [8].

Onu da qeyd edək ki, işgüzar turizm vasitəsilə təşkil olunan beynəlxalq tədbirlər, key-nəzarətli konfranslar, sərgilər və investisiya forumları həmin ölkənin yalnız turizm göstəricilərini artırmır, həm də xarici sərmayədarların, biznes şəbəkələrinin və dövlətlərarası əməkdaşlıq platformalarının həmin ölkəni nəzərə alma potensialını yüksəldir. Məhz buna görə, belə tədbirlər iqtisadi diplomatiya aləti kimi işləyir, belə ki, dövlətlər öz imicini formalaşdırır, "bu ölkə iş görmək üçün açıqdır", "bu məkanda beynəlxalq tədbirlərin səviyyəsi yüksəkdir" kimi mesajlar göndərir. Beləliklə, işgüzar turizmin inkişafı məkan üçün bir növ strateji investisiya kimi çıxış edir: sadəcə turistləri cəlb etmək deyil, yüksək keyfiyyətli beynəlxalq görüşlər və investisiya axınları vasitəsilə uzunmüddətli iqtisadi fayda yaratmaq. Bu yanaşma ölkənin həm turist kimi, həm də biznes-mərkəz kimi mövqeyini gücləndirir.

Bakı şəhəri Cənubi Qafqazın ən güclü işgüzar turizm mərkəzlərindən biri kimi formalaşmışdır. Ölkəyə gələn turist axınının illik artımı, paytaxtda yerləşən iri tutumlu konqres-məkanların çoxluğu, beynəlxalq tədbirlərin mütəmadi keçirilməsi və rahatlaşdırılmış viza prosedurları bir-birini tamamlayaraq Bakının "MICE" (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) ekosistemini davamlı şəkildə böyüdür. Dövlət Statistika Komitəsinin 2024-cü ilə dair məlumatına görə, Azərbaycana gələn xarici ziyarətçilərin sayı 2 626,7 min nəfərə çatmış, bu da 2023-cü illə müqayisədə təxminən 26% artım deməkdir [10]. Həmin il hotellərdə gecələmələrin 60,9%-i məhz Bakıda qeydə alınmışdır ki, bu da paytaxtın işgüzar və tədbir turizmində dominant rolunu təsdiqləyir. Bu göstəricilər, həm də Bakının iqtisadi diplomatiyada regionun əsas mərkəzi rolunu möhkəmləndirdiyini göstərir.

Bakının bu sahədə liderliyinin əsas səbəblərindən biri onun müasir infrastruktur potensialıdır. Azərbaycan Turizm Bürosunun "2024–2026 Biznes Tədbirləri Strategiyası"nda qeyd edilir ki, yalnız Bakı və Abşeron yarımadasında 349 yerləşmə obyekti və ümumilikdə 14 950 otaq mövcuddur [2]. Şəhərdə fəaliyyət göstərən beynəlxalq otel brendləri arasında Ritz-Carlton, Four Seasons, JW Marriott, Fairmont, Hilton, InterContinental və Hyatt Regency kimi qlobal adlar yer alır. Bu, Bakının beynəlxalq səviyyədə işgüzar tədbirlərin keçirilməsi üçün

etibarlı və premium məkan kimi tanınmasına şərait yaradır.

Konqres və tədbir məkanlarının miqyası və texniki təchizatı da xüsusi diqqətə layiqdir. Bakının "bayraqgəmisi" hesab edilən Bakı Konqres Mərkəzi 3 428 nəfərlik transformasiya olunan auditoriyaya və 17 konfrans zalına malikdir. Burada həm iri plenar iclaslar, həm də paralel sessiyalar, sərgilər və korporativ tədbirlər üçün lazımi səviyyədə texniki imkanlar mövcuddur [4]. Eyni zamanda, Heydər Əliyev Mərkəzi özünəməxsus Zaha Hadid memarlığı ilə 1 000 nəfərə qədər tutumlu auditoriya və müasir görüş zalları təqdim edərək yüksək səviyyəli beynəlxalq konfranslar, forumlar və sərgilər üçün geniş imkanlar yaradır [7].

Hava nəqliyyatı əlaqələrinin inkişafı da işgüzar turizmin davamlı böyüməsini təmin edən amillərdəndir. 2024-cü ilin ilk yarısında Heydər Əliyev Beynəlxalq Hava Limanının sərnişin axını 40% artaraq 3,388 milyon nəfərə çatmışdır; bu sərnişinlərin 3,045 milyonu beynəlxalq reyslərlə səyahət etmişdir. Həmçinin, tranzit sərnişinlərin payı da əhəmiyyətli dərəcədə artmış, Bakı regional hava nəqliyyatı qovşağına çevrilmişdir [1].

Bu göstəricilər təsdiqləyir ki, Bakı şəhəri təkcə Cənubi Qafqazda deyil, həm də daha geniş regionda işgüzar turizmin strateji mərkəzinə çevrilmişdir. Şəhərin infrastruktur potensialı, beynəlxalq otel brendlərinin iştirakı, hava nəqliyyatı əlaqələrinin genişlənməsi və tədbir sənayesinin müasir standartlara uyğun təşkili, Bakını Yaxın Şərq, Mərkəzi Asiya və Avropa arasında iqtisadi və diplomatik platformaya çevirir.

Bakıda keçirilən beynəlxalq tədbirlər şəhərin qlobal işgüzar əlaqələr şəbəkəsini əhəmiyyətli dərəcədə genişləndirir və paytaxtın beynəlxalq imicini möhkəmləndirir. 2024-cü ildə Bakının işgüzar turizm sektorunda ən mühüm hadisələrdən biri BMT-nin İqlim Dəyişikliyi üzrə Tərəflər Konfransının 29-cu sessiyasına (COP29) hazırlıq dövrü olmuşdur. Bu tədbir ərəfəsində hotel bazarında rekord səviyyədə tələbat müşahidə edilmiş, liderlər sammiti həftəsində otel qiymətləri ilin orta göstəricisindən 379% yüksək olmuş, noyabrın 11–15-i aralığında Bakıda yerləşən hotellərin əksəriyyəti tam doluluq səviyyəsinə çatmışdır [9]. Belə tendensiyalar paytaxtda tədbir sənayesinin iqtisadi həcmini artırmaqla yanaşı, qısamüddətli turizm gəlirlərinin yüksəlməsinə və xidmət sektorunun dövriyyəsinə birbaşa təsir göstərir.

Bakı artıq uzun illərdir ki, enerji, nəqliyyat və texnologiya sektorları üzrə beynəlxalq forumların keçirildiyi əsas regional məkana çevrilmişdir. Məsələn, ənənəvi "Baku Energy Week" tədbiri hər il 37 ölkədən təxminən 300 şirkəti və 600-dən çox yüksək səviyyəli iştirakçını bir araya gətirir, bununla da enerji diplomatiyası və B2B əməkdaşlıq üçün platforma rolunu oynayır [5]. Bu tədbir vasitəsilə Azərbaycan enerji ixracatçısı kimi qlobal enerji bazarında mövqeyini gücləndirir, eyni zamanda qeyri-neft sektorunda da beynəlxalq investor marağını artırır. Hər il bu forum çərçivəsində imzalanan əməkdaşlıq memorandumları və sərmayə razılaşmaları Bakının işgüzar mərkəz kimi nüfuzunu daha da yüksəldir.

İşgüzar turizmin bir digər vacib komponenti olan idman tədbirləri də paytaxtın beynəlxalq görünürlüyünü və iqtisadi dövriyyəsini artırır. Bu baxımdan Formula 1 Azərbaycan Qran-Prisi xüsusi yer tutur. "Baku City Circuit" məlumatına görə, hər xarici tamaşaçının orta xərci 2 200 ABŞ dollarından çoxdur, televiziya auditoriyası isə on milyonlarla izləyiciyə çatır [3]. Bu tədbir təkcə idman baxımından deyil, həm də qlobal media ekspozisiyası vasitəsilə şəhərin turizm brendinin tanıdılmasında mühüm rol oynayır. Yarış günlərində restoran, ictimai nəqliyyat, otel və pərakəndə ticarət sektorlarında satışların çoxalması, həmçinin yerli işçi qüvvəsinin cəlb edilməsi iqtisadi multiplikativ təsir yaradır.

Bundan başqa, Bakıda mütəmadi olaraq keçirilən "InMerge Innovation Summit", "Baku Global Health Forum", "Caspian Agro" və "AITF Travel Exhibition" kimi tədbirlər də şəhərin innovasiya, səhiyyə, kənd təsərrüfatı və turizm sahələrində qlobal dialoq mərkəzi kimi formalaşmasına şərait yaradır. Bu tədbirlər vasitəsilə Bakı həm regionun elmi-texnoloji bilik mübadiləsi platformasına çevrilir, həm də yeni biznes partnyorluqları üçün "hub" rolunu oynayır. Beləliklə, işgüzar turizm paytaxtın iqtisadi strukturunda xidmət sektorunun artan

payını təmin edir, dövlət gəlirlərini diversifikasiya edir və "qeyri-neft" iqtisadiyyatının dayanıqlılığına töhfə verir.

İşgüzar turizmin dinamik inkişafını şərtləndirən əsas amillərdən biri vizaların sadələşdirilməsi və giriş-çıxış prosedurlarının rəqəmsallaşdırılmasıdır. Azərbaycan hökuməti bu istiqamətdə regionda ən çevik və səmərəli sistemlərdən birini tətbiq etmişdir. "ASAN Visa" elektron viza platforması vasitəsilə hazırda 95 ölkənin vətəndaşları Azərbaycana onlayn şəkildə, sadəcə 3 iş günü ərzində viza ala bilirlər. Bundan əlavə, təcili hallarda "ekspress viza" 3 saat ərzində təsdiqlənir [6]. Bu mexanizm MICE tədbirlərində iştirak edən qonaqların, sərgi nümayəndələrinin və konfrans iştirakçılarının səfər planlaşdırmasını xeyli asanlaşdırır, həmçinin son dəqiqə işgüzar səfərlərin təşkilini mümkün edir.

Sadələşdirilmiş viza sistemi Azərbaycanın "açıq iqtisadi diplomatiya" strategiyasının vacib tərkib hissəsidir. Dünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) məlumatına görə, vizasız və ya e-viza tətbiq edən ölkələrdə turist və işgüzar səfər axını orta hesabla 30–35% daha yüksək olur [11]. Azərbaycan da bu tendensiyanı uğurla tətbiq etmişdir: 2024-cü ildə ölkəyə gələn xarici ziyarətçilərin 70%-dən çoxu ASAN Visa platformasından istifadə etmişdir (Azərbaycan Turizm Bürosu, 2024). Bu, həm turizm statistikalarına, həm də ölkənin beynəlxalq imicinə birbaşa təsir göstərmişdir.

Onu da vurğulamaq yerinə düşər ki, hava limanlarında rəqəmsal keçid sistemlərinin tətbiqi də mühüm addımdır. Heydər Əliyev Beynəlxalq Hava Limanında 2023-cü ildən etibarən biometrik pasport yoxlama terminalları fəaliyyətə başlamış, bu da sərhəd nəzarətindən keçmə müddətini orta hesabla 40%-ə qədər azaldaraq işgüzar səfər edənlərin vaxt səmərəliliyini yüksəltmişdir. Bu tip texnoloji yeniliklər ölkənin "ağıllı sərhəd" konsepsiyası çərçivəsində həyata keçirilir və logistika ilə turizmin birləşdiyi nöqtədə rəqəmsal çevikliyi təmin edir.

Vizaların rəqəmsallaşdırılması və sərhəd infrastrukturunun modernləşdirilməsi təkcə turist rahatlığı üçün deyil, həm də Bakıdakı beynəlxalq tədbir sənayesinin dayanıqlılığı üçün strateji faktordur. Qlobal tədbir təşkilatçıları üçün əsas meyar — tədbir keçiriləcək məkanın logistika və giriş imkanlarının sadəliyidir. Bu baxımdan, Azərbaycanın e-viza sistemi və rəqəmsal sərhəd keçid texnologiyaları Bakını regionun ən əlçatan MICE mərkəzlərindən birinə çevirir.

Beləliklə, bu islahatlar "Baku Business Gateway" konsepsiyasının tərkib hissəsi olaraq, qlobal işgüzar cəmiyyətin diqqətini ölkəyə yönəldir. Eyni zamanda, turizm və xidmət sektorunda rəqabət qabiliyyətini artırır, ölkənin iqtisadi diplomatiyasına yeni impuls verir və qeyri-neft iqtisadiyyatının beynəlxalq inteqrasiyasına töhfə verir.

NƏTİCƏ

Beləliklə, Bakı şəhəri XXI əsrin regional iqtisadi diplomatiya və işgüzar turizm mərkəzlərindən birinə çevrilmişdir. Qlobal iqtisadi inteqrasiyanın dərinləşdiyi dövrdə işgüzar turizm yalnız turizm sektoru deyil, həm də strateji iqtisadi inkişaf aləti kimi çıxış edir. Azərbaycanın sabit siyasi mühiti, əlverişli geostrateji mövqeyi, enerji sektorundan əldə edilən gəlirlərin infrastrukturun modernləşdirilməsinə yönəldilməsi, eləcə də ASAN Visa kimi çevik inzibati mexanizmlər bu inkişafın əsas dayaq sütunlarını təşkil edir.

Statistik məlumatlar göstərir ki, 2024-cü ildə xarici ziyarətçilərin sayında 26%-lik artım, hotellərdə gecələmələrin 60,9%-nin Bakıda qeydə alınması, hava limanı sərnişin axınının 40%-lik artımı, həmçinin beynəlxalq otel brendlərinin geniş iştirakı Bakının MICE sənayesində dayanıqlı artım tendensiyasını təsdiqləyir. Bu göstəricilər paytaxtın yalnız Cənubi Qafqazda deyil, həm də Xəzəryanı regionda iqtisadi əlaqələrin və beynəlxalq tədbir sənayesinin lider mərkəzinə çevrildiyini sübut edir.

Beynəlxalq tədbirlərin, o cümlədən COP29, Baku Energy Week, Formula 1 Azərbaycan

Qran-Prisi, InMerge Innovation Summit kimi yüksək səviyyəli forumların Bakıda keçirilməsi paytaxtın qlobal səviyyədə görünürlüğünü artırmaqla yanaşı, turizm dövriyyəsini, xidmət sektorunun gəlirlərini və şəhərin brend kapitalını gücləndirir. Hər belə tədbir qısamüddətli gəlirlərdən əlavə, uzunmüddətli investisiya inamı və reputasiya effekti yaradır.

Eyni zamanda, vizaların rəqəmsallaşdırılması, hava limanlarında biometrik sistemlərin tətbiqi və "ağıllı sərhəd" texnologiyalarının inkişafı Bakı işgüzar turizm modelini dayanıqlı və innovativ formata gətirib çıxarır. Bu yanaşma həm dövlət siyasətinin "yaşıl iqtisadiyyat" və "rəqəmsal idarəetmə" prinsipləri ilə uzlaşır, həm də beynəlxalq tədbir sənayesinin əsas meyarlarını əlçatanlıq, təhlükəsizlik və logistika səmərəliliyini tam təmin edir.

Son olaraq qeyd edək ki, Bakı artıq təkcə regional turizm mərkəzi deyil, həm də Cənubi Qafqazın beynəlxalq iqtisadi dialoq və əməkdaşlıq paytaxtı kimi formalaşmışdır. Bu potensialın qorunması və daha da genişləndirilməsi üçün gələcək mərhələdə dövlət, özəl sektor və beynəlxalq tərəfdaşlar arasında koordinasiyanın dərinləşdirilməsi, "Baku MICE Alliance" tipli institutlaşdırılmış platformaların yaradılması və xidmət keyfiyyətinin qlobal standartlara uyğunlaşdırılması prioritet istiqamətlər kimi dəyərləndirilməlidir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Airport.az. (2024, July 10). Passenger traffic at Baku Airport increased by 40% in the first half of 2024. https://airport.az/en/press-release/passenger-traffic-at-baku-airport-increased-by-40-in-the-first-half-of-2024/
2. Azerbaijan Tourism Board. (2024). 2024–2026 Biznes Tədbirləri Strategiyası. https://www.tourismboard.az/storage/2024/11/13/v7UlHugDkalrxRc7HXAxWwyRlp6kE8VTT6GOLLcf.pdf
3. Baku City Circuit. (2024). Formula 1 thrill in Baku: Over 12,000 tourists, 20,000 grandstand seats, and the efforts of thousands of Azerbaijanis. https://www.bakucitycircuit.com/news/formula-1-thrill-in-baku-over-12000-tourists-20000-grandstand-seats-and-the-efforts-of-thousands-of-azerbaijanis
4. Baku Convention Center. Auditorium and conference halls. https://bakuconventioncenter.com/rooms/categories/auditorium
5. Baku Energy Forum. (2024). Baku Energy Week – important event in region's energy sector. https://bakuenergyforum.az/en/press-releases-for-all/baku-energy-week-important-event-in-regions-energy-sector-8785
6. eVisa Azerbaijan. ASAN Visa information. https://evisa.gov.az/information
7. Meet in Azerbaijan. Heydar Aliyev Center. https://meetinazerbaijan.com/facility/heydar-aliyev-center
8. Micemag. (2025). What is MICE tourism: Benefits and challenges (2025). https://www.micemag.com/what-is-mice-tourism-benefits-challenges-2025/
9. MyLighthouse. (2024). COP29 Baku hotel price rise: Record demand in November 2024. https://www.mylighthouse.com/resources/blog/cop29-baku-hotel-price-rise
10. State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan. (2024). Tourism in Azerbaijan – Statistical overview 2024. https://www.stat.gov.az/source/tourism/?lang=az
11. UN World Tourism Organization (UNWTO). (2024). Tourism visa openness report 2024. https://www.unwto.org/news/tourism-visa-openness-2024

Şəfiqə CƏLİLOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
calilova.shafiqa.2401@atmu.edu.az

TURİZM VƏ REKREASİYA ZONALARININ YARADILMASI PROBLEMLƏRİ

Xülasə: *Bu məqalə müasir dövrdə iqtisadi inkişafın mühüm istiqamətlərindən biri olan turizm və rekreasiya zonalarının mahiyyətini, onların funksiyalarını və davamlı inkişaf prinsiplərini araşdırır. Tədqiqatın əsas məqsədi bu zonaların səmərəli təşkili, idarə olunması və inkişaf istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsidir. Dünya təcrübəsinin təhlili göstərir ki, turizm və rekreasiya zonalarının düzgün idarə edilməsi və planlaşdırılması regional iqtisadi artımı, məşğulluğun artmasını və əhalinin sosial rifahının yüksəlməsini təmin edən əsas şərtlərdəndir. Araşdırmada Azərbaycan Respublikasının zəngin təbii-coğrafi və mədəni irs imkanlarına baxmayaraq, bu sahədə rast gəlinən əsas problemləri, infrastrukturun qeyri-kafi səviyyəsi, ekoloji dayanıqlığın təminində çətinliklər, insan resurslarının çatışmazlığı, maliyyə və investisiya mənbələrinin çatışmazlığı, həmçinin hüquqi-inzibati və marketinq yönümlü boşluqlar təhlil olunur. Nəticədə, turizm sektorunun dayanıqlı inkişafı və rekreasiya zonalarının səmərəli idarə olunması məqsədilə konkret elmi əsaslandırılmış təkliflər və praktik tövsiyələr irəli sürülür. Bu yanaşmalar Azərbaycanın turizm sənayesinin rəqabət qabiliyyətini artırmaqda və iqtisadi sistemdə qeyri-neft sektorunun payını genişləndirmədə böyük rol oynayır.*

Açar sözlər: *turizm, rekreasiya zonaları, davamlı inkişaf, iqtisadi artım, infrastruktur, marketinq, idarəetmə, Azərbaycan.*

PROBLEMS IN THE ESTABLISHMENT OF TOURISM AND RECREATION ZONES

Abstract: *This article examines the essence, functions, and sustainable development principles of tourism and recreation zones, which represent one of the key directions of modern economic growth. The main purpose of the research is to identify effective approaches to the organization, management, and development of these zones. The analysis of international experience shows that proper planning and management of tourism and recreation zones are among the main factors ensuring regional economic growth, increased employment, and improvement of social welfare. The study also highlights the main challenges faced in Azerbaijan despite its rich natural-geographical and cultural potential. These challenges include insufficient infrastructure, difficulties in ensuring ecological sustainability, shortage of qualified human resources, limited financial and investment sources, as well as legal-administrative and marketing gaps. As a result, the paper puts forward scientifically grounded proposals and practical recommendations aimed at ensuring the sustainable development of the tourism sector and effective management of recreation zones. These approaches play an important role in increasing the competitiveness of Azerbaijan's tourism industry and expanding the share of the non-oil sector in the national economy.*

Keywords: *tourism, recreation zones, sustainable development, regional economy, infrastructure, management, investment, Azerbaijan.*

ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОН

Резюме: *В данной статье исследуются сущность, функции и принципы устойчивого развития туристско-рекреационных зон, которые являются одним из ключевых направлений современного экономического роста. Основная цель исследования заключается в определении эффективных подходов к организации, управлению и развитию этих зон. Анализ мирового опыта показывает, что грамотное планирование и управление туристско-рекреационными зонами являются важнейшими условиями обеспечения регионального экономического роста, повышения занятости и уровня социального благосостояния населения. В работе также рассматриваются основные проблемы, с которыми сталкивается Азербайджан, несмотря на его богатый природно-географический и культурный потенциал. К ним относятся недостаточный уровень инфраструктуры, трудности в обеспечении экологической устойчивости, нехватка квалифицированных кадров, ограниченные финансовые и инвестиционные ресурсы, а также правовые, административные и маркетинговые пробелы. В заключение предлагаются научно обоснованные рекомендации и практические меры, направленные на устойчивое развитие туристической отрасли и эффективное управление рекреационными зонами. Представленные подходы играют важную роль в повышении конкурентоспособности туристической индустрии Азербайджана и расширении доли ненефтяного сектора в национальной экономике.*

Ключевые слова: *туризм, рекреационные зоны, устойчивое развитие, экономика региона, инфраструктура, управление, инвестиции, Азербайджан.*

GİRİŞ

Turizm zonaları müəyyən coğrafi ərazidə təşkil olunmuş, turistlərin müəyyən ehtiyaclarını qarşılamaq üçün yaradılmış infrastruktur və xidmətlər kompleksini əhatə edən ərazilərdir. Bu zonalar xüsusi olaraq ayrılmış və inkişaf etdirilmiş ərazilərdir ki, turizm fəaliyyətlərinin səmərəli təşkili üçün əsas hesab olunur. Turizm zonaları turizm xidmətlərinin istehsalı və istehlakının vahid bir ərazidə cəmləşdiyi, xüsusi idarəetmə və planlaşdırma rejiminə malik olan kompleks ərazilərdir [7, s. 12-14]. Turizm və rekreasiya zonaları təbii gözəlliklər, tarixi abidələr, mədəni irs, yaxud xüsusi qurulmuş əyləncə və istirahət obyektləri ətrafında qurulur. Və bu zonları təşkil etməkdə əsas məqsəd turist axınını cəlb etmək, əraziyə investisiya gətirmək və yerli əhalinin rifahını yaxşılaşdırmaqdır.

Turizm və rekreasiya zonaları insanların əyləncəsini, istirahətini, müalicəsini və sağlamlığını, o cümlədən insanın fiziki və psixi sağlamlığının bərpasını təmin edən, müvafiq turizm infrastrukturuna malik olan təbiət və mədəni komplekslərdir. Ona görə də rekreasiya məqsədi üçün elə təbiət əraziləri seçilir ki, onlar xüsusiyyət və xassələrinə, nadirliyinə, qeyri adiliyinə forma və ölçülərinə, imkan və görünüşünə, ekzotikliyinə görə digər ərazilərdən fərqli olurlar. Belə təbiət ərazilərinə misal kimi, əlverişli iqlim şəraitinə malik olan çayların, göllərin dənizlərin sahillərini,meşə massivlərini, mineral bulaqları, müxtəlif növ müalicəvi palçıqlara malik obyektləri və s. göstərmək olar [4, s 147-151].

Rekreasiya zonaları həm daxili, həm də beynəlxalq turizmin inkişafında mühüm rol oynayır.

Turizm və rekreasiya zonalarının yaradılması bir sıra prinsiplərdən ibarətdir. Və bu zonalarının yaradılmasında bir sıra vacib amillər nəzərə alınmalıdır ki, bu amillər dayanıqlı və səmərəli inkişaf üçün əsas rol oynayır.

Təbii ehtiyatların düzgün qiymətləndirilməsi və qorunması:

Hər hansı bir ərazidə turizm zonası yaratmazdan əvvəl oranın iqlimi, relyefi, su ehtiyatları, flora və faunası araşdırılmalıdır. Əgər bu resurslar turizm üçün əlverişlidirsə, onların eyni zamanda qorunması da vacibdir. Gələcək nəsillər üçün bu təbii sərvətlərin saxlanılması

əsas məqsədlərdən olmalıdır. Bu baxımdan ekoturizm mühüm rol oynayır – həm ətraf mühitə ziyan vurmur, həm də yerli təbiətin və mədəniyyətin qorunmasına kömək edir.

Yerli əhalinin iştirakının təmin olunması:

Turizm fəaliyyətləri planlaşdırılarkən orada yaşayan insanların maraqları nəzərə alınmalıdır. Turizm həmin ərazidə yaşayan insanlar üçün yeni iş yerləri yaradaraq onların rifahına müsbət təsir göstərə bilər. Yerli icmalar bu prosesə cəlb olunarsa, həm turizmə sahib çıxarlar, həm də onun inkişafında fəal iştirak edərlər.

Ətraf mühitin qorunması və tullantıların idarə olunması:

Turizm fəaliyyəti elə qurulmalıdır ki, təbiətə minimum təsir göstərsin. Bu məqsədlə tullantıların düzgün idarə olunması, enerji resurslarının qənaətlə istifadəsi və biomüxtəlifliyin qorunması vacibdir.

İnfrastrukturun düzgün planlaşdırılması:

Turistlər üçün rahatlıq yaradacaq obyektlər – məsələn, otellər, restoranlar, yollar – düzgün şəkildə yerləşdirilməlidir. Həm estetik baxımdan əraziyə uyğun olmalı, həm də funksional olmalıdır. Bu, xidmət keyfiyyətini artırır və turistlərin məmnun qalmasına şərait yaradır.

Mədəni irsin qorunması və təqdim olunması:

Turizm zonalarında yerləşən tarixi və mədəni obyektlər qorunmalı və turistlər üçün maraqlı şəkildə təqdim olunmalıdır. Belə yanaşma həm yerli mədəniyyətin tanıdılmasına, həm də bölgəyə olan marağın artmasına səbəb ola bilər.

Marketinq və təbliğat:

Hər bölgənin özünəməxsus cəhətləri var və bunlar düzgün təqdim olunmalıdır. Əgər həmin xüsusiyyətlər uğurlu marketinq strategiyaları ilə təbliğ olunarsa, bölgə həm yerli, həm də xarici turistlərin diqqətini cəlb edə bilər.

Eyni zamanda, Azərbaycan Respublikasında da turizm və rekreasiya zonalarının yaradılması zamanı bir sıra problemlərlə üzləşilir.

Azərbaycanın turizm potensialı olduqca yüksək olsa da, turizm və rekreasiya zonalarının yaradılması və inkişafında bir sıra ciddi problemlər mövcuddur. Bu problemlər sektorun rəqabət qabiliyyətinə və dayanıqlı inkişafına mənfi təsir göstərir.

1. Planlaşdırma və infrastruktur çatışmazlığı

Turizm və rekreasiya zonalarının inkişafında əsas maneələrdən biri, lazımi infrastrukturun olmaması və ya mövcud infrastrukturun qeyri-kafi olmasıdır. Azərbaycanda yeni turizm zonaları yaradılarkən yolların, su təminatının, elektrik enerjisinin, kanalizasiya sistemlərinin və müasir rabitə imkanlarının çatışmazlığı ciddi problem yaradır. Bu problemlər turistlərin rahatlığına və məmnuniyyətinə birbaşa təsir edir, eyni zamanda yerli və xarici investisiyaların cəlb edilməsinə mane olur. Xüsusilə regionlarda, turizm potensialı yüksək olan ərazilərdə bu vəziyyət daha kəskin müşahidə olunur. Həmçinin, mövcud turizm obyektlərində tullantıların idarə edilməsi sistemlərinin müasir standartlara uyğun olmaması ekoloji problemlərin yaranmasına səbəb olur [7, s. 45-50].

2. Ekoloji problemlər və dayanıqlıq məsələləri

Turizm zonasının yaradılması və inkişafı ətraf mühitə mənfi təsir göstərə bilər. Qeyri-kontrollu tikinti, təbii landşaftın pozulması, su və hava çirklənməsi, biomüxtəlifliyin azalması dayanıqlı turizm prinsiplərinə ziddir. Xüsusilə qiymətli təbii ərazilərdə, milli parklar və qoruqlara yaxın ərazilərdə aparılan infrastruktur layihələri zamanı ekoloji qiymətləndirmələrin lazımi səviyyədə aparılmaması və təbiəti mühafizə tədbirlərinin zəifliyi uzunmüddətli perspektivdə turizm potensialını məhv edə bilər [5, s. 60-65]. Dayanıqlı turizm, həm gələcək nəsillərin ehtiyaclarını ödəmək qabiliyyətini qorumaqla, həm də ətraf mühitin qorunması və sosial-mədəni bütövlüyü təmin etmək məqsədi daşıyır [3, s. 18-22].

3. İnsan resursları və xidmət keyfiyyəti

Turizm sektorunda ixtisaslı kadrların çatışmazlığı xidmət keyfiyyətinə birbaşa təsir göstərir. Turizm xidmətlərinin keyfiyyəti birbaşa olaraq kadrların peşəkarlığı, onların təlim səviyyəsi və turistlərə qarşı münasibəti ilə müəyyən edilir . Otelçilik, restoran işi, bələdçilik, nəqliyyat və digər xidmət sahələrində beynəlxalq standartlara cavab verən peşəkar bilik və bacarıqlara malik işçilərin azlığı turistlərin məmnuniyyət səviyyəsini aşağı salır. Xidmət standartlarının artırılması üçün təlim və təhsil proqramlarının inkişaf etdirilməsi, yerli əhalinin turizm sektoruna cəlb olunması və onların peşəkar bacarıqlarının artırılması zəruridir.

4. Maliyyələşmə və investisiya çətinlikləri

Turizm zonalarının yaradılması və inkişafı böyük maliyyə resursları tələb edir. İnvestisiyaların cəlb edilməsində bürokratik əngəllər, qanunvericilikdəki qeyri-müəyyənliklər və ya yetərli təşviq mexanizmlərinin olmaması problemlər yaradır. Turizm sektorunun maliyyələşməsi, xüsusilə də yeni layihələrin həyata keçirilməsi üçün uzunmüddətli və güzəştli kreditlərin olmaması əsas maneələrdəndir [6, s. 70-75].

5. Hüquqi və inzibati çərçivə

Mövcud qanunvericilik və inzibati prosedurların qeyri-mükəmməlliyi turizm zonalarının inkişafına əngəl törədə bilər. Tikinti icazələrinin alınması, torpaqdan istifadə hüquqları, lisenziyalaşdırma prosesləri kimi sahələrdəki süründürməçilik və şəffaflıq çatışmazlığı investorları çəkindirir. Həmçinin, turizm obyektlərinin təhlükəsizliyi və standartlarına cavab verən hüquqi tənzimləmələrin təkmilləşdirilməsinə ehtiyac var. Hüquqi-normativ bazanın qeyri-mükəmməlliyi və inzibati prosedurların mürəkkəbliyi turizm sektoruna investisiya axınının qarşısında ciddi bir sədd yaradır [8, s. 40-42].

6. Bazar tədqiqatı və marketinq çatışmazlıqları

Turizm zonalarının uğurlu inkişafı üçün düzgün bazar tədqiqatı və effektiv marketinq strategiyaları həyati əhəmiyyət kəsb edir. Turistlərin tələbatlarının düzgün müəyyənləşdirilməməsi, hədəf auditoriyaya uyğun məhsulların təklif edilməməsi və beynəlxalq bazarda kifayət qədər tanıtım işlərinin aparılmaması zonaların populyarlığına mənfi təsir göstərir. Azərbaycanın turizm məhsullarının dünya bazarında rəqabət qabiliyyətinin artırılması üçün hədəf bazarlara uyğun marketinq strategiyalarının hazırlanması zəruridir [2, s. 55-58].

NƏTİCƏ

Nəticə olaraq, turizm və rekreasiya zonalarının formalaşdırılması müasir iqtisadi inkişafın vacib istiqamətlərindən biri olmaqla yanaşı, kompleks yanaşma tələb edən çoxşaxəli bir prosesdir. Azərbaycanın bu sahədə böyük potensialı olsa da, infrastrukturun, xüsusilə nəqliyyat və xidmət şəbəkələrinin yetərli səviyyədə olmaması bu zonaların cəlbediciliyini azaldır və investisiya axınını məhdudlaşdırır. Ekoloji dayanıqlıq prinsiplərinə tam əməl edilməməsi təbii ehtiyatların azalmasına, bu isə uzunmüddətli dövrdə turizm imkanlarının zəifləməsinə gətirib çıxarır. İxtisaslı kadr çatışmazlığı xidmət keyfiyyətinə mənfi təsir göstərir, maliyyələşdirmə və investisiya mexanizmlərinin səmərəsizliyi isə yeni layihələrin icrasını ləngidir. Bundan əlavə, hüquqi və inzibati prosedurların mürəkkəbliyi, şəffaflığın yetərsizliyi və məqsədyönlü marketinq strategiyalarının olmaması sektorun inkişaf dinamikasını zəiflədir. Bütün bu problemlərin həlli üçün infrastrukturun müasirləşdirilməsi, ekoloji idarəetmənin gücləndirilməsi, turizm təhsili və kadr hazırlığının təkmilləşdirilməsi, investisiya təşviqlərinin genişləndirilməsi, eləcə də turizm brendinin formalaşdırılması və rəqəmsal marketinq alətlərinin tətbiqi mühüm əhəmiyyət daşıyır. Bu istiqamətdə atılacaq addımlar Azərbaycanın turizm potensialının tam reallaşdırılmasına, beynəlxalq bazarda rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına və qeyri-neft sektorunun dayanıqlı inkişafına mühüm töhfə verəcəkdir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi. (2016). Bakı.
2. Abadov, M. K. (2014). Azərbaycan turizmi və onun inkişaf problemləri: dərs vəsaiti. Bakı: Şərq-Qərb nəşriyyatı, (248 s.)
3. Atakişiyeva, L. (2023). Qarabağ timsalında dayanıqlı turizmin inkişafı prinsiplərinin araşdırılması. Qonaqpərvərlik Tədqiqatları Jurnalı, 5(2).
4. Bilalov, B.Ə, Gülalıyev, Ç. (2015). Turizmin əsasları. Bakı: QHT nəşriyyatı (496 s)
5. Bilalov B.Ə, Əsgərov, Ə., Gülalıyev, Ç. (2011). Ekoloji turizm. Bakı: Adiloğlu Nəşriyyatı, (276 s)
6. Cabbarov, Ə. X. (2015). Turizmin iqtisadi əsasları. Bakı: Elm Nəşriyyatı, (267 s)
7. Məmmədov, C. A., Soltanova, H. B., & Rəhimov, S. H. (2002). Beynəlxalq turizmin coğrafiyası (dərs vəsaiti). Bakı: Mütərcim, (512 s)
8. Süleymanov, E. (2016). Azərbaycanda turizmin inkişafının sosial-iqtisadi rolu (Magistr dissertasiyası). Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, Bakı.
9. https://www.eea.europa.eu/en/analysis/publications/92-826-5409-5/page025new.html

Leyla NURULLAZADƏ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
nurullazade.leyla.2401@atmu.edu.az

XİDMƏT SAHƏLƏRİNDƏ DAYANIQLI TURİZM MODELLƏRİNİN TƏTBİQİ VƏ İDARƏ OLUNMASINDA PROBLEMLƏR

Xülasə: *Müasir dövrdə dünya iqtisadiyyatının qabaqcıl inkişaf edən sahələrindən biri turizm sahəsidir. Turizm sənayesinin əsasını xidmət sahələri təşkil edir. Xidmət sahələrinin inkişafı və düzgün idarəetmə modellerinin tətbiqi nəticəsində turizm sənayesi inkişaf edir. XX əsrdə insanların maliyyə azadlığının və asudə vaxtlarının artması ilə paralel olaraq səyahət təcrübələri də artır. Bunun nəticəsində xidmət sahələrinə tələbat günü-gündən artır. Xidmət sahələrinin inkişafının düzgün planlaşdırılması və dayanıqlı inkişaf məqsədlərinə uyğunlaşdırılması vacib amil olmaqla turizmin dayanıqlılığını təmin edir. Bununla belə, dayanıqlı turizm modellərinin xidmət sahələrinə tətbiqi və idarəolunmasında bir sıra çətinliklər və problemlər qaçınılmazdır. Bu məqalədə xidmət sahələrində tətbiq olunan dayanıqlı turizm modelləri araşdırılmış və bu modellərin tətbiqində qarşılaşılan çətinliklər və yaranan problemlər təhlil olunmuşdur.*

Açar sözlər: *turizm, xidmət, dayanıqlı inkişaf, dayanıqlı turizm, problemlər.*

PROBLEMS IN IMPLEMENTING AND MANAGING SUSTAINABLE TOURISM MODELS IN SERVICE SECTORS

Abstract: *In modern times, one of the leading developing sectors of the world economy is the tourism sector. The basis of the tourism industry is service sectors. The tourism industry is developing as a result of the development of service sectors and the application of correct management models. In parallel with the increase in financial freedom and leisure time of people in the 20th century, travel experiences are also increasing. As a result, the demand for service sectors is increasing day by day. Proper planning of the development of service sectors and their adaptation to sustainable development goals is an important factor, ensuring the sustainability of tourism. However, a number of difficulties and problems are inevitable in the*

application and management of sustainable tourism models in service sectors. This article examines the sustainable tourism models applied in service sectors and analyzes the difficulties and problems encountered in the application of these models.

Keywords: *tourism, service, sustainable development, sustainable tourism, problems.*

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ МОДЕЛЯМИ УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА В СЕКТОРАХ УСЛУГ

Резюме: *В наше время одним из ведущих развивающихся секторов мировой экономики является туристический сектор. Основой туристической индустрии является сектор услуг. Туристическая индустрия развивается в результате развития секторов услуг и применения правильных моделей управления. Параллельно с ростом финансовой свободы и свободного времени людей в 20 веке увеличивается и опыт путешествий. В результате спрос на секторы услуг растет с каждым днем. Правильное планирование развития секторов услуг и их адаптация к целям устойчивого развития являются важным фактором, обеспечивающим устойчивость туризма. Однако при применении и управлении моделями устойчивого туризма в секторах услуг неизбежен ряд трудностей и проблем. В данной статье рассматриваются модели устойчивого туризма, применяемые в секторах услуг, и анализируются трудности и проблемы, возникающие при применении этих моделей.*

Ключевые слова*: туризм, сервис, устойчивое развитие, устойчивый туризм, проблемы*

GİRİŞ

Turizm dedikdə insanların asudə vaxtlarını dəyərləndirmək üçün istirahət, iş, müalicə, tarixi-mədəni yerləri görmə kimi maariflənmə və digər müxtəlif məqsədlərlə yaşadığı yerdən kənar əraziyə müvəqqəti səyahəti nəzərdə tutulur. Bu səyahətlər zamanı insan bir sıra xidmətlərdən istifadə edir ki, bunlara daşıma (nəqliyyat), yerləşmə (hotel, hostel, motel və s.), qidalanma (iaşə müəssisələri), əyləncə və turistin ehtiyaclarını ödəyən digər xidmətlər aiddir. Turizm sənayesinin inkişafı bu xidmətlərin düzgün kompleks təşkilindən asılıdır. Çünki turizm sənayesi müxtəlif sahələrin kompleks əlaqələndirilməsi nəticəsində formalaşır. Müasir dövrdə kütləvi turizmin həddindən artıq olması turizm sənayesinin gələcəyini təhlükə altında qoyur, hansı ki bu, əlaqəli digər sahələrin də mənfi təsirə məruz qalması deməkdir. Bu təhlükələrin qarşısının alınması və turizm sənayesinin davamlılığını təmin edilməsi məqsədilə dayanıqlı turizm konsepsiyası meydana gəlmişdir. BMT-nin Ümumdünya Turizm Təşkilatının tərifinə əsasən, dayanıqlı turizm ziyarətçilərin, ev sahibi yerli icmaların, ümumilikdə turizm sənayesinin ehtiyaclarını qarşılayaraq onun cari və gələcək sosial, ekoloji və iqtisadi təsirləri üzərində tam məsuliyyət götürən turizm növüdür. Beləliklə burada turizm sənayesinin davamlılığını təmin edərək, onu olduğu kimi qoruyaraq gələcək nəsillərə ötürmək əsas prioritetdir. Bunun üçün xidmət sahələrində dayanıqlılıq modelləri tətbiq olunmaqdadır. Bura Qlobal Davamlı Turizm Şurasının müəyyən etdiyi standartların GSTC-H&Tov1, GSTC-H&TOv2 (hotel və turoperatorlar üçün), Green Globe Sertifikatı, EarthCheck (Otellər, kurortlar, destinasiya idarəetməsi), Blue Flag (çimərlik və limanlar), Green key sertifikatı və BMT-nin Dayanıqlı İnkişaf Məqsədlərinin (17 dayanıqlı inkişaf məqsədi) tətbiqi aiddir. [6], [7]

ƏSAS HİSSƏ

Xidmət sahələrində tətbiq olunan turizmin dayanıqlı inkişaf modellərinə ekoturizm,

icma əsaslı turizm, smart turizm, aqroturizm və tarixi-mədəni turizm, regenerativ turizm, yaşıl otel proqramları və sertifikatlaşdırma, ekostandartların tətbiqi aiddir. Modellərin tətbiqi və idarə olunmasında qarşılaşılan çətinliklər və problemlərə peşəkar kadr azlığı və ya çatışmazlığı, maliyyə resurslarının məhdudluğu, maraqlı tərəflər arasında koordinasiyanın və əməkdaşlığın çətinliyi, texnologiya və innovasiya tətbiqi ilə bağlı çətinliklər (məsələn izləmə və hesabat mexanizmlərindəki boşluqlar), overturizm və ekoloji yüklənmə, mədəni və sosial aspektlər, müştəri tələbatının və gözləntilərinin dəyişməsi, risk planlaması və davamlılıq strategiyasında boşluqlar, standartlaşdırma və sertifikasiya seçimləri və s. aiddir.

Ekoturizm ətraf mühitə, təbiətə zərər vermədən turizm fəaliyyətlərinin, turizmdə maliyyə axınının təşkilini hədəfləyən turizm modelidir. Bu turizm modelinin xidmət sahələrində tətbiqi əsasən yaşıl sertifikatların alınması, ekoloji tullantısız texnologiyalara keçid və tullantıların yenidən emalının təşkil edilməsi, plastik və digər təbiətə zərər verən materialların istifadəsinin minumuma endirilməsi və ya tamamilə ekoloji həssas vasitələrdən istifadənin təmin edilməsi, yerli icmaların istehsal etdiyi təbii məhsulların turizm məqsədi ilə istifadəsi və bunun nəticəsində yerli icmalara iqtisadi fayda və ümumdaxili məhsulun həcminin artırılmasının təmini, təbiətə ekoturların təşkili formasında həyata keçirilir. Bu modelin tətbiqində qarşılaşılan əsas problemlərə maliyyə vəsaitlərinin məhdudluğu, savadlı kadrların çatışmazlığı, təbiətə ehtiyatsız turist davranışlarının müşahidə olunması, iqtisadi fayda əldə edilməsi ilə ekoloji tarazlığın qorunması arasında ziddiyyətlərin olması aiddir. Belə ki, tullantısız texnologiyalara keçid böyük maliyyə vəsaiti tələb edir ki, bunu da bir çox kiçik və orta xidmət sahələrinin təmin etməsi mümkün olmur və eyni zamanda, bununla savadlı kadrların olması vacib amildir. Savadlı kadrların təmin edilməsi üçün xidmət sahələrində çalışan işçilərin mütəmadi olaraq maarifləndirilməsi tələb olunur və bu maliyyə vəsaiti tələb edir. [1, s.36]

İcma əsaslı turizm (CBT-community-based tourism) turizm sənayesinin təşkilində və idarə olunmasında, eləcə də gəlirlərin bölüşdürülməsində yerli icmaların birbaşa iştirak etdiyi və faydalandığı modeldir. Bu turizm modeli turistlərin yerli xalqın evində gecələməsi, yerli sənətkarlıq nümunələrindən almaları, onların adət-ənənələrində iştirak etmələri və milli kulinariyanı dadmalarına əsaslanır. Əsas problemlərə idarəetmə çətinliyi, bəzi hallarda turist davranışlarından yerli icmaların qıcıqlanması və buna qarşı sərt reaksiya vermələri, yerli adət-ənənələrin uzun illər ərzində xarici turist axınlarının çox olması səbəbində assimilyasiyaya uğramağa başlaması və düzgün kommersiyalaşdırılmaması səbəbindən milli-mədəni dəyərlərin yoxa çıxması, savadlı kadr çatışmazlığı və s. aiddir.[2, s.558-562]

Smart turizm rəqəmsal texnologiyaların (mobil tətbiqlərin, onlayn bronlaşdırma sistemlərinin, süni intelekt və s.) tətbiqi ilə turizm sənayesinin səmərəli təşkilinə imkan verən və keyfiyyətə nəzarəti gücləndirən turizm modelidir. Modelin üstün cəhətlərinə turistlərin uzaqdan onlayn şəkildə, günün istənilən vaxtında xidmətlər barədə tam və dolğun məlumat əldə etmələrinə, daha öncəki turist rəylərinə əsasən müəssisə və xidmətlərin keyfiyyətinə və bu kimi məlumatlara asan çıxışlarının olması, müəssisələrin ekosertifikatlarının, ağıllı otellərin və avtomatlaşdırma sistemlərinin izlənməsi, onlayn bronlaşdırma və ləğvin asanlığı, e-vizaların alınması, AR/VR vasitəsilə mədəni irs obyektlərinin virtual təqdimatı, Big Data, IoT kimi texnologiyaların tətbiqi və s. aiddir.

Smart turizm modelinin tətbiqində bir sıra problem və çətinliklər mövcuddur. Smart texnoloji sistemlərin (məsələn, "ağıllı otaq" sistemləri, enerji idarəetmə modulları, rəqəmsal bələdçilər) quraşdırılması baha olduğu üçün yüksək ilkin investisiya tələb edir ki, bu da kiçik və orta sahibkarlar üçün qarşılanması çətindir. Həm də texnologiyaların tez-tez yenilənməsi onların tətbiqi və saxlanması üçün xərclərin artma səbəbidir. Smart turizm sistemlərinin tətbiqi ilə fərdi məlumatların kibertəhlükəsizlik və sızmasının təmin edilməsi bütün hallarda mümkün olmur. Bu da məxfilik problemlərinə gətirib çıxarır. Smart turizm modelinə keçid üçün bir çox

ölkələrdə zəruri olan milli strategiyalar, tənzimləyici mexanizmlər və standartlar hələ də tam formalaşmamışdır. Smart sistemlərin idarə edilməsi üçün savadlı kadrlar lazımdır, bu da bir çox hallarda kadr çatışmazlığı ilə müşahidə olunur. [3, s.196-200]

Xidmət sahələrinə tətbiq olunan dayanıqlı turizm modellərindən biri də yaşıl otel proqramları və sertifikatlaşdırmalarıdır (Green Hotel Programs & Certification). Qlobal Dayanıqlı Turizm Şurası xidmət sahələri üçün dayanıqlılıq standartları müəyyən edir. Otellər üçün ekoloji məsuliyyəti gücləndirən və beynəlxalq meyarlara uyğunluğun təmin edilməsi üçün bir sıra sertifikatlaşdırma proqramları mövcuddur ki, bunlara Green Key, LEED, ISO 14001, EarthCheck aiddir. Bu modelin tətbiqindəki çətinlik əməkdaşlıq və məlumat paylaşımındakı çatışmazlıqlardır. Otellər, turizm assosiasiyaları və dövlət qurumları arasında koordinasiyanın zəif olması, yerli ekoloji məhsul istehsalçılarının (təchizatçılar) azlığı "yaşıl zəncirin" tamlığı pozulur. Yaşıl sertifikat proqramları daim ölçüləbilən göstəricilə məsələn, su, enerji sərfiyyatı, tullantıların çeşidlənmə dərəcələri və s. tələb edir ki, bir çox kiçik müəssisələrdə bu göstəriciləri izləmə sistemləri mövcud deyil. Ekoloji keyfiyyətli məhsullardan istifadənin baha başa gəlməsinə gətirib çıxarır ki, bu da müəssisələrin ucuza üstünlük vermələrinə səbəb olur. Normativ və institusional problemlər də mövcuddur. Belə ki, beynəlxalq standart və sertifikatların yerli uyğunlaşdırılmış meyarları və dövlət mexanizmləri yoxdur. [7]

Ekostandartların tətbiqi də dayanıqlı turizm modellərinə aiddir. Ekostandartların mahiyyəti xidmət müəssisələrində ekoloji və sosial məsuliyyət prinsiplərinə əsaslanan beynəlxalq standartların tətbiq olunmasıdır. Bu standartlara ISO 14001, EMAS və s. misal göstərmək olar. Modelin tətbiqində qarşılaşılan problem və çətinliklərə maliyyə və iqtisadi çətinliklər, insan resursları və bilik çatışmazlığı, sosial və bazar yönümlü çətinliklər, nəzarət və monitorinq sistemində boşluqlar, texnoloji və infrastruktur problemləri aiddir. Bu standartlar tətbiq edildikdən sonra davamlı nəzarət və yenilənmə tələb olunur ki, bu prosesin dəqiq və şəffaf şəkildə həyata keçirilməsi üçün peşəkar auditorlar və nəzarət institutları çatışmır. Prosesin həyata keçirilməsində qeyri-şəffaflığın olması hesabatların etibarlığını azaldır. [5, s. 239-241]

Digər dayanıqlı turizm modeli tarixi-mədəni turizmidir. Tarixi abidələr, mədəni irs, adət-ənənələr və incəsənət obyektlərinin kommersiya məqsədi ilə istifadəsi nəticəsində xidmət sektorunun təşkili ilə turizm sənayesinin təşkilidir. Bu modelin tətbiqində qarşılaşılan əsas problemlər mədəni irsin qorunması ilə bağlı yaranan çətinliklərdir. Abidələrin və tarixi obyektlərin fiziki köhnəlməsi aparılan bərpa və təmir işləri bir çox hallarda onların orjinallığının itirilməsi ilə nəticələnir. Turist axınlarının çoxluğu və onların ehtiyatsız davranışları nəticəsində də tarixi abidələrin zədələnməsi baş verir. Qeyri-qanuni şəkildə abidələrin turizm məqsədilə standartlara zidd şəkildə istifadə edilməsi də bu problemlərə aiddir. Digər tərəfdən bu tarixi-mədəni abidələrin rekonstruksiyası və bərpası böyük maliyyə vəsaiti tələb edir. Həmçinin, tarixi-mədəni turizm obyektləri haqqında rəqəmsal məlumat bazaları, 3D modellər və virtual turlar kifayət qədər inkişaf etməyib. [2, s.108-110]

NƏTİCƏ

Xidmət sahələrində, xüsusilə turizm sənayesi ilə əlaqəli müəssisələri olan otel və qonaqpərvərlik sektorunda yaşıl otel sertifikatları və ekostandartlar kimi dayanıqlı turizm modellərinin tətbiqi müasir dövrdə zərurət halına gəlsə də, bu proses bir sıra iqtisadi, sosial, institutisional və texnoloji çətinliklərlə müşayiət olunur. Əsas problemlər yüksək maliyyə vəsaitinin və ilkin investisiyanın tələb olunması, beynəlxalq standartların yerli bazara uyğunlaşdırılmasında yaranan ziddiyyətlər, eləcə də dövlət səviyyəsində bu sahədə yetərli normativ bazanın və nəzarət sistemlərinin olmaması, bazarda ekoloji məsuliyyətli məhsullara tələbat azlığı və bu məhsulların baha olması səbəbindən istehlakın az olması, ixtisaslı kadr

çatışmazlığı və bunun nəticəsində idarəetmə və monitorinqdə zəiflik və s.-dir.

Bu kimi səbəblərdən dayanıqlı turizm prinsiplərinin xidmət sahələrində uğurla tətbiq olunması üçün kompleks yanaşma və dövlət qurumları və özəl müəssisələr arasında əməkdaşlıq tələb olunur. Bunun üçün yerli vahid normativ əsaslar yaradılmalı və bu baza beynəlxalq standartlara əsaslanmalıdır. Eyni zamanda, ekoloji həssas cəmiyyət formalaşdırmaq üçün təlimlər, müxtəlif maarifləndirmə proqramları təşkil edilməsi və mövcud sertifikatlaşdırma sistemləri genişləndirilməli və ekoloji normalara riayət olunmasının qiymətləndirilməsi məqsədilə mütəmadi olaraq monitorinqlər təşkil olunmalıdır. Turistlərə və yerli istehlakçılara, o cümlədən yerli icmalara ekoloji məsuliyyətin gücləndirilməsi istiqamətində məhdudiyyətlər və bu məhdudiyyətlərin pozulması hallarında isə müvafiq cəza sistemləri tətbiq olunmalıdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Müzəffər Ağa-Kərimov, Rəhman Quliyev, Turizm növləri, Bakı, 2024.
2. Timothy, D. J. Cultural Heritage and Tourism: An Introduction. Routledge nəşriyyatı- 2011. s888
3. David L. Edgell Sr. Managing Sustainable Tourism. Routledge Publishing, 2016, 264 s.
4. Tomas Walker, Ender Demir, Gabrielle Machnik-Kekesi, Victoria Kelly. Sustainable Tourism: Frameworks, Practices, and Innovative Solutions, Kanada, Springer International Publishing, 2024, 329 s.
5. Sustainable Directions in Tourism/Tomás F. Espino-Rodríguezi redaktəsi ilə, 2019, 302 s.
6. https://www.untourism.int/sustainable-development/ecotourism-and-protected-areas - BMT ÜTT ekoturizm və qorunan ərazilər
7. https://www.gstc.org/gstc-criteria/gstc-industry-criteria/ - Qlobal Dayanıqlı Turizm Şurası – Destinasiyalar üçün standartlar

Lalə ABBASZADƏ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
lalabbaszad69@gmail.com

NAXÇIVAN MUXTAR RESPUBLİKASINDA QIŞ TURİZMİNİN İNKİŞAFININ MÜASİR VƏZIYYƏTİNİN TƏHLİLİ

Xülasə: *Naxçıvan Muxtar Respublikasında qış turizminin inkişafı regionun sosial-iqtisadi potensialının reallaşdırılması və turizm sektorunun diversifikasiyası baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Qış turizmi burada təbii iqlim şəraiti, dağ relyefi, mineral bulaqlar, ekoloji təmizlik və tarixi-mədəni irs ilə sıx bağlıdır. Son illərdə muxtar respublikada turizm infrastrukturu — xüsusilə də dağ-xizək kompleksləri, istirahət mərkəzləri, mehmanxana və nəqliyyat şəbəkələri — genişləndirilmiş, dövlət proqramları və investisiya layihələri vasitəsilə bu sahəyə xüsusi diqqət yetirilmişdir. Araşdırmalar göstərir ki, Naxçıvanda qış turizmi əsasən Batabat, Ağbulaq, Ordubad və Şahbuz kimi dağlıq ərazilərdə formalaşır. Ağbulaq Xizək Mərkəzi bu istiqamətdə aparıcı məkandır və həm yerli, həm də xarici turistlərin cəlb olunmasında mühüm rol oynayır. Bununla belə, turizmin davamlı inkişafı üçün infrastrukturun müasirləşdirilməsi, marketinq strategiyalarının genişləndirilməsi, xidmət keyfiyyətinin beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması və ekoloji balansın qorunması vacibdir. Nəticə etibarilə, Naxçıvan Muxtar Respublikasında qış turizminin inkişafı regionun iqtisadi artımına, məşğulluğun artırılmasına və Naxçıvanın beynəlxalq turizm məkanına çevrilməsinə töhfə verir.*

Açar sözlər: *Naxçıvan Muxtar Respublikası, qış turizmi, turizm infrastrukturu, Ağbulaq Xizək Mərkəzi, regional inkişaf, ekoloji turizm.*

ANALYSIS OF THE CURRENT SITUATION OF WINTER TOURISM DEVELOPMENT IN THE NAKHCHIVAN AUTONOMOUS REPUBLIC

Abstract*: The development of winter tourism in the Nakhchivan Autonomous Republic holds significant importance for realizing the region's socio-economic potential and diversifying the tourism sector. Winter tourism here is closely linked to the natural climate conditions, mountainous relief, mineral springs, ecological purity, and rich historical-cultural heritage. In recent years, the tourism infrastructure of the autonomous republic—particularly ski resorts, recreation centers, hotels, and transport networks—has been expanded, and special attention has been given to this field through state programs and investment projects.*

Research indicates that winter tourism in Nakhchivan is mainly concentrated in mountainous areas such as Batabat, Aghbulag, Ordubad, and Shahbuz. The Aghbulag Ski Center serves as the leading destination in this direction and plays a vital role in attracting both local and foreign tourists. Nevertheless, to ensure sustainable development of tourism, it is essential to modernize infrastructure, expand marketing strategies, align service quality with international standards, and maintain ecological balance.

Consequently, the development of winter tourism in the Nakhchivan Autonomous Republic contributes to the region's economic growth, increases employment, and strengthens Nakhchivan's position as an international tourism destination. State support, private sector activity, and the integration of ecological tourism principles can ensure the long-term sustainability of winter tourism.

Keywords: *Nakhchivan Autonomous Republic, winter tourism, tourism infrastructure, Aghbulag Ski Center, regional development, ecological tourism.*

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РАЗВИТИЯ ЗИМНЕГО ТУРИЗМА В НАХЧЫВАНСКОЙ АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Резюме: *Развитие зимнего туризма в Нахчыванской Автономной Республике имеет важное значение с точки зрения реализации социально-экономического потенциала региона и диверсификации туристического сектора. Зимний туризм здесь тесно связан с природно-климатическими условиями, горным рельефом, минеральными источниками, экологической чистотой и историко-культурным наследием. В последние годы в автономной республике была расширена туристическая инфраструктура — особенно горнолыжные комплексы, зоны отдыха, гостиницы и транспортные сети; посредством государственных программ и инвестиционных проектов данной сфере уделяется особое внимание.*

Исследования показывают, что зимний туризм в Нахчыване в основном формируется в горных районах Батабат, Агбулаг, Ордубад и Шахбуз. Горнолыжный центр Агбулаг является ведущим объектом в данном направлении и играет важную роль в привлечении как местных, так и иностранных туристов.

Вместе с тем для устойчивого развития туризма необходимо модернизировать инфраструктуру, расширять маркетинговые стратегии, привести качество услуг в соответствие с международными стандартами и обеспечивать сохранение экологического баланса.

В результате развитие зимнего туризма в Нахчыванской Автономной Республике способствует экономическому росту региона, увеличению занятости и превращению Нахчывана в международное туристическое направление.

Ключевые слова: *Нахчыванская Автономная Республика, зимний туризм, туристическая инфраструктура, Горнолыжный центр Агбулаг, региональное развитие, экологический туризм.*

GİRİŞ

Turizm sektoru müasir dövrdə iqtisadi inkişafın aparıcı istiqamətlərindən biri kimi formalaşmışdır və regionların sosial-iqtisadi potensialının reallaşdırılmasında mühüm rol oynayır. Qış turizmi isə bu sahənin ixtisaslaşmış və mövsümi bir qoludur ki, təbii iqlim şəraitinə və infrastruktur imkanlarına əsaslanaraq iqtisadi canlanma, məşğulluq və investisiya artımına töhfə verir. Naxçıvan Muxtar Respublikası öz unikal coğrafi mövqeyi, dağlıq relyefi, ekoloji təmiz mühiti və zəngin mədəni irsi ilə qış turizminin inkişafı üçün əlverişli potensiala malikdir (Akhundova & Zayed, 2021).

Son illərdə Azərbaycan Respublikasında və xüsusilə Naxçıvan regionunda dövlət səviyyəsində turizm siyasəti prioritet istiqamət kimi müəyyən edilmiş, infrastrukturun genişləndirilməsi və beynəlxalq təbliğat tədbirləri həyata keçirilmişdir (Akhundova, 2022). "Ağbulaq" xizək və istirahət kompleksi bu baxımdan qış turizminin inkişafında nümunəvi layihə kimi çıxış edir. Burada yaradılan şərait, dağ-xizək idmanı, ekoturizm və kənd turizmi kimi fəaliyyət növlərinin inteqrasiyasına şərait yaradır (Aliyev, 2022). Araşdırmalar göstərir ki, Naxçıvanda qış turizminin inkişafı regionun iqtisadi artımını sürətləndirməklə yanaşı, dayanıqlı məşğulluq və sahibkarlığın stimullaşdırılması baxımından da strateji əhəmiyyət kəsb edir (Tahir & Rafiq, 2021). Bununla yanaşı, turizm infrastrukturunun müasirləşdirilməsi, marketinq strategiyalarının gücləndirilməsi və ekoloji standartlara riayət olunması kimi məsələlər hələ də aktual olaraq qalmaqdadır. Beləliklə, bu tədqiqatda Naxçıvan Muxtar Respublikasında qış turizminin müasir vəziyyəti təhlil edilir, inkişaf meyilləri və mövcud çağırışlar müəyyən olunur. Məqsəd regionun turizm potensialının iqtisadi baxımdan qiymətləndirilməsi və gələcək inkişaf istiqamətlərinin elmi əsaslarla müəyyən edilməsidir.

Naxçıvan Muxtar Respublikası Azərbaycanın digər bölgələrindən fərqli olaraq qış turizminin inkişafı üçün spesifik təbii-coğrafi və sosial-iqtisadi üstünlüklərə malikdir. Bölgənin dağlıq relyefi, iqlim müxtəlifliyi, təbii mineral bulaqları və ekoloji təmiz mühiti bu istiqamətdə unikal potensial yaradır. Xüsusilə Şahbuz, Ordubad və Batabat kimi yüksək dağlıq ərazilər həm xizək idmanı, həm də ekoturizm üçün əlverişli şərait təqdim edir (Akhundova & Zayed, 2021).

Dövlət siyasətində də bu istiqamət prioritet elan olunmuş, turizm infrastrukturunun modernləşdirilməsi və beynəlxalq standartlara uyğun xidmətlərin yaradılması məqsədilə məqsədyönlü proqramlar qəbul edilmişdir. Azərbaycan Respublikasının "Xüsusi ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi" (2016) sənədində Naxçıvanın dağ-xizək turizmi üzrə regional mərkəzə çevrilməsi əsas hədəflərdən biri kimi göstərilir (Republic of Azerbaijan, 2016). Son illərdə həyata keçirilən "Ağbulaq İstirahət və Xizək Mərkəzi" layihəsi qış turizminin inkişafında mühüm dönüş nöqtəsi olmuşdur. Bu kompleks təkcə turizm obyektinin deyil, həm də ətraf kəndlərin iqtisadi fəallığının artmasına səbəb olmuş, yerli əhalinin məşğulluq səviyyəsini yüksəltmişdir (Aliyev, 2022). Eyni zamanda, dövlət və özəl sektor tərəfdaşlığı modeli tətbiq edilərək, turizm xidmətlərinin keyfiyyətinin artırılmasına nail olunmuşdur. Bununla belə, bölgədə turizmin dayanıqlı inkişafı üçün bir sıra məhdudiyyətlər qalmaqdadır. Nəqliyyat infrastrukturunun zəifliyi, beynəlxalq marketinqin məhdudluğu, turizm xidmətlərində ixtisaslı kadr çatışmazlığı və ekoloji yükün artması kimi məsələlər hələ də aktualdır (Tahir & Rafiq, 2021). Bu problemlərin aradan qaldırılması üçün beynəlxalq

təcrübənin öyrənilməsi, rəqəmsal texnologiyaların (onlayn bron sistemləri, smart turizm xəritələri) tətbiqi və ekoloji menecment strategiyalarının formalaşdırılması vacib sayılır (Akhundova, 2022). Beləliklə, Naxçıvan Muxtar Respublikasında qış turizminin inkişafı həm regional iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi, həm də Azərbaycanın beynəlxalq turizm brendinin gücləndirilməsi baxımından strateji əhəmiyyət daşıyır. Gələcəkdə bu sahənin uğurlu inkişafı üçün dövlət dəstəyi ilə yanaşı, yerli icmaların, sahibkarların və beynəlxalq investorların birgə fəaliyyəti zəruridir.

TƏHLİL

Naxçıvanın qış turizmi sektoru son illərdə investisiya axınlarının artması ilə regional iqtisadiyyatda yeni inkişaf mərhələsinə daxil olmuşdur. Dövlət tərəfindən qəbul edilmiş proqramlar və özəl sektorun fəallığı bölgənin ÜDM-də turizmin payını artırmışdır.

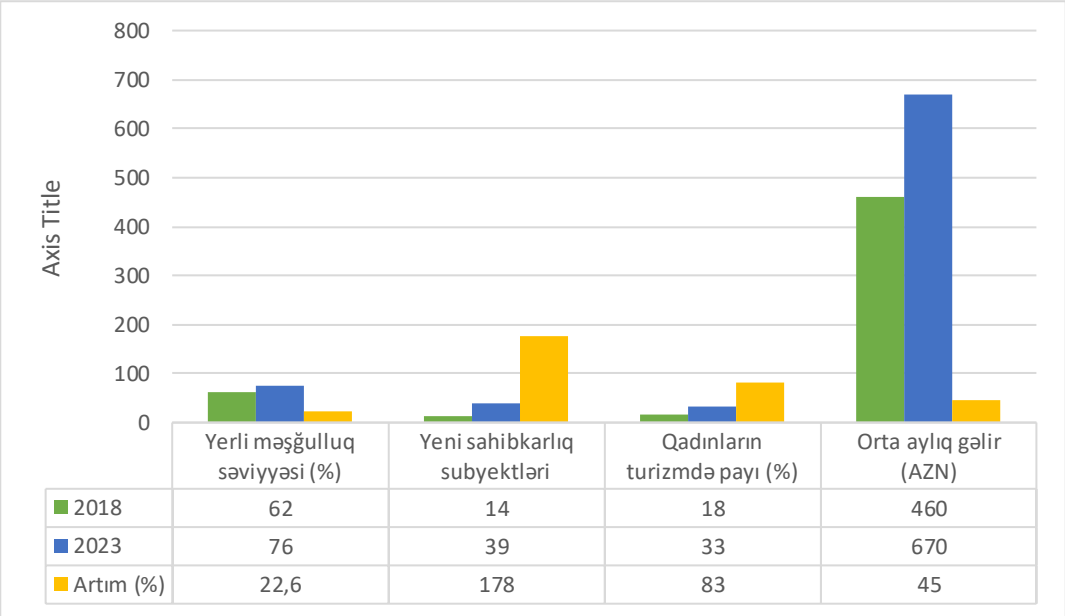
Cədvəl 1. Naxçıvan Muxtar Respublikasında qış turizminin iqtisadi göstəriciləri

İllər	Turizm gəlirləri (milyon AZN)	Yerləşmə obyektlərinin sayı	Turizm sahəsində məşğulluq (nəfər)	Xarici turistlərin payı (%)
2018	6.2	23	310	7.8
2019	8.5	28	365	9.4
2020	4.1 *(pandemiya ili)*	25	270	5.2
2021	9.3	32	430	11.7
2022	12.5	36	510	13.6
2023	15.8	41	580	15.2

Cədvəldən göründüyü kimi, pandemiyadan sonra 2021-ci ildən etibarən turizm sektorunda sürətli bərpa müşahidə olunur. Qış turizmi sahəsində gəlirlər 2018-2023 aralığında təxminən **2.5 dəfə artmış,** məşğulluq göstəriciləri isə 80% yüksəlmişdir. Bu artım əsasən **Ağbulaq Xizək Mərkəzi** və yeni istirahət komplekslərinin istifadəyə verilməsi ilə əlaqəlidir (Aliyev, 2022).

Qış turizminin inkişafı bölgə əhalisinin rifahına və sosial infrastrukturun yaxşılaşmasına da müsbət təsir göstərmişdir.

Qrafik 1. Qış turizminin sosial təsirləri



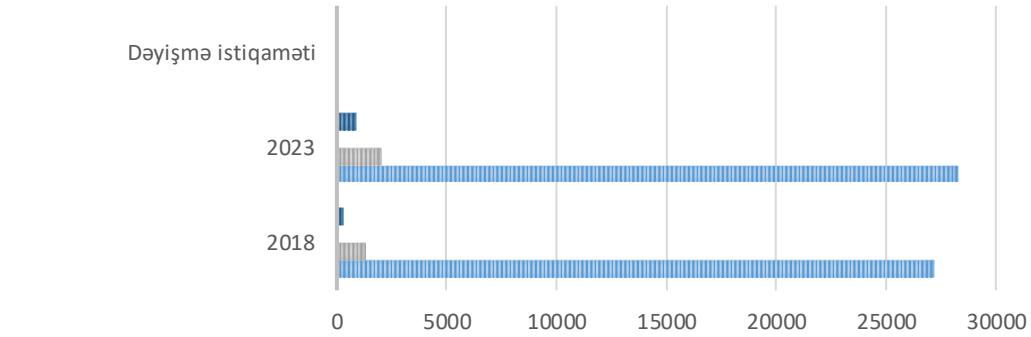
Mənbə: Naxçıvan Muxtar Respublikası Əmək Nazirliyi (2023);

Akhundova & Zayed (2021).

Turizm fəaliyyəti bölgədə **inkişaf və inklüziv artım** meyillərini gücləndirmiş, qadınların və gənclərin iqtisadi fəallığını artırmışdır. Yerli icmalarda sahibkarlığın artması Naxçıvanda **sosial sabitlik** və **davamlı inkişaf** üçün baza yaratmışdır.

Naxçıvanda qış turizmi genişləndikcə, təbiətin qorunması məsələləri daha da aktuallaşır.

Qrafik 2. Ekoloji göstəricilər və risklər



	2018	2023	Dəyişmə istiqaməti
Ekoloji tədbirlərə ayrılan vəsait (min AZN)	320	870	0
Ekoturizm layihələrinin sayı	4	11	0
Tullantı həcmi (ton)	1350	2050	0
Meşə örtüyü sahəsi (ha)	27200	28300	0

Mənbə: Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi, Naxçıvan şöbəsi (2023).

Turizmin genişlənməsi ilə tullantı səviyyəsinin artması və ekoloji yüklənmə müşahidə olunur. Bununla belə, son illərdə ekoloji yönümlü layihələrin (Batabat Ekoparkı, Şahbuz biosfer zonasının qorunması və s.) sayının artması davamlı turizmin formalaşmasına yönəlmiş siyasətin göstəricisidir (Tahir & Rafiq, 2021).

Cədvəl 2. SWOT Təhlil

Güclü tərəflər		**Zəif tərəflər**
Təbiət və iqlim müxtəlifliyi		İnfrastrukturun tam formalaşmaması
Dövlət dəstəyi və investisiya artımı		Qlobal tanıtımın zəifliyi
Mədəni və tarixi irs		Qış mövsümünün qısa olması
Qadın və gənclərin aktiv iştirakı		Kadr çatışmazlığı
İmkanlar	**Təhlükələr**	
Rəqəmsal turizm və beynəlxalq sərgilərdə iştirak	İqlim dəyişikliyi və ekoloji risklər	
Regional inteqrasiya (Zəngəzur dəhlizi vasitəsilə)	Pandemiya sonrası qeyri-müəyyənlik	
Yeni investisiya və brend imici qurmaq imkanı	Turist bazarında rəqabət (Gürcüstan, Türkiyə)	

Mənbə: Müəllif tərəfindən tərtib olunmuştur

Yuxarıdakı cədvəl və qrafiklərin təhlili göstərir ki, Naxçıvan Muxtar Respublikasında qış turizminin inkişafı maliyyə və məşğulluq artımı, sosial sabitlik, infrastruktur yenilənməsi və ekoloji tədbirlərin güclənməsi ilə müşahidə olunur. Lakin beynəlxalq tanıtım, ixtisaslı kadr təminatı və ekoloji nəzarət kimi sahələrdə təkmilləşdirməyə ehtiyac qalır.

NƏTİCƏ

Təhlilin nəticələri göstərir ki, Naxçıvan Muxtar Respublikasında qış turizminin inkişafı iqtisadi, sosial və ekoloji baxımdan mühüm nailiyyətlərlə müşahidə olunur. 2018–2023-cü illər ərzində regionda turizm gəlirləri 2,5 dəfədən çox artmış, turizm sektorunda çalışanların sayı 300 nəfərdən 580 nəfərə yüksəlmişdir. Bu artım, ilk növbədə, dövlətin məqsədyönlü siyasəti və **"Ağbulaq Xizək Mərkəzi"** kimi infrastruktur layihələrinin həyata keçirilməsi ilə əlaqədardır (Akhundova, 2022). Eyni zamanda, sosial göstəricilərin (məşğulluq, gəlir səviyyəsi, qadınların iqtisadi fəallığı) yaxşılaşması regionda turizmin inklüziv inkişafına şərait yaratmışdır. Qış turizmi yerli sahibkarların fəallığını artırmaqla yanaşı, ekoturizm və kənd turizmi sahələrində də yeni biznes modellərinin yaranmasına səbəb olmuşdur (Aliyev, 2022). Bununla belə, turizmin beynəlxalq səviyyədə tanıdılması, ixtisaslı kadrların hazırlanması və ekoloji idarəetmə sahələrində bəzi çatışmazlıqlar qalmaqdadır. Bu faktorlar regionun potensialının tam reallaşmasına müəyyən dərəcədə mane olur (Tahir & Rafiq, 2021).

Naxçıvan Muxtar Respublikasında qış turizminin inkişafı təkcə regional iqtisadi artımı deyil, həm də **Azərbaycanın ümumi turizm strategiyasının** həyata keçirilməsini dəstəkləyir. Yaxın illərdə Zəngəzur nəqliyyat dəhlizinin istifadəyə verilməsi Naxçıvanın **Türkiyə və Gürcüstan bazarlarına inteqrasiyasını** gücləndirəcək və turizm dövriyyəsini əhəmiyyətli dərəcədə artıracaq (Republic of Azerbaijan, 2016).

Davamlı inkişaf üçün əsas prioritetlərdən biri də **yaşıl turizm modeli**nin tətbiqidir. Bu model iqtisadi gəlir, sosial fayda və ekoloji balans arasında optimal tarazlığı təmin edə bilər. Qış turizmi yalnız iqtisadi fəaliyyət kimi deyil, həm də Naxçıvanın beynəlxalq imicini formalaşdıran strateji bir sahə kimi qiymətləndirilməlidir (Akhundova, 2022).

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Akhundova, A., & Zayed, N. M. (2021). *Economic performance evaluation of the tourism resources of the Republic of Azerbaijan. Academy of Strategic Management Journal, 20*(1), 1–12. https://www.abacademies.org/articles/economic-performance-evaluation-of-the-tourism-resources-of-the-republic-of-azerbaijan-11571.html

2. Akhundova, N. (2022). *The impact of tourism on the intersectoral development in Azerbaijan. WSEAS Transactions on Environment and Development, 18*(68), 725–736. https://wseas.com/journals/ead/2022/b405115-020.pdf

3. Azerbaijan Tourism Board & Skift. (2023, December 21). *How Azerbaijan is creating its niche in winter travel*. Skift. https://skift.com/2023/12/21/how-azerbaijan-is-creating-its-niche-in-winter-travel/

4. Aliyev, R. (2022, September). *Facts conditioned the tourism potential, perspectives of development of Nakhchivan in future.* Paper presented at the 6th International Caucasus–Central Asia Foreign Trade and Logistics Congress, Sivas Cumhuriyet University, Turkey. ResearchGate https://www.researchgate.net/publication/382298691

5. Tahir, Z. I., & Rafiq, G. N. A. (2021, February). *Sustainable development of the tourism industry in Azerbaijan. Revista Universidad y Sociedad, 13*(1), 43–50. https://www.researchgate.net/publication/354374532

6. Kaya, E., Karakuş, Y., & Onat, G. (2024). *Azerbaijan and Türkiye's tourism ties: The role of Zangezur Corridor. Journal of Hospitality and Tourism Issues, 6*(1), 16–27. https://dergipark.org.tr/en/pub/johti

7. Mammadova, E., & Abdullayev, A. (2025). *The role of cultural heritage in tourism competitiveness. Porta Universorum, 1*(5). https://doi.org/10.69760/portuni.0105005

8. Republic of Azerbaijan, State Tourism Agency. (2020, April). *Azerbaijan's regional tourism strategy 2020–2023.* Baku: Azerbaijan Tourism Board. https://www.heritage.org.az/storage/2021/08/27/pcFq0rUl0x3NFGd76IDoZVIC0Y2utyAKruXWg0io.pdf
9. Jabarova, T. M. (2025). *The role of mountain culture in the development of tourism: The example of Azerbaijan. BIO Web of Conferences, 151,* 03016. https://doi.org/10.1051/bioconf/202515103016
10. Hashimli, M. (2019, August). *Azerbaijan's tourism sector – opportunities and obstacles.* Center for Economic and Social Development (CESD) Press. https://ssrn.com/abstract=3485581
11. Guliyev, S. M., & Nuriyeva, K. M. (2017). *Adventure tourism marketing: A research on the tourists' behaviours regarding adventure tourism in Azerbaijan. International Journal of Business and Management Studies, 9*(1), 64–72. https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijbms
12. Akhundova, N. (2022). *The impact of tourism on the intersectoral development in Azerbaijan. WSEAS Transactions on Environment and Development, 18*(68). https://wseas.com/journals/ead/2022/b405115-020.pdf
13. Republic of Azerbaijan. (2016). *Strategic Roadmap for the Development of Specialized Tourism Industry in the Republic of Azerbaijan.* Baku: Ministry of Economy. https://monitoring.az/assets/upload/files/d53a6f3606f2ec987a4084ee6664380e.pdf

Məlahət PİRİYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
piriyeva.m17@mail.ru

AZƏRBAYCANDA SAĞLAMLIQ TURİZM POTENSİALININ TƏDQİQİ

Xülasə: *Sağlamlıq turizmi, qlobal səyahət sənayesində sürətlə inkişaf edən bir seqment olaraq, həm turizm, həm də səhiyyə sahələrini inkişaf etdirmək potensialı ilə böyük maraq doğurur. Azərbaycanın təbii resursları, zəngin mədəni irsi və coğrafi müxtəlifliyi, ölkəni sağlamlıq turizmi sahəsində perspektivli bir məkana çevirmişdir. Bu məqalə, Azərbaycanın sağlamlıq turizmi potensialını araşdırır, gələcək imkanlarını və qarşılaşdığı çətinlikləri təhlil edir.*

Araşdırmada, Azərbaycanın müalicəvi xüsusiyyətləri ilə tarixi olaraq tanınan təbii sağlamlıq resursları, mineral bulaqlar, Naftalan nefti, Duzdağ, palçıq terapiyası, müalicəvi iqlimlər və s. nəzərdən keçirilir. Eyni zamanda, müasir səhiyyə müəssisələri, sağlamlıq mərkəzləri və tibbi turizm infrastrukturları da beynəlxalq ziyarətçiləri cəlb etməkdə mühüm rol oynayır. Bu tədqiqat həmçinin Azərbaycan hökumətinin və özəl sektorun sağlamlıq turizmini təşviq etmək üçün həyata keçirdiyi strateji tədbirləri, o cümlədən turizm infrastrukturuna investisiyalar, tibb mütəxəssislərinin təlimi və s. mövzuları araşdırır. Bununla yanaşı, araşdırma sağlamlıq turizminin inkişafı üçün beynəlxalq miqyasda tanıtımın artırılması, məlumatlılığın yüksəldilməsi və tibbi turizm xidmətlərinin təkmilləşdirilməsi kimi əsas çətinlikləri də müəyyən edir. Nəticələr, təbii resursların, müasir səhiyyə infrastrukturlarının və strateji tanıtımın düzgün birləşməsi ilə Azərbaycanın regionda qabaqcıl sağlamlıq turizmi mərkəzinə çevrilmə potensialına malik olduğunu, bunun isə ölkənin iqtisadiyyatının şaxələndirilməsinə və beynəlxalq nüfuzunun artırılmasına kömək edəcəyini göstərir.

Açar sözlər: *Sağlamlıq turizmi, tibbi turizm, sağlamlıq, təbii resurslar, turizm infrastrukturu, səhiyyə müəssisələri.*

EXPLORING THE POTENTIAL OF HEALTH TOURISM IN AZERBAIJAN

Abstract: *Health tourism, as a rapidly developing segment of the global travel industry, has attracted significant interest due to its potential to enhance both the tourism and healthcare sectors. Azerbaijan's natural resources, rich cultural heritage, and geographical diversity have transformed the country into a promising destination in the field of health tourism. This paper explores the potential of health tourism in Azerbaijan, analyzing its future prospects as well as the challenges it faces.*

The study examines Azerbaijan's natural health resources, which have historically been recognized for their therapeutic properties—such as mineral springs, Naftalan oil, Duzdag salt cave, mud therapy, and healing climates. At the same time, modern healthcare institutions, wellness centers, and medical tourism infrastructures play an important role in attracting international visitors. The research also investigates the strategic measures undertaken by the Azerbaijani government and the private sector to promote health tourism, including investments in tourism infrastructure and the training of medical professionals.

Furthermore, the study identifies key challenges to the development of health tourism, such as the need for enhanced international promotion, increased awareness, and the improvement of medical tourism services. The findings indicate that, through the effective combination of natural resources, modern healthcare infrastructure, and strategic promotion, Azerbaijan has the potential to become a leading health tourism hub in the region—contributing to the diversification of the national economy and the strengthening of the country's international reputation.

Keywords: *Health tourism, medical tourism, wellness, natural resources, tourism infrastructure, healthcare institutions.*

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Резюме: *Медицинский туризм, являясь быстро развивающимся сегментом глобальной туристической индустрии, вызывает значительный интерес благодаря своему потенциалу развития как туристической, так и медицинской сфер. Природные ресурсы Азербайджана, богатое культурное наследие и географическое разнообразие делают страну перспективным направлением в области медицинского туризма. Настоящая статья исследует потенциал медицинского туризма в Азербайджане, анализируя его перспективы и существующие вызовы.*

В исследовании рассматриваются природные оздоровительные ресурсы Азербайджана, исторически известные своими лечебными свойствами, такие как минеральные источники, нефть Нафталан, соляная пещера Дуздаг, грязелечение, целебный климат и др. Одновременно современные медицинские учреждения, оздоровительные центры и инфраструктура медицинского туризма играют важную роль в привлечении международных посетителей.

В работе также анализируются стратегические меры, предпринимаемые правительством Азербайджана и частным сектором для продвижения медицинского туризма, включая инвестиции в туристическую инфраструктуру и подготовку медицинских специалистов.

Кроме того, исследование выявляет ключевые проблемы развития медицинского туризма, такие как необходимость повышения международного продвижения, информированности и совершенствования услуг медицинского туризма. Результаты

показывают, что при правильном сочетании природных ресурсов, современной медицинской инфраструктуры и стратегического продвижения Азербайджан обладает потенциалом стать ведущим центром медицинского туризма в регионе, что будет способствовать диверсификации экономики страны и укреплению её международного авторитета.

Ключевые слова: *медицинский туризм, оздоровительный туризм, здоровье, природные ресурсы, туристическая инфраструктура, медицинские учреждения*

GİRİŞ

Dünyada sağlamlıq və tibbi turizmə olan maraq dinamik şəkildə artır. İnsanlar sağlamlıq problemlərini aradan qaldırmaq və həyat keyfiyyətini artırmaq məqsədilə müxtəlif ölkələrə üz tuturlar. Bu qlobal trend Azərbaycanın sağlamlıq turizmi üçün yeni imkanlar yaradır və bu sahəni beynəlxalq turizm bazarının ən perspektivli istiqamətlərindən birinə çevirir.

Hələ ötən əsrdən ölkənin bəzi regionları müalicə turizmi üzrə ixtisaslaşmışdır. Müstəqillikdən sonrakı dövrdə isə neft-qaz sənayesinə əsaslanan milli iqtisadiyyatda bu sektor nisbətən kölgədə qalmışdır. Kurort-sağlamlıq turizminin dünya miqyasında sürətlə inkişaf etdiyini nəzərə alaraq, Azərbaycanda bu sektorun mövcud vəziyyətinin araşdırılmasına və inkişaf perspektivlərinin müəyyən edilməsinə ehtiyac var. Bu səbəblə, Azərbaycanın sağlamlıq turizmi potensialının araşdırılması həm də ölkənin turizm sektorunun şaxələndirilməsi, iqtisadi inkişafın stimullaşdırılması və əhalinin sağlamlığının yaxşılaşdırılması baxımından strateji əhəmiyyət kəsb edir. Bu da mövzunun cari qlobal kontekstdə aktuallığını artırır. Mövzu həm akademik, həm də peşəkar səviyyədə öyrənilməsi üçün olduqca əhəmiyyətlidir. Tədqiqatda **Azərbaycanda sağlamlıq turizminin potensialını təhlil edilir.**

ƏSAS HİSSƏ

Sağlamlıq turizmi geniş anlayış olmaqla, elmi ədəbiyyatlardada qeyd olunduğu kimi tibbi və sağlamlaşdırma turizmi onun alt kateqoriyalarıdır. Belə izah edə ki, tibbi turizmin əsas hədəf qrupu müalicəyə ehtiyacı olan xəstələrdir, lakin sağlamlaşdırma turizminin əsas hədəf qrupu isə bir növ "xəstə" olmayan turistlərdir. Sağlamlıq turizminin özü günümüzdə olduqca vacib turizm növüdü. Milyonlarla insan hər il məhz bu məqəsədli səyahət edir. Deyə bilərik ki, sağlamlıq turizmi ölkələr və şəhərlər arası bu məqsədlə edilən səyahətlərə verilən ünmumi addır. Turizm növlərində səyahət zamanı müddət adətən daha qısa olsada, sağlamlıq turizminin günləri adətən 7, 14, 21 gün ola bilir. Bu onu həmdə digər turizm növlərindən fərqləndirən xususiyyətdir ki, bu xüsusiyyətlərə həmdə turizmin bu növünə daha çox orta və yaşlı nəslin üstünlük verməsi aiddi. Sağlamlıq turizminin tarixi isə qədim dövrlərə qədər çıxıb gedir. [1-19, 2-8]

Azərbaycanda sağlamlıq turizminin inkişafı üçün olduqca zəngin resurs imkanları var. Zəngin ölkəmizdə təbii mineral bulaqlar, Naftalan nefti, palçıq vulkanları, Duz mağarası, iqlim resursları və s. kimi zəngin resusrslar sağlamlıq turizminin əsasını təşkil edir. Əlbətdəki dünyada inkişafda olan Sağlamlıq turizmin Azərbaycandada geniş potensialının araşdırılması, onlardan mqasədli və düzgün istifadə etmək lazımdı. [1,9]

Tarixə nəzər salmış olsaq, Azərbaycanda 12-ci əsrdən sağlamlıq turizminin inkişafı, Naftalan müalicəvi neftindən istifadə ilə başlayır. Ölkəmizdə artıq 1922-ci ildə ilk sanatoriya tikilib. Azərbaycanda sağlamlıq turizm üzrə başlıca müştəri seqmenti ölkə vətəndaşlarıdır. Belə ki, müalicə-sağlamlıq turizmi xidmətlərindən istifadə edənlərin 68%-i ölkə vətəndaşlarıdır. [2-37]

Naftalan nefti-Əminliklə deyə bilər ki, Naftalan nefti ölkənin sağlamlıq turizminin

inkişafında təməl rola sahibdi. Yerli mənşəyli nadir bir yağ olan Naftalan, sağlamlıq məqsədli istifadə edilən, xüsusi qoxuya sahib, qalın, qara-qəhvə rəngi bir mayedir. Bu sərvət təkcə Gəncə-Qazax iqtisadi rayonunun deyil, bütövlükdə respublikanın əsas təbii-rekreasiya ehtiyatlarından biridir. Bu bənzərsiz sərvət Gəncədən təxminən 50 km məsafədə yerləşir. Bu şəfalı neft ilə təxminən 80-ə yaxın xəstəli müalicə olunur. Sümük-əzələ sistemi xəstəlikləri, mədə-bağırsaq sistemi xəstəlikləri, nevroloji, damar, oynaq, dəri xəstəlikəri, revmatizm kimi dayaq-hərəkət sisteminin xəstəliklərində bu şəfalı müalicə mənbəyi olduqca vacibdir. Dərmanların hazırlanması üçün bu sərvət xarici ölkələrə göndərilir. Naftalandan neftindən Sovet dövründən istifadə olunur. Əsas problem isə odur ki, Naftalan nefti dünyada demək olar ki, tanınmır. [3-56, 6-38,42]

Naftalan nefti haqqında olan rəvayətə görə isə keçmişdə burdan karvan keçirmiş. Karvanda xəstə bir dəvə varmış və insanlar onu yeriyə bilmədiyi üçün neftli göllər olan yerə buraxır. Bir müddət sonra isə karvan geri qayıdan zaman dəvənin sağaldığını görürür. [6-36]

Duzdağ Mağarası-Ölkəmizdə mağara şəraitində müalicə imkanıda var, bu mərkəz çox fərqli müalicə mərkəzidi. Yəni dünyada belə kars mağaralarında müalicə üsulu az tətbiq olunur. Duzdağ mağarası, Naxçıvan şəhərindən təxminən 10-12 kilometr aralıda, Duzdağ dağının ətəyində yer almaqdadır. "Mağara, duz kristalları ilə zəngin geoloji struktura sahibdi. Mağarada aparılan, duzla müalicə speleoterapiya adlanır və bu yerli, xarici turistlərin olduqca marağını çəkir. [3-56]

Duzdağ-burda tənəffüs yolları xəstəlikləri, xüsusən bronxial astma kimi xəstəliklər müalicə olunur. Mağaranın yanında "Duzdağ" oteli vardır. [7-162]

Azərbaycanda balneoloji ehtiyat potensialı: Bu ehtiyat ən çox Naxçıvan Muxtar Respublikasında, Kəlbəcər rayonunda, Qazax, Tovuz, Gədəbəy, Daşkəsən rayonlarında, Şimali Qafqazda daha geniş yayılıb. Balneoloji kurortlarda bu müalicəvi sular vasitəsi ilə daxili və xarici istfadə formasında müaicələr olur. [3-56] Mineral sular vasitəsi ilə balneoterapiya müalicə üsülundan istifadə olunur ki, bu zaman duş almaq, hovuzda üzmək və s. kimi üsullardan istifadə olunur. [4-135]

Mineral bulaqlar	*İnzibati rayonlar*
Şıx, Suraxanı	Abşeron
Vayxır, Sirab, Badamlı, Darıdağ	Naxçıvan MR
Şırlan, Turşsu	Şuşa
İstisu	Kəlbəcər
Xaşı, Cimi, Xaltan	Quba
Qalaaltı	Şabran
İlisu	Qax
Meşəsu, Qotursu, Donuzütən, İstisu	Lənkəran, Masallı
Bədo	İsmayıllı
Minkənd	Laçın

Şəkil 1 [8-69]

Palçıq vulkanları: Palçıq vulkanları Qobustanda, Abşeron yarımadasında, Abşeron arxipelaqında, Cənub-Şərqi Şirvan düzündə, Şamaxı rayonunda, Ağsu çayının aşağı axarında, az miqdarda Siyəzən və Şabran rayonlarında yayılmışdır ki, dünyada ən çox palçıq vulkanı Azərbaycandadı və sayı 350-dən çoxdur. [2-52]

Palçıqdan əsəb sisteminin xəstəliklərində, oynaq, dəri xəstəliklərində geniş istifadə olunur. Həmçinin palçıqdan kosmetika məhsulları, məsələn krem, yağlar hazırlanır. [1,2] Peloidoterapiya və ya buna palçıq müalicəsidə deyillər, bu palçıq vannalar kimi tətbiq olunur [4-135, 5-4]

İqlim ehtiyyatları: İqlim kurort sərvəti olaraq əvəzsizdir, çünki o demək olar ki, hər şeyə az və ya çox təsir edir. İqlimlə müalicəyə aeroterapiya, helioterapiya aid edilir ki,

aeroterapiya- təmiz havadan istifadə ilə aparılan müalicədir. Şuşa-Kəlbəcər zonasında iqlimlə müalicənun tətbiq edilməsi üçün əlverişi şərait çoxdur. [9]Azərbaycanda Balakən-Qəbələ, Quba, Zaqatala kimi rayonlar iqlim şəraitinin əlverişliliyinə görə seçilir.[2-59,65]Ölkəmizin dağ-iqlim kurortları iqlim baxımından Fransa, İtaliya, Avstriya və İsveçrənin Alp kurortları ilə bənzərliyə malikdir. [5-50]

İqlim kurortları yuxarı tənəffüs yollarının xəstəlikləri, astma, sinir sistemi pozğunluqları və s. kimi xəstəliklərin müalicəsində effektivdir. [4-137]

Sağlamlıq turizmi üçün mövcud infrastruktur:

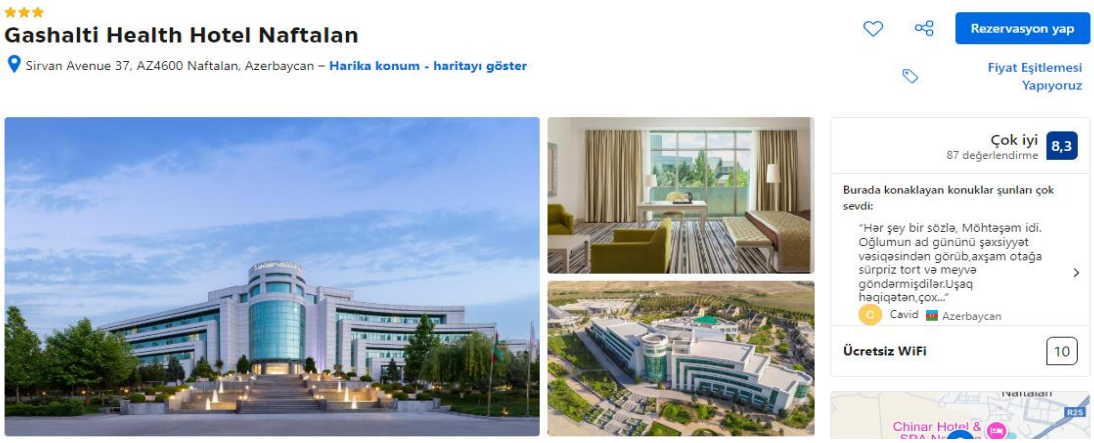
Hər bir insan turizm sektoru üçün potensial müştəri hesab olunur, lakin müalicə-sağlamlıq turizmi daha çox müəyyən yaş qrupları üzrə populyar sayılır. Ölkəmizdə sağlamlıq turizmindən yararlananlar daha çox yerli sakinlərdir, lakin görünür ki, son illərdə xarici turistlərində marağı artmaqdadır. Vurğuladığım kimi, daha çox orta və yuxarı yaşlılar bu turizm sektorundahn daha çox istifadə etsədə, yeni tikilən sağlamlıq mərkəzləri, otellərə gənclərində marağı artır. Çünki yeni tikilən otellərdə kompleks xidmət təklif edir ki, məsələn SPA, istirahət xidmətləri və s. bu gənclərində marağında olur. [2,9]

Sağlamlıq turizminin əsasını təbii resurslarla yanaşı, bu resurslardan istifadəyə şərait yaradan sanatoriya-kurort turizm mərkəzləridi. Çox mühümdür ki, burda peşəkar kadrlar olsun. [3-57]

Kurort-sanatoriya tipli turizm müəssisələrinin əsas xüsusiyyəti demək olar ki, mövsümilik kimi probleminin az olmasıdır. [5-52]

Naftalan şəhəri əsas sağlamlıq destinasiyasından biridir. Burda bir sıra kurort mərkəzləri var, misal üçün "Qaşaltı", "Qarabağ", "Naftalan" və s. kurort mərkəzləri var. Bu mərkəzlərdə xidmət yaxşı səviyyədə qurulub. Naftalan nefti əsasında müalicə terapiyaları xüsusən, palçıq terapiyaları aparılır. [2-70]

Naftalan sanatoriyalarına gələn müştərilərin, xüsusilə booking.com üzərindən verdiyi rəylər əsasında aparılan araşdırmada maraqlı nəticələr əldə edilmişdir. Beşulduzlu "Çinar", "Qaşaltı" və "Qarabağ" müalicə-sağlamlıq mərkəzləri üzrə turistlərin qiymətləndirmələri ümumilikdə 8.5 baldan yüksəkdir və oxşar göstəricilər təşkil edir. Düşünürəm ki, belə mərkəzlərin dünyada çox tanınır olması artıq zəruridir.



Şəkil 2

"Lankaran Springs Wellness Resort" sağlamlıq mərkəzi-bu otel istirahət, müalicə, əyləncə və s. növ fərqli xidmətlər təklif edir. Ölkəmizə gələn İran vətəndaşları bura daha çox üstünlük verirlər. Burada qan dövranı, sinir, sümük-əzələ sistemləri, tənəffüs orqanlarının, həzm sisteminin xəstəlikləri, qidalanma pozuntuları, dərixəstəliklərinin müalicəsi həyata keçirilir. [2-91]

Qəbələ- "Qafqaz Thermal & Spa Hotel", "Chenot Palace Gabala" bu otellər Qəbələdə yerləşir. Qafqaz Thermal & Spa Hoteldə mineral isti sualar ilə müalicələr olunur. Burada dəri, oynaq xəstəlikləri, revmatizmin müalicəsi aparılır. "Chenot Palace Gabala"-bu otel bəzi özəllikləri ilə istəyir ki, yüksək gəlirli xarici turistlərin ora gəlişini çoxaltsın, buna görə yaşlanmaya qarşı, stresdən azad olma üçün, fizizki aktivlik və s. üzrə paketlər təqdim edir.[7-160]

Şabran*- "Qalaalti Hotel & Spa"* bu otel Şabranda yerləşir. Bu oteldə əsas sağlamlıq resursu kimi mineral sudan istifadə olunur, yəni balneoloji turizm xidməti təqdim edir. Burda müalicə ilə birlikdə, sağlamlaşdırma, istirahət üçün şərait yaradılır ki, bu turistlər üçün cəlbedici olur. Öd yollarının iltihabı, böyrək daşlarınn müalicəsi və s. kimi xəstəliklərdə burda şəfa tapır. [7-60]

Şəki- "Marxal Resort & Spa" - Şəkidəki bu oteldə olduqca yüksək səviyyədə *SPA* və sağlamlıq xidmətləri təqdim olunur. Bu müalicə mərkəzi il boyu fəaliyyət göstərir. [2-90]

Naxçıvan-"Duzdağ hotel", Duzdağ Fizioterapiya mərkəzi. Duzdağ Hotel gələn turistlərə duz mağarasında müalicə, spa, istirahət eyni zamanda əyləncə xidmətləri də təklif edir ki, bu həm sağlamlıqla bağlı gələn tursitlərə, həmdə digər turist seqmentləri tərəfindəndə bəyənilir. [7-162]

Vulkan palçığı ilə müalicə-palçıq vannalarının tətbiqi ilə aparılan müalicələr qədimdən çox məşhur idi. Abşeron sanatoriyalarında, vulkan palçığının müalicəvi xüsusiyyətlərində sağlamlıq məqədi ilə istifadə olunur. [7] Hazırda "Qarannquş" sanatoriyasında vulkan palçığından müəyyən dərəcədə istifadə olunur. [2-56]

Ölkəmizdə ən böyük dəniz kanarı iqlim kurortlari, Abşeron, Lənkəran, Xaçmaz ərazisində yerləşir. [7-154]

Bu müalicə mərkəzlərindən Azərbaycanda balneoloji və sağlamlaşdırma turizmində fərqlənən "Qalaalti Hotel &Spa", Duzdağ və "Lankaran Springs Wellness Resort" xarici turistlərə daha çox xidmət göstərir. Bu mərkəzlərdə yuxarıdada vurğuladığım kimi, əyləncə, istirahətin səmərəli təşkili üçün imkanlar var.

Problemlər və perspektivlər:

Müalicə turizmindən istifadə edənlərin tam dəqiq sayını göstərən rəqəmlər ümümilikdə yoxdur və ya çox azdır. Sağlamlıq turizmin inkişafı nəzərə almaq olar ki, həmdə regionların bir başa inkişafı deməkdir. Bu həmdə rekreasiya ehtiyatlarının səmərəli istifadəsi deməkdi [3-58]

Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına əsasən 2019-cu ildə Azərbaycanı 3,2 milyona yaxın xarici qonaq ziyarət edib. Ölkəyə gələn xarici qonaqların 2,8 milyondan çoxu turizm məqsədilə gələnlərdir. Azərbaycana 63,9 min nəfər xarici turist (2,23%) sağlamlıq məqsədilə gələnlər olmuşdur. [2-87]

Sağlamlıq turizmin qarşısında duran əsas problemə marketing problemi deyə bilərik. Ölkəmizin sağlamlıq turizmi, Dünya turizm bazarında zəif tanıdılır və "Made in Azerbaijan " prendi bu sahədə yaradıla bilmir. Bunu deyə bilərik ki, hər bir sağlamlıq müəssəsində tam olaraq hələdə beynəlxalq standartlara cavab verən xidmət yoxdur (Qaranquş Sanatoriyas). Rayonlarımızda sağlamlıq turizminin səmərəli təşkili üçün, ixtisaslı kadr problem hələdə mövcuddur.[6-68] Lakin bununla yanaşı yüksək xidmət təqdim edən otellərdə var. Digər məsələdə budur ki, sağlamlıq məqəsdi ilə ölkəyə gələn turist orqanik məhsullrdan istifadə etmək istəyir. Mərkəzlər bu məslədə diqqət olmalıdır ki, istifadə etdikləri kənd təsərrüfatı məhsulları orqanik qidalar olsun. [5-34]

Naftalan şəhərində yerləşən "Qarabağ", "Qaşaltı", "Çinar", Şabran rayonunda "Qalaalti Hotel & Spa", Lənkəran rayonunda "Lankaran Springs Wellness Resort" sağlamlıq mərkəzlərinin tikilməsi zamanı dövlətin verdiyi güzəştli kreditlərdən istifadə olunmuşdur. Bundan əlavə, ölkənin iri bankları və maliyyə təşkilatları bu sahədə böyük layihələri maliyələşdiri. [2-87]

İnkişaf və inteqrasiya strategiyaları:

Dövlətimiz sağlamlıq turizmində bir sıra işlər aparır, ölkənin təbii müalicə resusrlarını beynəlxalq səviyyədə tanıtmağı hədəfləyir. Bunun üçün kadr hazırlığı, qanun qəbulu, ximət keyfiyyətini artırma, infrastruktur yenilənmələri aparır. Əsas olan məqamlardan biri dövlət və özəl sektorda bunun üçün birlikdə iş görməlidi. Dövlət Turizm Agentliyi-ölkəmizdə turizmlə bağlı bütün əsas məsələlərə baxır. Azərbaycanda turizmi tənzimləyən əsas hüquqi akt 1999-cü ildə qəbul olunmuş, "Turizm haqqında" qanundur. 2011-ci Azərbaycanda "Turizm İli" elan olundu.

"2009-2018-ci illər üçün Azərbaycanda kurortların inkişafı üzrə Dövlət Proqramı" bu məsələnin həllində mühüm və vacib sənəd kimi diqqəti cəlb edir.[5-57]

Müalicə mərkəzlərində daha uğurlu iş üçün, xüsusi kampaniyalar keçirmək turistləri daha da cəlb etmək üçün əhəmiyyətlidir. Misal üçün daimi müştərilərə qalma müddətinə əlavə olaraq bir pulsuz gün təklif etmək, həftəsonları və aralıq mövsümlərində daha münasib qiymətlər etmək, ailələr üçün müəyyən endirim, uşaqlara hədiyyə, ikinci otağı 50% ucuz təqdim etmək daha uğurlu işə aparır. Daimi müştərilərə özəl isə xüsusi paketlər hazırlamaq, insanlar üçün təsirli olur. [2-128]

NƏTİCƏ

Dünya ölkələrində olduğu kimi Azərbaycanda da turizm sektorundan daha çox pay əldə etməkdən ötrü, xüsusən son illərdə böyük əmək sərf edir. Əsas səbəbləri, bir tərəfdən turizmin iqtisadi inkişafda payının artması, digər tərəfdən əhalinin rifah səviyyəsinin yüksəldilməsidir. Nəticədə turizm ölkə iqtisadiyyatı baxımından vacib gəlir mənbəyi olmaqdadır. Digər tərəfdən ölkədə turizm potensialının, xüsusən də sağlamlıq turizm potensialının yüksək olmasına baxmayaraq müşahidə edirik ki, bu turizm növünün inkişafını ləngidən bəzi problemlər mövcud olmaqdadır.

- Azərbaycanda sağlamlıq turizmi üçün çox zəngin resusr vardır, bu resurslar demək olar ki, respublikanın hər yerinə yayılmışdır.
- Sağlamlıq turizm potensialı çox, tanıtım, reklam isə zəifdir
- Azərbaycanda ümumilikdə yüksək xidmət göstərən turizm obyektlərində qiymətlərin çox yüksək olması;
- Peşəkar kadr azlığı;
- Turizm və sağlamlıq turizminə əsasən universitet-turizm sahəsi işbirliyi edilməlidir;
- Sağlamlıq turizmi üçün ölkənin hər yerində olan müəəssiələrində lazımı infrastrukturun yetəri qədər olmaması;
- Bəzi halda sektorda sərmayəçilərin yetərsiz dəstək görməsi;
- Yerli əhalinin bütün bu sağlamlıq xidmətləri və mərkəzlərindən bütün hallarda tam məlumatlaı olmamas.
- Malik olduğumuz təbii-coğrafi resurs potensialımızdan hələki yetərli istifadə etmirik.
- Sahib olduğumuz bu təbii ehtiyatlarla müqayisədə turizm zəif inkişaf etmiş və bazarın xeyli potensialı istifadədn kənarda qalıb.

Nəticədə ölkə sağlamlıq turizminin inkişafı üçün və turizm gəlirlərini artırmaq üçün bu problemlərin həll edilməsi lazımdır. Həm də düşünürəm ki, Azərbaycan qarşıdakı illərdə doğrudanda sağlamlıq turizmi baxımından gözəl yerlərə gələcək.

Bir platforma yaradıla bilər ki, orda Azərbaycnanın sağlamlıq turizm potensialı, infrastruktur sistemi haqqında məlumatlar yer alar. Misal insanlar harda, hansı sağlamlıq müəssisəində nə xidmət var, hansı aralıqda qiymətlər var rahatlıqla görə və rezervasiya edə bilərlər. Bu xarici ursitlər üçündə olduqca rahat olar. Təklif olaraq isə, onu da qeyd edim ki,

Azərbaycan marketingi, beynəlxalq əməkdaşlıqları gücləndirsə, bu sektor üçün tam ixtisaslı kadr yetişdirsə sağlamlıq turizmi daha gözəl yerlərə gələcək.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Abdullayev A.D.*Azərbaycanda sağlamlıq turizminin rəqabətqabiliyyətliliyinin qiymətləndirilməsi və inkişaf perspektivləri.* Bakı, 2024.
2. Azərbaycan Respublikası Dövlət Turizm Agentliyi. *Azərbaycanda sağlamlıq turizmi – cari vəziyyət və inkişaf perspektivləri* [Hesabat]. Bakı, 2021, 184 səh.
3. Bağırlı S. H. *Azərbaycanın əsas müalicə turizm ehtiyatları və onlardan istifadə.* Bakı: AMEA akad. H. Ə. Əliyev adına Coğrafiya İnstitutu, "Azərbaycan Coğrafiya Cəmiyyəti" elmi əsərləri, *Coğrafiya və təbii resurslar,* № 2, s. 55–60, 2017.
4. Bağırlı S. H. *Müalicə-sağlamlıq turizminin əsas resursları və onun təşkili metodikası. BDU: Bakı Universitetinin xəbərləri,* Təbiət elmləri seriyası, № 3, s. 132–140, 2018.
5. Əzimova A. V. *Azərbaycanın regionlarında kurort-sağlamlıq turizminin mövcud vəziyyətinin təhlili və inkişaf perspektivləri.* Bakı, 2022.
6. İsmayılova N. R. *Azərbaycanda müalicə-sağlamlıq turizminin təşkili və inkişaf perspektivləri.* Magistr dissertasiyası, Bakı, 2018, 84 səh.
7. Müzəffər Ağa-Kərimov, Rəhman Quliyev. *Turizm növləri.* Bakı: "Müəllim" nəşriyyatı, 2024, 477 səh.
8. Qəribov Y., Alxasov O. K., Hüseynli Ş., Babayeva M., Şabanova Y. *Coğrafiya 10: Dərs vəsaiti.* Bakı: "Bakı" nəşriyyatı, 2022.
9. Zərbaliyev M. Q. *Azərbaycanda səhiyyə turizminin inkişaf problemləri və həlli yolları.* Magistr dissertasiyası, Bakı, 2020

İlahə ƏFƏNDİYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
afandiilahe@gmail.com

YERLİ VƏ XARİCİ TURİSTLƏR ÜÇÜN TURİSTİK TƏQVİMLƏRİN HAZIRLANMASININ SOSİAL-İQTİSADİ ƏHƏMİYYƏTİ

Xülasə: *Məqalədə yerli və xarici turistlər üçün turistik təqvimlərin hazırlanmasının sosial-iqtisadi əhəmiyyəti araşdırılmışdır. Qeyd olunur ki, turistik təqvimlər turizm axınlarının planlaşdırılması, xidmət sektorunun idarə edilməsi və regional inkişafın stimullaşdırılmasında mühüm rol oynayır. Rəqəmsal transformasiya şəraitində bu təqvimlər turizm bazarında effektiv marketinq, mədəni inteqrasiya və dayanıqlı inkişafın təmin olunmasına xidmət edir. Tədqiqat nəticələri göstərir ki, düzgün planlaşdırılmış turistik təqvimlər sosial rifahı artırır, məşğulluğu genişləndirir və iqtisadi sabitliyə töhfə verir.*

Açar sözlər: *təqvimlər, iqtisadiyyat, planlaşdırma, gəlir, məşğulluq*

THE SOCIO-ECONOMIC IMPORTANCE OF PREPARING TOURISM CALENDARS FOR DOMESTIC AND FOREIGN TOURISTS

Abstract: *The article examines the socio-economic significance of preparing tourist calendars for domestic and international tourists. It highlights that tourist calendars play a key role in managing tourist flows, improving service sector management, and stimulating regional*

development. In the context of digital transformation, these calendars contribute to effective marketing, cultural integration, and sustainable tourism growth. The study concludes that well-designed tourist calendars enhance social welfare, expand employment opportunities, and strengthen economic stability within tourism destinations.

Keywords: *calendars, economy, planning, income, employment*

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ РАЗРАБОТКИ ТУРИСТИЧЕСКИХ КАЛЕНДАРЕЙ ДЛЯ МЕСТНЫХ И ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ

Резюме: *В статье исследуется социально-экономическое значение подготовки туристических календарей для местных и иностранных туристов. Отмечается, что туристические календари играют важную роль в управлении туристическими потоками, организации сферы услуг и стимулировании регионального развития. В условиях цифровой трансформации они способствуют эффективному маркетингу, культурной интеграции и устойчивому развитию туризма. Результаты исследования показывают, что грамотно составленные туристические календари повышают социальное благосостояние, расширяют занятость и укрепляют экономическую стабильность.*

Ключевые слова: *календари, экономика, планирование, доход, занятость*

GİRİŞ

Qloballaşma dövründə turizm iqtisadiyyatın ən dinamik və çoxşaxəli sahələrindən birinə çevrilmişdir. Müasir dövrdə turizmin idarə olunması yalnız iqtisadi gəlirlərin artırılması deyil, həm də sosial rifahın, mədəni dəyərlərin qorunması və regionların inkişafının təmin olunması ilə sıx bağlıdır. Bu baxımdan **turistik təqvimlərin hazırlanması** turizm planlaşdırmasının mühüm elementi kimi çıxış edir. Turistik təqvimlər yerli və xarici turistlər üçün **mövsümi, mədəni və sosial tədbirlərin sistemləşdirilmiş təqdimatını** təmin etməklə turizm sektorunda koordinasiyanı gücləndirir və sosial-iqtisadi effekt yaradır. Müasir turizm idarəetməsi konsepsiyasına görə, turistik təqvimlər **destinasiya menecmentinin** əsas komponentlərindən biridir. Onların vasitəsilə turizm axınlarının bölgüsü, mövsümi yüklənmənin azaldılması və xidmət sahələrinin planlaşdırılması həyata keçirilir [3, s. 42].

Azərbaycan təcrübəsində bu istiqamətdə əhəmiyyətli addımlar atılmışdır. Dövlət Turizm Agentliyi tərəfindən hər il yenilənən **Azərbaycan Turizm Təqvimi** yerli və xarici turistlər üçün vahid informasiya bazası rolunu oynayır. Bu təqvimlər vasitəsilə regionlarda keçirilən mədəni festival, sərgi, idman və kulinariya tədbirləri barədə əvvəlcədən məlumat əldə olunur [4, s. 9].

Turistik təqvimlər sosial inkişaf baxımından bir neçə mühüm istiqamətdə rol oynayır. Birincisi, onlar **ictimai iştirakçılığı və mədəni inteqrasiyanı** artırır. Regionlarda keçirilən tədbirlərin təqvimə daxil edilməsi yerli əhalini turizm fəaliyyətinə cəlb edir, ictimai fəallığı gücləndirir və milli-mədəni irsin qorunmasına töhfə verir [5, s. 33].

İkincisi, turistik təqvimlər **mədəni diplomatiya və milli kimlik** aspektində əhəmiyyət daşıyır. Xarici turistlər üçün hazırlanmış təqvimlər Azərbaycanın tarixi, adət-ənənələri və mədəniyyətini tanıtmaqla ölkənin beynəlxalq imicinin formalaşmasına müsbət təsir göstərir [6, s. 118].

Üçüncüsü, sosial əhəmiyyətli təsirlər turizm vasitəsilə **regionların balanslı inkişafında** özünü göstərir. Məsələn, Qəbələ, Şəki, Lənkəran kimi bölgələrdə keçirilən mövsümi festivallar yerli icmaların iqtisadi fəallığını artırmaqla yanaşı, sosial həmrəyliyi də gücləndirir [1, s. 22].

Bundan əlavə, turistik təqvimlər **gənclərin və tələbələrin turizm fəaliyyətinə inteqrasiyası** üçün təhsil aləti kimi də çıxış edə bilər. Universitetlərin turizm fakültələri üçün bu cür təqvimlər praktiki tədris materialı kimi istifadə olunur [3, s. 46].

Cədvəl 1.1.

Turistik təqvimlərin sosial-iqtisadi təsir istiqamətləri

Təsir istiqaməti	Məzmun və izah	Sosial nəticə	İqtisadi nəticə	Nümunə (Azərbaycan və dünya təcrübəsi)
1. Turist axınlarının idarə edilməsi	Mövsümi yüklənmənin azaldılması və turistlərin regionlar üzrə bərabər paylanması	Yerli əhalinin rahatlığı, xidmət keyfiyyətinin artması	Turizm obyektlərinin doluluq səviyyəsinin optimallaşması	Şəki, Qəbələ, Lənkəran festivalları əsasında turistik təqvim
2. Məşğulluğun stimullaşdırılması	Mövsümi iş yerlərinin artması, xidmət sektoruna yeni kadrların cəlbi	Ailələrin gəlir səviyyəsinin yüksəlməsi	Yerli iqtisadi aktivliyin artması	Azərbaycanın regionlarında 2023-cü ildə 1500 yeni mövsümi iş yeri
3. Mədəni və sosial inteqrasiya	Milli dəyərlərin, bayramların və mədəni tədbirlərin təbliği	Sosial həmrəylik və mədəni kimliyin qorunması	Mədəni turizmin gəlir payının artması	Qobustan və İçərişəhər tədbirləri, Novruz festivalları
4. Xidmət sahələrinin koordinasiyası	Otel, nəqliyyat və restoran sektorlarının fəaliyyətinin sinxronlaşdırılması	Müştəri məmnuniyyətinin yüksəlməsi	Xidmət keyfiyyətinin və gəlirlərin artması	Baku City Pass və "Visit Azerbaijan" platforması
5. Rəqəmsal transformasiya və innovasiyalar	Onlayn təqvimlər, mobil tətbiqlər və süni intellekt əsaslı sistemlərin tətbiqi	Turistlərin rahat planlaşdırma imkanlarının genişlənməsi	Elektron xidmətlərdən gəlir artımı, idarəetmədə səmərəlilik	UNWTO-nun 2023 rəqəmsal turizm hesabatı

Bu cədvəl göstərir ki, turistik təqvimlər təkcə turizm planlaşdırması aləti deyil, həm də sosial rifahın yüksəldilməsinə, iqtisadi sabitliyin güclənməsinə və mədəni dəyərlərin qorunmasına xidmət edən kompleks idarəetmə mexanizmidir [4, s. 38-45].

Turistik təqvimlərin hazırlanması müasir dövrdə turizm sektorunun sosial və iqtisadi inkişafında mühüm alət kimi çıxış edir. Belə təqvimlər yerli icmaların turizm fəaliyyətinə inteqrasiyasına şərait yaradır, sosial həmrəyliyi möhkəmləndirir və cəmiyyətin müxtəlif təbəqələri arasında qarşılıqlı əməkdaşlığı gücləndirir. Turistik təqvimlər vasitəsilə yerli əhalinin milli-mədəni tədbirlərdə iştirakı artır, bu da milli kimliyin qorunmasına və mədəni irsin davamlı təbliğinə töhfə verir [1, s. 42].

İqtisadi baxımdan turistik təqvimlər mövsümi asılılığın azaldılmasında, turist axınının

bərabər paylanmasında və regionlarda iqtisadi fəallığın artırılmasında əvəzsiz rol oynayır. Turizm xidmətlərinin ardıcıl planlaşdırılması nəticəsində yeni iş yerləri yaradılır, xidmət sektorunda rəqabət güclənir və yerli sahibkarların gəlir səviyyəsi yüksəlir. Bu amillər nəticəsində turizmin ümumi daxili məhsuldakı payı artır, iqtisadi tarazlıq isə regionlar arasında daha bərabər şəkildə formalaşır [2, s. 55].

Rəqəmsal texnologiyaların inkişafı turistik təqvimlərin innovativ platformalar üzərindən təqdim edilməsinə imkan verir. Mobil tətbiqlər və veb-saytlar vasitəsilə turistlər istənilən bölgədə keçirilən tədbirlər, festival və sərgilər haqqında real vaxt rejimində məlumat əldə edirlər. Bu, turistlərin planlaşdırma vərdişlərini asanlaşdırır və turizm xidmətlərinin səmərəliliyini yüksəldir. Rəqəmsal təqvimlərin tətbiqi həm də "smart turizm" konsepsiyasının formalaşmasına zəmin yaradır [3, s. 73].

Turistik təqvimlər mədəni irsin qorunması və beynəlxalq səviyyədə təbliği baxımından da strateji əhəmiyyət daşıyır. Təqvimlərdə milli bayramlar, etnoqrafik festivallar və tarixi abidələrin təqdimatı mədəni turizmin inkişafını stimullaşdırır. Bu yolla Azərbaycan mədəniyyətinin qlobal səviyyədə tanıdılması və ölkənin turizm imicinin möhkəmlənməsi təmin olunur [4, s. 61].

Regional baxımdan isə turistik təqvimlər turizm axınını paytaxtdan bölgələrə yönəldərək infrastrukturun inkişafına təkan verir. Yeni turizm destinasiyalarının yaradılması, regionlararası yol-nəqliyyat əlaqələrinin təkmilləşdirilməsi və ictimai xidmətlərin genişləndirilməsi bu prosesin mühüm nəticələrindəndir. Bu istiqamətdə həyata keçirilən tədbirlər həm iqtisadi, həm də sosial bərabərliyi gücləndirir [5, s. 84].

Sosial məsuliyyət və ekoloji dayanıqlıq da turistik təqvimlərin əsas istiqamətlərindən biridir. Təqvimlərdə ekoloji turların, təbiət yürüşlərinin və "yaşıl turizm" layihələrinin təşviqi ətraf mühitin qorunmasına xidmət edir. Eyni zamanda, belə tədbirlər ictimaiyyət arasında ekoloji şüurun formalaşmasına və sosial məsuliyyətin artmasına səbəb olur [6, s. 39].

Bundan əlavə, turistik təqvimlər xidmət sektorunda peşəkar kadr hazırlığının vacibliyini önə çıxarır. Təlim proqramları və sertifikatlaşdırma mexanizmləri vasitəsilə turizm işçilərinin bilik və bacarıqları artır, bu da xidmət keyfiyyətinə və turist məmnuniyyətinə birbaşa təsir göstərir. Beləliklə, turistik təqvimlərin hazırlanması yalnız informasiya vasitəsi kimi deyil, həm də sosial inkişaf, iqtisadi sabitlik, mədəni irsin qorunması və ekoloji dayanıqlığın təminatçısı kimi çıxış edir.

Turistik təqvimlərin iqtisadi təsiri daha çox **mövsümiliyin idarə olunması, xidmət sektorunun yüklənməsinin balanslaşdırılması və gəlirlərin sabitləşdirilməsi** ilə bağlıdır. Turizm sektorunun əsas problemlərindən biri mövsümilikdir: yayda yüksək turist axını, qışda isə azalma müşahidə olunur. Təqvimlər vasitəsilə müxtəlif regionlarda ilin bütün aylarında maraqlı tədbirlərin təşkili bu bərabərsizliyi azaldır və **turizm axınlarını paylayır** [7, s. 59]. İqtisadi baxımdan bu proses regionlarda **multiplikativ təsir effekti** yaradır. Turistik tədbirlər otellərin doluluq səviyyəsini artırır, ictimai iaşə və nəqliyyat xidmətlərinə tələbatı çoxaldır, bu isə öz növbəsində yerli sahibkarlığın gəlirini və məşğulluğu artırır [2, s. 29]. Bundan başqa, turistik təqvimlər **marketinq planlaşdırması və investisiya strategiyalarında** mühüm rol oynayır. Turizm şirkətləri, mehmanxanalar və turoperatorlar təqvimlərə əsasən məhsullarını və kampaniyalarını planlaşdırır, bu da bazar fəaliyyətini sistemləşdirir [8, s. 84].

Turistik təqvim anlayışı geniş mənada müəyyən müddət ərzində (adətən illik dövrdə) ölkədə və ya regionda baş verən **turizm əhəmiyyətli tədbirlərin planlaşdırılmış siyahısı** kimi izah olunur. Bu alət turizm siyasətinin icrasında koordinasiya və resursların optimal bölgüsü üçün əsas informasiya vasitəsidir [2,s.27].

Rəqəmsal transformasiya dövründə turistik təqvimlər **onlayn idarəetmə sistemlərinə inteqrasiya olunmaqla** daha çevik və effektiv planlaşdırma imkanı yaradır. Bu baxımdan, **coğrafi informasiya sistemləri (GIS),** mobil tətbiqlər və bulud əsaslı

platformalar vasitəsilə hazırlanmış təqvimlər turistlərə fərdi səviyyədə marşrut planlaşdırmağa şərait yaradır [9, s. 67].

Azərbaycan üzrə "Azerbaijan.travel" platformasında artıq bu istiqamətdə addımlar atılmışdır. Lakin gələcəkdə regional səviyyədə **lokal təqvim modullarının** yaradılması, onların **smart turizm sistemləri** ilə inteqrasiyası vacibdir [4, s. 11]. Belə bir sistem yalnız iqtisadi səmərəlilik deyil, həm də **sosial bərabərlik və mədəni inklüzivlik** prinsiplərini dəstəkləyəcək.

Hazırda turistik təqvimlərin tətbiqi bir sıra təşkilati və idarəetmə problemləri ilə müşahidə olunur. Bunlara aşağıdakılar daxildir:

- Regionlar üzrə məlumat mübadiləsinin zəifliyi və koordinasiyanın məhdudluğu;
- Tədbirlərin iqtisadi təsirinin sistemli qiymətləndirilməməsi;
- Yerli icmaların təqvim tərtibatında az iştirak etməsi;
- Rəqəmsal infrastruktura dair texniki çatışmazlıqlar [5, s. 38].

Bu problemlərin həlli üçün **dövlət-özəl tərəfdaşlıq mexanizmlərinin gücləndirilməsi, rəqəmsal təqvimlərin vahid milli baza üzərindən idarə olunması** və **beynəlxalq təcrübənin adaptasiyası** vacibdir.

Xüsusilə, Dünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) "Digital Tourism Strategy" çərçivəsində göstərilən modellərin tətbiqi milli turizm idarəetməsində səmərəliliyi artıracaq [9, s. 71].

Turistik təqvimlər vasitəsilə müxtəlif regionlarda keçirilən mədəni, idman və ekoloji tədbirlər barədə məlumatlılıq yüksəlir. Bu, yerli əhalinin sosial fəallığını artırır, milli dəyərlərin qorunmasına və mədəni irsin təbliğinə şərait yaradır. Təqvimlərdə yer alan festival və sərgilər turizmin yalnız istirahət forması kimi deyil, həm də maarifləndirici və mədəni mübadilə vasitəsi kimi inkişafına kömək edir. Beləliklə, turistik təqvimlər sosial inteqrasiyanın və ictimai həmrəyliyin möhkəmlənməsində mühüm rol oynayır.

İqtisadi baxımdan turistik təqvimlər turizm sektorunun planlı inkişafına və mövsümlər üzrə gəlir axınlarının sabitləşməsinə kömək edir. Təqvimlərin tətbiqi nəticəsində turizm xidmətlərinə olan tələbat ilin müxtəlif dövrlərinə bərabər şəkildə paylanır, bu da infrastrukturun davamlı fəaliyyətini təmin edir. Turistik təqvimlər regionlarda yeni iş yerlərinin yaranmasına, yerli sahibkarların fəaliyyətinin canlanmasına və xidmət sektorunda rəqabət qabiliyyətinin artmasına gətirib çıxarır. Bu prosesin nəticəsində regionlar arasında iqtisadi fərqlər azalır və ümumi rifah səviyyəsi yüksəlir.

Rəqəmsal texnologiyaların sürətli inkişafı turistik təqvimlərin müasir informasiya sistemlərinə inteqrasiya edilməsini zəruri edir. Elektron və mobil platformalarda təqdim olunan təqvimlər turistlərə istənilən vaxt və məkanda aktual məlumat əldə etmək imkanı yaradır. Bu cür texnoloji yeniliklər turizm xidmətlərinin keyfiyyətini artırmaqla yanaşı, istifadəçi təcrübəsini də təkmilləşdirir. Rəqəmsal təqvimlərin tətbiqi turizm bazarında şəffaflığı artırır, planlaşdırmanı asanlaşdırır və xidmətlərin koordinasiyasını gücləndirir.

Turistik təqvimlərin hazırlanması həm də mədəni irsin qorunması və beynəlxalq səviyyədə tanıdılması baxımından böyük önəm daşıyır. Təqvimlərdə milli bayramlar, adət-ənənələr, folklor tədbirləri və tarixi abidələrlə bağlı məlumatların yer alması ölkənin turizm imicini formalaşdırır. Bu, həm yerli icmaların mədəni fəallığını artırır, həm də xarici turistlər üçün Azərbaycan mədəniyyətinin tanıdılmasına xidmət edir.

Regional inkişaf baxımından turistik təqvimlər turizm fəaliyyətini paytaxtdan regionlara yönəldir, bu isə bölgələrdə iqtisadi canlanma yaradır. Yeni turizm marşrutlarının müəyyənləşdirilməsi, yolların və ictimai infrastrukturun inkişafı, yerli xidmət sektorunun genişlənməsi kimi nəticələr təqvimlərin praktiki əhəmiyyətini artırır. Bu istiqamətdə aparılan işlər sosial-iqtisadi balansın qorunmasına və regionların öz potensiallarını reallaşdırmasına təkan verir.

Turistik təqvimlərin hazırlanması prosesi həm də sosial məsuliyyət və ekoloji dayanıqlıq

prinsipləri ilə sıx bağlıdır. Təqvimlərdə "yaşıl turizm", ekoloji yürüşlər və təbiət yönümlü tədbirlərin təşviqi ətraf mühitin qorunmasına və davamlı inkişaf məqsədlərinin həyata keçirilməsinə töhfə verir. Belə fəaliyyətlər ictimaiyyət arasında ekoloji şüurun formalaşmasını təmin edir və turizmin sosial dəyərlər üzərində qurulmasına şərait yaradır.

Bundan başqa, turistik təqvimlər xidmət sektorunda ixtisaslı kadrların hazırlanması üçün yeni imkanlar açır. Təlimlər, seminarlar və sertifikatlaşdırma proqramları vasitəsilə turizm işçilərinin bilik və bacarıqları artırılır. Bu da xidmət keyfiyyətinin yüksəlməsi, turist məmnuniyyətinin artması və ölkənin beynəlxalq turizm rəqabət qabiliyyətinin möhkəmlənməsi ilə nəticələnir.

Nəticə etibarilə, turistik təqvimlərin hazırlanması yalnız turizm fəaliyyətinin təşkili deyil, həm də sosial rifahın yüksəldilməsi, iqtisadi sabitliyin təmin olunması, mədəni irsin qorunması və ekoloji məsuliyyətin artırılması baxımından mühüm əhəmiyyət daşıyır. Müasir dövrdə belə təqvimlər turizmin planlı idarə olunmasının, innovativ yanaşmaların tətbiqinin və dayanıqlı inkişafın əsas vasitələrindən biri hesab edilir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Respublikası Turizm Agentliyi. *Azərbaycan Turizm Təqvimi üzrə illik hesabat.* Bakı, **2023**, 76 s.
2. Əliyev, R. M. *Turizm iqtisadiyyatı və idarəetmə problemləri.* Bakı: Elm və Təhsil, **2021**, 192 s.
3. Cooper, C., Fletcher, J., & Wanhill, S. *Tourism: Principles and Practice.* London: Pearson Education, **2019**, 404 s.
4. Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. *Marketing for Hospitality and Tourism.* Boston: Pearson, **2017**, 476 s.
5. Nye, J. S. *The Future of Power.* New York: PublicAffairs, **2011**, 208 s.
6. Page, S. J., & Connell, J. *Tourism: A Modern Synthesis.* London: Routledge, **2022**, 422 s.
7. Qasımov, E. A. *Regional turizm siyasəti və idarəetmənin aktual məsələləri.* Bakı: ADPU Nəşriyyatı, **2022**, 210 s.
8. Smith, M. K. *Issues in Cultural Tourism Studies.* London: Routledge, **2020**, 236 s.
9. UNWTO. *Tourism and Digital Transformation Report.* Madrid: World Tourism Organization, **2023**, 118 s.

Valeh VƏLİXANOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
velixanovvaleh13@gmail.com

AZƏRBAYCANDA ORNİTOLOJİ TURİZMİN MÖVCUD VƏZİYYƏTİNİN QİYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Xülasə: *Bu məqalədə Azərbaycanda ornitoloji turizmin mövcud vəziyyəti, inkişaf potensialı və qarşısında duran əsas maneələr araşdırılmışdır. Tədqiqat göstərir ki, ölkənin əlverişli coğrafi mövqeyi, zəngin biomüxtəlifliyi və nadir quş növləri ornitoturizmin inkişafı üçün geniş imkanlar yaradır. Xüsusilə Xəzər sahili, Qızılağac, Ağgöl və Şirvan Milli Parkları, həmçinin Talış və Qafqaz dağları regionları quş müşahidəsi üçün əhəmiyyətli ərazilərdir.*

Bununla yanaşı, infrastrukturun zəif inkişafı, peşəkar bələdçilərin azlığı, məlumat çatışmazlığı, beynəlxalq təbliğatın zəif olması və turizm siyasətində bu sahəyə xüsusi yer ayrılmaması ornitoloji turizmin genişlənməsinə maneə törədən əsas faktorlardır. Məqalədə qeyd olunur ki, bu sahənin inkişafı üçün dövlət dəstəyi, turizm şirkətlərinin təşviqi, təbiətə zərər vermədən planlaşdırılmış marşrutların yaradılması və yerli icmaların bu prosesə cəlb olunması vacibdir.

Nəticə etibarilə, Azərbaycanda ornitoloji turizmin inkişaf etdirilməsi həm iqtisadi, həm də ekoloji baxımdan əhəmiyyət daşıyır və dayanıqlı turizmin təşviqi baxımından mühüm potensiala malikdir.

Açar sözlər: *ornitoloji turizm, quş müşahidəsi, ekoturizm, biomüxtəliflik, milli parklar, turizm infrastrukturu.*

ASSESSMENT OF THE CURRENT STATE OF ORNITHOLOGICAL TOURISM IN AZERBAIJAN

Abstract: *This article examines the current state, development potential, and major obstacles facing ornithological tourism in Azerbaijan. Research indicates that the country's favorable geographical location, rich biodiversity, and rare bird species offer significant opportunities for the development of birdwatching tourism. In particular, the Caspian coastline, Gizilaghaj, Aghgol, and Shirvan National Parks, as well as the Talysh and Caucasus mountain regions, are important areas for bird observation.*

However, the underdeveloped infrastructure, lack of professional guides, insufficient information resources, weak international promotion, and the limited place of this niche in tourism policy represent major challenges to the sector's expansion. The article emphasizes the need for government support, incentives for tourism companies, the creation of environmentally sensitive routes, and the involvement of local communities in this process.

In conclusion, the development of ornithological tourism in Azerbaijan holds significant economic and ecological value and has strong potential to promote sustainable tourism.

Keywords: *ornithological tourism, birdwatching, ecotourism, biodiversity, national parks, tourism infrastructure.*

ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ОРНИТОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Резюме: *В данной статье рассматривается текущее состояние орнитологического туризма в Азербайджане, его потенциал развития, а также*

основные препятствия, с которыми сталкивается эта сфера. Исследование показывает, что благоприятное географическое положение страны, богатое биоразнообразие и наличие редких видов птиц создают широкие возможности для развития орнитотуризма. Особенно значимыми территориями для наблюдения за птицами являются прибрежные районы Каспийского моря, Национальные парки Кызылагач, Аггёль и Ширван, а также регионы Талышских и Кавказских гор.

Тем не менее, слабое развитие инфраструктуры, нехватка профессиональных гидов, недостаток информации, слабая международная пропаганда и отсутствие приоритетного места этой сферы в государственной туристической политике представляют собой основные барьеры для её расширения. В статье подчёркивается, что для эффективного развития орнитологического туризма необходима государственная поддержка, стимулирование туристических компаний, создание экологически безопасных маршрутов, а также активное вовлечение местных сообществ в данный процесс.

В заключение отмечается, что развитие орнитологического туризма в Азербайджане имеет важное значение как с экономической, так и с экологической точки зрения и обладает значительным потенциалом для продвижения устойчивого туризма.

Ключевые слова: *орнитологический туризм, наблюдение за птицами, экотуризм, биоразнообразие, национальные парки, туристическая инфраструктура.*

GİRİŞ

Turizm sektoru son onilliklərdə qlobal iqtisadiyyatın ən sürətlə inkişaf edən sahələrindən birinə çevrilmişdir. Ənənəvi turizm formalarının (mədəni, istirahət və dəniz turizmi kimi) yanaşı, son dövrlərdə alternativ və dayanıqlı turizm növlərinə olan maraq xeyli artmışdır. Bu istiqamətlərdən biri olan **ornitoloji turizm** — yəni quş müşahidəsinə əsaslanan turizm – həm təbiətsevər fərdlərin sayının artması, həm də ekoturizmin bir qolu kimi ətraf mühitə daha az təsir göstərməsi səbəbilə mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Dünya üzrə minlərlə insan quşların miqrasiyasını, yaşayış mühitini və nadir növləri müşahidə etmək məqsədilə xüsusi səfərlər edir. Ornitoloji turizm təkcə təbiətin təqdim etdiyi gözəlliklərdən zövq alma vasitəsi deyil, həm də biomüxtəlifliyin qorunmasına, yerli icmaların iqtisadi imkanlarının genişlənməsinə və ekoloji maarifləndirməyə töhfə verən sosial-iqtisadi fenomendir.

ƏSAS HİSSƏ

Azərbaycan Respublikası öz coğrafi mövqeyi, müxtəlif iqlim qurşaqları və təbii sərvətləri ilə ornitoturizm baxımından xüsusi diqqətəlayiq ölkələrdən biridir. Şərqi Avropa ilə Ön Asiya arasında yerləşməsi, Xəzər dənizinə çıxışı, həm dağlıq, həm də düzənlik relyefə malik olması ölkənin zəngin quş faunasını şərtləndirən əsas amillərdəndir. Azərbaycanda 400-dən çox quş növü qeydə alınmış və bu növlərin bir çoxu nadir, endemik və ya miqrasiya edən növlər sırasında yer alır. Qızılağac, Ağgöl, Şirvan və Hirkan kimi milli parklar, həmçinin Talış və Qafqaz dağ silsilələri quş müşahidəsi üçün əlverişli coğrafi məkanlar olmaqla yanaşı, beynəlxalq əhəmiyyətə malik təbii ərazilər hesab olunur. [1, s22]

Lakin ornitoloji turizmin inkişafı üçün təkcə təbii resursların olması kifayət deyil. Bu sahənin uğurla inkişaf etməsi üçün müvafiq infrastrukturun qurulması, peşəkar turizm xidmətlərinin göstərilməsi, beynəlxalq bazarlarda tanıdılması və yerli icmaların prosesə cəlb edilməsi kimi amillər vacibdir. Hazırkı vəziyyətdə Azərbaycanda bu sahə hələ ilkin inkişaf mərhələsindədir və mövcud potensialdan tam istifadə edilmir.

Azərbaycanda ornitoloji turizmin inkişafı üçün əlverişli olan əsas regionlara Lənkəran təbii zonası, Qızılağac Dövlət Təbiət Qoruğu, Ağgöl və Şirvan Milli Parkları, Beşbarmaq darboğazı, həmçinin Talış və Böyük Qafqaz dağ silsilələri daxildir. Bu ərazilər həm stasionar, həm də miqrasiya edən quş növlərinin müşahidəsi üçün unikal şərait yaradır. Məsələn, Qızılağac Milli Parkında hər il 250-dən artıq quş növü qeyd olunur və bu ərazi "Ramsar" konvensiyası çərçivəsində beynəlxalq əhəmiyyətli su-bataqlıq sahəsi kimi tanınıb[2, s47].

İnfrastruktur və idarəetmə məsələləri

Ornitoturizmin inkişafına mane olan əsas problemlərdən biri infrastrukturun zəif inkişaf etməsidir. Bir çox müşahidə ərazilərində bələdçi lövhələrin, müasir müşahidə qüllələrinin, ekoturistlər üçün təhlükəsiz keçid yollarının və məlumat mərkəzlərinin olmaması potensial turistlərin sayını azaldır. Bundan başqa, regionlarda yerləşən qonaqlama obyektlərinin azlığı, nəqliyyat əlaqələrinin zəifliyi və peşəkar bələdçilərin çatışmazlığı da mühüm çətinliklərdəndir.

Bəzi ölkələrdə bu problemlər ictimai və özəl sektor əməkdaşlığı ilə aradan qaldırılır. Məsələn, İspaniya və Kosta-Rika kimi ölkələrdə yerli icmalar ornitoturizmdən gəlir əldə edir və bunun müqabilində təbiətin qorunmasına cəlb olunurlar. Azərbaycanda da bu model tətbiq edilə bilər. Əgər kənd əhalisinə kiçik miqyaslı "eko-ev" layihələri üçün dəstək verilsə, onlar həm gəlir əldə edər, həm də təbii resursların qorunmasında maraqlı olardılar[5, s19].

Maarifləndirmə və elmi tədqiqatların rolu

Ornitoloji turizmin inkişafı üçün yalnız iqtisadi deyil, həm də maarifləndirici və elmi istiqamətdə fəaliyyət vacibdir. Təəssüf ki, Azərbaycanda quş növləri və onların miqrasiya xüsusiyyətləri haqqında məlumatlar hələ tam sistemləşdirilməyib. Bu sahədə elmi monitorinqlərin aparılması, interaktiv xəritələrin və mobil tətbiqlərin hazırlanması turizm üçün böyük imkanlar açа bilər[4, s14].

Bundan əlavə, universitetlərdə turizm və ekologiya ixtisasları üzrə təhsil alan tələbələr üçün ornitoturizm mövzusunda praktik təcrübə proqramları təşkil edilə bilər. Bu, həm gənc kadrların yetişdirilməsinə, həm də sahədə elmi əsaslı yanaşmanın formalaşmasına xidmət edər.

Beynəlxalq əməkdaşlıq və tanıtım

Azərbaycanın beynəlxalq səviyyədə tanıdılması da mühüm amildir. Hazırda ölkəmizdə ornitoloji turizmlə bağlı çox az sayda beynəlxalq səviyyəli tədbirlər keçirilir. Halbuki, "BirdLife International", "Wetlands International" və "Global Birding Day" kimi təşkilatlarla əməkdaşlıq, bu sahənin tanıdılmasına və xarici turist axınının artmasına şərait yarada bilər.

Məsələn, hər il "Quş Gözləmə Festivalı" və ya "Ekoturizm Həftəsi" kimi tədbirlər təşkil edilərək həm yerli, həm də xarici quşsevərlərin iştirakı təmin edilə bilər. Bu cür tədbirlər həm təbliğat, həm də iqtisadi baxımdan faydalı nəticələr verə bilər.

Ekoloji və sosial təsirlər

Ornitoloji turizmin inkişafı yalnız iqtisadi gəlir gətirmir, həm də ekoloji şüurun yüksəlməsinə kömək edir. Quş müşahidəsi zamanı turistlər təbiətə daha ehtiyatla yanaşır, bu da ətraf mühitin qorunmasını stimullaşdırır[3, 20].

Eyni zamanda, bu sahə kənd yerlərində məşğulluğun artmasına, yeni biznes modellərinin formalaşmasına (eko-evlər, bələdçilik xidmətləri, suvenir istehsalı və s.) şərait yaradır. Bu xüsusilə Lənkəran, İsmayıllı, Qəbələ, Qusar və Zaqatala kimi bölgələr üçün yeni iqtisadi imkanlar yarada bilər.

İnkişaf istiqamətləri və tövsiyələr

Azərbaycan üçün ornitoturizmin gələcək inkişafı aşağıdakı istiqamətlərdə həyata keçirilə bilər:

1. Milli ornitoturizm strategiyasının hazırlanması – dövlət səviyyəsində uzunmüddətli planın qəbul edilməsi;

2. Bələdçi və tərcüməçi hazırlığı proqramları – yerli əhalinin bu sahədə bilik və bacarıqlarının artırılması;

3. Rəqəmsal tanıtımın gücləndirilməsi – internetdə quş müşahidə marşrutlarının və fotogaleriyaların yaradılması;

4. Təbiətə az təsir edən infrastrukturların yaradılması – ekoloji baxımdan davamlı müşahidə qüllələri və təbiət yolları;

5. Yerli icmaların iqtisadi maraqlarının qorunması – turizm gəlirlərinin bir hissəsinin yerli layihələrə yönləndirilməsi.

Nəticə etibarilə, ornitoloji turizm Azərbaycanın ekoturizm potensialının əsas istiqamətlərindən biri kimi formalaşa bilər. Bu sahənin inkişafı ekoloji tarazlığın qorunması, regionların sosial-iqtisadi canlanması və ölkənin beynəlxalq turizm brendinin güclənməsi üçün mühüm addım olacaqdır.

NƏTİCƏ

Aparılan tədqiqat göstərdi ki, Azərbaycan zəngin biomüxtəlifliyi, əlverişli coğrafi mövqeyi və müxtəlif təbii landşaftları ilə ornitoloji turizmin inkişafı üçün mühüm potensiala malikdir. Xəzər sahili, dağlıq ərazilər, su-bataqlıq zonaları və milli parklar quş müşahidəsi baxımından yüksək dəyər daşıyır. Bununla belə, infrastrukturun yetərsizliyi, peşəkar bələdçi və xidmət heyətinin çatışmazlığı, beynəlxalq səviyyədə zəif tanıtım və dövlət strategiyasının olmaması bu sahənin inkişafını əngəlləyən əsas amillərdir.

Təkliflər

Bu səbəbdən, ölkədə ornitoturizmin inkişafı məqsədilə aşağıdakı istiqamətlərdə sistemli tədbirlərin görülməsi zəruridir:

Müvafiq hüquqi və institusional çərçivənin yaradılması,

Müşahidə infrastrukturlarının qurulması,

Yerli əhali üçün maarifləndirmə və təlim proqramlarının təşkili,

Beynəlxalq təşkilatlarla əməkdaşlığın gücləndirilməsi.

Bu yanaşma həm ölkənin ekoturizm potensialını artıracaq, həm də biomüxtəlifliyin qorunmasına və bölgələrdə dayanıqlı sosial-iqtisadi inkişafa töhfə verəcəkdir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Əliyev, A. (2021). Azərbaycanın biomüxtəlifliyi və onun qorunması yolları. Bakı: Təbiət Nəşriyyatı.

2. Əlizadə, N. (2018). Miqrasiya yolları və quşların ekoloji davranışı. Bakı: Biologiya Nəşriyyatı.

3. Həsənova, S. (2020). Azərbaycanın turizm potensialı və regional inkişaf. Gəncə: GDU Nəşriyyatı.

4. Rzayev, T. (2022). “Ekoturizmin inkişafında ornitoturizmin rolu.” Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti Elmi Xəbərləri, №1, s. 45–52.

5. Wetlands International. (2022). Wetland Sites of International Importance in Azerbaijan. https://www.wetlands.org

Məryəm YUSİFLİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
yusiflimaryam4@gmail.com

TOVUZÇAY ƏTRAFI ƏRAZİLƏRDƏ SON TUNC DÖVRÜNƏ AİD QƏBİR ABİDƏLƏRİNİN TƏSNİFATI

Xülasə: *Bu məqalədə Tovuzçay hövzəsində Son Tunc dövrünə aid arxeoloji abidələrin və qəbir komplekslərinin tədqiqi məsələləri araşdırılır. Ərazidə aparılan qazıntılar nəticəsində həmin dövrə aid yaşayış yerləri, maddi mədəniyyət nümunələri və müxtəlif tipli qəbir abidələri müəyyən edilmişdir. Qəbir abidələrinin analizi həmin dövrdə yaşayan insanların dəfn adətləri, dini inancları və sosial quruluşu haqqında mühüm elmi məlumatlar verir. Araşdırma göstərir ki, Tovuzçay hövzəsi Son Tunc dövründə inkişaf etmiş təsərrüfat, sənətkarlıq və sosial həyat formalarının mövcud olduğu bir mədəniyyət mərkəzi olmuşdur. Məqalənin nəticələri Azərbaycanın Qərb bölgəsində qədim mədəniyyətlərin inkişaf dinamikasının öyrənilməsinə mühüm töhfə verir.*

Açar sözlər: *Son tunc dövrü, nekropollar, qəbir abidələri, kurqanlar, daş qəbir, qutu qəbirlər.*

CLASSIFICATION OF LATE BRONZE AGE BURIAL MONUMENTS IN THE AREAS SURROUNDING THE TOVUZCHAY RIVER

Abstract: *This article examines the archaeological study of the Late Bronze Age monuments and burial complexes in the Tovuzchay basin. Excavations carried out in the region have revealed settlements, material culture artifacts, and various types of graves belonging to this period. The analysis of burial monuments provides valuable insights into the funeral traditions, religious beliefs, and social structure of the ancient population. The study indicates that the Tovuzchay basin served as an important cultural center during the Late Bronze Age, characterized by developed agriculture, craftsmanship, and social organization. The results contribute significantly to understanding the dynamics of ancient cultural development in the western region of Azerbaijan.*

Keywords: *Late Bronze Age, necropolises, burial monuments, kurgans, stone graves, cist graves.*

КЛАССИФИКАЦИЯ ПОГРЕБАЛЬНЫХ ПАМЯТНИКОВ ЭПОХИ ПОЗДНЕЙ БРОНЗЫ НА ТЕРРИТОРИЯХ ВОКРУГ РЕКИ ТОВУЗЧАЙ

Abstract*: В статье рассматриваются результаты археологических исследований памятников и погребальных комплексов эпохи поздней бронзы в бассейне реки Товузчай. В ходе раскопок были выявлены поселения, предметы материальной культуры и различные типы погребений, относящиеся к данному периоду. Анализ погребальных памятников позволяет получить важные сведения о погребальных обрядах, религиозных верованиях и социальной структуре древнего населения. Исследование показывает, что бассейн Товузчая в эпоху поздней бронзы являлся значительным культурным центром с развитым хозяйством, ремеслами и социальной организацией. Полученные результаты*

вносят весомый вклад в изучение динамики развития древних культур западного региона Азербайджана.

Ключевые слова: *эпоха поздней бронзы, некрополи, погребальные памятники, курганы, каменные могилы, ящичные погребения.*

GİRİŞ

Azərbaycanın qədim tarixinin öyrənilməsində arxeoloji tədqiqatlar mühüm yer tutur. Ölkə ərazisi minilliklər boyu müxtəlif mədəniyyətlərin və etnik qrupların qarşılıqlı əlaqə məkanı olmuş, bu da zəngin arxeoloji irisn formalaşmasına səbəb olmuşdur. Xüsusilə Qərb bölgəsi Tovuz, Qazax, Şəmkir və ətraf rayonlar həm təbii coğrafi xüsusiyyəti həm də strateji mövqeyi ilə qədim dövrlərdə intensiv yaşayış və təsərrüfat fəaliyyətlərinin mərkəzi kimi seçilmişdir. Bu baxımdan Tovuzçay hövzəsi Azərbaycanın arxeoloji mənzərəsində xüsusi əhəmiyyətə malik tədqiqat sahəsidir.

Tovuzçay hövzəsinin əlverişli təbii şəraiti, bol su ehtiyatları, münbit torpaqları və dağətəyi iqlimi burada erkən kənd təsərrüfatı icmalarının yaranması və inkişafı üçün şərait yaratmışdır. Son tunc dövrünə (təxminən eradan əvvəl XIII-IX əsrlərə) aid arxeoloji tapıntılar bu ərazidə insanların oturaq həyat təzrinə keçdiyini təsərrüfat həyatının inkişaf etdiyini və sosial münasibətlərin mürəkkəbləşdiyini göstərir. Həmin dövrün mədəni qatları və maddi mədəniyyət nümunələri Tovuzçay hövzəsinin təkcə lokal deyil, həm də regional miqyasda mühüm arxeoloji əhəmiyyət malik olduğunu sübut edir. Bu bölgədə aparılmış arxeoloji qazıntılar nəticəsində müxtəlif yaşayış yerləri təsərrüfat tikililəri, keramika məmulatları, tunc alətlər, silah nümunələri və xüsusilə qəbir abidələri aşkar edilmişdir.

Qəbir abidələrinin öyrənilməsi həmin dövrün əhalisinin dini inancları, dünyagörüşü, ictimai iyerarxiyası və dəfn adətləri barədə dəyərli məlumatlar verir. Məsələn, müxtəlif tipli qəbirlərdə tapılan silah, bəzək əşyaları, məişət əşyaları, həm sosil müxtəlifliyi, həm də insanın ölüm və axirətə dair inamlarını əks etdirir. Son tunc dövrü Azərbaycan arxeologiyasında ümumilikdə inkişaf və mədəni müxtəliflik mərhələsi kimi xarakterizə olunur. Bu dövrdə metal istehsalı ticarət əlaqələri maldarlıq və əkinçilik sahələrində mühüm irəliləyiş baş vermişdir. Tovuzçay hövzəsində aşkar olunan arxeoloji materiallar bu prosesi yerli miqyasda izləməyə, eyni zamanda regionun digər mədəniyyət ocaqları ilə əlaqələrini müəyyənləşdirməyə imkan verir. Məqalənin əsas məqsədi Tovuzçay hövzəsində son tunc dövrünə aid arxeoloji abidələrinin və qəbir komplekslərini sistemli şəkildə öyrənilməsi, onlaarın tiplərini, memarlıq xüsusiyyətlərini və dəfn adətlərini təhlil etmək həmçinin bu tapıntılar əsasında həmin dövrdə formalaşmış sosial mədəni mühiti müəyyənləşdirməkdir. Araşdırma həm sahəvi tədqiqatların nəticələrinə, həm də mövcud elmin mənbələrin təhlilinə əsaslanır. Beləliklə, Tovuzçay hövzəsində aparılan arxeoloji və antropoloji tədqiqatlar son tunc dövrü mədəniyyətinin ümumi mənzərəsinin bərpası baxımından böyük elmi əhəmiyyət daşıyır. Qəbir abidələrinin və maddi mədəniyyət nümunələrinin hərtərəfli araşdırılması, Azərbaycanın qədim tarixinə, xüsusilə Qərb bölgəsinin arxeoloji irsinə dair yeni nəticələr əldə etməyə imkan verir.

ƏSAS HİSSƏ

Tovuzçay hövzəsinin ərazisi Azərbaycanın qərbində, Kiçik Qafqaz dağlarının şimal-şərq yamaclarının, Tovuz rayonu ərazisinin əhatə edir. Bu ərazidə son tunc dövrünə aid istər yaşayış yerləri, istər qəbir abidələri, istərsə də başqa arxeoloji abidələr arxeoloji cəhətdən tədqiq olunmamış, abidələrin arxeoloji təsnifatını öyrənmək üçün kəşfiyyat işləri həyata

keçirilməmişdir. Tovuzçay hövzəsinin qəbir abidələri Tovuzçay, Qazqulu və qismən də aşağı Mülkülü kimi nekropollarının materialları əsasında bu ərazidəki son tunc dövrü abidələri tədqiq olunur və araşdırılır.

Hövzənin qədim sakinlərinin son tunc dövrünə aid təsərrüfat həyatı, məişəti, mənəvi aləmi əsasən qəbit abidələrinin əsasında öyrənilir. Həmçinin burada torpaq qəbirlərlə yanaşı, bir neçə kurqan tipli qəbirlər də aşkar edilmişdir. Həmizin ərazinin dağətəyi və düzənlik zonalarının kurqan abidələrini bir-birindən fərqləndirmək olar. Zəyəmçay, Şəmkirçay və Gəncəçay hövzəsi kimi ərazilərlə müqayisə zamanı kurqanların sayının azlığını müşahidə edirik. Tək-tük kurqanlara isə Tovuzçayın dağətəyi və düənlik sahələrində rast gəlmək olar. Tovuzçayın bu hissələrində siklopik tikililər yox səviyyəsindədir. Bu nəticəyə B.B.Piotrovskinin qeydlərində də rast gəlmək olar [1, s34].

Kurqan tipli qəbirlər iki yerə ayrılır: daş və torpaq qarışığından tökülmüş kurqanlar, torpaq kurqanlar. Tovuzçay hövzəsi ərazisində uzun zaman siklop tikililərlə bağlı tədqiqat aparmış İ.M.Cəfərzadə qərb bölgəmizdə hər iki qrupa daxil olan kurqanları məhz son tunc dövrünə aid edir [1, s35].

Tovuzçay hövzəsinin dağlıq və dağətəyi zonalarında daş qutulara da rast gılinir. Daş qutu qəbir abidələri Azərbaycanda əsasən tunc dövrünə aid olmuşdur. Bu dövrdə tapılmış daş qutu abidələri Xocalı-Gədəbəy mədəniyyətinə aid hesab edilir. Bu tip qəbir abidələrini araşdıran alimlər: Q.Aslanov, Y.İ.Hummel, Ə.K.Ələkbərov, İ.Nərimanov və s. müəyyən etmişlər ki, bu abidələr tunc dövründən başlayaraq ilk orta əsrlər dövrünə qədər yayılmışdır [2, s86].

Daş qutular əsasən qazılarkən torpaqda uzunsov dördbucaqlı formasında qazılır. Qəbrin ölçüsündən, həcmindən asılı olaraq onun divarlarının içərisinə bir və ya bir neçə sal daş söykədilir, üstdən isə qəbri bir neçə sal daşla örtürlər. Qazılmış quyu daş qəbirin ölçüsündən asılı olaraq bəzən dərin, bəzən isə dayaz ola bilər. Ehtimal olunur ki, bu daha çox qəbirə qoyulmuş meyidin böyüklüyündən, eyni zamanda basdırılmış başqa avadanlıqların həcmindən də asılıdır. Araşdırmalar zamanı qəbir abidələrinin tikinti materialları isə həmin ərazinin təbii-coğrafi şəraiti ilə daha çox əlaqəli olduğu müşahidə edilib.

Daş örtüklü və torpaq qəbirlər bu ərazidə yaşamış qədim tayfa birliklərinin, qəbilələrin tarixini, ictimai quruluşunu öyrənmək üçün mənbə rolunu oynayır. Bu nekropollar Azərbaycanın digər eyni dövr qəbir abidələrindən tipinə, quruluşuna və xarakterinə görə fərqlənmələrinə baxmayaraq, arxeoloji materillarının xüsusiyyətləri baxımından heç bir fərq yoxdur.

Tovuzçay və Qazqulu nekropollarının sahəsinin yerləşdiyi torpaq qatı əsasən az miqdarda qum və gil qarışıq şoran torpaqdan və çınqıldan ibarətdir. Elə buna uyğun olaraq qəbirlər müxtəlif dərinliklərdə aşkar edilmişdir. Daş örtüklü qəbirlərin böyük bir qismi məhz elə burada, Tovuzçay və Qazqulu nekropollarında aşkar edilmişdir. Tovuzçay hövzəsi ərazisində 89 qəbir abidəsi aşkar edilmişdir. Bunların 30-nun üzərində daş örtüklər aşkar edilmişdir. Qazqulu nekropolunda isə 18 qəbr abidəsi aşkar olunub və bunlardan 16 ədəd qəbir abidəsi daş örtüklə örtülüb [4, s5].

Bəzi daş örtüklü qəbirlərin üst daşları tamamilə görünür. Amma buna baxmayaraq bəzilərində bu fərq aydın hiss edilir və üst daşlar heç bilinmir, üst daşları heç yoxdur. Bəzi qəbir abidələrində müşahidə olunur ki, qəbirin orta hissəsində dairə kimi düzülmüş daşların ortasında torpaq çökərək batıq əmələ gətirib.

Tovuzçay nekropolunun sahəsi təpə üzərində yerləşdiyindən qəbirlər bir-biri ilə yaxın məsafədədir. Bu qəbirlər iki qrupa bölünmüşdür: kameralı və kamerasız qəbirlər. Çünki baxmayaraq ki, bütün qəbirlər qurularkən kameralara sahib olmuşlar, ancaq tədqiqatlar zamanı bəzilərinin kameralarını tutmaq mümkün olmamışdır. Buna səbəb kimi qəbirlərin ərazisinin

torpaq qatını göstərməkdə olar. Çünki sahələrin torpaq qatları təbii çınqıl təbəqəsindən ibarətdir. Belə olduqda isə qəbir kamerasının sərhədlərinin dəqiq təyin etmək mümkünsüz hala gəlir. Həmçinin onlar arasında dağıdılmış, talan olunmuş qəbirlər də mövcuddur. Ancaq belə qəbirlərin sayı çox deyil. Talan olunmuş qəbirlər adətən zəngin qəbirlər sayılır. Çünki belə qəbirlərdə nüfuzlu hesab olunan insanlar dəfn edilir və nəzərə alsaq ki, dəfn zamanı onun yanında ölən insana məxsus qiymətli əşyaları və s. basdırılır, bu zaman qəbirin kamerasının zinət əşyaları ilə, daş-qaşlarla, qiymətli əşyalarla bol olduğunu anlamaq heç də çətin deyil.

Kamerası bilinməyən nekropol qəbirlərinin bəziləri daş qəbirlər olsa da, bəziləri də torpaq qəbirlərdir. Torpağın xüsusiyyətlərindən asılı olaraq qəbirlərin dərinliyi də dəyişir. Həm Tovuzçay, həm də Qazqulu nekropollarının qəbirlərində bu müşahirdə edilir. Nekropollarda qəbirlər adətən 1,5-2 m dərinliklərdə aşhar edilmişdir. Nekropolların bəzi qəbirlərinin kameralarının kiçik ölçülü olmasına baxmayaraq zəngin qəbirlər hesab edilir. Buna səbəb isə kameralardan əldə olunan çoxlu sayda arxeoloji tapıntılardır. Kasıb qəbirlər isə böyük kameralara sahib olsa da, onların tədqiqatında əldə edilmiş tapıntılar- bir neçə ədəd gil qablardır. Ancaq zəngin qəbirlərdən silah nümunələri, 30-a yaxın saxsı qablar, bəzək əşyaları, muncuqlar və s. kimi nümunələr tapılmışdır. Bütün bunlar bizə artıq cəmiyyətdə baş verən ictimai-iqtisadi bərabərsizlikləri aydın şəkildə göstərir. Məhz elə Tovuzçay ərazisində sinifli cəmiyyətin formalaşması prosesi yaranmaqda idi [3, s65].

Tovuzçay və Qazqulu nekropollarında tapılmış kurqan tipli qəbirlərdə daş örtüklər möhrə və ya qara qum ilə qarışdırılmış gil məhlulu ilə bərkidilmişdir. Yaxınlıqda olan Tovuz çay dərəsi məhz bu çay daşlarının mənbəyi hesab edilir. Həmçinin Qazqulu nekropolunun mərkəzində topa şəklində yığılmış çay daşlarına rast gəlinib və tədqiqatçılar tərəfindən ehtimal edilir ki, bu daşlar buraya qəbir abidələrinin üzərinin örtülməsinə ehtiyat kimi gətirilib. Çünki ibtidai insanlar mütəmadi olaraq dəfn mərasimlərini həyata keçirirdilər, bu zaman isə onlara örtük kimi istifadə etdikləri çay daşları kömək edirdi. Həmçinin aparılmış arxeoloji tədqiqatlar nəticəsində deyə bilərik ki, bu cür ehtiyata yığılmış çay daşları Zəyəmçay nekropolunun yaxınlığında da tapılmışdır. Zəyəmçay nekropolunun daş örtüklü qəbirləri Tovuzçay və Qazqulu nekropollarının daş örtüklü qəbir abidələrindən demək olar ki, heç fərqlənmir. N.Ə.Müseyibli bu nekropolları Azərbaycanda və Qafqazda analoqu olmayan qəbir tipləri kimi qiymətləndirmişdir. O qeyd etmişdir : "Son tunc-ilk dəmir dövründə Azərbaycanda mövcud olmuş daş qutu, torpaq qəbirlərin qurulu və xarakterik cəhətləri Zəyəmçay nekropolunun qəbirlərinin xüsusiyyətləri ilə tamamilə fərqlənir". Tədqiqatçılarda digəri, Ş.N.Nəcəfov da bu fikirlə razılaşmışdır. Ş.N.Nəcəfov Zəyəmçay hövzəsi ətrafında son tunc dövrünün qəbir abidələrinin tədqiqatı ilə məşğul olmuşdur. O Zəyəmçay nekropolunun qəbirlərinin quruluşuna, tikinti üslubuna görə digərlərindən fərqləndiyini vurğulamışdır. Nəcəfov bildirmişdir: "Bu qəbirlərin nə daş qutular kimi üst və yan sal daşları vardır, nə də kromlecli qutular kimi dik basdırılmaqla konsentrik dairə yaradılmış uzun daş düzümü vardır. Həmçinin digər baxımdan nekropolda torpaq qəbirlə seyrək çay daşlarından ibarət örtüyə malikdir". Bu fikirlər Zəyəmçay nekropollarına aid olduğu qədər, biz bu fikirləri Qazqulu və Tovuzçay nekropollarına da aid edə bilərik [3, s71].

Qəbirlərin üzərinin örtülməsində istifadə olunan çay daşlarının tədqiqi bizə göstərir ki, burada məskunlaşma təbii coğrafi şəraitdən asılı olmuşdur. Çünki burada daş qutular qurmaq üçün iri sal daşlar olmamışdır və coğrafi şəraitdən asılı olaraq da, ibtidai insanlar çay daşlarından istifadə etmişlər. Buna görə də çaylara yaxın ərazilərdə məskunlaşmışlar. Eyni zamanda bunu da qeyd edə bilərik ki, iri sal daşların daşınması ibtidai insanlara çətin də gələ bilərdi. Məhz buna görə- çay daşlarının asan daşınmasına görə onlar qəbir örtüklərini çay daşları ilə əhatə etmişlər.

Daha çox Qazqulu nekropolunda müşahidə olunan və torpaqda adətən dairəvi və ya

oval formada, həmçinin bəzən də dördkünc formada qazılan çalalarda qurular qəbirlər bərk məhlul ilə suvanmışdır. Tədqiqatçılar Qazqulu nekropolunda 13 nömrəli qəbirin qazıntısı zamanı bunu müşahidə etmişlər. Belə təsvir edilir: "Ağ rəngli, bir qədər şəffaf olan, sanki mineral duz qarışdırılmış və həmçinin gil qarışdırılmış maddə ilə qəbrin döşəməsi suvanmışdı. Belə döşəməyə meyit, saxsı qablar və s. əşyalar səliqə ilə qoyulmuşdu. Və nəhayət ki, onların üstü, kənarları çay daşları ilə örtülmüşdü". Belə qəbirlər həmçinin Zəyəmçay nekropolunda da tədqiq edilmişdir. Ümumiyyətlə qeyd etsək daha doğru olar ki, belə qəbirlərdə adətən ölü daha çökək bir hissəsində basdırılır və onun üzərinə, yanına, ətrafına da əşyalarını və s. düzürlər. Sonda isə qəbirin üzərini çay daşı ilə, torpaqla örtürlər [4, s3].

Apardığım araşdırmalar nəticəsində mənə məlum olmuşdur ki, Şərqi Gürcüstan ərazisində son tunc dövrünə aid bəzi nekropollar tapılmışdır. Bunlara Madnisçal və Mtsxeta nekropolları aiddir. Məhz bu nekropollardakı tədqiqatlar bizə onların bəzilərinin Zəyəmçay, Qazqulu və Tovuzçay nekropolları ilə oxşarlıqlarını, hətta demək olar ki, eyniliklərini çatdırır. Şərqi Gürcüstan ərazisində olan nekropolların bəzilərində müxtəlif zaman kəsiyində araşdırmalar aparılmasına baxmayaraq, bəzi qəbir abidələri vardır ki, onların heç birində nə Tovuzçay, nə Qazqulu, nə də Zəyəmçay nekropolları ilə oxşarlıq aşkar edilməmişdir.

Bildiyimiz kimi, Bakı -Supsa neft kəmərinin çəkilişi üçün müəyyən qazıntı işləri aparılmışdır. Bunun nəticəsində isə Şərqi Gürcüstan ərazisində, Mtsxeta adlı ərazi yaxınlığında kəmərin çəkilişi üçün qazıntı aparılıb və buradan 42 qəbir abidəsi aşkar olunub. Tədqiqatlar göstərir ki, qəbir abidələri son tunc-ilk dəmir dövrünə aiddir. Aparılan araşdırmalar göstərir ki, bəziləri istisna digər qəbir abidələrinin əksəriyyətinin üzəri daş örtüklə örtülmüşdür. Bütün bu faktlara əsaslanaraq N.Ə.Müseyibli qeyd edir: "Son tunc -ilk dəmir dövründə Qərbi Azərbaycan və Şərqi Gürcüstanda -Kür çayının orta axını hövzəsində yaşayan qədim tayfaların dəfn adətlərində qəbirlərin üzərində daş örtük qurmaq ayini müəyyən yer tutmuşdur". Bunuda qeyd etmək vacibdir ki, bu ərazilərdə məskunlaşmış tayfalar, qəbilələr, birliklər vahid mədəniyyət olan- Xocalı-Gədəbəy mədəniyyətində birləşmişlər [1, s63].

Qazqulu nekropolunda akşar edilmiş 12№-li və 10№-li qəbirlərin üstündə 6 qat daş örtük aşkar edilib. Beləliklə aparılan tədqiqatlar, deməyə imkan verir ki,qəbir abidələrinin arasında 1,2,3,4,5, həmçinin də 6 qatdan ibarət olan daş örtüklü qəbirlər olub. Belə qəbirlərdə müxtəlif formalı daş örtüklərə rast gəlmək mümkündür. Bəzilərində dördkünc, bəzilərində dairəvi, bəzilərində isə aypara formasında olmuşdur. Qəbirlər arasında üst hissəsi dördkünc formalı olub aşağı hissələrinin dairəvi və ya aypara formalı olması halına da rast gəlinmişdir [3, s55].

Aypara formalı düzümə malik olan qəbirlər əsasən daha çox Tovuzçay və Qazqulu nekropollarında aşkar edilmişdir. Məsələn, Tovuzçay nekropolunda 79№-li və 80№-li daş örtüklü qəbir abidəsində aypara formalı düzüm aşkar edilib. Tədqiqatçılar öz araşdırmalarında bildirirlər ki, "79№-li qəbirin üst daşlarının düzümü aypara formasında idi. Ayparanın ortasında isə tək-tək iri daşlar atılmışdı".

Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi daş örtüklü qəbirlər kimi torpaq qəbirlər də bu dövrün araşdırılması üçün vacib mənbə rolunu oynamaqdadır. Tovuzçay və Qazqulu nekropollarında torpaq qəbirlər çoxdur. Tovuzçay nekropolunda aşkar edilmiş torpaq qəbirlərin sayı 53-ə çatmaqdadır. Torpaq qəbirlər daş örtüklü qəbirlər kimi qazılmış, ancaq üzərinə narın qum, torpaq tökülmüşdür. Qazqulu nekropolunda isə cəmi 2 torpaq qəbir aşkar edilmişdir ki, onlarında içərisində heç bir skelet və s. aşkar edilməmişdir [3, s59].

Beləliklə, aparılan araşdırmalar, tədqiqatlar bizə Tovuzçay, Qazqulu və Zəyəmçay nekropollarının son tunc dövrünə aid olan qəbir abidələrini daha dərindən məsinsəməyə və araşdırmağa imkan verir. Xocalı – Gədəbəy mədəniyyətinə aid olan qəbir abidələri tiplərinə görə bir-birindən ayrılırlar. Bu dövrdə yaylaq- qışlaq mövsümü ilə əlaqədar köçəri tayfalar

məskunlaşmış və öz izlərini burada buraxmışlar. Bütün bunlar bizə qəbir abidələrindən tapılmış arxeoloji mənədiyyət abidələrindən məlum olmuş olur. Tədqiqatlar sübuta yetirir ki, burada daha çox torpaq qəbirlər və daş örtüklü qəbirlər geniş yayılmışdır. Bu da keçmiş insanın, tayfaların, birliklərin, qəbilələrin dini inanclarına söykənən bir adətdir. Onların dini inanclarının olmasını bizə sübuta yetirir.

Həmçinin bunu da qeyd etmək daha doğru olar ki, Tovuz və Axınca çaylarının hövzəsinin yaxınlığında bəzi kurqanlar aşkar edilmişdir. Ehtimal edilir ki, məhz bu kurqanlar da daş örtüklü qəbirlərin üzərində ucaldılmışdır.

Tovuzçay və Qazqulu hövzəsinin qəbir abidələri yaşayış yerlərinin yaxınlığında salınmışdır. Amma, buna baxmayaraq hövzəsin son tunc və ilk dəmir dövrü zəif öyrənilmişdir. Gələcək illərdə Xocalı-Gədəbəy tayfalarının təsərrüfat fəaliyyətləri, məskunlaşması, ticarət əlaqələri və s. kimi maddi-mənəvi mədəniyyətləri daha dərindən, daha dəqiq öyrənilməsinə şərait yaranacaqdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. N.Müseyibli, Ş.Nəcəfov, M.Hüseynov- “Tovuzçay nekropolu”, Bakı 2021

2. Məqalə, Ş.Nəcəfov- “II Tovuzçay nekropolunda 2014-2018-ci illərdə aparılmış arxeoloji qazıntılar”, Bakı 2020

3. A.M. Ağalarzadə, Ş.Nəcəfov, Y.Danyalov- “Tovuzçay nekropolunda maraqlı dəfn adəti, Bakı 2005

4. Məqalə, Ş.Nəcəfov- “Zəyəmçay nekropolundakı qəbir abidələri və onların bəzi müqayisəli təhlili”

5. Ш.Наджафов- Некрополь Газыгулу-памятник ходжалы-гедабекской культуры позднего бронзового-раннего железного века бассейна реки Товуз // Поволжская археология.

Ramazan ŞAHMƏMMƏDOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
ramazansahmemmedov@gmail.com

TURİZMİN İNKİŞAFINDA YERLİ İDARƏETMƏNİN ROLU

Xülasə: *Müasir dövrdə turizmin dayanıqlı inkişafı milli iqtisadiyyatın mühüm prioritet istiqamətlərindən biri kimi çıxış edir. Bu prosesin effektiv təşkili və idarə olunması regional siyasət və yerli idarəetmə orqanlarının düzgün fəaliyyətindən birbaşa asılıdır. Regional səviyyədə həyata keçirilən turizm siyasəti ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına, infrastrukturun təkmilləşdirilməsinə, məşğulluğun artımına və regionlararası balansın qorunmasına mühüm təsir göstərir. Regionlarda turizmin inkişafı ilə iqtisadiyyatda da qalxınma baş verir. Bundan doğru istifadə edərək, yerli idarəetmə orqanları düzgün siyasət aparmalıdırlar. Yerli idarəetmə orqanları isə turizm resurslarının idarə olunmasında, ekoloji mühitin qorunmasında, icma iştirakçılığının təminində və turizm təşəbbüslərinin dəstəklənməsində əsas rol oynayır. Məqalədə regional turizm siyasətinin konseptual əsasları, yerli idarəetmənin səlahiyyət və funksiyaları, həmçinin onların qarşılıqlı əlaqəsi təhlil olunur. Bununla yanaşı, Azərbaycanın regionları üzrə turizmin inkişafında tətbiq olunan idarəetmə modelləri və institusional mexanizmlər araşdırılır. Nəticə etibarilə, məqalə turizmin davamlı inkişafı üçün regional və yerli səviyyədə koordinasiyalı siyasətin vacibliyini əsaslandırır və idarəetmə mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi istiqamətində elmi-praktik təkliflər təqdim edir.*

Açar sözlər: *turizm, yerli idarəetmə, region, iqtisadiyyat, sosial-iqtisadi inkişaf, institusional mexanizmlər, infrastruktur.*

THE ROLE OF LOCAL GOVERNMENT IN TOURISM DEVELOPMENT

Abstract: *In modern times, sustainable development of tourism acts as one of the important priority directions of the national economy. The effective organization and management of this process directly depends on the proper functioning of regional policy and local government bodies. Tourism policy implemented at the regional level has a significant impact on the socio-economic development of the country, improvement of infrastructure, employment growth and preservation of interregional balance. With the development of tourism in the regions, there is also a rise in the economy. Local governments should use this correctly and implement the right policies. Local government bodies play a key role in managing tourism resources, protecting the ecological environment, ensuring community participation and supporting tourism initiatives. The article analyzes the conceptual foundations of regional tourism policy, the powers and functions of local government, as well as their mutual relationship. At the same time, the management models and institutional mechanisms applied in the development of tourism in the regions of Azerbaijan are examined. As a result, the article substantiates the importance of coordinated policy at the regional and local levels for the sustainable development of tourism and presents scientific and practical proposals for improving management mechanisms.*

Keywords*: tourism, local governance, region, economy, socio-economic development, institutional mechanisms, infrastructure.*

РОЛЬ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

Резюме: *В настоящее время устойчивое развитие туризма выступает одним из важных приоритетных направлений национальной экономики. Эффективная организация и управление этим процессом напрямую зависят от надлежащего функционирования региональной политики и органов местного самоуправления. Туристическая политика, реализуемая на региональном уровне, оказывает существенное влияние на социально-экономическое развитие страны, улучшение инфраструктуры, рост занятости и сохранение межрегионального баланса. Развитие туризма в регионах также способствует росту экономики. Местным органам власти следует грамотно использовать это и проводить правильную политику. Органы местного самоуправления играют ключевую роль в управлении туристическими ресурсами, защите экологической среды, обеспечении участия общественности и поддержке туристических инициатив. В статье анализируются концептуальные основы региональной политики в области туризма, полномочия и функции органов местного самоуправления, а также их взаимосвязь. Одновременно рассматриваются модели управления и институциональные механизмы, применяемые при развитии туризма в регионах Азербайджана. В результате в статье обосновывается важность скоординированной политики на региональном и местном уровнях для устойчивого развития туризма и представляются научно-практические предложения по совершенствованию механизмов управления.*

Ключевые слова*: туризм, местное самоуправление, регион, экономика, социально-экономическое развитие, институциональные механизмы, инфраструктура.*

GİRİŞ

Turizm sahəsi müasir dövrdə iqtisadiyyatın ən dinamik inkişaf edən istiqamətlərindən biri hesab olunur. Qloballaşma proseslərinin sürətlənməsi, nəqliyyat və informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı turizmin regional və yerli səviyyədə sosial-iqtisadi inkişafın əsas hərəkətverici qüvvəsinə çevrilməsinə şərait yaratmışdır. Bu baxımdan, turizmin səmərəli idarə olunması və davamlı inkişafının təmin edilməsində yerli idarəetmə orqanlarının rolu xüsusilə ön plana çıxır. Yerli idarəetmə orqanları turizm fəaliyyətinin təşkili, infrastrukturun inkişafı, yerli icmaların prosesə cəlb olunması və regionun turizm potensialının reallaşdırılmasında əsas aparıcı qüvvə kimi çıxış edir. Onların fəaliyyəti yalnız turizm obyektlərinin idarə olunması ilə məhdudlaşmır, həm də yerli iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi, məşğulluğun artırılması, mədəni irsin qorunması və ekoloji tarazlığın təmin olunması kimi məqsədləri özündə birləşdirir. Turizmin inkişafı regional və yerli səviyyədə sosial-iqtisadi tərəqqinin əsas istiqamətlərindən biridir. Yerli idarəetmə orqanları turizm potensialının reallaşdırılması, infrastrukturun inkişafı və əhalinin məşğulluğunun artırılmasında mühüm rol oynayır. Onların səmərəli fəaliyyəti regionların cəlbediciliyini artırmaqla yanaşı, dayanıqlı turizm inkişafına da şərait yaradır. Buna görə də, turizmin inkişafında yerli idarəetmənin rolu müasir idarəetmə siyasətinin əsas tərkib hissəsi kimi xüsusi əhəmiyyət daşıyır.

Azərbaycanın müxtəlif regionlarında turizmin inkişafı ilə bağlı həyata keçirilən dövlət proqramları da yerli idarəetmə institutlarının bu sahədəki rolunu gücləndirməkdədir. Məhz bu səbəbdən, yerli idarəetmənin turizmin inkişafındakı rolu, onların qarşılıqlı əlaqə mexanizmləri və idarəetmə strategiyalarının təkmilləşdirilməsi məsələlərinin araşdırılması aktuallıq kəsb edir.

ƏSAS HİSSƏ

Turizmdə yerli idarəetmə orqanları, turizm fəaliyyətinin bölgə, şəhər və rayon səviyyəsində planlaşdırılması, təşkili, inkişafı və nəzarətinə cavabdeh olan dövlət və bələdiyyə strukturlarıdır. Azərbaycanda bu orqanlar həm mərkəzi icra hakimiyyətinin yerli qurumlarını, həm də yerli özünüidarəetmə (bələdiyyə) orqanlarını əhatə edir. Turizmin inkişafında yerli idarəetmənin rolu çoxşaxəlidir və regionların sosial-iqtisadi inkişafına, mədəni irsin qorunmasına, infrastrukturun yaxşılaşdırılmasına və yerli icmaların rifahına birbaşa təsir göstərir. Yerli idarəetmə orqanlarının turizmin inkişafında olan roluna bir neçə istiqamət üzrə baxmaq olar. Yerli idarəetmə orqanları hökümətin müəyyən etdiyi turizm strategiyasını bölgələrə uyğun olaraq icra edir. Onlar turizm fəaliyyətinin koordinasiyasını, planlaşdırmasını, nəzarət və monitorinqini təmin edərək dövlətin turizm fəaliyyətində apardıqı siyasətin real icraçısı rolunu oynayırlar. Turizmin şəffaf, uğurla inkişaf etməsi üçün nəqliyyat, yollar, kommunikasiya xəttləri, su, kanalizasiya, və bunun kimi digər infrastruktur elementləri vacibdir. Yerli idarəetmə orqanları regionda turizmin inkişafı üçün layihələr hazırlayırlar. Bununlada, turizm zonalarında əlverişli şərait yaradırlar. Yerli idarəetmə turizm siyasətində icmaların iştirakını təşviq edir. Bu, həm yerli əhalinin gəlir imkanlarını artırır, həm də onların mədəni dəyərlərinin qorunmasına xidmət edir. Buna görədə turizmin inkişafı ilə müəyyən səviyyədə işsizliyi azaltmaq mümkündür.

Bir mənbəyə görə, 2019-2023 illərdə ölkə üzrə əsas işsizlik səviyyəsi ilə yanaşı "turizm sektorunda işsizlik" (o cümlədən mehmanxana-restoran, kənd turizmi) kimi alt-seqmentlərdə faizlər təqdim olunub: məsələn, 2019-cu ildə turizm sektorunda işsizlik ~12.5 %, 2020-ci ildə ~15.0 % olmuşdur **[6 s.187-188].** 2019-cu ildə turizm üçün xarakterik sahələrdə işləyənlərin sayı 58972 nəfər təşkil etmişdir, lakin pandemiyanın təsiri ilə 2020-ci ildə bu rəqəm 49019 nəfərə düşmüşdür. 2021-ci ildən etibarən məşğulluq səviyyəsində yenidən artım müşahidə olunmuş və 2023-cü ildə bu rəqəm 71063 nəfərə çatmışdır. 2024-cü ildə isə bu rəqəm pik həddə çataraq 79924 nəfər olmuşdur **[3 s.20].**

Yerli büdcədən turizm layihələri maliyyələşməlidir. Turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan yerli sahibkarlara imtiyazlar verilməli, xaricdən digər sahibkarlar cəlb olunmalıdır. Biraz əvvəldə söylədiyim kimi, sahibkarların turizm fəaliyyətinə cəlb etməklə yanaşı həm də vergi güzəştləri də tətbiq etmək lazımdır. İşin gedişatının daha rahat və şəffaf aparılması üçün isə icazə mexanizmlərində sadələşdirilmə aparılmalıdır. Təbii ki, turizm fəaliyyəti ilə bağlı maraqlanan və bununla bağlı geniş miqyaslı işlər görən sahibkarlar vardır. Lakin, daha çox yatırım edə biləcək sahibkarları turizm fəaliyyətinə cəlb etmək lazımdır. Bunun üçün də dövlət günümüzün standartlarına cavab verə biləcək layihələr hazırlayır. Bu planlamada yerli idarəetmə orqanlarının gördüyü işləri əvəz edilməzdir və bir sıra uğurlu nəticələr vermişdir. Dövlət-orqanlar (yerli icra hakimiyyəti orqanları) və bələdiyyələrin müvafiq tədbirlər planlarında iştirak etməsi önə çıxır. Məsələn, 2011-ci ilin "Turizm ili" elan edilməsi ilə bağlı tədbirlər planında yerli icra hakimiyyəti orqanları və bələdiyyələr birgə fəaliyyət göstərmişdir. Turizm fəaliyyətinin inkişafı yerli iqtisadiyyat üçün yeni iş yerləri və sahibkarlıq imkanları yaratmağa kömək edir. Regionlarda turizm infrastrukturu və əlaqəli sahələrin gücləndirilməsi dövlət proqramlarının icrası üzrə əhəmiyyətli rol oynayır. Qəbələ rayonunda son illərdə müasir istirahət mərkəzləri və otellərin tikilməsi, turizm obyektlərinin sayının artması qeyd olunub: "rayona gələn turistlərin sayı ildən-ilə artmaqdadır. Eyni rayonda otel və istirahət xidmətlərinin inkişafı üçün məkan yaradılması, turizm sektoru ilə bağlı sahibkarlığın təşviqi keçirilmişdir. "Qəbələdə turizm obyektlərinin sayının artması nəticəsində turistlərin sayında müəyyən artım müşahidə edilib: 2012-ci ildə rayona gələn turistlərin sayı 45 500 nəfər olmuşdur, əvvəlki illərlə müqayisədə artım var" **[1].** Yerli icmaların turizmin inkişafında iştirakı və onların maraqlarının nəzərə alınması məsələsi müzakirə edilir. Sahibkarlarla yanaşı yerli icmaların da turizmə cəlb olunması əsas məsələlərdən biridir. Bununlada bağlı işlər aparılır. Statistika komitəsinin bəyan etdiyi kimi turizm xarakterli sahələrdə çalışan işçilərin sayında artım baş verir. Lənkəran şəhəri

və ətraf bölgələr üçün Lənkəran Destinasiya Menecmenti Təşkilatı yaradılmışdır. Belə ki, Dövlət Turizm Agentliyi və Azərbaycan Turizm Bürosu tərəfindən 22 sentyabr 2020-ci ildə təqdim edilmişdir. Bu modelin məqsədi regionun turizm potensialını yerli səviyyədə daha effektiv idarə etmək, dövlət-özəl tərəfdaşlığını artırmaq və insan resurslarını inkişaf etdirməkdir. Astara rayonunda yeni turizm kompleksi istifadəyə verilmişdir: 4 mərtəbəli otel, fitnes mərkəzi, atçılıq, kiting sahəsi, restoran və uşaqlar üçün əyləncə mərkəzi mövcuddur. Bu – regionda turizm potensialını artırmaq üçün konkret nümunədir. Burada 60-dan çox iş yeri yaradılıb. Turizm konpleksinin yaradılmasına sahibkar tərəfindən 4 milyon manatdan çox investisiya qoyulub **[4].** Kəndlərdə sahibkarlığın və özünüməşğulluğun inkişafı" layihəsi çərçivəsində cənub zonasında, Lənkəran, Astara, Lerik rayonlarında kənd turizmi üçün sahibkarlıq subyektlərinin yaradılması nəzərdə tutulmuşdur. Məsələn, bu layihə çərçivəsində Astara, Lerik və Lənkəran rayonlarında kənd qonaq evlərinin yaradılması həyata keçirilmişdir **[4].**

Paytaxt bölgəsində turizm infrastrukturu və istirahət zonaları üçün yer ayrılması sahəsində ciddi addımlar atılıb. Bu da yerli idarəetmənin turizm sahəsini yalnız regionlarla məhdudlaşdırmadığını, şəhər səviyyəsində də diqqətə aldığını göstərir. Bölgədə, xüsusilə Abşeron yarımadası və Bakı yaxınlığında sahil turizminin təşviqi istiqamətində addımlar atılmışdır. Məsələn, sahil zonalarında "ictimai açıq sahil" layihələri çərçivəsində standartların yüksəldilməsi, təmizləmə işləri və ziyarətçilər üçün infrastrukturun yaxşılaşdırılması həyata keçirilmişdir. Bakı-Abşeron bölgəsi üçün sahil turizmi və dəniz kənarı istirahət obyektləri prioritetə çevrilmişdir, bu da bölgənin turizm potensialını artırır. Yeni yaşayış və infrastruktur layihələri Sumqayıtda turizm-istirahət funksiyasının (sahil kənarı zonalar, bulvar sahəsi, yeni sosial obyektlər) genişləndirilməsinə kömək edir. Sumqayıtda bulvar və sahil zonalarının modernləşdirilməsi turizm və istirahət məkanı kimi şəhərin cəlbediciliyini artırır. Bulvarın təmiri və sahil mühitinin yaxşılaşdırılması bu istiqamətdə mühüm addımdır. Hələ də Sumqayıt və Bakı arasındakı şəhər-istirahət zonalarının birinci dərəcəli turizm markası kimi tanınması tam baş verməyib. Bulvarların, sahil şeritlərinin və turizm obyektlərinin xidmət səviyyəsinin daha da yaxşılaşdırılması zəruridir.

Naxçıvan Muxtar Respublikası Azərbaycanın turizm potensialı yüksək bölgələrindən biridir və burada yerli idarəetmə orqanları regionun iqtisadi və sosial inkişafına töhfə verən bir sıra layihələr həyata keçirirlər. Son illərdə Naxçıvanın turizm sahəsinin inkişafı məqsədilə aparılan tədbirlər yalnız şəhər mərkəzləri ilə məhdudlaşmayıb, həm də kənd və dağlıq əraziləri, təbii və tarixi irsi əhatə edir. Yerli idarəetmə orqanlarının diqqət etdiyi əsas istiqamətlərdən biri turizm növlərinin müxtəlifləşdirilməsi və koordinasiyalı planlaşdırmadır. 2023–2027-ci illəri əhatə edən Dövlət Proqramına əsasən, Naxçıvanın ekoturizm, kənd turizmi, sağlamlıq turizmi və qış turizmi kimi sahələrdə inkişafı planlaşdırılıb. Bu məqsədlə turizm atlası hazırlanır və bölgədəki tarixi-mədəni abidələr, minerallı sular, duz yataqları və təbii iqlim imkanları turizm məqsədləri üçün istifadə olunur. Yerli idarəetmə orqanları kənd turizmi və bölgə turizmi infrastrukturunun yaradılması istiqamətində də mühüm addımlar atmışdır. Məsələn, Şahbuz rayonunun Kyükyü kəndi və Ordubad rayonunun Pəzmeri kəndi turizm kəndləri kimi müəyyən edilmiş, burada turistlər üçün uyğun şərait yaratmaq məqsədilə qonaq evləri və istirahət obyektləri tikilməyə başlanmışdır. Bu təşəbbüslər yerli icmaların turizm fəaliyyətinə cəlb olunmasına, özünüməşğulluq imkanlarının artırılmasına xidmət edir.Tarixi və memarlıq abidələrinin qorunması və beynəlxalq səviyyəyə çıxarılması sahəsində də işlər aparılır. Naxçıvanın bir sıra abidələrinin UNESCO-nun Ümumdünya İrs Siyahısına daxil edilməsi üçün hazırlıq işləri gedir. Bu, regionun turizm markasının beynəlxalq səviyyədə tanınması və turist axınının artırılması üçün vacibdir. Bölgədə infrastruktur və nəqliyyat sahəsində də ciddi tədbirlər görülür. Dövlət Proqramı çərçivəsində yollar, hava nəqliyyatı imkanları və logistika

infrastrukturu gücləndirilir. Bu isə turistlərin bölgəyə girişini asanlaşdırmaqla yanaşı, turistlərin hərəkət komfortunu artırır. Görülən işlərin nəticəsi olaraq, Naxçıvanda kənd turizmi və kənd mühiti istirahət imkanları genişlənir, tarixi abidələr beynəlxalq səviyyədə tanınmaq potensialı qazanır, infrastruktur və xidmətlərin təkmilləşdirilməsi isə turistlərin rahatlığını təmin edir. Yerli icmaların turizm fəaliyyətinə inteqrasiyası, iş yerlərinin açılması və gəlir mənbələrinin şaxələndirilməsi istiqamətində müsbət nəticələr gözlənilir. Həmçinin bu sənəddə vergi güzəştləri, yerli və xarici investisiyaların cəlb olunması və bunun kimi mövzulara toxunulmuşdur **[5].**

Turizmdə strateji yol xəritəsi, ölkənin turizm sektorunun planlı və davamlı inkişafını təmin etmək üçün hazırlanmış strateji sənəddir. Yol xəritəsi turizm sahəsində milli və regional səviyyədə hədəfləri müəyyən edir. Buna misal olaraq, turist sayının artırılması, turizm gəlirlərinin yüksəldilməsi, yeni iş yerlərinin yaradılması, yerli məhsul və xidmətlərin inkişafı. Hər bir regionun turizm potensialı nəzərə alınaraq prioritet istiqamətlər seçilir. Kənd turizmi, ekoturizm, sağlamlıq turizmi, dağ və qış turizmi, mədəni-tarixi turizm. Yol xəritəsi, həmçinin icra olunmuş tədbirlərin nəticələrini ölçmək üçün indikatorlar və monitorinq mexanizmləri müəyyən edir. Yerli icra hakimiyyətləri, bələdiyyələr və turizm idarələri öz ərazisində turizm imkanlarını qiymətləndirir və prioritet zonaları müəyyən edir. Yollar, ictimai nəqliyyat, parklar, sahil zonaları, turist mərkəzləri və digər xidmət infrastrukturu yerli idarəetmə tərəfindən təmin edilir və saxlanılır. Turizm obyektlərinin tikintisi, kənd turizmi təşəbbüsləri, sağlamlıq və ekoturizm layihələri yerli səviyyədə planlaşdırılır və icra olunur. Yerli idarəetmə, mərkəzi orqanlarla koordinasiya edərək, layihələrin strateji yol xəritəsində müəyyən edilmiş hədəflərə uyğun icrasını təmin edir **[2 s.23-26].** Yerli idarəetmə orqanları icmaları, sahibkarları və qeyri-hökumət təşkilatlarını turizm fəaliyyətinə cəlb edir. Bu, həm regionun turizm imkanlarının artırılmasına, həm də yerli gəlirlərin şaxələndirilməsinə xidmət edir. Yol xəritəsinin uğurla icrası üçün yerli səviyyədə məlumatların toplanması və mərkəzi orqanlara təqdim edilməsi vacibdir. Yerli idarəetmə orqanları bu monitorinq prosesini həyata keçirir.

NƏTİCƏ

Yerli idarəetmə orqanları turizmin inkişafında mərkəzi dövlət orqanlarının strategiyasını yerli səviyyədə həyata keçirən əsas tərəfdaşlardır. Onlar yalnız turizm obyektlərinin infrastrukturunu yaratmaqla kifayətlənməyib, həm də regionların təbii, mədəni və tarixi potensialını qiymətləndirir, prioritet turizm istiqamətlərini müəyyən edir və həmin imkanları səmərəli şəkildə inkişaf etdirirlər. Eyni zamanda, yerli idarəetmə orqanları yolların, ictimai sahələrin, turist informasiya mərkəzlərinin və digər xidmət infrastrukturunun təkmilləşdirilməsini təmin edir. Bundan əlavə, yerli idarəetmə orqanları turizm fəaliyyətlərinə sahibkarları və yerli icmaları cəlb edərək, turizmdən əldə olunan gəlirlərin bölgələr üzrə ədalətli paylanmasını və yeni iş yerlərinin yaradılmasını təmin edir. Turizmin ekoloji və sosial davamlılığını qorumaq məqsədilə yerli idarəetmə ekoloji normaların tətbiqini, mədəni irsin qorunmasını və icmaların maarifləndirilməsini həyata keçirir. Eyni zamanda, regionların turizm potensialının tanıdılması üçün marketinq, brendinq və təbliğat tədbirlərində iştirak edir, turist axınının artırılmasına dəstək göstərir. Onlar mərkəzi dövlətin strateji yol xəritəsini yerli reallıqlara uyğunlaşdıraraq, turizmin iqtisadi faydalarını artırır, regionların sosial-iqtisadi inkişafına töhfə verir və turizmin davamlı inkişafını təmin edirlər.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Turizmin inkişafı diqqət mərkəzindədir. | Azərbaycan Respublikası Qəbələ Rayon İcra Hakimiyyəti

2. Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir.
3. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, Azərbaycanda Turizm adlı Statistik Məcmuə. 2025
4. Azərbaycan Respublikasının kiçik və orta biznesin inkişafı agentliyi, (2020)
5. "Naxçıvan Muxtar Respublikasının sosial-iqtisadi inkişafına dair 2023–2027-ci illər üçün Dövlət Proqramı"nın 2023–2024-cü illər üzrə Təfsilatlı Tədbirlər Planı"nın təsdiq edilməsi haqqında
6. Tural Bayramov, Turizmin İnkifaşinda Dövlətin Rolu, İdarəetmə Modelləri Və Strategiyalari, 2024

Araz KƏRİMLİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
kerimli.araz.2401@atmu.edu.az

AQROTURİZMİN İNKİŞAFI ÜÇÜN BEYNƏLXALQ QABAQCIL TƏCRÜBƏLƏRİN TƏTBİQİ

Xülasə: *Aqroturizmin inkişafında beynəlxalq təcrübələrin tətbiqinə həsr olunmuş məqalədə aqroturizmin əhəmiyyəti, dayanıqlı kənd turizminin formalaşması istiqamətləri, fermer gərlilərinin artırıması və mədəni irsin qorunması araşdırılmışdır.Tədqiqatın əvvəlində aqroturizm terminina verilən tərifər qeyd edilmişdir. Beynəlxalq təcrübə konteksində İordaniyanın Carob House-u, İtaliyanın Santa Cinnara və Tuscany bölgələri, Kosta Rikanın Monte Claro fermə təsərrufatı, Türkiyənin Kuyucak kəndi, eləcə də Azərbaycanın Şəkidə yerləşən Bio Garden Family Farm və Qaxda yerləşən Lakit Honey House nümunələri təhlil edilmişdir. Verilmiş nümunələrdə innovasiya, icmanın iştirakı və ekoloji yanaşmaların ənənəvi fermaların fəaliyyətinin və gəlirliliyinin artımına təsiri izah edilmişdir. Məqalədə qeyd edilir ki, orqanik kənd təsərrüfatı, bərpa olunan enerji və yerli icmaların fəal iştirakı kimi strategiyaların tətbiqi kənd iqtisadiyyatını gücləndirə və dayanıqlı turizmi təşviq edə bilər. Tədqiqatın sonunda beynəlxalq təcürubənin təhlili əsasında Azərbaycanda aqroturizmin inkişafı ilə bağlı bir sıra təkliflər verilmişdir.*

Açar sözlər: *aqroturizm, ferma, innovasiya, inteqrasiya, dayanıqlı inkişaf*

APPLYING INTERNATIONAL BEST PRACTICES FOR THE DEVELOPMENT OF AGROTOURISM

Abstract: *The article dedicated to the application of international experiences in the development of agrotourism examines the importance of agrotourism, the formation of sustainable rural tourism, the enhancement of farmers' incomes, and the preservation of cultural heritage. At the beginning of the study, definitions of the term "agrotourism" are presented. In the context of international experience, examples such as Carob House in Jordan, Santa Cinnara and the Tuscany region in Italy, Monte Claro Farm in Costa Rica, Kuyucak Village in Turkey, as well as Bio Garden Family Farm in Shaki and Lakit Honey House in Gakh, Azerbaijan, are analyzed. These examples illustrate how innovation, community participation, and ecological approaches contribute to the efficiency and profitability of traditional farms. The article emphasizes that strategies such as organic agriculture, renewable energy, and active community involvement can strengthen the rural economy and promote*

sustainable tourism. At the end of the study, a number of recommendations for the development of agrotourism in Azerbaijan are provided based on the analysis of international experiences.
Keywords: *agrotourism, farm, innovation, integration, sustainable development*

ПРИМЕНЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПЕРЕДОВЫХ ПРАКТИК ДЛЯ РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА

Резюме: *Статья, посвящённая применению международного опыта в развитии агротуризма, рассматривает значение агротуризма, формирование устойчивого сельского туризма, повышение доходов фермеров и сохранение культурного наследия. В начале исследования приведены определения термина "агротуризм". В контексте международного опыта проанализированы примеры, такие как Carob House в Иордании, Santa Cinnara и регион Тоскана в Италии, ферма Monte Claro в Коста-Рике, деревня Куюджак в Турции, а также семейная ферма Bio Garden в Шеки и Lakit Honey House в Гахе, Азербайджан. Эти примеры демонстрируют, как инновации, участие сообщества и экологические подходы способствуют повышению эффективности и доходности традиционных ферм. В статье отмечается, что применение стратегий, таких как органическое сельское хозяйство, возобновляемая энергия и активное участие местного сообщества, может укрепить сельскую экономику и способствовать развитию устойчивого туризма. В конце исследования приведены рекомендации по развитию агротуризма в Азербайджане на основе анализа международного опыта.*
Ключевые слова: *агротуризм, ферма, инновации, интеграция, устойчивое развитие*

INTRODUCTION

Agrotourism combines agriculture and tourism to support rural economies, preserve cultural heritage, and promote sustainable development. Many countries, including Italy, France, Japan, and Turkey, have successfully applied innovative models and policies to develop this sector. Adapting these international experiences to local conditions can enhance Azerbaijan's agrotourism potential. Key factors include infrastructure improvement, professional training, and cooperation between public and private sectors.

There is no universal definition of agritourism. It is frequently used interchangeably with "agri-tourism," "agrotourism," "farm tourism," "agricultural tourism" or "agritainment." Agrotourism is generally understood as a business model linking agricultural production or processing with tourism to attract visitors for entertaining and/or educating them and generating income for the farm or business owner. To consider this topic further, let us review the views of other scholars.

Purdue University defines agritourism as any business conducted by a farmer or processor for the enjoyment or education of the public, to promote the products of the farm and to generate additional farm income [1]. Similarly, it is defined in Lancaster County, Pennsylvania as "visiting a working farm or any agricultural, horticultural or agri-business operation for the purpose of enjoyment, education or active participation and involvement in the activities of the farm or enterprise" [2]. Agrotourism combines opportunities for visitors to enjoy outdoor activities, agricultural education, and recreation [3], while experiencing rural life and learning about farming practices

Agrotourism plays a vital role in promoting rural socio-economic development by diversifying farm incomes and enhancing the resilience of small and medium agricultural enterprises. It enables farmers to create multifunctional and sustainable farm models, opening

new markets for their products while promoting local or traditional food and supporting sustainable agricultural practices [4]. In addition, agritourism strengthens local communities by supporting small and medium enterprises, attracting investments, preserving cultural heritage and landscapes, and spreading regenerative agricultural practices [4]. By linking agriculture with tourism, it not only generates additional revenue for farmers but also fosters education, participation, and cultural exchange in rural areas.

International experience in agrotourism

Carob House in Madaba, Jordan

Carob House, founded in 2022 in Madaba, Jordan, is a holistic agritourism initiative that integrates regenerative farming, sustainable gastronomy, and community education. The project combines a farm-to-table restaurant, a 2-hectare organic farm, and educational tourism experiences, all promoting local food systems and environmental awareness. Despite challenges from COVID-19 and economic downturns, Carob House quickly became a leading agritourism destination, welcoming over 5,000 visitors within six months, including Queen Rania. It operates a zero food-waste system, composting more than 220 cubic meters of organic waste monthly, and collaborates with local farmers and artisans to strengthen the regional food network.

Its success lies in strong sustainability practices, diverse income streams, and community engagement. Key challenges include expanding composting capacity, developing eco-friendly accommodations, and adapting to economic fluctuations. Future investments focus on enlarging the kitchen, constructing natural farm cabins, and establishing a permaculture school for environmental education. Carob House stands as a model of sustainable agritourism, blending ecological farming, local entrepreneurship, and experiential learning to foster responsible tourism and rural development in Jordan [5].

Italy, Santa Cinnara Farm, Soveria Simeri

Santa Cinnara is a 20-hectare organic farm in Soveria Simeri, Calabria. Founded in 1850, it was converted into an agritourism business in the 1980s. The farm produces vegetables, hazelnuts, citrus fruits, olives, marmalades, and extra virgin olive oil. It offers guest accommodation, a restaurant, and cultural and outdoor activities such as farm workshops, tastings, and nature observation. About 80% of the restaurant's ingredients come from the farm itself, ensuring organic quality and traceability. Over the years, the farm has expanded its facilities, added educational spaces, and in 2009 installed solar panels to produce renewable energy. Santa Cinnara's success relies on its authentic rural setting, organic production, professional hospitality, and loyal customers. Main challenges include water management, seasonal demand, and expanding markets beyond direct selling. Key partners include Coldiretti, ICEA, and the Ministry of Agriculture, which support certification, energy, and marketing. Future investments focus on renewable energy and water efficiency through rainwater harvesting, strengthening Santa Cinnara as a sustainable model of agritourism in southern Italy [8].

Italy, Tuscany

Tuscany represents a transition area in southern Italy, including the former grand duchy of Tuscany, characterized by landscapes of beauty, from gently sloping hills to abrupt-topped mountains. The area represents one of the country's most productive agricultural zones; it is particularly well-known for the quality of wheat, olives, olive oil, and the wine produced from the Chianti area. Fruits and vegetables are cultivated, while cattle, horses, pigs, and poultry are raised. Although the traditional mezzadria agrocultural contract remains in force, the tendency towards cooperatives makes itself progressively felt. Metallurgic, chemical, and textile are the prominent branches of industry; the craftworks of Florence deserve special mention.

Tourism contributes greatly to the economy of the Tuscany region. The seaside resorts and historical centers such as Florence, Pisa, and Siena are used for tourist attraction purposes. Additionally, the region serves as a retirement location for the rich, especially from the Northern European nations. Tourism in the Tuscan Region not only offers economic development opportunities, it also ensures the promotion of the rich culture and history of the location. Livorno is well-known for the building of ships, given the importance of the port, other major urban centers include Piombino, Lucca, Pistoia, Grosseto, Pisa, and Siena .

Türkiye, Kuyucak village

In recent years, Turkey has made significant progress in promoting rural tourism through agricultural and ecological initiatives. One of the most striking examples of this development can be found in Kuyucak Village, where lavender cultivation has transformed the area into a major center of agrotourism. Because of the medicinal and fragrance benefits of the plant, lavender has become the emblem of countryside tourism in Turkey given the extensive land where the plant grows, as well as the aesthetic appeal of the Purple Landscape of Turkey. In Kuyucak Village, the lavender plantations have become tourist sites where thousands of visitors congregate after journeying from distant sites just to capture the beauty of the landscape for publication on their social sites. Such tourism indicates the transformation of the lavender plant from a mere agricultural product to a tourism resource.

For years, the local farmers of Kuyucak sold lavender in both fresh and dried forms; the primary intention was for industrial use only. Yet in the recent years, with the development of agrotourism in the location, the production of lavender takes on a new meaning and importance as well. With the development of tourism-related activities, the local goods available are rendered diverse, thus opening new sources of income for the locale's economy as well. An important role in these changes has been played by women. Woman's involvement was limited to agricultural activities such as planting, pruning, and harvesting. Currently, they are actively involved in the production and selling of tourism-related commodities and are managing local cafés, guesthouses, and souvenir shops. The formation of the Women Entrepreneurs' Cooperative has played an important role in training and promoting them. All these measures have resulted in boosting women's entrepreneurial skills, improving the earnings of their families, and raising their positions within society.

Costa Rica, Monte Claro farm

Costa Rica, between Nicaragua and Panama, is well-known for the high levels of biodiversity it harbors and the sustainable countryside environments it preserves. Its fertile land and climate are ideal for cultivating an agrotourism segment, given the country's well-developed ecotourism infrastructure and climate conditions.

Agrotourism also features in Costa Rica, and the country leads in eco-tourism and agrotourism. Costa Rica is well-known for the production of coffee and cocoa, and agrotourism programs are specifically designed for exposure to the production of coffee and cocoa. Visitors are able to visit coffee plantations, understand how the coffee is harvested, and even taste the coffee directly from the plantations. Other features include exotic fruits, sugar cane, and local cuisine. Costa Rica stands out as an exceptional destination for nature and agriculture enthusiasts. Costa Rica coffee plantations are very well-known for the quality of the coffee they grow. Finca Monte Claro in the Turrialba area is an agricultural and eco-sound family-run farm that may be visited. Not only will you be able to see the beautiful surroundings of this café, but you'll be able to try lots of fun adventures such as coffee plantation tours, mountains climbing, horse riding, touring local cattle farming, climbing, and cating. You are able to stay overnight at Finca Monte Claro since the café also provides meals and accommodation for their visitors.

Finca Monte Claro belongs to the group 'Naturalba'; this group brings together small farmers from the area. The coffee grown from the given farm is packed in bean form and cannot

be sold directly to farmers through the supply of raw coffee. The pure 'Arabica' coffee produced is either organic or eco-friendly. Costa Rica has achieved much in this respect by fully utilizing the opportunities available within the sector of coffee production to the level where the coffee sector today stands as the fourth biggest among the economic sectors within the country. The commodity, referred to as 'Grano de Oro' (Golden Grain), contributes about 20% of the country's Gross National Income every year. An estimated over 73 million metric tonnes of green coffee are exported yearly, contributing greatly to the Costa Rican economy [9].

Agrotourism practices in Azerbaijan

Azerbaijan, Lakit Honey House in Gakh

This impressive beekeeping farm, found in the northwestern part of the country, is based near the village of Lakit, in the Gakh district. Found in the year 2012, this family-run business processes a variety of honey, royal jelly, propolis, pollen, wax, care cream, and honey-derived products under the Honey House trade name. In addition to this, there is a laboratory within the boundaries of the complex where the quality of the honey can be established. Also, within the framework of the provision of the mission for educating prospective beekeepers, beekeeping workshops and an open-air museum about the history of beekeeping within the territory have been implemented at this site.

Visiting the honey house under the guidance of experts and taking master classes in honey preparation gives tourists an opportunity to experience a nature environment in their own way. During the journey, you'll learn about the local beekeeping traditions, which have found their place within the production of Caucasian Mountain honey, and will be able to taste the honey produced as a result of such traditions. In addition, the territory of the farm features a small lake where you may sit around for hours in the silence of nature [6].

Azerbaijan, "Bio Garden" family farm in Sheki

The family farm represents an ideal destination for agrotourism lovers and for those who wish to unwind amidst the embrace of nature. The agrotourism complex, established in the year 2009, taking into consideration the development of modern agrotourism, started serving guests from 2018. Different fruits, vegetables, and berries grown organically at the family farm are imported from other parts of Azerbaijan, as well as from other distant countries around the globe. Even the guests are able to obtain fully 'natural' and 'unrefined' fruits from the family farm, besides getting information about their processes of growth at the agrotouristic center. The land at the family farm is so vast that from an orchard to a small fish factory, and relaxation zones are available at the agrotouristic center for the guests' convenience and enjoyment. An enormous orchard at the agrotouristic center, including lemons, kiwis, grapefruits, tangerines, and oranges, makes guests' arrivals without an 'irresistible' scent an impossibility from a distant location. True to their words, 'you don't have to leave the heaven where green and silence reign in every centimeter.' Decorative birds, also from the Netherlands, Canada, and Australia, now at the agrotouristic center, earn an 'added' charm for the agrotouristic center for guests' convenience and enjoyment.

For first-timers, the owner of the farm and the family members will take a tour around the farm, providing informative details. In the summer season, there's a restaurant and café at the farm, providing mouth-watering meals, as well as a tea room. If you're interested in accessing the venue during other times, it's advised to book in advance [7].

CONCLUSION

Agrotourism effectively bridges agriculture and tourism, creating sustainable economic opportunities while preserving rural culture and landscapes. The experiences of Carob House in Jordan and Santa Cinnara in Italy illustrate how innovation, community

participation, and environmental responsibility can transform traditional farms into dynamic rural enterprises. By integrating organic production, renewable energy, education, and cultural exchange, agritourism strengthens local economies and promotes sustainability. It also encourages visitors to engage with nature and understand the value of responsible consumption. Overall, agritourism serves as a model for inclusive and sustainable rural development worldwide.

International experience shows that successful development of agrotourism depends not only on agricultural potential but also on management, education, infrastructure, and community participation. Based on the analysis of models implemented in Italy, Turkey, Costa Rica, and Jordan, the following recommendations can be proposed for the sustainable development of agrotourism in Azerbaijan:

– **Training and awareness programs for farmers:** Similar to Italy's "Santa Cinnara" and Jordan's "Carob House," farmers should receive training in ecotourism, marketing, service management, and hospitality.

– **Promotion of community-based tourism models:** As in Kuyucak Village, Turkey, local communities, especially women and youth, should be involved in tourism activities, organized into cooperatives, and provided with opportunities to generate income.

– **Encouragement of ecological and organic production:** Agrotourism is not only tourism but also a model of ecological responsibility. Increasing the number of organic farms and establishing certification systems is important.

– **Innovative marketing and digital platforms:** Online booking systems, websites, and social media campaigns should be developed to promote agrotourism facilities in the international tourism market.

– **Expansion of regional pilot projects:** Successful examples like the Lakit Honey House and Bio Garden should be replicated in other regions through collaboration between the state and private sector.

REFERENCE

1. Indiana State Department of Agriculture. Planning for agrotourism. Agricultural marketing resource center, 2006, 71p/
2. Lancaster County Planning Commission. Lancaster County smart growth toolbox. 2009, March
3. Santeramo, F.G. On the demand for agritourism: a cursory review of methodologies and practice/ Fabio Gaetano Santeramo & Carla Barbieri . agritourism: a cursory review of methodologies and practice. Tourism Planning&Development, 18 February, 2016, 10 p
4. Taranto, S. R., Alvarez, E. M. & Rojas, Orphan Crops for Sustainable Food and Nutrition Security: 1st Edition, Chapter 16,10 pp, Routledge, 2021
5. https://carob.earth/
6. https://azerbaijan.travel/dag-balinin-unvani-lekit-bal-evi
7. https://azerbaijan.travel/sekide-aqroturizm-tecrubesi
8. https://santacinnara.com/
9. https://costaricaexperts.com/costa-rica-travel-blog/costa-rica-coffee-plantation-tours/

Aysel YƏHYAYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
yahyayeva.aysel.2401@atmu.edu.az

OTELÇİLİK SAHƏSİNDƏ BİZNESİNİN İDARƏEDİLMƏSİ

Xülasə: *Müasir dövrdə iqtisadiyyatın bütün sahələri inkişaf edir.Turizm və otelçilik sahəsi iqtisadiyyatın ən gəlirli sahələrindəndir.İnsanların maddi və mənəvi ehtiyaclarını ödəmək üçün əlbəttəki insanlar bu sahələrə üz tuturlar.Turizm inkişaf etdikcə otelçilik sənayesidə inkişaf edir. Bu gün Otelçilikdə biznesin idarə edilməsi aktual mövzu hesab olunur.Bu sahədə idarəetmə sistemlərinin səmərəliliyi yalnız iqtisadi göstəricilərlə deyil, həm də xidmətin keyfiyyəti, qonaq məmnuniyyəti və uzunmüddətli brend etibarlılığı ilə ölçülür. Məqalədə hotel biznesində idarəetmənin nəzəri əsasları, müasir idarəetmə modelləri, sahədə yaranan problemlər və onların həlli yolları geniş təhlil olunur. Əsas məqsəd hotel sənayesində idarəetmənin elmi əsaslarını və praktik yanaşmalarını müəyyənləşdirmək, həmçinin beynəlxalq təcrübə fonunda Azərbaycan hotel sektorunun inkişaf imkanlarını araşdırmaqdır.*

Açar sözlər: *hotel biznesi, idarəetmə, menecment, qonaq məmnuniyyəti,problemlər, həll yolları*

HOTEL BUSINESS MANAGEMENT

Abstract*: In modern times, all sectors of the economy are developing. Tourism and hotel industry are among the most profitable sectors of the economy. Of course, people turn to these sectors to meet their material and spiritual needs. As tourism develops, the hotel industry develops. Today, business management in the hotel industry is considered a relevant topic. The effectiveness of management systems in this field is measured not only by economic indicators, but also by the quality of service, guest satisfaction and long-term brand reliability. The article comprehensively analyzes the theoretical foundations of management in the hotel business, modern management models, problems arising in the field and ways to solve them. The main goal is to determine the scientific foundations and practical approaches to management in the hotel industry, as well as to explore the development opportunities of the Azerbaijani hotel sector against the background of international experience.*

Keywords: *hotel business, administration, management, guest satisfaction, problems, solutions*

УПРАВЛЕНИЕ ГОСТИНИЧНЫМ БИЗНЕСОМ

Резюме: *В современное время развиваются все отрасли экономики. Туризм и гостиничное дело являются одними из самых прибыльных отраслей экономики. Конечно, люди обращаются к этим отраслям для удовлетворения своих материальных и духовных потребностей. По мере развития туризма развивается и гостиничная индустрия. Сегодня управление бизнесом в гостиничной индустрии считается актуальной темой. Эффективность систем управления в этой сфере измеряется не только экономическими показателями, но и качеством обслуживания, удовлетворенностью гостей и долгосрочной надежностью бренда. В статье всесторонне анализируются теоретические основы менеджмента в гостиничном бизнесе, современные модели менеджмента, проблемы, возникающие в этой сфере, и пути их решения. Основная цель - определить научные основы и практические подходы к менеджменту в гостиничной индустрии, а также исследовать возможности*

развития гостиничного сектора Азербайджана на фоне международного опыта.

Ключевые слова: *гостиничный бизнес, администрация, менеджмент, удовлетворенность гостей, проблемы, решения*

GİRİŞ

XXI əsrdə qlobal turizm sənayesinin əsas dayaqlarından biri kimi hotel biznesi yalnız kommersiya fəaliyyəti deyil, həm də strateji idarəetmə obyektidir. Turizm sənayesinin inkişafı ilə hotellərin iqtisadi və sosial rolu artmış, bu sahədə idarəetməyə yeni tələblər formalaşmışdır [3,səh-6,7].

Hotel biznesinin idarə edilməsi yalnız mənfəət məqsədi güdmür. Bu proses eyni zamanda xidmət keyfiyyətinin sabit saxlanması, müştəri məmnuniyyətinin təmin olunması, insan resurslarının effektiv istifadəsi və rəqabət üstünlüyünün qorunması kimi məqsədləri əhatə edir.Müasir dövrdə hotel idarəçiliyi təkcə maliyyə və inzibati proseslərin tənzimlənməsi deyil, həm də psixoloji, texnoloji və kommunikativ yönümlü kompleks bir sistemdir. Xüsusilə müştəri davranışının psixoloji analizi, menecmentin motivasiya üsulları, innovativ texnologiyaların tətbiqi və ekoloji məsuliyyət bu sahənin yeni trendləri hesab olunur [1,səh-3].

Hotel idarəetməsi üzrə beynəlxalq tədqiqatlar göstərir ki, uzunmüddətli uğurun əsas amilləri aşağıdakılardır:

Rəqabətə davamlı biznes strategiyasının formalaşdırılması;

İnsan resurslarının səmərəli idarə edilməsi;

Xidmət keyfiyyətinin beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması;

Rəqəmsallaşma və avtomatlaşdırma sistemlərinin tətbiqi;

Etik davranış və müştəri psixologiyasına uyğun idarəetmə.

Bu amillər bir-biri ilə qarşılıqlı şəkildə əlaqəlidir və hər biri hotelin dayanıqlı inkişafını müəyyənləşdirir.[1,səh-7,8].

ƏSAS HİSSƏ

Hotel biznesində idarəetmənin nəzəri əsaslarından qeyd edərkən,idarəetmə elmi qədim dövrlərdən insan fəaliyyətinin ayrılmaz hissəsidir. Lakin müasir mənada "menecment" anlayışı XIX əsrdə sənaye inqilabı dövründə formalaşmışdır. Hotel biznesində menecment, müəssisənin maddi, insan və informasiya resurslarının məqsədyönlü şəkildə planlaşdırılması, təşkili və nəzarətini nəzərdə tutur [1,səh 30,32,33].

İdarəetmə funksiyaları-hotel biznesində idarəetmə klassik "menecment funksiyaları" prinsipinə əsaslanır.Əsasən bu funksiyalar nəzərə alınır ki,onları qeyd etmək olar:

1. Planlaşdırma – gəlir, xərclər, doluluq səviyyəsi və xidmət strategiyalarının əvvəlcədən müəyyən edilməsi;

2.Proqnozlaşdırma-proqnozlaşdırma dedikdə gələcəkdə baş verən hadisələrin haqqında əvvəlcədən planlaşdırılmış ümumi fikir mübadiləsidir.Proqnoz keçmişə istinad verərək gələcəyə dair fikir formalaşdırılmasıdır.Məsələn, keçən ilki hotelə gələn ümumi qonaq sayının bu ilə nisbətən nə qədər gələcəyini təxmin etmək üçün çıxarılan ortaq rəqəmdir;

3. Təşkilatlandırma – şöbələrarası əmək bölgüsü və funksional strukturun formalaşdırılması;

4.Motivasiya və liderlik – işçi heyətinin psixoloji stimullaşdırılması və komanda ruhunun yaradılması;

5. Nəzarət və qiymətləndirmə – xidmətin keyfiyyətinə, müştəri rəylərinə və maliyyə nəticələrinə nəzarət.

Bu funksiyalar dövri xarakter daşıyır və idarəetmənin bütün səviyyələrində (strateji,

taktiki, operativ) həyata keçirilir.

Strateji idarəetmə konsepsiyası-hotel biznesində strateji idarəetmə uzunmüddətli məqsədlərə yönəlmiş qərarların qəbul edilməsini nəzərdə tutur. Buraya bazar payının artırılması, brend mövqeyinin gücləndirilməsi və müştəri sadiqliyinin təmin edilməsi daxildir .Strateji idarəetmənin əsas mərhələləri:

Xarici və daxili mühitin təhlili (SWOT analizi);

Strateji məqsədlərin müəyyənləşdirilməsi;

Resurs bölgüsünün planlaşdırılması;

İcra mexanizmlərinin yaradılması;

Nəticələrin monitorinqi və qiymətləndirilməsi.

Belə idarəetmə modeli hotelin fəaliyyətini yalnız qısa müddətli dövrdə deyil, həm də uzunmüddətli inkişaf perspektivində optimallaşdırır.[1,səh-24,25,26,27,]

Psixoloji aspektlər və idarəetmədə insan amili-hotel menecmentində insan faktoru həm qonaq, həm də işçi baxımından əsas rola malikdir. Müştəri məmnuniyyəti yalnız təqdim olunan xidmətlə deyil, həm də emosional təcrübə ilə formalaşır .Bu səbəbdən müasir hotellərdə emosional zəkaya əsaslanan idarəetmə modeli tətbiq olunur.[1,səh 29,32]. Menecerlər və rəhbər heyət aşağıdakı psixoloji prinsipləri rəhbər tutur:

Qonağın davranış tiplərini anlamaq və fərdi yanaşma göstərmək;

İşçi motivasiyasında mükafatlandırma və tanınma sistemlərindən istifadə;

Stress və konflikt menecmenti bacarıqlarını inkişaf etdirmək;

Komanda içi empatiya və qarşılıqlı hörmət mühitini qorumaq;

İnsan resurslarının psixoloji idarəetməsi hotelin imicinə birbaşa təsir edən faktordur.

Müasir hotellərdə idarəetmə sistemləri texnologiya, kommunikasiya və xidmətin inteqrasiyasına əsaslanır.Bu gün hotel biznesində aşağıdakı idarəetmə formaları aktualsayılır:[4,səh 141,143,147,]

Klassik idarəetmə forması-Bu modeldə qərarlar əsasən rəhbərlik tərəfindən qəbul edilir. Şöbələr arasında iyerarxik asılılıq var, informasiya axını "yuxarıdan aşağıya" istiqamətlənir. Bu sistem sabit və nəzarətli idarəetmə mühiti yaradır, lakin çevikliyə mane olur

Strateji və innovativ idarəetmə-Strateji idarəetmə hotelin uzunmüddətli məqsədlərinə fokuslanır, innovativ idarəetmə isə texnologiya və müasir yanaşmalar vasitəsilə rəqabət üstünlüyü yaradır.Bu modeldə menecerlər daha çox analitik düşüncə, bazar trendlərinin izlənməsi və rəqəmsal texnologiyaların tətbiqinə üstünlük verirlər.Məsələn, bir çox beynəlxalq hotel şəbəkələri – Hilton, Marriott, Four Seasons – artıq CRM (Customer Relationship Management) və AI (Süni intellekt) əsaslı sistemlərdən istifadə edir ki, bu da fərdi müştəri təcrübəsi yaradır.

Françayzinq modeli-Françayzinq (imtiyaz əsasında idarəetmə) hotel biznesində ən çox yayılan idarəetmə formalarından biridir. Bu modeldə yerli sahibkar beynəlxalq brendin (məsələn, Hilton, Holiday Inn, Hyatt) standartlarına əsaslanaraq fəaliyyət göstərir və françayzerə əmək haqqı ödəyir [5].

Françayzinqin üstünlükləri:

Tanınmış brend adı altında fəaliyyət;

Marketinq və texnoloji dəstək;

Standartlaşdırılmış xidmət keyfiyyəti;

Mənfi cəhətləri isə sərbəstliyin azalması və yüksək ödənişlərdir[5].

Onlayn və rəqəmsal idarəetmə-müasir dövrdə hotel idarəetməsinin əsas trendlərindən biri rəqəmsallaşmadır. Onlayn rezervasiya sistemləri, məlumat analitikası, süni intellekt və avtomatlaşdırılmış xidmətlər hotel əməliyyatlarını daha səmərəli edir .Məsələn:Booking.com, Expedia və Airbnb vasitəsilə qlobal satış və bazar təhlili aparılır.Revenue Management Systems (RMS) gəlirlərin optimallaşdırılmasına kömək edir.Chatbot və avtomatik mesaj sistemləri

qonaqlarla operativ əlaqə yaradır.

Ekoloji və sosial yönümlü idarəetmə-hotel biznesində müasir tendensiyalardan biri də yaşıl idarəetmə (Green Management) modelidir. Bu yanaşma enerji səmərəliliyi, tullantıların azaldılması, ekoloji təmiz məhsullardan istifadə və sosial məsuliyyət prinsiplərinə əsaslanır .Bu model yalnız ekoloji fayda yaratmır, həm də qonaqların rəğbətini qazanaraq hotelin imicini və inkişafını yüksəldir.[9]

Hotel sektorunda idarəetmənin çoxşaxəli xarakteri, bəzən sistem daxilində müxtəlif problemlərin yaranmasına səbəb olur. Bu problemlər həm daxili idarəetmə proseslərindən, həm də xarici mühit amillərindən qaynaqlanır.Ümumi olaraq problemləri aşağıdakı istiqamətlərdə qruplaşdırmaq mümkündür:

1. Kadr çatışmazlığı və insan resurslarının idarə edilməsi problemi

Hotel biznesində ən mühüm çətinliklərdən biri peşəkar kadr çatışmazlığıdır. Xüsusilə xidmət sektorunda işçi dövriyyəsinin yüksək olması, təcrübəsiz personalın işə cəlb olunması və motivasiya mexanizmlərinin zəifliyi idarəetmənin səmərəsini azaldır [6,səh 313,315,318].

Kadr çatışmazlığının əsas səbəbləri:

Hotel sahəsində uzunmüddətli karyera motivasiyasının zəifliyi;

Əmək haqqı ilə iş yükü arasında balanssızlıq;

Təlim və ixtisasartırma sistemlərinin zəif inkişafı;

İşçi psixologiyasının nəzərə alınmaması.

Bu amillər nəticəsində xidmət keyfiyyəti aşağı düşür,qonaq məmnuniyyəti azalır və brend,imic zərər görür.

2. Maliyyə və gəlir idarəetməsi problemləri

Hotel sektorunda gəlir və xərclərin qeyri-bərabər paylanması, mövsümi gəlir asılılığı və maliyyə intizamının zəifliyi əsas problemlərdəndir.Bəzi hotellərdə büdcə planlaşdırılması yalnız qısamüddətli dövrləri əhatə edir, bu isə strateji sabitliyi pozur. Eyni zamanda, gəlir proqnozlaşdırması və gəlir optimallaşdırma sistemlərinin olmaması da mənfəətin azalmasına səbəb olur

3. Marketinq və rəqabət problemi

Rəqabət mühiti artdıqca hotellərin fərqlənmə bacarığı zəifləyir. Bəzi müəssisələr hələ də ənənəvi reklam üsullarından istifadə edir və rəqəmsal marketinq strategiyalarına keçid etməkdə çətinlik çəkir.Əlavə olaraq, müştəri loyallığı proqramlarının zəif olması, onlayn rəylərin izlənilməməsi və bazar analitikası sistemlərinin olmaması hotelin imicinə mənfi təsir göstərir [6,səh 473,474,475]

4. Texnoloji infrastruktur və rəqəmsallaşma problemləri

Müasir dövrdə texnologiya hotel idarəçiliyinin əsası olsa da, bir çox hotellərdə texnoloji infrastrukturun köhnəlməsi müşahidə olunur.

Əsas çatışmazlıqlar:

Onlayn rezervasiya sistemlərinin inteqrasiyasının zəifliyi;

CRM və ERP proqramlarının qeyri-effektiv istifadəsi;

Məlumat təhlükəsizliyi və müştəri məlumatlarının qorunması ilə bağlı risklər;

Bu problemlər qonaq təcrübəsini azaldır və idarəetmənin çevikliyinə mane olur [6,səh 485,487].

5. Psixoloji və kommunikasiya problemləri

Hotel biznesi emosional və sosial qarşılıqlı əlaqəyə əsaslanan bir sahədir. İşçi və qonaq münasibətləri zamanı emosional gərginlik, stress, konflikt və ünsiyyət çatışmazlığı idarəetmənin uğuruna təsir edən amillərdir.Psixoloji problemlər daha çox aşağıdakı hallarda yaranır:

Rəhbərlik tərəfindən qeyri-adekvat motivasiya;

Daxili rəqabət və mərkəzləşdirilməmiş kommunikasiya;

İşçilərin emosional yanaşması;

Menecerlərin emosional davranış qaydası və ünsiyyət qurmabacarığı bu problemlərin qarşısını almaqda əsas vasitə hesab olunur [7,səh 289,293].
Mövcud problemlərin aradan qaldırılması yalnız inzibati tədbirlərlə deyil, elmi əsaslandırılmış idarəetmə modelləri və psixoloji yanaşmalar vasitəsilə həyata keçirilə bilər.

6. İnsan resursları idarəçiliyinin təkmilləşdirilməsi:

İşə qəbul və seçim proseslərində peşəkar HR alqoritmlərindən istifadə (kompetensiya əsaslı müsahibələr, psixometrik testlər).
Davamlı təlim və sertifikasiya proqramlarının təşkil edilməsi.
İşçi motivasiyası üçün maddi və mənəvi mükafatlandırma sistemi.
"Team-building" və "coaching" texnikalarının tətbiqi ilə kollektiv mədəniyyətin formalaşdırılması [8,səh-3,5,6].

7. Maliyyə və strateji planlaşdırmanın modernləşdirilməsi-hotel gəlirlərinin idarə edilməsində Revenue Management System (RMS) proqramlarından istifadə;
Xərclərin kateqoriyalaşdırılması və optimallaşdırma planlarının hazırlanması;
Mövsüm asılılığını azaltmaq üçün ilboyu xidmət təkliflərinin (spa, tədbir zalları, qış turizmi) genişləndirilməsi;
Qlobal bazarda investisiya cəlb etmək üçün françayzinq və partnyorluq modellərinin inkişafı.

8. Rəqəmsal marketinq və innovativ texnologiyaların tətbiqi

Sosial media və onlayn platformalarda reklam kampaniyalarının aktivləşdirilməsi.

Hotel vebsaytlarının SEO və SEM strategiyaları ilə gücləndirilməsi.

Müştəri loyallığını artırmaq üçün mobil tətbiqlər və fərdi təklif sistemlərinin hazırlanması, loyallıq proqramından istifadə "Big Data" və "AI Analytics" vasitəsilə müştəri davranışının öyrənilməsi .

9. Texnoloji transformasiya

Hoteldaxili ERP sistemlərinin inteqrasiyası (Front Office, Housekeeping, F&B və Maliyyə bölmələri üçün vahid sistem).
Avtomatlaşdırılmış check-in və check-out terminallarının tətbiqi.
Enerji sərfiyyatına nəzarət üçün "smart-room" texnologiyalarının istifadəsi.
Kibertəhlükəsizlik standartlarının (GDPR və ISO 27001) tətbiqi [8,səh 127,129,130].

10. Psixoloji və etik idarəetmə metodları

Rəhbərlikdə "emosional liderlik" prinsiplərinin tətbiqi.

İşçi məmnuniyyəti sorğularının mütəmadi aparılması.

Qonaq münasibətlərində etik standartların müəyyənləşdirilməsi (etik kodekslər).

Stressin idarə edilməsi üçün işçilərə psixoloji dəstək proqramları

Belə yanaşmalar yalnız daxili münasibətləri sabitləşdirmir, həm də xidmət mədəniyyətini yüksəldir.

11. Müasir texnoloji və innovativ yanaşma

Müasir texnologiyalar idarəetmədə şəffaflıq, operativlik və səmərəlilik yaradır.

Süni intellekt və avtomatlaşdırma-Süni intellekt sistemləri otellərdə müştəri məlumatlarının analizi, qiymət tənzimləməsi və proqnozlaşdırma üçün istifadə olunur.Məsələn, Hilton Hotels artıq "Connie" adlı AI əsaslı konsyerj robotu vasitəsilə qonaqlara xidmət göstərir.

Avtomatlaşdırılmış sistemlər sayəsində-İşçi yükü azalır,qonaqlara xidmət müddəti qısalır,səhv riski minimuma enir,rəqəmsal mühitdə müştəri təcrübəsinin fərdiləşdirilməsi,müasir hotellər "Personalized Guest Experience" modelinə əsaslanır. Bu modeldə hər bir qonağın zövqünə, davranışına və əvvəlki təcrübəsinə uyğun xidmət təklif olunur.Məsələn, CRM sistemləri qonağın əvvəlki sifarişlərini təhlil edərək otaq temperaturu, yemək seçimi və istirahət planlarını avtomatik uyğunlaşdırır [7,səh 427,438].

12. Ekoloji və sosial innovasiyalar

Yeni nəsil idarəetmə modelləri ekoloji məsuliyyət və sosial dəyərləri də nəzərə alır.

Beynəlxalq “Green Key” sertifikatlı hotellərdə tullantıların azaldılması, su və enerji qənaəti, bərpa olunan resursların istifadəsi prioritet təşkil edir [9].Bu, həm qlobal trendlərə uyğunluq yaradır, həm də otelin sosial imicini möhkəmləndirir.

13. Hotel idarəetməsində psixoloji və liderlik yanaşmaları

Müasir idarəetmənin psixoloji tərəfi menecer və əməkdaş arasında emosional balansın və motivasiya mexanizmlərinin yaradılmasına əsaslanır.

Transformativ liderlik modeli. Transformativ lider işçiləri yalnız tapşırıqla deyil, məqsədlə motivasiya edir. Bu modeldə lider-dəyərləri paylaşır,komanda ruhunu yaradır,yaradıcı təşəbbüsləri dəstəkləyir. Bu yanaşma xidmət sektorunda yüksək səmərə verir, çünki əməkdaşlar işlərinə mənəvi bağlılıq hiss edirlər .

14. Ünsiyyət və kommunikasiya bacarıqları

Ünsiyyət,liderlik müştəri psixologiyasını anlamaqla yanaşı, işçi psixologiyasını da nəzərə alır. Bu, daxili iqlimi sabitləşdirir və stresin azalmasına kömək edir.Əlavə olaraq, “aktiv dinləmə” və “müsbət kommunikasiya” üsulları menecmentin effektivliyini artırır.

Azərbaycanda hotel sektorunun inkişaf dinamikası-müstəqillikdən sonra Azərbaycanda turizm və hotelçilik sənayesi iqtisadiyyatın prioritet istiqamətlərindən birinə çevrilmişdir.1990-cı illərin sonlarından başlayaraq neft gəlirləri hesabına ölkədə infrastruktur layihələrinin artması, illər ötdükcə inkişad edən ölkəmizdə beynəlxalq tədbirlərin (məsələn, “Avroviziya 2012”, “Formula 1”, “COP29” və s.) keçirilməsi, həmçinin siyasi sabitlik hotel biznesinin genişlənməsinə güclü təkan vermişdir [2].

Azərbaycan Dövlət Turizm Agentliyinin (DTA) məlumatına əsasən, 2024-cü ildə ölkədə 650-dən çox hotel müəssisəsi fəaliyyət göstərir. Onların təxminən 35%-i beynəlxalq brendlərə – Hilton, Marriott, Fairmont, Hyatt Regency, Four Seasons – aiddir .Qeyd etmək lazımdır ki, ölkənin hotel bazarı təkcə Bakıda deyil, həm də regionlarda – Qəbələ, Quba, Naftalan, Lənkəran və Şahdağ kimi turizm zonalarında da sürətlə inkişaf edir [2].

Azərbaycan hotel biznesində idarəetmənin xüsusiyyətləri, struktur və idarəetmə modelləri

Azərbaycan hotellərində idarəetmə formaları əsasən iki modelə əsaslanır:

1. Müstəqil idarəetmə modeli – yerli sahibkarlar tərəfindən idarə olunan, kiçik və orta tutumlu hotellər.

2. Françayzinq və ya menecment müqaviləsi modeli – beynəlxalq brend standartlarına əsaslanan idarəetmə sistemi.

Birinci model çevik qərarvermə və yerli tələblərə adaptasiya baxımından üstün olsa da, standartlaşdırma və marketinq baxımından zəifdir.

İkinci model (məsələn, Hilton və Marriott sistemləri) isə qlobal keyfiyyət standartlarına əsaslanır, lakin sərbəst qərarverməni məhdudlaşdırır [4,səh 33,114,].

İnsan resursları və peşəkar kadr çatışmazlığı-Azərbaycan hotel sektorunda ən aktual problem kadr potensialının qeyri-bərabər səviyyədə olmasıdır.ATMU (Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti) kimi təhsil ocaqları bu sahədə mühüm rol oynasa da, əmək bazarının tələbləri ilə tədris proqramları arasında hələ də müəyyən boşluqlar qalmaqdadır.Kadr problemləri daha çox aşağıdakı sahələrdə müşahidə olunur:

F&B (qida və içki) şöbəsində peşəkar kulinariya mütəxəssislərinin azlığı;

Front Office bölməsində dil biliklərinin zəifliyi;

Menecment sahəsində qərarvermə və liderlik bacarıqlarının çatışmazlığı;

Psixoloji hazırlığın və kommunikasiya təlimlərinin azlığı.[4,səh 118,184]

Bu səbəbdən hotellər beynəlxalq təcrübəyə malik xarici menecerləri işə cəlb etməyə üstünlük verirlər

Marketinq və onlayn rezervasiya problemləri

Azərbaycan hotel sektorunda onlayn rezervasiya sistemlərindən istifadənin genişlənməsinə baxmayaraq, bəzi müəssisələr hələ də ənənəvi satış modellərindən imtina edə

bilmir.Bir çox yerli hotellərin rəsmi vebsaytları SEO optimizasiyasından uzaqdır, onlayn ödəniş sistemləri inteqrasiya olunmayıb və müştəri rəylərinin analizi aparılmır .Bu isə beynəlxalq bazarda rəqabət qabiliyyətini zəiflədir.DTA-nın 2024-cü il hesabatına əsasən, Booking.com və Expedia platformalarında qeydiyyatdan keçən yerli otellərin sayı ümumi hotellərin yalnız 47%-ni təşkil edir

Maliyyə və idarəetmə şəffaflığı

Bəzi yerli hotellərdə maliyyə uçotu sistemləri hələ də tam elektronlaşdırılmayıb. Əl üsulu hesabat sistemi, xərclərin qeyri-kateqoriyalaşdırılmış şəkildə aparılması və gəlir proqnozlaşdırmasının olmaması rentabelliyə mənfi təsir edir.Bu vəziyyət xüsusilə pandemiyadan sonra daha qabarıq şəkildə özünü göstərdi.2020–2022-ci illərdə COVID-19 nəticəsində Azərbaycanda hotellərin doluluq səviyyəsi 30%-dən aşağı düşdü və bu, idarəetmədə strateji dayanıqlığın vacibliyini göstərdi

Azərbaycan hotel sektorunda idarəetmənin təkmilləşdirilməsi üçün aşağıdakı istiqamətlər üzrə tədbirlər təklif edilir:

Təhsil və peşəkar inkişaf-ATMU və Dövlət Turizm Agentliyinin birgə proqramları çərçivəsində beynəlxalq təcrübə mübadiləsi artırılmalıdır.“Dual təhsil” (praktika + nəzəriyyə) sistemi genişləndirilməlidir.

Hotel rəhbərləri üçün liderlik və emosional zəkaya əsaslanan menecment təlimləri keçirilməlidir [

Texnoloji modernləşmə-yerli hotellərdə vahid Hotel Management Software (HMS) sistemləri tətbiq edilməlidir.Onlayn ödəmə, rəqəmsal reklam və CRM sistemləri inteqrasiya olunmalıdır.Hotellər üçün dövlət səviyyəsində “Rəqəmsal Turizm Portalı” yaradılmalıdır.

Yerli hotellər beynəlxalq sərgilərdə (ITB Berlin, WTM London) daha aktiv iştirak etməlidirlər.Regional turizm brendləri formalaşdırılmalıdır (məsələn, “Qafqaz Mountain Hotels”, “Naftalan Wellness”).

NƏTİCƏ

Hotel biznesində idarəetmə, iqtisadiyyatın digər sahələrindən fərqli olaraq, həm maddi, həm də emosional kapitalın idarə edilməsini tələb edir.

Bu, bir tərəfdən resursların rasionallaşdırılması, digər tərəfdən isə insan münasibətlərinin psixoloji aspektlərinin düzgün idarə olunması deməkdir.

Araşdırılan tədqiqatlar onu göstərir ki:

Hotel sektorunun dayanıqlı inkişafı üçün elmi əsaslı menecment sistemi vacibdir;

İnsan resurslarının inkişafı, texnoloji modernləşmə və rəqəmsallaşma idarəetmənin əsas istiqamətləridir;

Müştəri psixologiyasına əsaslanan liderlik modeli qonaq məmnuniyyətini artırır;

Rəqabət qabiliyyətli hotel bazarı üçün dövlət dəstəyi və innovativ siyasət zəruridir.

Bu nəticələr bir daha göstərir ki, müasir dövrdə hotel biznesinin idarəedilməsi yalnız iqtisadi mexanizm deyil, həm də psixoloji, texnoloji və sosial harmoniyanın birləşdiyi kompleks bir sistemdir.

TƏKLİFLƏR

Hotel sektorunda strateji planlaşdırma mədəniyyəti formalaşdırılmalıdır.

Bütün hotellər üçün vahid milli keyfiyyət standartı hazırlanmalıdır.

Peşəkar kadr bazasının genişləndirilməsi üçün sertifikatlaşdırma mərkəzləri yaradılmalıdır.

Müştəri məmnuniyyəti üzrə rəy analitikası platforması qurulmalıdır.

Dövlət və özəl sektor arasında turizm inkişaf fondları yaradılmalıdır.
Hotellərin ekoloji və sosial məsuliyyət göstəriciləri illik hesabatlara daxil edilməlidir.
Bütün regionlarda "smart-hotel" layihələrinin inkişafına şərait yaradılmalıdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Ağakərimov M.M.-"Hotel menecmenti" Bakı,2016-(312 səh)
2. Azərbaycan Dövlət Turizm Agentliyi-2024-cü il statistik məlumat.
3. Ağakərimov M.M-"Otel" Bakı, 2008-(320 səh)
4. Ağakərimov M.M.-"Hotel Binzesi"Bakı 2021-(390 səh)
5. Elnur İslamov Azərbaycan Françayzing Mərkəzinin rəhbəri- publika.az
6. Kotler.P, Bowen.J,&Makens.J-"Marketing for Hospitality and Tourism". Pearson-2016,(681 səh)
7. Levet Altınay,Alexandros Paraskevas,Faizan Ali-"Planning research in hospitality and tourism"2018,(səh 372)
8. Gerry.J, Kevan.S,Richard.W-"Exploring Corporate"2017,(620 səh)
9. Green Hotel Association. "Sustainable Tourism Practices"(2022)

Mirfatimə AĞAYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
agayevamirfatime@gmail.com

TURİZMDƏ İNNOVASİYALAR VƏ İNFORMASİYA TEXNOLOGİYALARI İLƏ BAĞLI PROBLEMLƏR

Xülasə: *Müasir turizm aktiv şəkildə rəqəmsal transformasiya prosesindən keçir, innovasiyalar və informasiya texnologiyaları (İT) isə sahənin effektivliyinin artırılması, əlçatanlığının təmin edilməsi və dayanıqlı inkişafı üçün əsas vasitələrə çevrilir. Onlayn rezervasiya, mobil tətbiqlər, virtual turlar və ağıllı xidmət sistemlərinin istifadəsi sənayenin standartına çevrilməkdədir. Lakin rəqəmsal həllərin tətbiqi bir sıra problemlərlə müşayiət olunur ki, bu problemlər xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə daha kəskin hiss olunur. Əsas çətinliklərə məhdud maliyyə resursları, zəif rəqəmsal infrastruktur, ixtisaslı mütəxəssislərin çatışmazlığı və personalın aşağı rəqəmsal savadlılıq səviyyəsi daxildir. Əlavə çağırışlar isə kiber təhlükəsizlik məsələləri və blokçeyn, süni intellekt və artırılmış reallıq kimi qabaqcıl texnologiyaların istifadəsi üçün vahid normativ-hüquqi aktların olmaması ilə bağlıdır.*

Beləliklə, turizmin rəqəmsallaşdırılması yalnız bir trend deyil, həm də inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyata malik ölkələr üçün strateji çağırışdır. Bu, investisiyalar, bacarıqların inkişafı, qanunvericilik tənzimlənməsi və dövlət və biznes dəstəyi tələb edən kompleks yanaşma tələb edir.

Açar sözlər: *Turizm, informasiya texnologiyaları, innovasiyalar, Azərbaycan, rəqəmsallaşma.*

PROBLEMS OF INNOVATIONS AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN TOURISM

Abstract: *Modern tourism is undergoing active digital transformation, and innovations and information technologies (IT) have become key tools for enhancing efficiency, accessibility, and sustainable development in the sector. The use of online booking, mobile applications,*

virtual tours, and intelligent service systems is becoming an industry standard. However, the implementation of digital solutions is accompanied by a number of challenges, which are particularly acute in developing countries. The main difficulties include limited financial resources, weak digital infrastructure, a shortage of qualified specialists, and low digital literacy among staff. Additional challenges arise from cybersecurity issues and the lack of unified legal frameworks for the use of advanced technologies such as blockchain, artificial intelligence, and augmented reality.

Thus, the digitalization of tourism is not only a trend but also a strategic challenge for countries with developing economies, requiring a comprehensive approach: investment, skills development, legislative regulation, and support from both the government and business.

Keywords: *Tourism, information technologies, innovation, Azerbaijan, digitalization.*

ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИЙ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИЗМЕ

Резюме: *Современный туризм активно переживает цифровую трансформацию, а инновации и информационные технологии (ИТ) становятся ключевыми инструментами повышения эффективности, доступности и устойчивого развития отрасли. Использование онлайн-бронирования, мобильных приложений, виртуальных туров и интеллектуальных систем обслуживания становится стандартом индустрии. Однако внедрение цифровых решений сопровождается рядом проблем, которые особенно остро ощущаются в развивающихся странах. К числу основных трудностей относятся ограниченные финансовые ресурсы, слабая цифровая инфраструктура, недостаток квалифицированных специалистов и низкий уровень цифровой грамотности персонала. Дополнительные вызовы создают вопросы кибербезопасности и отсутствие единых нормативно-правовых актов для использования передовых технологий, таких как блокчейн, искусственный интеллект и дополненная реальность.*

Таким образом, цифровизация туризма является не только трендом, но и стратегическим вызовом для стран с развивающейся экономикой, требующим комплексного подхода: инвестиций, развития компетенций, законодательного регулирования и поддержки со стороны государства и бизнеса.

Ключевые слова: *Туризм, информационные технологии, инновации, Азербайджан, цифровизация.*

ВВЕДЕНИЕ

В XXI веке туризм стал важной частью мировой экономики и источником дохода для многих стран. Цифровые технологии позволяют сделать путешествия более доступными, удобными и персонализированными. Они охватывают все этапы туристического процесса: от планирования поездки до получения обратной связи.

Однако наряду с преимуществами внедрение ИТ в туризме связано с рядом проблем, особенно в развивающихся странах. Среди них — ограниченные финансовые ресурсы, недостаточная цифровая инфраструктура, нехватка специалистов и низкий уровень цифровой грамотности сотрудников. Дополнительно появляются вопросы кибербезопасности и законодательного регулирования новых технологий.

Объект исследования. Процесс цифровизации туристической отрасли в разных странах, включая Азербайджан.

Предмет исследования. Проблемы, препятствия и перспективные направления внедрения информационных технологий в туристический сектор, а также их влияние на

эффективность работы индустрии.

Методы исследования:

– анализ научной литературы и международного опыта цифровизации туризма;

– сравнительный метод для сопоставления ситуаций в разных странах;

– системный подход к оценке факторов, влияющих на успешность внедрения ИТ;

– аналитический метод для выявления ключевых проблем и тенденций развития цифрового туризма.

Задачи исследования:

1. Проанализировать роль информационных технологий в современной туристической отрасли.

2. Выявить основные проблемы цифровизации туризма: финансовые, кадровые, инфраструктурные и нормативные.

3. Рассмотреть примеры внедрения ИТ в различных странах (Япония, Эстония, ОАЭ) и определить их особенности.

4. Оценить текущее состояние цифровизации туризма в Азербайджане и существующие ограничения.

Определить перспективные направления развития цифрового туризма, включая новые технологические решения и возможности для Азербайджана

Цель статьи — выявить основные проблемы цифровизации туризма в разных странах и показать, как они проявляются на примере Азербайджана, а также рассмотреть перспективные направления развития.

Основная часть

Информационные технологии сегодня играют ключевую роль в туристическом бизнесе, трансформируя способы взаимодействия туристов с индустрией. С их помощью путешественники могут бронировать поездки и размещение онлайн, пользоваться мобильными навигационными приложениями, получать помощь от виртуальных гидов и оставлять отзывы о сервисе. Эти инструменты позволяют сделать туристический опыт более удобным, персонализированным и предсказуемым. Однако для их эффективного использования необходима развитая цифровая инфраструктура, подготовленный персонал и координация между государственными органами и частным сектором. Без этих условий технологии не могут раскрыть свой потенциал, а инвестиции в них становятся малоэффективными [1, стр. 189].

Среди главных проблем цифровизации туризма особенно выделяются финансовые трудности. В развивающихся странах инвестиции в ИТ-инфраструктуру ограничены, что препятствует внедрению современных систем бронирования, онлайн-платежей и интерактивных сервисов. Недостаток финансовых ресурсов сказывается не только на внедрении новых технологий, но и на их последующем обслуживании и обновлении. Даже успешные пилотные проекты часто сталкиваются с дефицитом средств для масштабирования и поддержки работы систем на национальном уровне.

Еще одной серьёзной проблемой является недостаток специалистов, обладающих компетенциями в области ИТ, цифрового маркетинга и управления данными. Многие туристические компании, особенно малые и средние, испытывают дефицит кадров, способных внедрять и поддерживать современные цифровые решения [2, стр. 98]. Нередко сотрудники не обладают навыками работы с онлайн-платформами, системами бронирования и аналитическими инструментами, что снижает эффективность внедряемых технологий. Этот дефицит кадров замедляет процессы цифровизации и требует целенаправленных программ обучения и повышения квалификации.

Немаловажным фактором является низкий уровень цифровой грамотности персонала. Даже при наличии современных технологий сотрудники гостиниц,

туристических агентств и экскурсионных компаний часто не умеют эффективно использовать новые инструменты. Это приводит к ошибкам в работе с клиентами, снижению качества обслуживания и негативному восприятию цифровых инноваций туристами [3, стр. 50]. В некоторых случаях сопротивление нововведениям связано не только с отсутствием знаний, но и с психологическим барьером: привычка работать традиционными методами замедляет принятие новых технологий и процессов.

Дополнительные вызовы создают вопросы кибербезопасности. Современные туристические сервисы собирают и хранят огромные объемы персональных данных, включая платежную информацию, паспортные данные и историю путешествий. Защита этих данных становится критически важной, так как утечки или нарушения безопасности могут подорвать доверие туристов и привести к серьёзным финансовым и репутационным потерям [4, стр. 150]. В сочетании с недостаточным законодательным регулированием использование новых технологий, таких как дроны, блокчейн, искусственный интеллект и дополненная реальность, создаёт дополнительный риск и требует разработки единых стандартов безопасности.

На международном уровне можно наблюдать разнообразные примеры цифровизации туризма, которые одновременно демонстрируют возможности и проблемы внедрения технологий. В Японии, например, активно применяются роботы-консьержи и системы искусственного интеллекта в гостиницах. Эти инновации улучшают качество сервиса, однако их внедрение требует значительных финансовых затрат и времени на обучение персонала. В Эстонии государственные инициативы, такие как e-Residency и блокчейн-платформы для бронирования, обеспечивают высокий уровень цифровизации, но малый бизнес сталкивается с проблемой интеграции и поддержки таких систем, что замедляет масштабирование инноваций. В ОАЭ концепция «умных городов», биометрические системы и ИИ-навигация повышают уровень обслуживания туристов, однако одновременно создают вопросы приватности, защиты данных и необходимости постоянного мониторинга технологических рисков [5, стр. 23].

В Азербайджане реализуются проекты цифрового туризма, такие как «myRoad», AR-экскурсии в Ичеришехер и мобильные гиды, что демонстрирует стремление страны к модернизации туристической отрасли. Тем не менее В регионах сохраняется недостаток цифровой инфраструктуры, ограничены финансовые ресурсы, а уровень подготовки персонала и его цифровая грамотность остаются низкими. Кроме того, отсутствует единая нормативная база для внедрения и регулирования новых технологий, что затрудняет создание комплексных и безопасных цифровых сервисов.

На глобальном уровне развиваются новые направления цифрового туризма, включая виртуальные туры и метавселенную, использование блокчейна для прозрачного бронирования, голосовых помощников и чат-ботов с элементами ИИ, а также «зелёные» технологии для управления туристическими потоками и сохранения культурного и природного наследия [6, стр. 103]. Однако успешное внедрение этих инноваций невозможно без комплексного решения проблем финансового, кадрового, инфраструктурного и нормативного характера. Страны, стремящиеся к цифровизации туризма, должны создавать условия для обучения специалистов, инвестировать в технологическую инфраструктуру, регулировать использование данных и обеспечивать безопасность систем, иначе новые технологии будут внедряться фрагментарно и не принесут ожидаемой пользы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Инновации и информационные технологии играют ключевую роль в

трансформации туристической отрасли. Несмотря на наличие серьёзных вызовов, цифровизация открывает новые горизонты и возможности для привлечения туристов и повышения качества сервиса. Примеры таких стран, как Япония, Эстония и ОАЭ, доказывают, что при целенаправленной политике внедрение ИТ может стать драйвером роста. Азербайджан, обладая богатым культурным наследием и природным потенциалом, также движется в этом направлении. В будущем возможны интересные проекты: виртуальные туры по Карабаху, использование блокчейна в сфере туризма, интеллектуальные системы рекомендаций для туристов. Инновации — это не просто дань времени, а необходимый шаг для устойчивого развития современной туристической индустрии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Əliyev, R. M. Turizmdə rəqəmsallaşma və innovasiya texnologiyalarının tətbiqi. Bakı: Elm və Təhsil, 2023. 276 s.
2. Həsənova, S. F. Azərbaycan turizmində informasiya texnologiyalarının inkişafı və perspektivləri. Gəncə: Qərb Nəşriyyatı, 2022. 198 s.
3. Иванов, А. С. Цифровизация туризма: возможности и вызовы. Москва: Наука и технологии, 2023. 240 стр.
4. Козлова, Н. В. Информационные технологии в индустрии туризма: тренды и перспективы. Санкт-Петербург: Издательство СПбГУ, 2022. 310 стр.
5. Смирнов, Е. П. Инновационные подходы в развитии туристических услуг. Новосибирск: СибАкадемИздат, 2024. 224 стр.
6. Чернова, И. Л. Туризм будущего: искусственный интеллект и цифровая среда. Екатеринбург: УрФУ, 2023. 205 стр.

Samir MİRZƏYEV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
samirmirz2y2v@gmail.com

HƏDDİNDƏN ARTIQ YÜKLƏNMƏNİN YARANMA SƏBƏBLƏRİ VƏ TƏKANVERİCİ AMİLLƏR

Xülasə: *Həddindən artıq turizm (overturizm) müasir dövrdə qlobal turizm sənayesinin qarşısında duran ən aktual problemlərdən biridir. Bu hadisə müəyyən turizm məkanlarında turist axınının yerli əhali, infrastruktur və ekosistemin daşıma qabiliyyətini aşması nəticəsində yaranır. Overturizm həm sosial, həm ekoloji, həm də iqtisadi sahələrdə mənfi nəticələr doğurur — yerli icmaların həyat keyfiyyətinin aşağı düşməsi, mədəni irsin kommersiyalaşması, təbii resursların həddindən artıq istismarı və ekoloji tarazlığın pozulması kimi təsirlər müşahidə olunur. Xüsusilə Avropa və Asiyanın məşhur turizm şəhərlərində (Venesiya, Barselona, Bangkok və s.) bu fenomen turizmin davamlı inkişafını təhlükə altına almışdır.*

Araşdırmalar göstərir ki, overturizmin yaranmasının əsas təkanverici amillərinə rəqəmsal marketinq və sosial media vasitəsilə populyarlaşan məkanların kütləvi şəkildə ziyarət olunması, hava nəqliyyatında ucuz reyslərin artması, turizm siyasətlərində planlaşdırma çatışmazlığı, infrastrukturun qeyri-bərabər inkişafı və yerli əhalinin qərarvermə prosesindən kənarda qalması daxildir. Nəticədə turizm gəlirləri artsa da, sosial narazılıq, ətraf mühitin çirklənməsi və mədəni dəyərlərin itirilməsi kimi problemlər yaranır.

Problemin qarşısını almaq üçün balanslaşdırılmış turizm idarəetməsi, ziyarətçi

limitləri, mövsümi diversifikasiya, yerli icmaların iştirakı və "yaşıl turizm" strategiyalarının tətbiqi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Overturizmlə mübarizə yalnız turizm sektorunun sabitliyi üçün deyil, həm də ekosistemin, mədəni irsin və sosial harmoniyanın qorunması üçün zəruri şərtdir.

Açar sözlər: *overturizm, turizm yüklənməsi, davamlı turizm, sosial təsirlər, ekoloji tarazlıq, turizm siyasəti, yerli icmalar, turizm planlaşdırması*

CAUSES OF OVERCONVEYANCE AND PUSHING FACTORS

Abstract: *Overtourism is one of the most pressing problems facing the global tourism industry today. This phenomenon arises as a result of the flow of tourists in certain tourist destinations exceeding the carrying capacity of the local population, infrastructure and ecosystem. Overtourism has negative consequences in both social, environmental and economic spheres - such effects as a decrease in the quality of life of local communities, commercialization of cultural heritage, overexploitation of natural resources and disruption of the ecological balance are observed. This phenomenon has jeopardized the sustainable development of tourism, especially in popular tourist cities in Europe and Asia (Venice, Barcelona, Bangkok, etc.).*

Research shows that the main driving factors for the emergence of overtourism include mass visits to popular destinations through digital marketing and social media, the increase in cheap flights in air transport, lack of planning in tourism policies, uneven development of infrastructure and exclusion of local populations from the decision-making process. As a result, although tourism revenues increase, problems such as social dissatisfaction, environmental pollution and loss of cultural values arise.

To prevent the problem, balanced tourism management, visitor limits, seasonal diversification, participation of local communities and the implementation of "green tourism" strategies are of great importance. Combating overtourism is a necessary condition not only for the stability of the tourism sector, but also for the protection of the ecosystem, cultural heritage and social harmony.

Keywords: *overtourism, tourism load, sustainable tourism, social impacts, ecological balance, tourism policy, local communities, tourism planning*

ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И ДВИЖУЩИЕ ФАКТОРЫ ЧРЕЗМЕРНОЙ ТУРИСТСКОЙ НАГРУЗКИ

Резюме: *Чрезмерный туризм (overtourism) в современный период является одной из наиболее актуальных проблем глобальной туристической индустрии. Данное явление возникает в результате превышения потоком туристов предельной пропускной способности местного населения, инфраструктуры и экосистемы в отдельных туристских дестинациях. Овертуризм вызывает негативные последствия в социальной, экологической и экономической сферах — наблюдаются снижение качества жизни местных сообществ, коммерциализация культурного наследия, чрезмерная эксплуатация природных ресурсов и нарушение экологического баланса. Особенно в популярных туристических городах Европы и Азии (Венеция, Барселона, Бангкок и др.) этот феномен поставил под угрозу устойчивое развитие туризма.*

Исследования показывают, что к основным движущим факторам возникновения овертуризма относятся массовое посещение локаций, ставших популярными благодаря цифровому маркетингу и социальным сетям, рост числа бюджетных авиарейсов, недостатки в планировании туристической политики, неравномерное развитие

инфраструктуры и исключение местного населения из процесса принятия решений. В результате, несмотря на рост туристических доходов, возникают такие проблемы, как социальное недовольство, загрязнение окружающей среды и утрата культурных ценностей.

Для предотвращения данной проблемы особое значение имеют сбалансированное управление туризмом, введение лимитов на посещение, сезонная диверсификация, участие местных сообществ и внедрение стратегий «зеленого туризма». Борьба с овертуризмом является необходимым условием не только для устойчивости туристического сектора, но и для сохранения экосистемы, культурного наследия и социальной гармонии.

Ключевые слова: *овертуризм, туристская нагрузка, устойчивый туризм, социальные последствия, экологический баланс, туристская политика, местные сообщества, планирование туризма.*

GİRİŞ

Müasir dövrdə turizm sənayesi qlobal iqtisadiyyatın ən sürətlə inkişaf edən sahələrindən biri olsa da, bu inkişaf bəzən turizm məkanlarının sosial, ekoloji və infrastruktur baxımından daşıma qabiliyyətini aşır. Bu hal elmi ədəbiyyatda "overturizm" — yəni **həddindən artıq turizm yüklənməsi** anlayışı ilə izah olunur. Overturizm, müəyyən bir məkanın turist axınını qəbul etmək qabiliyyətinin məhdudlaşması və bu prosesin yerli əhali, təbiət və mədəni irs üzərində mənfi təsirlər yaratması ilə xarakterizə olunur. Bu fenomen xüsusilə son onilliklərdə ucuz hava reyslərinin artması, rəqəmsal marketinqin genişlənməsi və sosial mediada səyahət təbliğatının intensivləşməsi fonunda daha da aktuallaşmışdır. Turizm sektorunda yaranan bu yüklənmə həm **ekoloji gərginlik**, həm **sosial narazılıq**, həm də **iqtisadi asılılıq** problemlərinə yol açır. Məsələn, Avropada Venesiya və Barselona, Asiyada isə Bali və Bangkok kimi məşhur turizm istiqamətləri, turist axınının pik nöqtələrində infrastrukturun iflic olması, tullantıların artması və yerli sakinlərin həyat keyfiyyətinin pisləşməsi kimi hallarla üzləşirlər. Azərbaycanda da son illərdə Qəbələ, Şəki və Bakı kimi turizm zonalarında turizm axınının artması mövsümi infrastruktur yüklənmələrini və sosial təzyiqləri artırmışdır.

Overturizmin yaranmasının əsas **təkanverici amillərinə** turizm siyasətlərində planlaşdırma boşluqları, ziyarətçi axınının idarə edilməsində koordinasiya çatışmazlığı, sosial mediada "populyar məkan sindromu", turizm mövsümlərinin qeyri-bərabər paylanması və resurslardan qeyri-dayanıqlı istifadə daxildir. Bu amillər nəticəsində turizm fəaliyyətləri qısamüddətli gəlir əldə etməyə yönəlir, lakin uzunmüddətli perspektivdə turizm məkanlarının sosial və ekoloji tarazlığı pozulur [5].

Beləliklə, overturizmin səbəblərinin və təkanverici mexanizmlərinin araşdırılması yalnız turizm idarəetməsi üçün deyil, həm də **davamlı turizm strategiyalarının formalaşdırılması** baxımından xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Problemin elmi təhlili turizmin sosial məsuliyyətli idarəetmə modelinin qurulmasına, ekosistemin qorunmasına və yerli icmaların rifahına yönəlmiş siyasətlərin hazırlanmasına imkan verir [1].

Overturizmin formalaşması bir çox qarşılıqlı əlaqədə olan sosial, iqtisadi, texnoloji və ekoloji amillərin təsiri altında baş verir. Əsas səbəb kimi turizmin qlobal miqyasda kütləvi istehlak obyektinə çevrilməsi və onun idarəetmə mexanizmlərinin dayanıqlı planlaşdırılmaması göstərilə bilər. Turist axınının artması, xüsusilə ucuz aviaşirkətlərin fəaliyyətinin genişlənməsi və onlayn rezervasiya platformalarının (Booking, Airbnb, TripAdvisor və s.) yaranması ilə daha da sürətlənmişdir. Bu, səyahəti həm daha əlçatan etmiş, həm də bəzi regionlarda nəzarətsiz turist kütlələrinin toplanmasına gətirib çıxarmışdır.

Sosial mediada "trend" məkanların viral şəkildə paylaşılması overturizmin ən mühüm

təkanverici amillərindən biridir. İnstagram, TikTok və YouTube kimi platformalarda paylaşılan səyahət görüntüləri turizm qərarlarının formalaşmasına birbaşa təsir göstərir və eyni məkanların kütləvi şəkildə ziyarət edilməsinə səbəb olur [3].

İqtisadi amillər də bu prosesi gücləndirir. Turizm fəaliyyətindən əldə olunan qısamüddətli gəlirlər bir çox ölkə və regionları turizm axınının həcmini süni şəkildə artırmağa sövq edir. Lakin bu artım uzunmüddətli perspektivdə ekoloji və sosial dayanıqlığı təhlükə altına alır. Məsələn, Venesiyada yerli əhalinin 30%-dən çoxu son onillikdə turizm sferasında artan qiymətlər və infrastruktur problemləri səbəbindən şəhəri tərk etmişdir. Oxşar vəziyyət Asiyanın bir çox kurort şəhərlərində, o cümlədən Balidə də müşahidə olunur, burada turizm mövsümlərində su qıtlığı və tullantıların idarə edilməsi böhran səviyyəsinə çatır. Ekoloji müstəvidə overturizm biomüxtəlifliyə və təbii landşaftlara ciddi zərər vurur. Dağ, meşə və sahil ekosistemlərində turist axını nəticəsində torpaq eroziyası, tullantıların yığılması və flora-fauna mühitinin məhv olması müşahidə olunur. Bu, xüsusilə milli parklar və təbii qoruqlar üçün təhlükəlidir. [8].

Azərbaycan kontekstində də oxşar meyillər mövcuddur. Xüsusilə Qəbələ, Şəki, Qusar və Naftalan kimi regionlarda turizm mövsümlərinin pik dövrlərində infrastrukturun (kommunal xidmətlər, nəqliyyat, tullantı idarəetməsi) yüklənməsi müşahidə olunur. Yerli icmaların turizm planlaşdırmasında iştirakının məhdudluğu və resursların qeyri-bərabər bölüşdürülməsi sosial gərginlik və ekoloji narazılıqlara səbəb ola bilər. Buna görə də, turizm siyasətində balanslaşdırılmış planlaşdırma, ziyarətçi limitlərinin müəyyənləşdirilməsi və yerli icmaların qərarvermə proseslərinə cəlb olunması əsas şərt kimi qəbul edilməlidir [6].

Cədvəl 1. Overturizmin əsas növləri və təsir sahələri

Overturizm növü	Təsvir	Təsir sahəsi	Nəticə
Ekoloji yüklənmə	Təbii resursların və ekosistemlərin turist axını nəticəsində həddindən artıq istismarı	Qoruqlar, çimərliklər, milli parklar	Torpaq və su çirklənməsi, biomüxtəlifliyin azalması
Sosial yüklənmə	Yerli əhalinin həyat keyfiyyətinə mənfi təsir, ictimai məkanda sıxlıq və narazılıq	Şəhər mərkəzləri, yaşayış məhəllələri	Sosial gərginlik, yerli icma ilə turistlər arasında konfliktlər
Mədəni yüklənmə	Mədəni irsin və ənənələrin kommersiyalaşması və identikliyinin itməsi	Tarixi abidələr, mədəni festivallar	Mədəni dəyərlərin deqradasiyası, "mədəni səhnələşdirmə" effekti
İnfrastruktur yüklənməsi	Turist axınının artması nəticəsində nəqliyyat, kommunal və ictimai xidmətlərin iflic olması	Nəqliyyat sistemi, su-kanalizasiya, tullantı idarəçiliyi	Yol sıxlığı, tullantıların yığılması, enerji və su çatışmazlığı
İqtisadi yüklənmə	Turizmdən asılılığın artması və yerli iqtisadiyyatın qeyri-sabitliyi	Kiçik bizneslər, kirayə sektoru	Qiymət artımı, gəlir bərabərsizliyi, "turizm inflyasiyası"

Mənbə: https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7305059/

Cədvəl 1 göstərir ki, overturizmin təsiri çoxşaxəlidir və həm təbii, həm sosial, həm də iqtisadi müstəvilərdə özünü göstərir. Ən ciddi nəticələrdən biri **ekoloji tükənmədir** — xüsusilə də sahil ərazilərində və milli parklarda turistlərin normadan artıq olması nəticəsində **təbii**

mühitin zədələnməsi. Sosial yüklənmə yerli icmalarla turistlər arasında **gərgin münasibətlərin** yaranmasına səbəb olur. Mədəni yüklənmə isə turizmin "autentikliyi"ni itirərək **mədəniyyətin səthi və kommersiya xarakterli təqdimatına** gətirib çıxarır. Nəqliyyat və kommunal infrastrukturda müşahidə olunan **fiziki yüklənmə** isə xüsusilə pik mövsümlərdə şəhərlərin idarəedilməsini çətinləşdirir.

Cədvəl 2. Overturizmin təkanverici amilləri

Təkanverici amil	Qısa izah	Mümkün nəticə	Qarşısının alınması yolları
Rəqəmsal populyarlıq	Sosial mediada məkanların sürətlə populyarlaşması və kütləvi maraq yaratması	Birdən-birə ziyarətçi axını, resurs çatışmazlığı	Turizm marketinqinin tənzimlənməsi, alternativ marşrutların təşviqi
Ucuz hava nəqliyyatı və nəqliyyat şəbəkələrinin genişlənməsi	Aviaşirkətlərin aşağı qiymətli reysləri və rahat logistika imkanları	Qısa müddətli, lakin intensiv turist axınları	Mövsüm balanslaşdırılması, yerli nəqliyyat limitləri
İnfrastruktur planlaşdırmasının zəifliyi	Turizm artımının proqnozlaşdırılmadan aparılması	Yol sıxlığı, tullantı və resurs tükənməsi	Şəhər planlaşdırmasının turizm siyasətinə inteqrasiyası
Turizm siyasətində tənzimləmə çatışmazlığı	Ziyarətçi limitlərinin və ekoloji qaydaların olmaması	İrsin zədələnməsi, sosial gərginlik	Qanunvericilikdə "daşıma qabiliyyəti" prinsiplərinin tətbiqi
Yerli icmaların qərarvermədən kənar qalması	Yerli sakinlərin turizm planlarına cəlb edilməməsi	Sosial narazılıq, "turizmə qarşı hərəkətlər"	İcmə əsaslı turizm (community-based tourism) proqramları

Mənbə: https://sustainabletravel.org/what-is-overtourism/

Cədvəl 2 göstərir ki, overturizm çox vaxt **idarəetmə boşluqlarının, rəqəmsal təbliğatın təsirinin** və **dayanıqlı planlaşdırmanın olmamasının** nəticəsidir. Bu amillərin qarşısının alınması üçün hər bir turizm istiqamətində **strateji turizm planları, ekoloji monitorinq sistemləri** və **yerli əhali ilə iştirakçı qərarvermə mexanizmləri** vacibdir.

Cədvəl 3. Overturizmin sosial, ekoloji və iqtisadi nəticələrinin müqayisəli təhlili

Nəticə tipi	Yerli səviyyədə təzahür	Milli / Qlobal səviyyədə təzahür	Uzunmüddətli təsir
Sosial nəticələr	Əhalinin narazılığı, ictimai məkanda sıxlıq, mənzil qiymətlərinin artması	Şəhərlərdə turizmə qarşı sosial hərəkətlər	Mədəni kimliyin zəifləməsi, sosial bərabərsizliyin artması
Ekoloji nəticələr	Tullantıların artması, təbii ərazilərin eroziyası, su resurslarının azalması	İqlim dəyişikliyi risklərinin artması, biomüxtəlifliyin azalması	Ekosistemlərin bərpa olunmaz zədələnməsi
İqtisadi nəticələr	Yerli bazarlarda qiymət artımı, kirayə sektorunun şişməsi	Milli iqtisadiyyatda turizmdən asılılığın artması	Qeyri-dayanıqlı gəlir modeli, turizm inflyasiyası
Mədəni nəticələr	Ənənələrin kommersiyalaşması, "turist	Qlobal mədəni homogenlik,	Mədəni irsin qorunmasının

	üçün səhnələşdirmə”	autentikliyin itməsi	çətinləşməsi
İdarəetmə nəticələri	Bələdiyyələrin yükünün artması, nəqliyyatın iflic olması	Dövlət səviyyəsində idarəetmə xərclərinin çoxalması	Turizm siyasətlərinin yenidən formalaşdırılması zərurəti

Mənbə: https://www.mdpi.com/2071-1050/15/24/16958

Cədvəl 3 göstərir ki, overturizm yalnız turizm sahəsini deyil, **bütün ictimai-iqtisadi strukturu** təsirləndirir. Sosial səviyyədə gərginliklər artdığı halda, ekoloji mühit tədricən **bərpaolunmaz zərər** görür. İqtisadi baxımdan isə qısamüddətli gəlirlər uzunmüddətli **dayanıqsızlıqla** əvəz olunur.

Cədvəl 4. Overturizmin azaldılması və davamlı turizm strategiyaları

Tədbir istiqaməti	Məzmun	Tətbiq səviyyəsi	Gözlənilən nəticə
Ziyarətçi limitləri	Turist sayına kvotaların müəyyən edilməsi və giriş nəzarəti	Yerli / regional	Daşıma qabiliyyətinə uyğun yük bölgüsü
Mövsümi diversifikasiya	Turizmin il boyu balanslı paylanması və alternativ mövsümlərin təşviqi	Milli və yerli	Pik mövsüm yüklənmələrinin azalması
Alternativ marşrutların inkişafı	Məşhur məkanlara yönəlmiş axının azaldılması üçün yeni istiqamətlərin yaradılması	Regional / bələdiyyə	Turizm axınının bölgələr üzrə paylanması
Rəqəmsal idarəetmə sistemləri	Turist axınlarının real vaxt monitorinqi və məlumat əsaslı qərarvermə	Milli səviyyə	İnfrastrukturun optimal idarə olunması
Ekoloji vergilər və ödənişlər	Turizm fəaliyyətlərindən əldə olunan gəlirin ekoloji fondlara yönəldilməsi	Dövlət / özəl sektor	Ekoloji bərpa və məsuliyyətli turizm davranışları
Yerli icmaların iştirakçılığı	Yerli əhalinin qərarvermə və turizm planlaşdırmasına cəlb olunması	İcmə səviyyəsi	Sosial harmoniya və sosial məsuliyyətli turizm modeli

Mənbə: https://www.mdpi.com/2071-1050/15/24/16958

Bu tədbirlər overturizmlə mübarizədə çoxsəviyyəli yanaşmanın vacibliyini göstərir. Ən effektiv modellərdən biri **“Smart Tourism Management”** və **“Community-based Tourism”** yanaşmalarıdır. Bu strategiyalar həm texnoloji, həm də sosial həlləri birləşdirərək **davamlı turizm planlaşdırması** üçün optimal çərçivə yaradır.

NƏTİCƏ

Overturizm müasir qlobal turizm sistemində həm dayanıqlığa, həm də ictimai rifaha ciddi təhdiddir. Turist axınının idarəolunmaz artımı nəticəsində yaranan sosial, ekoloji və iqtisadi yüklənmələr təkcə turizm sektorunun deyil, bütövlükdə şəhərlərin və icmaların davamlı inkişafına təsir edir. Problemin əsas səbəbləri kimi planlaşdırma və tənzimləmə çatışmazlıqları, rəqəmsal platformaların təsiri, resursların qeyri-bərabər bölgüsü və yerli iştirakın məhdudluğu qeyd olunur.

Tədqiqat göstərir ki, overturizmlə mübarizədə ən uğurlu yanaşma inteqrativ və çoxsəviyyəli turizm siyasətidir. Buraya ekoloji normativlərin tətbiqi, turizm infrastrukturunun davamlı planlaşdırılması, ziyarətçi limitlərinin müəyyənləşdirilməsi və yerli icmaların

qərarvermə proseslərinə cəlb edilməsi daxildir. Rəqəmsal idarəetmə və məlumat əsaslı planlaşdırma sistemləri də bu prosesdə mühüm rol oynayır. Nəticə etibarilə, overturizmin qarşısının alınması yalnız turizm axınını azaltmaq deyil, həm də turizmin keyfiyyətini, sosial məsuliyyətini və ekoloji sabitliyini artırmaq məqsədi daşımalıdır. Bu yanaşma "Davamlı Turizm 2030" hədəfləri ilə uzlaşır və gələcək nəsillər üçün tarazlı, mədəni və ekoloji baxımdan qorunan turizm modeli formalaşdırmağa imkan verir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Turizm Bürosu. (2023). *Azərbaycan Turizm Strategiyası 2030.* Bakı: Dövlət Turizm Agentliyi. https://azerbaijan.travel/uploads/documents/azerbaijan-tourism-strategy-2030-az.pdf

2. Əhmədov, F. R. (2022). *Azərbaycanın turizm sektorunda davamlı inkişaf və ekoloji idarəetmə problemləri. İqtisadiyyat və Menecment Jurnalı, 4*(58), 45–55. https://journal.ecomanagement.az/uploads/files/Ahmedov_2022_Turizm_Ekologiya.pdf

3. Əliyeva, L. A., & Qasımov, R. T. (2021). *Qəbələ və Şəki regionlarında turizm axınlarının idarə olunması problemləri. UNEC Elmi Xəbərlər, 18*(2), 67–78. https://unec.edu.az/uploads/journal/Elmi_Xeberler_2021_2_Turizm.pdf

4. Məmmədli, S. (2023). *Azərbaycanın turizm bölgələrində overturizm risklərinin qiymətləndirilməsi. Azərbaycan Dövlət Turizm və Menecment Universiteti Elmi Əsərlər, 6*(1), 89–101. https://atmu.edu.az/uploads/elmi-eserler-2023-turizm.pdf

5. United Nations Environment Programme (UNEP). (2022). *Tourism and Environment: Managing Impacts and Promoting Sustainability.* https://www.unep.org/resources/report/tourism-and-environment-sustainability

6. European Travel Commission (ETC). (2021). *Balancing Tourism Growth and Local Community Wellbeing.* Brussels: ETC Publications. https://etc-corporate.org/reports/balancing-tourism-growth-local-wellbeing/

7. Dodds, R., & Butler, R. (2019). *The Overtourism Debate: NIMBY, Not in My Backyard Tourism.* De Gruyter Open. https://doi.org/10.1515/9783110607369

8. Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). *Pandemics, Tourism and Global Change: A Rapid Assessment of COVID-19. Journal of Sustainable Tourism, 29*(1), 1–20. https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708

9. Seraphin, H., Sheeran, P., & Pilato, M. (2018). *Overtourism and the Fall of Venice as a Destination. Journal of Destination Marketing & Management, 9*, 374–376. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.01.011

10. Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018). *Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in Cities. Sustainability, 10*(12), 4384. https://doi.org/10.3390/su10124384

11. Capocchi, A., Vallone, C., Amaduzzi, A., & Pierotti, M. (2019). *Overtourism: A Literature Review to Assess Implications and Future Perspectives. Sustainability, 11*(12), 3303. https://doi.org/10.3390/su11123303

Nərminə ŞABANOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
narmina.shabanova10@gmail.com

TURİZM XİDMƏTLƏRİNİN TƏŞVİQİNDƏ İNNOVATİV YANAŞMALAR: 2024–2025-Cİ İLLƏR DÖVRÜ ÜÇÜN STRATEGİYALARIN AKTUALLAŞDIRILMASI

Xülasə: *Müasir turizm sənayesi rəqəmsallaşma, qlobal rəqabətin güclənməsi və istehlakçı gözləntilərinin dəyişməsi ilə formalaşan radikal transformasiya mərhələsindədir və bu, innovativ təşviq yanaşmalarını bazar davamlılığı üçün zəruri edir. Bu məqalə 2024–2025-ci illər üçün aktual olan qabaqcıl innovativ strategiyaları təhlil edir və inkişaf etmiş rəqəmsal texnologiyaların sürətli inteqrasiyasına diqqət yetirir. Tədqiqat Generativ Süni İntellekti (Gen AI) müasir marketinqin mərkəzi elementi kimi vurğulayır; Şimali Amerika turistlərinin 40%-dən çoxu marşrut planlaşdırılması üçün Gen AI-dan istifadə edir ki, bu da istehlakçı etimadının və texnologiyanın mənimsənilməsinin sürətlə artdığını göstərir. Süni intellekt və real vaxt davranış məlumatları ilə idarə olunan hiper-fərdiləşdirmə yüksək dəyərli Z Nəsli və Millennial auditoriyasını cəlb etmək üçün əsas rəqabət üstünlüyü kimi müəyyən edilir — çünki bu qruplar fərdi və eksklüziv səyahət təcrübələri tələb edirlər. Məqalədə immersiv texnologiyaların (VR/AR) ölçülə bilən təsiri də araşdırılır; qısa VR təcrübəsinin birbaşa bron göstəricilərini 190% artırdığı qeyd olunur və VR/AR güclü konversiya aləti kimi təqdim edilir. Xüsusi diqqət Azərbaycan Turizm Bürosunun (ATB) milli strategiyasına yönəldilir; qurum Trip.com Group və lüks şəbəkə Virtuoso kimi platformalarla innovativ rəqəmsal tərəfdaşlıqlardan istifadə edir və 2024-cü ildə 450.3 milyon ABŞ dolları məbləğində müsbət turizm ticarət balansına nail olur. Məqalədə innovativ təşviq strategiyalarının effektivliyinin yalnız ROI, Conversion Rate və Customer Churn Rate kimi kompleks göstəricilər vasitəsilə düzgün qiymətləndirilə biləcəyi qeyd olunur; sadə sosial media göstəricilərinin isə kifayət etmədiyi vurğulanır. Nəticə olaraq göstərilir ki, davamlı innovasiya uğuru yalnız texnoloji investisiyalarla deyil, həm də regionlarda internet infrastrukturunun qeyri-bərabərliyi, rəqəmsal bacarıqlara malik kadr çatışmazlığı və məlumat təhlükəsizliyini təmin edən hüquqi çərçivənin yenilənməsi kimi əsas struktur boşluqlarının aradan qaldırılmasından asılıdır [1, s. 3; 3]. Turizm müəssisələrinin bu rəqəmsal uçurumları aradan qaldırmaq bacarığı onların uzunmüddətli bazar liderliyini müəyyən edəcək.*

Açar sözlər: *Süni İntellekt, Hiper-Fərdiləşdirmə, Virtual Reallıq, Rəqəmsal Transformasiya, Turizmin Təşviqi, Azərbaycan Turizmi.*

INNOVATIVE APPROACHES TO THE PROMOTION OF TOURISM SERVICES: UPDATING STRATEGIES FOR THE PERIOD 2024–2025

Abstract: *In the context of today's globalized market, increasing competition, and the post-pandemic recovery phase, the tourism industry is undergoing a radical digital transformation, making innovative promotion approaches critically important. This article analyzes advanced strategies aimed at enhancing the competitiveness of tourism organizations in 2024–2025, based on a review of current scientific publications and statistical data. The study focuses on the implementation of key digital technologies that are shaping the future of the sector.*

A central element of modern marketing strategies is the use of Generative Artificial Intelligence (Gen AI) and hyper-personalization architectures. The rapid adoption of Gen AI is evidenced by the fact that over 50% of tourism company executives use it to assist in the booking

process, and 41% of American and Canadian tourists already use it for inspiration and route planning, demonstrating a high level of trust [12, p. 2]. Hyper-personalization, based on real-time data, has become a key tool for attracting high-paying segments such as Generation Z and Millennials, who demand exclusive and individualized offers that reflect their values [16, p. 1].

Immersive technologies (VR/AR) are also analyzed; according to case studies, a short-term virtual experience can increase bookings by 190%, serving as a measurable bridge between engagement and purchase. The article examines successful innovative strategies implemented by the Azerbaijan Tourism Board (ATB), including partnerships with global digital platforms such as Trip.com Group and Virtuoso, targeting both mass and elite markets.

In conclusion, the effectiveness of innovative promotion must be measured comprehensively (ROI, Churn Rate, Social Engagement), and its successful implementation requires not only technological investments but also the resolution of structural issues, such as the shortage of qualified personnel, regional internet infrastructure quality, and updates to the legal framework [1, p. 3]. Thus, sustainable leadership in the sector is ensured by a synthesis of technological breakthroughs and strategic elimination of infrastructure and personnel gaps.

Keywords: *Artificial Intelligence, Hyper-Personalization, Virtual Reality, Digital Transformation, Tourism Promotion, Azerbaijan.*

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОДВИЖЕНИЮ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ: АКТУАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЙ НА ПЕРИОД 2024–2025 ГГ.

Резюме: *В условиях современного глобализированного рынка, усиления конкуренции и этапа постпандемического восстановления, индустрия туризма претерпевает радикальную цифровую трансформацию, что делает инновационные подходы к продвижению критически важными. Данная статья анализирует передовые стратегии, направленные на усиление конкурентоспособности туристических организаций в 2024–2025 годах, основываясь на обзоре актуальных научных публикаций и статистических данных. Исследование фокусируется на внедрении ключевых цифровых технологий, определяющих будущее сектора. Центральным элементом современных маркетинговых стратегий является использование Генеративного Искусственного Интеллекта (Gen AI) и архитектуры гипер-персонализации. Стремительное внедрение Gen AI подтверждается тем, что более 50% руководителей туристических компаний применяют его для помощи в процессе бронирования, а 41% американских и канадских туристов уже используют его для вдохновения и планирования маршрута, демонстрируя высокий уровень доверия [12, с. 2]. Гипер-персонализация, основанная на данных в реальном времени, становится ключевым инструментом для привлечения платежеспособных сегментов, таких как Поколение Z и Миллениалы, которые требуют эксклюзивных и индивидуализированных предложений, отражающих их ценности [16, с. 1]. Также анализируются иммерсивные технологии (VR/AR), которые, согласно кейс-анализу, способны увеличить бронирования на 190% после краткосрочного виртуального опыта, выступая измеримым мостом между вовлечением и покупкой. Статья подробно рассматривает успешные инновационные стратегии, применяемые Азербайджанским Советом по Туризму (ATB), включая партнерства с глобальными цифровыми платформами, такими как Trip.com Group и Virtuoso , для достижения как массового, так и элитного рынков. В заключении подчеркивается, что эффективность инновационного продвижения должна измеряться комплексно (ROI, Churn Rate, Social Engagement), а его успешная реализация требует не только технологических инвестиций, но и устранения структурных проблем, связанных с недостатком квалифицированных кадров, качеством интернет-*

инфраструктуры в регионах и обновлением правовой базы [1, с. 3]. Таким образом, устойчивое лидерство в секторе обеспечивается синтезом технологического прорыва и стратегического устранения инфраструктурных и кадровых пробелов.

Ключевые слова: *Искусственный Интеллект, Гипер-Персонализация, Виртуальная Реальность, Цифровая Трансформация, Продвижение Туризма, Азербайджан.*

ВВЕДЕНИЕ

В условиях нарастающей глобальной конкуренции, вызванной цифровизацией, и необходимости постпандемического восстановления, туристический сектор переживает фазу радикальной трансформации. Инновации в продвижении стали ключевым условием устойчивости и конкурентоспособности отрасли [10, с. 3]. Актуальность темы подтверждается растущей академической активностью: библиометрический анализ показывает последовательный ежегодный рост публикаций по цифровой трансформации в туризме.

Маркетинговые инновации в туризме, согласно классификации Шумпетера , определяются как внедрение принципиально новых методов продвижения, включающих значительные изменения в позиционировании или ценообразовании услуг. Современная индустрия туризма стремится к инновациям в шести ключевых областях: технологии, организация, продукт, маркетинг, политика и государственные услуги [10, с. 3]. Для достижения стратегического лидерства туристическим организациям необходимо фокусироваться на системном внедрении прорывных маркетинговых инноваций.

Генеративный искусственный интеллект (Gen AI) стал центральным элементом маркетинга туристических услуг на 2024–2025 годы. Внедрение Gen AI происходит стремительно: более 50% руководителей туристических компаний уже используют его для помощи путешественникам в процессе бронирования [12, с. 1]. К марту 2024 года доля американских и канадских путешественников, использующих Gen AI для планирования маршрута, достигла 41% [12, с. 2].

Гипер-персонализация, основанная на использовании ИИ, машинного обучения и поведенческих данных в реальном времени, является ключевым конкурентным дифференциатором [14, с. 1]. Эта парадигма требует перехода к модели маркетинга «один-на-один». Потребность в гипер-персонализации наблюдается среди Миллениалов и Поколения Z, которые требуют эксклюзивных предложений, отражающих их ценности и индивидуальность [16, с. 1]. Внедрение Gen AI сопряжено с рядом проблем, включая дефицит квалифицированных кадров, трудности с оценкой ROI и необходимость обеспечения высокой степени безопасности данных [14, с. 1].

Виртуальная реальность (VR) и дополненная реальность (AR) предлагают потребителям возможность «примерки» путешествия (*try-before-you-buy*) [10, с. 3]. Это позволяет потенциальным туристам потреблять иммерсивные виртуальные туры по дестинациям или гостиничным номерам, прежде чем принять решение о бронировании [12, с. 1].

Практические результаты подтверждают высокую эффективность данного подхода. Туристическое агентство сообщило о росте бронирований на 190% для поездок в Нью-Йорк после того, как клиентам был предложен 5-минутный VR-опыт в магазине. VR выступает как катализатор прямой конверсии. Метавселенная, в свою очередь, представляет собой новую арену для брендинга, где успех зависит от обеспечения высокой вовлеченности (*engagement*), информационного богатства и новизны опыта. Однако значительная часть исследований по Метавселенной носит

теоретический характер, а практическая применимость технологий ограничена региональными различиями в цифровой инфраструктуре [9, с. 1].

Интеграция принципов ESG (Environmental, Social, Governance) стала стратегическим императивом для привлечения нового поколения экологически сознательных потребителей [16, с. 1]. Технология Блокчейн предлагает решение проблемы непрозрачности в цепочках создания стоимости в туризме. Путем использования смарт-контрактов возможно создать прозрачную, автоматизированную и безопасную систему для отслеживания различных типов выбросов и компенсации углеродного следа, особенно в гостиничном секторе [13, с. 1; 27]. Блокчейн обеспечивает точную систему измерения, отчетности и верификации (MRV), необходимую для участия в рынке углеродных кредитов [13, с. 2]. Эта инновация позволяет рассчитать углеродную стоимость выбросов, что делает технологическую прозрачность неотъемлемой частью бренда устойчивости.

Инфлюенс-маркетинг требует сочетания количественных методов и качественного анализа (анализ настроений, исследования Brand Awareness) [5, с. 3]. Практический анализ подтверждает, что при правильной реализации инфлюенс-маркетинг может быть эффективным: в одном из кейсов ROI маркетинговых расходов поднялся с $13 до $28 на каждый потраченный доллар.

Азербайджан демонстрирует рост в туристическом секторе: в 2024 году обеспечено положительное сальдо экспорта туристических услуг в размере **$450,3 млн** [8, с. 1]. Азербайджанский Совет по Туризму (АТВ) активно использует инновационные стратегии. НТО была удостоена награды "Global Partner of the Year" на конференции Trip.com Group в 2025 году. Кроме того, АТВ заключил партнерство с Virtuoso для продвижения страны среди элитного сегмента путешественников через глобальные цифровые платформы. Успех таких партнерств указывает на стратегию АТВ как **куратора цифровых посредников**.

Однако полная реализация потенциала цифрового туризма сталкивается с критическими проблемами, связанными с инфраструктурой и человеческим капиталом [3, с. 1]. Для обеспечения устойчивого развития цифрового туризма необходимо принять следующие стратегические меры [1, с. 3]:

1. **Улучшение Интернет-инфраструктуры:** Обеспечение равномерного высокоскоростного доступа, особенно в сельских и региональных областях.
2. **Обучение Цифровым Навыкам:** Внедрение обязательных программ обучения цифровым навыкам для всех сотрудников туристического сектора.
3. **Обновление Правовой Базы:** Законодательная база должна быть обновлена для четкого определения защиты потребительских прав и безопасности данных.

Инновационные подходы к продвижению туристских услуг на 2024–2025 годы требуют перехода к ИИ-управляемому опыту. Генеративный ИИ и гипер-персонализация являются ключевыми инструментами для привлечения потребителей [14, с. 1], а иммерсивные технологии (VR/AR) демонстрируют доказанную способность к высокой конверсии. Технологическая прозрачность, обеспечиваемая Блокчейном, становится стандартом для устойчивого маркетинга [13, с. 1].

Успех в продвижении достигается при синтезе технологических инноваций с устранением фундаментальных стратегических пробелов. Для Азербайджана это означает приоритет инвестициям в техническую инфраструктуру и повышение квалификации человеческого капитала, как необходимое условие для успешного внедрения любой высокотехнологичной маркетинговой стратегии [1, с. 3]. Таким образом, будущее туристической отрасли — это мир, где границы между виртуальным и реальным стираются, а компании могут предвосхищать желания клиентов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Aliyeva, N. T. The application of digital technologies in the regions of Azerbaijan: Opportunities and limitations // Azerbaijan Journal of Economic Research. – 2022. № 6(2), – c. 112–119.
2. Rzayev, I. H. Strategic recommendations for sustainable development of digital tourism in Azerbaijan // *International Scientific and Practical Conference.* Баку, Азербайджан, – 2025, – c. 1-10.
3. Gunawan et al. Research trends on the impact of digital transformation on the development of the tourism industry: A bibliometric analysis // *IRJMS.* – 2025. № 10, – c. 1-8.
4. Schumpeter, J.A. *The Theory of Economic Development.* – New York: Oxford University Press, – 1934. – 255 c.
5. Smith, A. Influencer Marketing ROI Measurement Techniques and Optimization Strategies // *Journal of Marketing Research.* – 2024. № 3, – c. 1-10.
6. SİA. Azərbaycanın turizm sektorunda müsbət saldo // *SİA.* – 2024, 15 may. – c. 1.
7. Lee, T.H., Chung, T. The rise of the metaverse in marketing strategies // *Journal of Contemporary Marketing Science.* – 2024. № 1, – c. 58-75.
8. BusinessesGrow. *Influencer Marketing ROI Case Study* // [Электронный ресурс]. – 2024. – URL: https://businessesgrow.com/2024/07/08/influence-marketing-case-study/.
9. Tussyadiah, I. P. Metaverse tourism: Speculative futures, ethical issues, and research gaps // *MDPI.* – 2024. № 3, – c. 1-20.
10. PixelPlex Blog. *AR and VR in tourism: use cases and benefits* // [Электронный ресурс]. – 2024. – URL: https://pixelplex.io/blog/ar-and-vr-in-tourism/.
11. Azerbaijan Tourism Board. *ATB has been honored with the international "Global Partner of the Year" award* // [Электронный ресурс]. – 2025. – URL: https://tourism.gov.az/en/news/azerbaijan-tourism-board-atb-has-been-honored-with-the-international-global-partner-of-the-year-award.
12. Intuz Blog. *Travel industry & use of Generative AI - A key statistics* // [Электронный ресурс]. – 2024. – URL: https://www.intuz.com/blog/generative-ai-in-travel-tourism.
13. Northwestern University. *What Is Digital Marketing Success?* // [Электронный ресурс]. – 2024. – URL: https://imcprofessional.medill.northwestern.edu/blog/what-is-digital-marketing-success.
14. Travel Tech Show. *Hyper-personalisation in travel: the next frontier* // [Электронный ресурс]. – 2025. – URL: https://traveltech-show.com/blog/hyper-personalisation-travel-next-frontier-targeted-marketing.
15. Travel & Tour World. *Azerbaijan sets ambitious global luxury travel goals with Virtuoso partnership* // [Электронный ресурс]. – 2024. – URL: https://www.travelandtourworld.com/news/article/azerbaijan-sets-ambitious-global-luxury-travel-goals-with-virtuoso-partnership-targeting-affluent-travelers-from-europe-asia-and-latin-america-for-exclusive-experiences/.
16. Evokad. *Top Travel Marketing Trends 2024* // [Электронный ресурс]. – 2024. – URL: https://evokad.com/top-travel-marketing-trends-2024/.

Ayxan İSMAYILZADƏ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
Iayxan2003.2005@gmail.com

KƏND TƏSƏRRÜFATI İSTEHSALININ TƏNZİMLƏNMƏSİ METODLARI VƏ YOLLARI

Xülasə: *Məqalədə kənd təsərrüfatı istehsalının dövlət tərəfindən tənzimlənməsi ilə bağlı əsas metod və yanaşmalar təhlil olunur. Kənd təsərrüfatı sektoru iqtisadiyyatın strateji sahələrindən biri olduğundan, onun dayanıqlı inkişafı və məhsuldarlığının artırılması dövlət siyasətində prioritet istiqamətlərdəndir. Məqalədə qeyd olunur ki, tənzimləmə məqsədi ilə istifadə olunan əsas metodlara iqtisadi alətlər (subsidiyalar, vergi güzəştləri, kreditlər), hüquqi mexanizmlər (normativ aktlar və qanunvericilik), idarəetmə və təşkilati yanaşmalar (kooperativlərin dəstəklənməsi, regional inkişaf proqramları) və bilik və texnologiyanın yayılması (aqrar təlimlər, innovasiyalar) daxildir.*

Məqalə nəticə olaraq göstərir ki, dövlətin müdaxiləsi olmadan kənd təsərrüfatı sahəsində bazar mexanizmləri sosial ədaləti və ərzaq təhlükəsizliyini tam təmin edə bilmir. Bu səbəbdən, dövlətin tənzimləyici rolu – xüsusən kiçik və orta təsərrüfatların qorunması və kənd yerlərində yaşayış səviyyəsinin yüksəldilməsi baxımından əvəzolunmazdır. Ümumiyyətlə, tənzimləmə metodlarının uğurla tətbiqi üçün onların kompleks və regional xüsusiyyətlərə uyğun şəkildə həyata keçirilməsi vacibdir.

Açar Sözlər: *Kənd təsərrüfatı, aqrar texnologiyaları, ixrac siyasəti, , sosial inkişaf, bazar mexanizmləri.*

METHODS AND WAYS OF REGULATİON OF AGRİCULTURAL PRODUCTİON

Abstract: *This article analyzes the main methods and approaches to state regulation of agricultural production. Since the agricultural sector is one of the strategic sectors of the economy, its sustainable development and increasing productivity are among the priority directions of state policy. The article notes that the main methods used for regulatory purposes include economic instruments (subsidies, tax breaks, loans), legal mechanisms (normative acts and legislation), management and organizational approaches (support for cooperatives, regional development programs) and the dissemination of knowledge and technology (agricultural training, innovations). The article also shows that without state intervention, market mechanisms in the agricultural sector cannot fully ensure social justice and food security. Therefore, the regulatory role of the state is indispensable, especially in terms of protecting small and medium-sized farms and improving the standard of living in rural areas. The article concludes that for the successful application of regulatory methods, it is important to implement them in a comprehensive manner and in accordance with regional characteristics.*

Keywords: *Agriculture, agrarian technologies, export policy, social development, market mechanisms*.

МЕТОДЫ И СПОСОБЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

Резюме: *В статье анализируются основные методы и подходы государственного регулирования сельскохозяйственного производства. Поскольку аграрный сектор является одним из стратегических секторов экономики, его*

устойчивое развитие и повышение производительности являются приоритетами государственной политики. В статье отмечается, что основными методами, используемыми в целях регулирования, являются экономические инструменты (субсидии, налоговые льготы, кредиты), правовые механизмы (нормативные акты и законодательство), управленческие и организационные подходы (поддержка кооперативов, программы регионального развития), а также распространение знаний и технологий (сельскохозяйственное обучение, инновации). В статье также показано, что без вмешательства государства рыночные механизмы в сельском хозяйстве не могут в полной мере обеспечить социальную справедливость и продовольственную безопасность. По этой причине регулирующая роль государства незаменима, особенно в плане защиты мелких и средних фермерских хозяйств и повышения уровня жизни в сельской местности. Таким образом, для успешного применения методов регулирования важно, чтобы они реализовывались комплексно и с учетом региональных особенностей.

Ключевые слова: *Сельское хозяйство, аграрные технологии, экспортная политика, социальное развитие, рыночные механизмы.*

GİRİŞ

Kənd təsərrüfatı bəşəriyyətin inkişaf tarixində mühüm rol oynamış, insan cəmiyyətinin formalaşmasında və həyat tərzinin dəyişməsində əsas amillərdən biri olmuşdur. Əsrlər boyu kənd təsərrüfatı insanın əsas yaşayış mənbəyi olmaqla yanaşı, iqtisadi inkişafın, sosial sabitliyin və mədəniyyətin inkişafının təməlini təşkil etmişdir. Müasir dövrdə kənd təsərrüfatı yalnız ərzaq məhsullarının təmin olunması ilə məhdudlaşmır, eyni zamanda sənaye üçün xammal mənbəyi, iş yerlərinin yaradılması və regionların inkişafında mühüm rol oynayır.

İqtisadiyyatın bu sektorunun davamlı və səmərəli inkişafı üçün onun düzgün tənzimlənməsi zəruri şərtdir. Kənd təsərrüfatı istehsalının tənzimlənməsi bir sıra məqsədlərə xidmət edir: ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunması, kənd əhalisinin rifahının yüksəldilməsi, ekoloji balansın qorunması və kənd təsərrüfatı məhsullarının bazarda rəqabət qabiliyyətinin artırılması.

Bu sahənin tənzimlənməsi müxtəlif metod və vasitələrlə həyata keçirilir. Dövlət tənzimləməsi, iqtisadi mexanizmlər, hüquqi çərçivə və elmi-texniki yeniliklər bu istiqamətdə istifadə olunan əsas vasitələrdir. Dövlət tərəfindən fermerlərə subsidiya verilməsi, vergi güzəştləri tətbiq olunması, kənd təsərrüfatı üçün güzəştli kreditlərin ayrılması və ixrac təşviqləri tənzimləmə tədbirlərinin əsas nümunələridir. Digər tərəfdən, fermerlərin bazar şərtlərinə uyğun fəaliyyət göstərməsi və rəqabətə davamlı məhsul istehsal etməsi üçün iqtisadi təşviqlərin verilməsi vacibdir.

Hazırkı qlobal iqtisadi dəyişikliklər fonunda kənd təsərrüfatı sektoru yeni çağırışlarla üzləşir: iqlim dəyişikliyi, su ehtiyatlarının azalması, torpaq eroziyası və texnoloji yeniliklər bu sahədə yeni tənzimləmə yanaşmalarını tələb edir. Buna görə də, kənd təsərrüfatı istehsalının tənzimlənməsi yalnız ənənəvi metodlarla deyil, həm də innovativ və davamlı inkişaf strategiyaları ilə dəstəklənməlidir.

Məqalənin yazılmasında məqsəd kənd təsərrüfatı sektorunun daha effektiv və dayanıqlı inkişafını təmin etmək üçün hansı tənzimləmə metodlarının daha uğurlu olduğunu araşdırmaqdır.

Kənd təsərrüfatı cəmiyyətin iqtisadi, sosial və ekoloji həyatında mühüm rol oynayan sahələrdən biridir. Tarix boyu kənd təsərrüfatı insanın ən əsas həyat təminatçısı olmuş, iqtisadi sabitliyin və sosial rifahın əsasını təşkil etmişdir. Müasir dövrdə də kənd təsərrüfatı yalnız qida təminatı baxımından deyil, eyni zamanda iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi, məşğulluğun artırılması, ekoloji tarazlığın qorunması və kənd yerlərinin sosial inkişafı üçün əvəzolunmaz rol

oynayır.

Kənd təsərrüfatı sektorunun əsas funksiyalarından biri ölkənin ərzaq təhlükəsizliyini təmin etməkdir. Yerli kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı xarici bazarlardan asılılığı azaldır, əhalinin sağlam və keyfiyyətli qida məhsulları ilə təmin olunmasına imkan yaradır. Qlobal iqlim dəyişikliyi, pandemiyalar və digər fövqəladə hallarda ərzaq təminatında daxili istehsalın güclü olması strateji əhəmiyyət daşıyır.

Kənd təsərrüfatı sektoru milli iqtisadiyyatın strukturunda mühüm yer tutur. Ərzaq sənayesi kənd təsərrüfatı məhsullarına əsaslanır. Kənd təsərrüfatının inkişafı digər sahələrin, xüsusilə də logistika, emal sənayesi və xidmət sektorunun inkişafına da təkan verir. Bu sahə milli gəlirin artırılmasına, ixrac potensialının gücləndirilməsinə və regional iqtisadi balansın təmin olunmasına şərait yaradır.

Kənd yerlərində yaşayan əhali üçün kənd təsərrüfatı əsas məşğulluq sahəsidir. Fermer təsərrüfatları, aqrar müəssisələr və emal sənayesi çoxlu sayda iş yerləri yaradır. Bu isə kənddən şəhərə kütləvi miqrasiyanın qarşısını alır, kənd əhalisinin həyat səviyyəsini yüksəldir və sosial stabilliyi təmin edir [1].

Kənd təsərrüfatı sektorunun inkişafı regionlarda infrastrukturun (yollar, suvarma sistemləri, saxlama ambarları və s.) yaxşılaşdırılmasına səbəb olur. Dövlət və özəl sektor investisiyaları kənd yerlərində sosial xidmətlərin (təhsil, səhiyyə, sosial təminat) genişlənməsinə və əhalinin yaşayış şəraitinin yaxşılaşmasına imkan yaradır. Bu da kənd həyatının cazibədarlığını artırır və sosial ədaləti təşviq edir.

Kənd təsərrüfatı məhsulları bir çox ölkələr üçün əsas ixrac məhsulları sırasında yer alır. Rəqabətqabiliyyətli və ekoloji təmiz kənd təsərrüfatı məhsullarının xarici bazarlara çıxarılması ölkənin valyuta ehtiyatlarını artırır, iqtisadi müstəqilliyini gücləndirir və beynəlxalq ticarət əlaqələrinin genişlənməsinə kömək edir[2].

Davamlı kənd təsərrüfatı praktikaları təbii resursların qorunmasına və ətraf mühitin mühafizəsinə kömək edir. Torpaq eroziyasının qarşısının alınması, su ehtiyatlarının düzgün idarə olunması, biomüxtəlifliyin qorunması və ekoloji tarazlığın saxlanılması kənd təsərrüfatı sektorunun vacib funksiyalarındandır. Ətraf mühitə dost yanaşmalar həm uzunmüddətli məhsuldarlığı artırır, həm də gələcək nəsillər üçün sağlam həyat mühiti yaradır.

Kənd təsərrüfatı sektoru dünya iqtisadiyyatında strateji sahələrdən biri kimi çıxış edir. Onun inkişafı və səmərəli fəaliyyət göstərməsi üçün düzgün və effektiv tənzimləmə mexanizmlərinin mövcudluğu vacibdir. İqlim dəyişiklikləri, bazar riskləri, təbii fəlakətlər, texnoloji yeniliklər kimi faktorlar kənd təsərrüfatı istehsalına birbaşa təsir göstərir və bu sahənin dövlət və özəl sektor tərəfindən tənzimlənməsini zəruri edir [3].

Kənd təsərrüfatı istehsalının tənzimlənməsi həm makroiqtisadi, həm də mikroiqtisadi səviyyədə müxtəlif metod və vasitələrlə həyata keçirilir. Bu metodlar aşağıdakı kimi təsnif olunur:

1. Dövlət tənzimlənməsi
2. İqtisadi tənzimləmə mexanizmləri
3. Elmi – texniki və innovativ tənzimləmə
4. Hüquqi və normativ tənzimləmə

Dövlətin kənd təsərrüfatı sektoruna müdaxiləsi istehsalın davamlılığının və ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunması məqsədilə aparılır. Dövlətin tənzimləmə tədbirləri müxtəlif istiqamətlərdə həyata keçirilir:

- Subsidiya və maliyyə dəstəyi
- Vergi güzəştləri və kredit siyasəti
- Qiymət və bazar tənzimləməsi

Fermerlərin və kənd təsərrüfatı müəssisələrinin maliyyə yükünün azaldılması məqsədilə müxtəlif növ subsidiya proqramları həyata keçirilir [4]. Bu subsidiyalar aşağıdakı sahələri əhatə

edir:

- Toxum və gübrə subsidiyaları
- Texnika və aqrotexniki xidmətlərə dəstək
- Sığorta haqlarının subsidiyalaşdırılması
- Suvarma və meliorasiya sistemlərinin qurulması

Bu cür dəstəklər kənd təsərrüfatında məhsuldarlığın artırılmasına və risklərin azaldılmasına şərait yaradır.

Kənd təsərrüfatı sektorunda fəaliyyət göstərən subyektlər üçün bir sıra vergi güzəştləri tətbiq edilir [5].

- Fermerlərə və kənd təsərrüfatı müəssisələrinə:
- Əmlak və torpaq vergisi güzəştləri
- Mənfəət vergisindən azadolma

Aşağı faizli və uzunmüddətli kreditlərin təqdim olunması bu sahədə fəaliyyətin genişlənməsinə və investisiya imkanlarının artırılmasına kömək edir.

Dövlət bir sıra strateji kənd təsərrüfatı məhsulları üçün minimal və ya sabit qiymətlər müəyyən edir. Bu, fermerlərin gəlir səviyyəsini qorumağa və bazar risklərindən sığortalamağa xidmət edir. Eyni zamanda:

İdxal rüsumları və kvotalar vasitəsilə yerli istehsal qorunur,

Yerli məhsulların xarici bazarlara çıxışını dəstəkləyən təşviqlər tətbiq edilir.

İqtisadi mexanizmlərlə tənzimləmə əsasən bazar prinsiplərinə əsaslanır. Bu sahədə əsas metodlar aşağıdakılardır:

- Kənd təsərrüfatı sığortası
- Kənd təsərrüfatı kooperasiyaları

Fermerlərin təbii fəlakətlər, xəstəliklər və bazar dalğalanmaları kimi risklərə qarşı qorunması üçün kənd təsərrüfatı sığortası sistemi tətbiq edilir. Dövlət çox zaman sığorta haqlarının müəyyən faizini subsidiyalaşdıraraq fermerləri sığortaya təşviq edir.

Fermerlərin birləşərək kooperativlər yaratması onların bazar gücünü artırır, istehsal xərclərini azaldır və məhsullarını daha sərfəli şərtlərlə bazara çıxarmalarına imkan verir. Dövlət kooperativlərin yaradılmasını dəstəkləyir və güzəştli şərtlər təqdim edir.

Texnologiyaların sürətli inkişafı kənd təsərrüfatı istehsalında innovativ yanaşmaların tətbiq olunmasını zəruri edir. Bu sahədə tənzimləmə aşağıdakı istiqamətləri əhatə edir:

- Aqrar elmin inkişafı
- Rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi

Kənd təsərrüfatı məhsuldarlığının artırılması üçün:

Yeni məhsul növlərinin yetişdirilməsi

Müasir suvarma və becərmə texnologiyalarının tətbiqi

Biotexnologiya və genetika sahəsində nailiyyətlər

təqdim olunur. Dövlət və özəl sektor bu tədqiqatları dəstəkləyir və innovasiyaların tətbiqini stimullaşdırır [6].

"Smart farming" (ağıllı kənd təsərrüfatı) yanaşması çərçivəsində dronların, peyk izləmə sistemlərinin, sensorların və avtomatlaşdırılmış texnikaların istifadəsi məhsuldarlığı artırır və istehsal proseslərini optimallaşdırır.

Kənd təsərrüfatı fəaliyyətini tənzimləyən qanunvericilik aktları istehsalçıların hüquqlarını qoruyur və onların fəaliyyətini qaydaya salır. Əsas hüquqi tədbirlər:

- Torpaq münasibətlərinin tənzimlənməsi
- Ekoloji normativlərə riayət olunması
- Kənd təsərrüfatı məhsullarının keyfiyyət standartlarının müəyyən edilməsi
- Qida təhlükəsizliyi və fitosanitar qaydaların tətbiqi

Kənd təsərrüfatı istehsalının tənzimlənməsi sosial-iqtisadi proseslərin düzgün istiqamətləndirilməsi və kənd təsərrüfatı sektorunun səmərəli inkişafı üçün zəruri olan tədbirlər kompleksidir. Bu fəsildə kənd təsərrüfatı istehsalının tənzimlənməsi sahəsində mövcud metod və mexanizmlər geniş şəkildə araşdırılır [7].

Dövlət tənzimləməsi kənd təsərrüfatı sektorunun idarə olunmasında əsas aparıcı qüvvədir. Dövlət müdaxiləsi bir neçə əsas istiqamətdə həyata keçirilir:

- Maliyyə dəstəyi: Dövlət büdcəsindən ayrılan subsidiyalar, qrantlar, güzəştli kreditlər fermerlərin və aqrar müəssisələrin fəaliyyətini stimullaşdırır [8].
- Qiymət sabitliyinin qorunması: Ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunması məqsədilə strateji məhsulların qiymətləri dövlət tərəfindən tənzimlənir [9].
- İnfrastruktur layihələri: Suvarma sistemləri, kənd yolları, anbar və emal müəssisələrinin tikintisi dövlət dəstəyinin mühüm tərkib hissəsidir.
- İxracın təşviqi: Kənd təsərrüfatı məhsullarının beynəlxalq bazarlara çıxışına dövlət tərəfindən dəstək göstərilir [10].

İqtisadi tənzimləmə kənd təsərrüfatı istehsalçılarının iqtisadi mühitdə effektiv fəaliyyət göstərməsi üçün müxtəlif alətlərdən istifadəni nəzərdə tutur:

- Subsidiyalar: Fermerlərə toxum, gübrə, yanacaq və digər resursların alınmasında yardım edilir [11].
- Kreditlər və maliyyələşdirmə: Güzəştli şərtlərlə uzunmüddətli və qısamüddətli kənd təsərrüfatı kreditləri verilir.
- Vergi güzəştləri: Əkinçilik və heyvandarlıq sahəsində fəaliyyət göstərən müəssisələr üçün vergi yükü azaldılır [12].
- Lizinq proqramları: Kənd təsərrüfatı texnikasının lizinq yolu ilə əldə olunmasına dəstək verilir [13].

Hüquqi tənzimləmə kənd təsərrüfatı istehsalının müəyyən edilmiş qanuni çərçivələr daxilində həyata keçirilməsini təmin edir[14]. Buraya daxildir:

- Torpaq qanunvericiliyi: Torpaq mülkiyyəti, icarəsi və istifadəsi ilə bağlı qanunlar.
- Ətraf mühitin mühafizəsi qanunları: Su, torpaq və bioloji müxtəlifliyin qorunmasına dair tələblər [15].
- Ərzaq təhlükəsizliyi normativləri: İstehsal olunan kənd təsərrüfatı məhsullarının insan sağlamlığı üçün təhlükəsiz olması tələb edilir.
- Standartlaşdırma və sertifikatlaşdırma: Kənd təsərrüfatı məhsullarının beynəlxalq və yerli standartlara uyğunluğu təmin edilir [16].

İnzibati tənzimləmə sahəsində dövlət orqanları birbaşa nəzarət və icbari tədbirlərlə istehsal prosesinə təsir göstərirlər. Bu tədbirlər aşağıdakılardan ibarətdir:

- Əkin planlarının hazırlanması və həyata keçirilməsi: Məhsul çeşidinin və sahələrin müəyyənləşdirilməsi [17].
- Baytarlıq və fitosanitar nəzarət: Heyvan və bitki sağlamlığının qorunması üçün profilaktik tədbirlər [18].
- Keyfiyyətə nəzarət: İstehsal olunan məhsulların keyfiyyətinin monitorinqi və sertifikatlaşdırılması.
- Kənd təsərrüfatı ehtiyatlarının monitorinqi: Torpaq və su resurslarının davamlı istifadəsinin təmin olunması[19].

Müasir dövrdə kənd təsərrüfatı istehsalının ekoloji cəhətdən davamlı olması vacib şərtlərdən biridir. Ekoloji tənzimləmə aşağıdakı istiqamətlərdə həyata keçirilir:

- Üzvi kənd təsərrüfatının təşviqi: Kimyəvi gübrə və pestisidlərin istifadəsinin azaldılması, təbii istehsal metodlarının genişləndirilməsi [20].
- Eroziya və torpaq deqradasiyası ilə mübarizə: Torpağın münbitliyinin qorunması üçün aqrotexniki tədbirlərin görülməsi.

- Su ehtiyatlarının qorunması: Suvarmada yeni texnologiyaların tətbiqi və su israfının azaldılması [21].

- Biodiversitetin qorunması: Kənd təsərrüfatı ərazilərində təbii ekosistemlərin qorunması üçün tədbirlər görülür.

Texnoloji inkişaf kənd təsərrüfatı istehsalının idarə olunmasında və tənzimlənməsində yeni imkanlar yaratmışdır:

- Rəqəmsal kənd təsərrüfatı (smart farming): Torpaq, su və məhsul vəziyyətinin sensorlarla monitorinqi, peyk görüntüləri və süni intellekt vasitəsilə məhsuldarlığın artırılması.

- Avtomatlaşdırılmış texnika: Traktorlar, kombaynlar və digər kənd təsərrüfatı texnikasının robotlaşdırılması[22] .

- Veri analitikası və süni intellekt: Əkin sahələrinin məhsuldarlığının optimallaşdırılması üçün məlumatların təhlili və qərar qəbuletmənin təkmilləşdirilməsi.

- Elektron bazarlar: Fermerlər üçün məhsulların onlayn satışı və bazar məlumatlarına çıxış imkanları.

NƏTİCƏ

Kənd təsərrüfatı istehsalının tənzimlənməsi, ölkənin iqtisadi və sosial inkişafında mühüm rol oynayır. İqtisadi artımın və ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunması baxımından kənd təsərrüfatı sektoru dövlət siyasətinin əsas hədəf sahələrindən biridir. Tədqiqat zamanı kənd təsərrüfatı istehsalının təşkili və idarə olunmasında müxtəlif metod və mexanizmlərin, xüsusilə dövlət tənzimlənməsi, iqtisadi və hüquqi alətlərin, ekoloji və innovativ yanaşmaların əhəmiyyətli rol oynadığı aşkar edilmişdir.

Aparılan araşdırmalar nəticəsində aşağıdakı əsas nəticələr əldə olunmuşdur:

- Dövlət tənzimləməsi kənd təsərrüfatı sektorunun sabit inkişafının təmin olunmasında əsas alət kimi çıxış edir. Dövlət subsidiyaları, güzəştli kreditlər, infrastruktur layihələri və bazar dəstəyi kənd təsərrüfatı istehsalçılarının fəaliyyətini stimullaşdırır və onların bazar risklərini azaldır.

- İqtisadi tənzimləmə metodları fermerlərin və aqrar istehsalçıların maliyyə imkanlarını genişləndirməklə onların istehsal gücünü artırır. Subsidiyalar, vergi güzəştləri və kredit mexanizmləri fermerlərin innovativ texnologiyalara çıxışını asanlaşdırır və məhsuldarlığı artırır.

- Hüquqi tənzimləmə kənd təsərrüfatında hüquqi çərçivənin formalaşdırılması və fəaliyyətin qanuni əsasda həyata keçirilməsi baxımından mühüm əhəmiyyət daşıyır. Torpaq mülkiyyəti, su ehtiyatlarının idarə olunması və ərzaq təhlükəsizliyi sahəsində mövcud qanunlar kənd təsərrüfatı fəaliyyətinin davamlı və təhlükəsiz inkişafını təmin edir.

- İnzibati tənzimləmə metodları kənd təsərrüfatı sahəsində intizamı artırır, məhsul keyfiyyətinə nəzarəti gücləndirir və baytarlıq, fitosanitar xidmətlərin təşkilində mühüm rol oynayır.

- Ekoloji tənzimləmə kənd təsərrüfatının davamlı inkişafı üçün vacibdir. Torpağın münbitliyinin qorunması, su ehtiyatlarından səmərəli istifadə və bioloji müxtəlifliyin mühafizəsi kənd təsərrüfatı sektorunun uzunmüddətli perspektivdə dayanıqlığını təmin edir.

- İnnovativ texnologiyaların tətbiqi kənd təsərrüfatı istehsalında məhsuldarlığın artırılmasına, resursların effektiv istifadəsinə və istehsal proseslərinin optimallaşdırılmasına xidmət edir. Rəqəmsal kənd təsərrüfatı, süni intellekt əsaslı idarəetmə sistemləri və avtomatlaşdırılmış texnikaların istifadəsi bu sahədə yeni inkişaf mərhələsini açır.

Yekun olaraq qeyd etmək olar ki, kənd təsərrüfatı istehsalının uğurlu tənzimlənməsi üçün dövlət dəstəyi ilə yanaşı, özəl təşəbbüslərin təşviqi, bazar münasibətlərinin dərinləşdirilməsi, texnoloji innovasiyaların tətbiqi və ekoloji prinsiplərə əməl olunması vacib

şərtlərdir. Bu amillərin uzlaşdırılması kənd təsərrüfatı sektorunun rəqabətqabiliyyətliliyini və davamlı inkişafını təmin edə bilər.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Əliyev M.Ə. Kənd təsərrüfatının iqtisadiyyatı. Bakı: Elm, 2015.
2. İsmayılov A.B. Aqrar islahatlar və inkişaf perspektivləri. Bakı: Şərq-Qərb, 2017.
3. Hacıyev V.H. Kənd təsərrüfatı istehsalının təşkili. Bakı: Təhsil, 2019.
4. Qasımov S.M. Kənd təsərrüfatı iqtisadiyyatı. Bakı: Azərbaycan Universiteti nəşriyyatı, 2016.
5. Abbasov E.M. Aqrar sektorun idarə olunması problemləri. Bakı: Elm və təhsil, 2018.
6. Əliyeva L.R. Torpaq və su ehtiyatlarının idarə olunması. Bakı: Nurlar, 2020.
7. Əliyev A.M. Aqrar sahədə dövlət tənzimlənməsi. Bakı: Elm, 2017.
8. Məmmədov F.A. Kənd təsərrüfatında innovasiyalar. Bakı: Təhsil, 2018.
9. Quliyev R.S. Aqrar siyasət və inkişaf strategiyaları. Bakı: Azərnəşr, 2015.
10. Hüseynov T.K. Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalında ekoloji amillər. Bakı: Şərq-Qərb, 2019.
11. Qurbanov Ə.H. Aqrar bazar münasibətləri. Bakı: Elm və təhsil, 2016.
12. Süleymanov R.Ş. Kənd təsərrüfatında məhsuldarlığın artırılması yolları. Bakı: Nurlar, 2017.
13. Vəliyev Z.Z. Aqrar sahədə iqtisadi mexanizmlər. Bakı: Təhsil, 2018.
14. Məlikov N.M. Kənd təsərrüfatı məhsullarının marketinqi. Bakı: Elm, 2016.
15. Azərbaycan Respublikasının Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi. Rəsmi sənədlər və illik hesabatlar, 2023.
16. Azərbaycan Respublikasının Torpaq Məcəlləsi. Bakı: Hüquq ədəbiyyatı, 2022.
17. FAO (Food and Agriculture Organization). World Agriculture Report, 2022.
18. Dünya Bankı. Agriculture Development Policy Review, 2021.
19. OECD. Agricultural Policy Monitoring and Evaluation, 2022.
20. European Commission. Common Agricultural Policy (CAP) Reports, 2023.
21. UNDP. Sustainable Agriculture and Rural Development, 2021.
22. IFAD (International Fund for Agricultural Development). Rural Development Report.

Aliyə QASIMLI
Sumqayıt Dövlət Universiteti,
magistrant
aliyeqasimli2@gmail.com

RƏQƏMSAL TRANSFORMASİYANIN MÜƏLLİM VƏ ŞAGİRD MÜNASİBƏTLƏRİNƏ TƏSİRİ

Xülasə: *Bu məqalə rəqəmsal transformasiyanın təhsil sistemində müəllim–şagird münasibətlərinə təsirini araşdırır. Rəqəmsal vasitələr tədris prosesini fərdiləşdirməyə, əməkdaşlıq və qarşılıqlı fəaliyyət imkanlarını genişləndirməyə, həmçinin şagirdlərin motivasiyasını artırmağa imkan verir. Müəllimlər öyrənməni istiqamətləndirən mentor rolunu götürərək, şagirdlərin inkişafını real vaxt rejimində izləyə və geribildirim verə bilirlər. Bununla yanaşı, sosial təcrid riski, texnoloji asılılıq və bacarıq fərqləri kimi çağırışlar da ortaya çıxır. Məqalə göstərir ki, rəqəmsal transformasiyanın uğurlu tətbiqi üçün texnologiya ilə yanaşı, pedaqoji empatiya və ünsiyyət bacarıqları da önəmli rol oynayır.*

Açar sözlər: *Rəqəmsal, müəllim, şagird, əməkdaşlıq, motivasiya.*

THE IMPACT OF DIGITAL TRANSFORMATION ON TEACHER-STUDENT RELATIONSHIPS

Abstract: *This article examines the impact of digital transformation on teacher-student relationships in the education system. Digital tools allow for personalization of the teaching process, expansion of opportunities for collaboration and interaction, and also increase student motivation. Teachers, taking on the role of mentors guiding learning, can monitor student progress in real time and provide feedback. However, challenges such as the risk of social isolation, technological dependence, and skill gaps also arise. The article shows that pedagogical empathy and communication skills play an important role in the successful implementation of digital transformation, in addition to technology.*

Keywords: *Digital, teacher, student, collaboration, motivation.*

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ НА ОТНОШЕНИЯ МЕЖДУ УЧИТЕЛЯМИ И УЧЕНИКАМИ

Резюме: *В данной статье рассматривается влияние цифровой трансформации на отношения между преподавателем и учеником в системе образования. Цифровые инструменты позволяют персонализировать учебный процесс, расширить возможности для совместной работы и взаимодействия, а также повысить мотивацию учащихся. Преподаватели, выступая в роли наставников, могут отслеживать прогресс учащихся в режиме реального времени и предоставлять обратную связь. Однако возникают и такие проблемы, как риск социальной изоляции, технологическая зависимость и пробелы в навыках. В статье показано, что педагогическая эмпатия и коммуникативные навыки играют важную роль в успешной*

реализации цифровой трансформации, помимо технологий.

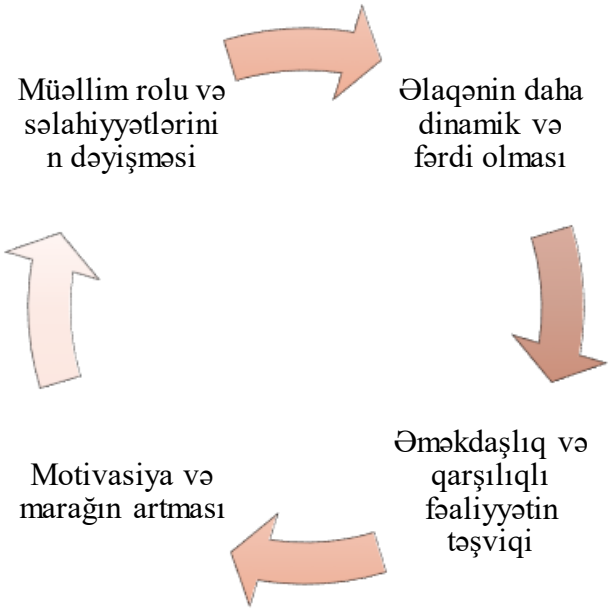
Ключевые слова: *цифровые технологии, преподаватель, ученик, сотрудничество, мотивация.*

GİRİŞ

Rəqəmsal transformasiya yalnız texnologiyaların tətbiqi ilə məhdudlaşmır; o, həm də təhsil sistemində fəaliyyət prinsiplərini, pedaqoji yanaşmaları və müəllim–şagird münasibətlərini köklü şəkildə dəyişdirir. Müasir təhsil mühiti artıq ənənəvi sinif otağından kənara çıxaraq virtual, interaktiv və fərdiləşdirilmiş öyrənmə məkanına çevrilmişdir. Elektron öyrənmə platformaları, süni intellekt əsaslı tədris vasitələri, interaktiv tətbiqlər və virtual laboratoriyalar tədris prosesinin əsas elementlərinə çevrilmişdir. Bu prosesdə müəllimlərin rolu dəyişərək bilik ötürən deyil, öyrənməni istiqamətləndirən, motivasiya yaradan və şagirdlərin öyrənmə bacarıqlarını inkişaf etdirən şəxsə çevrilmişdir. Eyni zamanda, şagirdlər passiv bilik alıcısı olmaqdan çıxaraq aktiv tədqiqatçı, yaradıcı və məsuliyyətli öyrənən kimi formalaşırlar [1, s. 67].

Rəqəmsal vasitələr müəllim–şagird münasibətlərinə yeni imkanlar və çağırışlar gətirir (Şəkil 1). Ənənəvi müəllim mərkəzli modeldən fərqli olaraq, rəqəmsal mühitdə münasibətlər qarşılıqlı əməkdaşlıq və birgə öyrənmə üzərində qurulur. Müəllimlər onlayn platformalar vasitəsilə fərdi materiallar təqdim edir, şagirdlərin inkişafını izləyir və geribildirim verir, şagirdlər isə rəqəmsal mənbələrdən istifadə edərək müstəqil öyrənir. Eyni zamanda, virtual tədrisdə müəllimin empatiya və ünsiyyət bacarıqları şagirdlərin motivasiyasını və öyrənməyə marağını qorumaq üçün vacibdir [2, s. 84].

Şəkil 1. Müəllim və şagird münasibətlərində rəqəmsal transformasiyanın təsiri



Şəkil 1-ə əsasən, əlaqənin daha dinamik və fərdi olması rəqəmsal mühitdə müəllimlərin hər bir şagirdin öyrənmə prosesini fərdi şəkildə izləməsinə imkan yaradır. “Google Classroom”, “Moodle” və ya “Microsoft Teams” kimi platformalar vasitəsilə müəllimlər şagirdlərin

tapşırıqlarını real vaxtda qiymətləndirə, zəif tərəflərini müəyyənləşdirə və fərdi resurslar təqdim edə bilirlər. Məsələn, bir şagird riyaziyyat məsələlərində çətinlik çəkirsə, müəllim ona izahlı video dərs və ya fərdi məşq tapşırığı göndərə bilər. Bu, öyrənmə prosesinin şəxsiləşməsinə və müəllim–şagird əlaqəsinin daha səmərəli olmasına şərait yaradır.

İkincisi, əməkdaşlıq və qarşılıqlı fəaliyyətin təşviqi rəqəmsal mühitdə tədrisin əsas komponentlərindən birinə çevrilmişdir. Müasir platformalar, o cümlədən "Padlet", "Miro" və "Jamboard" kimi alətlər şagirdlərə birgə layihələr üzərində işləmək, fikirlərini paylaşmaq və qarşılıqlı qiymətləndirmə aparmaq imkanı verir. Bu zaman müəllim ənənəvi "bilik verən" rolundan çıxaraq öyrənməni istiqamətləndirən fasilitator roluna keçir. Beləliklə, müəllim–şagird münasibətləri əməkdaşlığa əsaslanır, qarşılıqlı hörmət və etimada söykənən mühit formalaşır.

Üçüncüsü, motivasiya və marağın artması rəqəmsal mühitin ən mühüm təsirlərindəndir. Oyunlaşdırılmış dərs metodlarının ("Kahoot", "Quizizz", "ClassDojo" və s.) tətbiqi şagirdlərdə öyrənməyə rəqabət və maraq hissi yaradır. Bu, dərs prosesini daha canlı və interaktiv edir. Məsələn, tarix dərsində şagirdlər viktorina şəklində yarışarkən həm əylənir, həm də məlumatları möhkəmləndirirlər. Rəqəmsal geribildirim sistemləri sayəsində onlar nəticələrini dərhal görə bilir və öz inkişaflarını izləyə bilirlər. Bu da öyrənməyə davamlı motivasiya yaradır.

Dördüncüsü, müəllim rolunun və səlahiyyətlərinin dəyişməsi rəqəmsal transformasiyanın təhsilə gətirdiyi ən dərin dəyişikliklərdən biridir. Müəllim artıq "məlumat mənbəyi" deyil, öyrənməni təşkil edən və istiqamətləndirən bir liderdir. Məsələn, o, "YouTube Edu" və "Coursera" kimi resurslardan istifadə edərək mövzuya dair müxtəlif baxış bucaqları təqdim edir, lakin şagirdlərin həmin məlumatı təhlil etməsi və nəticə çıxarması üçün şərait yaradır. Bu yanaşma müəllim–şagird münasibətlərini daha bərabər, dialoqa əsaslanan və demokratik müstəviyə gətirir [3, s. 92].

Bununla yanaşı, rəqəmsal transformasiya təkcə üstünlüklər deyil, həm də müəyyən çağırışlar və risklər yaradır. Virtual tədris sosial təcrid riski doğura bilər, çünki şagirdlər fiziki sinif mühitindəki qarşılıqlı əlaqə və sosiallaşma imkanlarını itirirlər. Məsələn, uzunmüddətli məsafədən təhsil zamanı şagirdlər həmyaşıdları ilə canlı ünsiyyətdən uzaqlaşır, bu isə sosial bacarıqların zəifləməsinə gətirib çıxarır. Eyni zamanda, texnoloji asılılıq problemi də yaranır: müəllim və şagirdlər ekran qarşısında çox vaxt keçirdikdə emosional bağlılıq zəifləyir və pedaqoji münasibətlər mexanikləşir [4, s. 123].

Digər tərəfdən, texnoloji bacarıq fərqləri və infrastruktur bərabərsizliyi də bu münasibətlərdə disbalans yaradır. Bütün müəllim və şagirdlər texnologiyadan eyni səviyyədə istifadə edə bilmir, xüsusilə də bölgələrdə internetə və cihazlara çıxış imkanları məhdud olur [5, s. 112]. Məsələn, şəhər məktəblərində rəqəmsal tədris alətləri aktiv tətbiq olunduğu halda, ucqar ərazilərdə bu imkanlar çox zaman mövcud deyil və nəticədə müəllim–şagird münasibətləri arasında fərqlilik yaranır.

Beləliklə, rəqəmsal transformasiya təhsildə həm imkanlar, həm də məsuliyyətlər yaradır. Müəllim–şagird münasibətləri daha demokratik, interaktiv və şəffaf hala gəlsə də, bu prosesin uğuru yalnız texnologiyadan deyil, müəllimlərin pedaqoji və psixoloji hazırlığından da asılıdır. Müasir müəllim rəqəmsal savadlı olmalı, texnologiyanı məqsədyönlü şəkildə tətbiq etməli və eyni zamanda insani ünsiyyəti qorumağa diqqət göstərməlidir. Yalnız bu halda

rəqəmsal transformasiya təhsilin keyfiyyətini yüksəldəcək, həm müəllim, həm də şagird üçün öyrənməni dəyərləndirən, bərabərhüquqlu və qarşılıqlı hörmətə əsaslanan bir prosesə çevriləcəkdir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Bates, T. (2019). Teaching in a digital age: Guidelines for designing teaching and learning. Tony Bates Associates Ltd. pp. 350
2. Ertmer, P. A., & Ottenbreit-Leftwich, A. T. (2013). Teacher technology change: How knowledge, confidence, beliefs, and culture intersect. Journal of Research on Technology in Education, 42 (3), pp. 284.
3. Prensky, M. (2010). Teaching digital natives: Partnering for real learning. Corwin. pp. 210
4. Selwyn, N. (2016). Education and technology: Key issues and debates. Bloomsbury Academic. 2nd ed., pp. 312
5. Siemens, G., & Tittenberger, P. (2009). Handbook of emerging technologies for learning. University of Manitoba. pp. 180

Türkay ƏZİZOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
turkayazizova@gmail.com

QAÇQIN VƏ MƏCBURİ KÖÇKÜN OLAN ŞƏXSLƏRİN SOSİAL-İQTİSADİ RİFAHININ YÜKSƏLDİLMƏSİ İSTİQAMƏTİNDƏ DÖVLƏT SİYASƏTİ

Xülasə: *Azərbaycanın ən ciddi sosial problemlərindən biri qaçqın və məcburi köçkün məsələsidir. Ermənistanın işğalı nəticəsində bir milyondan çox insan öz yurdlarından didərgin düşmüşdür. Dövlət onların sosial müdafiəsi və yaşayış şəraitinin yaxşılaşdırılması üçün mühüm proqramlar həyata keçirmişdir. 2020-ci il Qələbəsindən sonra "Böyük Qayıdış" prosesi başlayaraq azad olunmuş ərazilərin bərpası və köçkünlərin geri qayıdışı təmin edilir. Bu proses həm humanitar, həm də iqtisadi baxımdan ölkənin davamlı inkişafına mühüm töhfə verir.Məqalədə Azərbaycan Respublikasında qaçqın və məcburi köçkünlərin sosial-iqtisadi rifahının yüksəldilməsi istiqamətində həyata keçirilən dövlət siyasəti araşdırılmış, bu sahədə görülən işlər təhlil olunmuşdur.*

Açar sözlər: *Qaçqınlar, Məcburi köçkünlər, Böyük Qayıdış, Sosial siyasət, İqtisadi inkişaf, Bərpa, Dövlət proqramı.*

STATE POLICY AIMED AT IMPROVING THE SOCIO-ECONOMIC WELFARE OF REFUGEES AND INTERNALLY DISPLACED PERSONS

Abstract: *One of the most serious social problems of Azerbaijan is the issue of refugees and internally displaced persons (IDPs). As a result of Armenia's occupation, more than one million people were forced to leave their native lands. The state has implemented significant programs to ensure their social protection and improve their living conditions. After the Victory of 2020, the "Great Return" process began, ensuring the restoration of the liberated territories and the return of displaced persons. This process makes an important contribution to the country's sustainable development from both humanitarian and economic perspectives. The*

article examines the state policy implemented in the Republic of Azerbaijan to improve the socio-economic welfare of refugees and internally displaced persons and analyzes the measures taken in this field.

Keywords: *Refugees, Internally Displaced Persons, Great Return, Social Policy, Economic Development, Reconstruction, State Program.*

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА ПО ПОВЫШЕНИЮ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ БЕЖЕНЦЕВ И ВЫНУЖДЕННЫХ ПЕРЕСЕЛЕНЦЕВ

Резюме: *Одной из наиболее серьёзных социальных проблем Азербайджана является вопрос беженцев и вынужденных переселенцев. В результате оккупации Арменией более одного миллиона человек были вынуждены покинуть свои родные земли. Государство реализовало важные программы по обеспечению их социальной защиты и улучшению условий жизни. После Победы 2020 года начался процесс "Великого возвращения", предусматривающий восстановление освобождённых территорий и возвращение переселенцев. Этот процесс вносит значительный вклад в устойчивое развитие страны как в гуманитарном, так и в экономическом аспектах. В статье исследуется государственная политика, проводимая в Азербайджанской Республике в направлении повышения социально-экономического благосостояния беженцев и вынужденных переселенцев, а также анализируются проведённые в данной сфере мероприятия.*

Ключевые слова: *беженцы, вынужденные переселенцы, Великое возвращение, социальная политика, экономическое развитие, восстановление, государственная программа.*

GİRİŞ

Məcburi köçkün və qaçqın anlayışları bir-birilə oxşarlıq təşkil etsə də, aralarında müəyyən fərqlər mövcuddur. Oxşarlıq ondadır ki, həm məcburi köçkün, həm də qaçqın yaşadıqları ərazini müəyyən səbəblərə görə tərk edən şəxslərdir. Fərq isə budur ki, məcburi köçkün yaşadığı ölkənin daxilində yeni yaşayış yerinə köçməyə məcbur olur, qaçqın isə dini, siyasi və ya digər səbəblərdən təqiblərdən qorxaraq ölkəsini tərk edir. Yalnız digər ölkədə sığınacaq tapıb məskunlaşan şəxs qaçqın statusu ala bilər. Məcburi köçkünlər müxtəlif səbəblərə görə yaşadıqları əraziləri tərk etməyə məcbur olurlar. Bunlar arasında ən çox rast gəlinən hallar silahlı münaqişə, müharibə, təbii və texnogen fəlakətlərdir. Belə hallar zamanı əhali sürətlə təhlükəsiz əraziyə köçürülməli, xüsusilə qadınlar, uşaqlar və yaşlılar üçün müvafiq sığınacaq təmin edilməlidir. Ölkə daxilində köçürülmə, xüsusilə müharibə zamanı dövlət orqanlarının fəaliyyət göstərmədiyi ərazilərdə, qeyri-dövlət təşkilatlarının nəzarəti altında həyata keçirilir. Qaçqın və Məcburi köçkünlər həyati çətinliklərlə qarşılaşdıqda xüsusi himayəyə ehtiyac duyurlar. Bu hallarda onlar adətən kütləvi düşərgələrdə və ya müvəqqəti yaşayış məntəqələrində yerləşdirilir, orada minimum yaşayış şəraiti və zəruri infrastruktur təmin olunur.

Bu isə özlüyündə bir sıra fəsadlara gətirib çıxarır. İstər psixoloji, istərsə də, maddi cəhətdən sıxıntı yaşayan məcburi köçkünlərin vəziyyəti müəyyən ehtiyaclarının düzgün qarşılanmadığı halda (ərzaq, su, səhiyyə, təhsil və s.) aclıq, müxtəlif xəstəliklərin yaranmasına gətirib çıxarır. Nəzərə alınmalıdır ki, məcburi köçkünlər atışma, müharibə və ya hər hansı təbii fəlakətin baş verməsi nəticəsində öz lazımi sənədlərini itirə bilərlər. Bunlara misal olaraq doğum haqqında şəhadətnamə, şəxsiyyəti təsdiq edən sənəd, attestat, diplom və s. sənədlərin

adını çəkmək olar. Beləcə, onlar təhsil və səhiyyə xidmətindən istifadədə çətinlik, özbaşına həbs və ya saxlanma halları ilə rastlaşırlar [1, s. 9].

Qaçqın və Məcburi köçkünlərin və bütün vətəndaşların müdafiəsi üçün əsas məsuliyyəti ölkənin milli orqanları daşıyır. Məcburi köçkünlərin öz ölkələrinin daxilindəki köçürülməsi daxili köçürülmə adlanır. Bu proses zamanı məcburi köçkünlərin hüquqlarının qorunmasını təmin etməklə yanaşı milli mənsubiyyət prinsipinin qorunub saxlanması da mühüm haldır. Milli məsuliyyətə aşağıdakılar aiddir:

• Köçürülmənin qarşısının alınması və ya mənfi təsirlərinin minimuma endirilməsi üçün tədbirlərin görülməsi.

• Problem haqqında məlumatlılığın artırılması.

• Qaçqın və Məcburi köçkünlərin sayı və vəziyyəti haqqında məlumatların əldə edilməsi.

• Qaçqın və Məcburi köçkünlərə hüquqlarının izah olunması məqsədilə tədbirlər həyata keçirilməsi.

• Daxili köçürülmə ilə bağlı siyasətin təşkil olunması.

• Qaçqın və Məcburi köçkünlərə hüquqlarını müdafiə edən hüquqi prinsiplər yaratmaq.

• Daxili köçürmənin həlli üçün lazımi vəsait və qaynaqların ayrılması.

• Milli imkanlar çatışmadıqda, bəynəlxalq ictimaiyyətdən dəstək almaq [1, s. 10].

Savaş hallarında həm dövlət, həm də qeyri-dövlət orqanları mülki əhaliyə yardım göstərməkdə, onların himayə olunmasında məsuliyyət daşıyır. Daxili köçürmə ilə bağlı bir sıra faktorlar mövcuddur:

• Məlumdur ki, məcburi köçkünlər təhlükəli ərazidən uzaqlaşdıqdan sonra sığınacağa ehtiyac hiss edirlər və buna görədə onlar müxtəlif kütləvi düşərgələrdə sığınacaq axtarmağa məcbur qala bilərlər

• Öz yurd-yuvalarını məcburi qaydada, qısa zamanda tərk etdikləri üçün öyrəşdikləri yaşayış tərzindən, qazanc mənbələrindən uzaqlaşdıqları üçün yoxsulluqla qarşılaşa bilərlər.

• Xüsusilə, valideyn himayəsindən məhrum olan uşaqlar, yaxınlarını, ailə üzvlərini itirmiş şəxslərin psixoloji travma almaları onların gələcək həyatlarında müəyyən çətinliklər yarada bilər.

• Bundan əlavə məcburi köçkünlərin yaşadıqları ərazidən fərqli iqlimdə olan rayon və ya şəhərdə məskunlaşması bir sıra sağlamlıq problemlərinə də gətirib çıxara bilər.

• Qaçqın və Məcburi köçkünlərin qısa vaxt ərzində evlərindən uzaqlaşması bir sıra vacib sənədlərin unudulmasına və ya itirilməsinə səbəb ola bilər. Bunun nəticəsində onların təhsil, səhiyyə kimi xidmətlərdən istifadəsində çətinlik yarana bilər.

Kollektiv yaşayış məntəqələrində məskunlaşan məcburi köçkünlər şəraitsizlik ucbatından bir çox çətinliklərlə üzləşirlər. Düzgün sanitariya sisteminin mövcud olmaması; Bəzi ərazilərdə kanalizasiya sisteminin yola axması; tullantıların yol kənarlarına, müvafiq olmayan ərazilərə atılması əhalinin əziyyət çəkməsinə gətirib-çıxarır. Evlərin yaşayışa uyğun şəraitdə olmaması xüsusilə payız-qış aylarında əhalinin virus və infeksiyalara yoluxmasına səbəb olur.

Xüsusilə, yaşlılar və uşaqlar daha çox əziyyət çəkirlər. Bağça və ya məktəbli dövründə olan uşaqlar şəraitsiz otaqlarda ev tapşırıqlarını hazırlamaqda olduqca çətinlik çəkirlər. Yuxarıda sadalanan problemlər daha çox rayon və kənd ərazilərində məskunlaşan məcburi köçkünlərdə özünü göstərir.

Azərbaycan Respublikasında məcburi köçkün probleminin başlanması XX əsrin 80-ci illərinə təsadüf edir. 1988–1992-ci illər ərzində Ermənistanda yaşayan azərbaycanlılara qarşı ciddi ayrı-seçkilik siyasəti aparılmışdır. Nəticədə, təxminən 250.000 azərbaycanlı öz doğma

yurdlarından ayrılmağa məcbur olmuşdur. 1988-ci ildən etibarən Ermənistan silahlı qüvvələrinin Azərbaycana qarşı hərbi təcavüzü baş vermişdir.

Növbəti illərdə Dağlıq Qarabağ və ona bitişik olan yeddi rayon olmaqla torpaqlarımızın 20%-i işğal olunmuşdur Nəticədə 700.000-ə yaxın azərbaycanlı öz daimi yaşayış ərazilərindən kənar düşmüş və ölkənin müxtəlif şəhər və rayonlarında, 1600-dən çox sıx məntəqələrdə müvəqqəti məskunlaşmışdır [3, s. 19 - 31]. Sadəcə keçmiş Dağlıq Qarabağ bölgəsindən deyil, qonşu rayon və kəndlərdən də təhlükəsizlik səbəbləri ilə həmvətənlərimiz müxtəlif ərazilərə köçürülmüşdür.

Bütün bu hərbi təcavüzlər nəticəsində 20.000-dən çox azərbaycanlı öz həyatını itirmiş, 100.000 nəfər yaralanmış, 50.000 şəxs isə müxtəlif dərəcəli xəsarətlər almışdır [15].

Bunun nəticəsi olaraq məcburi köçkünlər bir çox fiziki, sosial, psixoloji və s. tip problemlərlə rastlaşmışdırlar. Həmin problemlərin həll olunması üçün əməli addımların təməli Ümummilli Lider, ulu öndər Heydər Əliyev tərfindən atılmışdır. 1999-cu ildə Ümumili Lider Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Dünya Qida Proqramı Təşkilatının Baş Qərargahı ilə əlaqə yaradaraq müstəsna hal kimi bu qurumun Azərbaycanda fəaliyyətini 2005-ci ilədək davam etdirməsinə nail olmuşdur [2].

Heydər Əliyevin uzaqgörən və məqsədyönlü siyasəti sayəsində Azərbaycan-Ermənistan münaqişəsi ilə bağlı həqiqətlər dünya ictimaiyyətinə çatdırılmış, erməni təbliğatının uzun illər ərzində yaydığı yanlış məlumatlar ifşa edilmişdir. 1993-cü ildə BMT Təhlükəsizlik Şurası işğal olunmuş ərazilərin Ermənistan silahlı qüvvələrindən azad edilməsini və doğma torpaqlarından ayrı düşmüş həmvətənlərin geri qaytarılmasını nəzərdə tutan 4 qətnamə qəbul etmişdir ki, bu da Ulu Öndərin xarici siyasətinin mühüm uğurlarından biri hesab olunur.

BMT Azərbaycanda qaçqın və məcburi köçkünlərə təcili beynəlxalq yardım haqqında 1993-cü il 20 dekabr tarixində 48/114 və ölkəmizin işğal olunmuş ərazilərindəki vəziyyətə dair 2006-cı il 7 sentyabr tarixində 60/285 nömrəli qətnamə qəbul etmişdir [3, s. 305]. 30 ilə yaxın bir müddətdə təcavüzkar dövlət Ermənistan hökumətinin məsələ ilə bağlı BMT və digər nüfuzlu beynəlxalq təşkilatlar qarşısında götürdüyü heç bir öhdəlik icra olunmamış və bununla da bütün beynəlxalq hüquq normaları pozulmuş, beynəlxalq təşkilatlar isə bu prosesi sükutla izləməklə məşğul olmuşlar. Münaqişənin sülh yolu ilə həllini tənzimləmək məqsədilə təsis edilmiş ATƏT-in Minsk qrupunun 30 ilə yaxın bir müddətdə həyata keçirdiyi fəaliyyətsizlik bunun bariz nümunəsidir.

Bunun tam əksinə, müstəqil dövlətimiz tərəfindən cəmiyyətin digər təbəqələrilə müqayisədə daha həssas olan bu qrupunun problemlərini həll etmək və onların sosial vəziyyətinin daha yüksək səviyyədə olması üçün hüquqi, sosial-iqtisadi sahədə olduqca önəmli addımlar atılmışdır. Azərbaycan 1992-ci ilin dekabrında Birləşmiş Millətlər Təşkilatının 1951-ci il Qaçqınların statusu haqqında Konvensiyasına və onun 1967-ci il Protokoluna qoşulmuşdur. Beləliklə, onlarla bağlı beynəlxalq standartlara əsaslanan müəyyən qanun layihələri hazırlanmış və hüquqi bazanın təməli qoyulmuşdurr [4].

Qanun xarici qaçqınların müəyyən hüququ və vəzifələrə malik olmasını təmin edir. Müvafiq olaraq, Qaçqınların və məcburi köçkünlərin statusu barədə AR Qanununun altıncı maddəsinə əsasən qaçqınlar AR vətəndaşlarına aid olan hüququ və azadlıqlarından istifadə etməklə bərabər,milli qanunvericilikdə hər hansı bir hal göstərilməyibsə, bu zaman oxşar məsuliyyətləri öz üzərlərinə götürürlər [6,5]. Qeyd olunan maddəyə uyğun olaraq qanunla və beynəlxalq müqavilələrlə müəyyən edilmiş hallar istisna olmaqla, xarici vətəndaşlar və vətəndaşlığı olmayan şəxslər ölkənin vətəndaşları ilə eyni hüquqlara sahibdirlər.

Qaçqın və məcburi köçkünlər barədə qəbul olunan AR-ın Qanunu qaçqın statusu almaq üçün müraciət etmiş və ya bu statusu itirmiş şəxslərin hüquqlarına təminat verir [7,s.1].

Dövlətdə qeydiyyatdan keçmiş qaçqınların, məcburi köçkünlərin və qaçqın statusu almaq istəyən şəxslərin sosial problemlərinin həlli, həmçinin onların mərkəzləşdirilmiş qaydada

idarə olunması və nəzarət altında saxlanması məqsədilə 1998-ci ilin noyabr ayında Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin strukturunda Baş nazirin müavini və Qaçqınların və Məcburi Köçkünlərin İşləri üzrə Dövlət Komitəsinin sədri vəzifələri təsis edilmişdir.

Eyni zamanda, 1998-ci ildə Azərbaycan Respublikası vətəndaşlığı haqqında qanun, 1999-cu ildə isə qaçqınların və məcburi köçkünlərin statusu, həmçinin məcburi köçkünlər və onlara bərabər tutulan şəxslərin sosial müdafiəsi ilə bağlı qanunlar qəbul olunmuşdur.

Həmçinin, Azərbaycan Respublikasının Dövlət Başçısının 1998-ci il 17 sentyabrda imzalanan 895 saylı sərəncamına uyğun olaraq Qaçqınların və məcburi köçkünlərin problemlərinin həlli üzrə Dövlət Proqramı qəbul olunmuşdur [16].

• 1994-cü ilin may ayından etibarən, büdcə hesabına maliyyələşdirilən iş yerlərində çalışmış, lakin özlərindən asılı olmayan səbəblərdən işlərini itirmiş və yeni iş yerinə qəbul olunmamış təxminən dörd min nəfər məcburi köçkünə orta aylıq maaş ödənilməsi prosesi davam etdirilmişdir.

• 1999-cu il dekabrın 6-da Azərbaycan Respublikası Prezidenti tərəfindən qəbul edilmiş fərmanla dünyada ilk dəfə Məcburi Köçkünlərin Sosial İnkişaf Fondu (MKSİF) yaradılmışdır. Bu qurum vasitəsilə məcburi köçkünlərin məişət şəraitinin yaxşılaşdırılması, yol və rabitə infrastrukturlarının təkmilləşdirilməsi, eləcə də işlə təmin olunmaları istiqamətində mühüm addımlar atılmışdır.

• 2000-ci ilin 13 noyabr tarixində Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 419 saylı fərmanı ilə qaçqın statusunun verilməsi haqqında vəsatətə baxılması qaydası təsdiq edilmişdir.

• 26 dekabr tarixli 613 saylı fərmana əsasən, məcburi köçkünlərin kommunal xidmət ödənişləri mərkəzləşdirilmiş qaydada, birbaşa xəzinədarlıq vasitəsilə xidmət təşkilatlarına vaxtında ödənilir.

• 2003-cü ilin 4 avqust tarixli 1308 saylı sərəncama əsasən, dövlət ali və orta ixtisas təhsili müəssisələrində ödənişli əsaslarla təhsil alan məcburi köçkünlər təhsil xərclərindən azad edilmişlər.

• Qaçqın və məcburi köçkünlərin sosial müdafiəsi sahəsində beynəlxalq normalara uyğun tam hüquqi baza formalaşdırılmışdır. Bu məqsədlə Prezident tərəfindən 43 fərman və sərəncam, Milli Məclis tərəfindən 23 qanun, Nazirlər Kabineti tərəfindən isə 192 qərar və sərəncam qəbul edilmişdir.

• 1999-cu il dekabrın 6-da Məcburi Köçkünlərin Sosial İnkişaf Fondunun yaradılması ilə bağlı fərman imzalanmışdır. Fond qeyri-kommersiya təşkilatı olaraq məcburi köçkünlərin yaşayış şəraitinin yaxşılaşdırılması, onların məşğulluğunun təmin olunması və sosial infrastrukturun bərpası üçün mikrolayihələrin maliyyələşdirilməsini həyata keçirir, həmçinin ayrılan vəsaitlərin məqsədəuyğun istifadəsini təmin edir.

Qaçqın və məcburi köçkünlərin mövcud olan çətinliklərinin həll olunması və eyni zamanda həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi ilə bağlı atılan addımların başlanğıcında ilk növbədə bu sosial qrupun ilkin tələbatlarının ödənilməsi məqsədilə yaşayış məntəqələrinin yaradılması və həmin sosial qrupun bu məntəqələrə köçürülməsi xüsusi əhəmiyyətə malik olmuşdur desək yanılmarıq. Dövlət başçısı İlham Əliyev tərəfindən bir iyul iki min dördüncü il tarixində imzalanan Qaçqınların və məcburi köçkünlərin yaşayış şəraitinin yaxşılaşdırılması və məşğulluğunun artırılması üzrə DP-nın təsdiq olunması haqqında sərəncam da məhz qeyd olunan məsələdəki problemlərin həllinə köklənmişdir. Belə ki, qeyd olunan sərəncamda bu sahədə görülən tədbirlərə nəzər yetirilsə də, hələ də bir çox ərazidə çadır düşərgələri, dəmir yolu üzərindəki yük vaqonları və yaşayış üçün uyğun şəraitdə olmayan ictimai və tikintisi başa çatmayan yaşayış binalarında yaşayan qaçqınların olduğu da diqqət mərkəzinə çatdırılmışdır [6].

Bu məqsədlə də onların yaşadıqları ərazilərin birbaşa rəhbər orqanlarına tapşırıq verilməklə, məhz, 1992-1998-ci illərdə məskunlaşmış köçkünlərin öz malik olduqları

ərazilərdən onlar üçün yeni yaşayış məntəqələrinin istifadəyə verilməsi və öz dədə-baba torpaqlarına köçürülənədək müvəqqəti olaraq qalmasına icazə verilsin.

Uzaqgörən qərar əslində göstərilən məsələnin həlli istiqamətində atılan ən dolğun və başlanğıc addım kimi qiymətləndirilə bilər. Bu gün göstərilən siyasi xəttin davamı olaraq Böyük Qayıdış planına uyğun qaçqın və məcburi köçkünlərin öz doğma torpaqlarına geri qaytarılması İlham Əliyev tərəfindən imzalanan bu sərəncamın təqribən 20 illik proqramının özül və tərkib hissəsi olmuşdur.

Həmin sərəncamda diqqət mərkəzində saxlanılan məsələlərdə…

1992–1998-ci illərdə məcburi köçkünlərin yaşadıqları ərazilərdə müvəqqəti qalması və onların üçün yeni yaşayış məntəqələrinin yaradılması istiqamətində tədbirlər görülmüşdür. Bu qərarlar həmin dövrdə qaçqın və məcburi köçkünlərin sosial problemlərinin həllinə yönəlmiş ilkin və əsas addım hesab olunur.

Uzaqgörən siyasətin davamı olaraq, "Böyük Qayıdış" planı çərçivəsində qaçqın və məcburi köçkünlərin doğma torpaqlarına geri dönməsi məsələsi də reallaşdırılmağa başlanmışdır. Eyni zamanda, bu proqram çərçivəsində onların məşğulluğu diqqət mərkəzində saxlanılmış, özəl müəssisələrdə işlə təmin olunmaları üçün tapşırıqlar verilmişdir ki, bu da onların sabit gəlir mənbəyinə malik olmalarını təmin etmişdir.

Sosial siyasətin digər vacib istiqaməti təhsil olmuşdur. Qaçqın və məcburi köçkünlərin övladları ali və orta ixtisas təhsili müəssisələrində ödənişlərdən azad edilmiş, bu addım onların həyat səviyyəsinin yüksəldilməsinə və digər vətəndaşlarla bərabərləşməsinə xidmət etmişdir.

2007-ci il tarixində İlham Əliyev tərəfindən imzalanan sərəncamla qaçqın və məcburi köçkünlərin yaşayış şəraiti, məşğulluğu, sosial müdafiəsi, təhsili və səhiyyəsi üzrə əlavə tədbirlər həyata keçirilmişdir. 2004–2007-ci illərdə Dövlət Neft Fondunun maliyyə dəstəyi ilə 47 yeni qəsəbə tikilmiş, bu qəsəbələrdə 70 min nəfər məcburi köçkün yerləşdirilmişdir. Hər bir yaşayış məntəqəsi müasir xəstəxana, mədəniyyət ocaqları və digər sosial-texniki infrastrukturla təmin edilmişdir.

Beləliklə, elə təkcə 2009-cu ildə 1416 köçkün ailəsi yeni tikilmiş təzə mənzillərə köçürülmüşdür ki, bu da təkcə bir il üçün olduqca yüksək rəqəm hesab olunur. Bunu da qeyd etmək vacibdir ki, 2001-ci ildən 2007-ci ilədək olan dövr ərzində Dövlət Neft Fondundan ayrılan 360,4 milyon manat məbləğində vəsait hesabına qaçqın və məcburi köçkünlər üçün 15713 ev, 49 qəsəbə, 106 məktəb, 4 müsiqi məktəbi, 1276 yerlik 34 uşaq bağçası, 4 xəstəxana, 37 feldşer-mama məntəqəsi, 29 klub icma mərkəzi, 30 rabitə evi, 31 hamam, 36 inzibati bina, 7 yanğın postu, 103 su anbarı, 11 yarımstansiya, 9883 hektar irriqasiya sistemi tikilərək istiadəyə verilmişdir [8].

Qaçqın və məcburi köçkünlərlə bağlı məsələlərin həlli məqsədilə ölkə başçısı tərəfindən 21 fevral 2011-ci ildə növbəti sərəncam imzalanmışdır ki, o özündə 2007-ci il 31 oktyabr tarixli sərəncama əlavələri də ehtiva etmişdir. Bu sərəncam həminki dövrə qədər hələ də yaşayış üçün yararlı olmayan ictimai binalarda, yataqxanalarda və digər müvəqqəti məskunlaşma yerlərində ağır şəraitdə yaşayan və ciddi sosial problemlərlə üzləşən qaçqın və məcburi köçkünlərin sosial şəraitinin yaxşılaşdırılması və həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi məqsədi daşımışdır. Bu sosial qrupun mənzil probleminin həlli məsələsi ölkə başçısı tərəfindən 20 iyul 2016-cı ildə imzalanan Məcburi köçkün ailələrinin mənzil-məişət şəraitinin yaxşılaşdırılmasına dair əlavə tədbirlər haqqında sərəncamda da öz əksini tapmışdır. Bu sərəncamda Bakı şəhəri ərazisindəki qəzalı vəziyyətdə olan binalarda məskunlaşmış qaçqın və məcburi köçkünlərin hazır mənzil almaqla mənzillə təmin edilməsi məqsədilə 2016-cı ildə dövlət büdcəsində nəzərdə tutulan Azərbaycan Respublikası Prezidentinin ehtiyat fondundan Qaçqınların və Məcburi Köçkünlərin İşləri üzrə Dövlət Komitəsinə 2,5 milyon manat məbləğində maliyyə vəsaitinin ayrılması bu sosial qrupun yaşayış şəraitinin yaxşılaşdırılması üçün atılan kompleks addımlardan biri olmuşdur [9].

Ulu öndər Heydər Əliyevin əsası qoyduğu Prezident İlham Əliyev tərəfindən uğurla

davam etdirilən əhalinin bu kateqoriyadan olan əhali qrupunun sosial problemlərinin həlli üzrə məqsədyönlü dövlət siyasətinin ali məqsədi dövlət başçısının 2003-2018-ci illərdə yeni salınmış qəsəbələrdə məcburi köçkünlərlə 36 görüşündə dəfələrlə səsləndirilmişdir. 2018-ci il mayın 24-də Azərbaycan Respublikası Prezidenti cənab İlham Əliyev və Birinci xanım Mehriban Əliyeva Bakı şəhərinin Qaradağ rayonunun Lökbatan qəsəbəsində məcburi köçkünlər üçün salınmış 1.026 ailəlik müasir tipli Qobu - Park yaşayış massivinin, dekabrın 24-də 1.001 mənzildən, dekabrın 27-də isə, Sumqayıtda 1.005 mənzildən, lazımı infrasrukturdan ibarət hündürmərtəbəli binalarda yaşayış kompleksinin aşılışında iştirak etmişlər [10].

QMKİDK-nin 2018-ci il hesabatına görə, 2003–2018-ci illər ərzində qaçqın və məcburi köçkünlərin sosial problemlərinin həlli məqsədilə ümumilikdə təxminən 7,1 milyard manat vəsait sərf olunmuşdur,bu vəsaitin:

- 3,4 milyard manat dövlət büdcəsinin,
- 2,3 milyard manat DNF-nun [17],
- 1,4 milyard manat isə, beynəlxalq maliyyə qurumları və ölkəmizdə fəaliyyət göstərən beynəlxalq humanitar təşkilatların vəsaitləridir. Bunun 6, 1 milyard manatı (85%) 15 il ərzində xərclənmişdir [17].

2018-ci ilin sonunadək 58.223 ailənin və ya 300.000-ə yaxın qaçqın və məcburi köçkünün mənzil şəraiti yaxşılaşdırılmışdır ki, ondan 54.223 ailə və yaxud 272.000 nəfər (93%) son 15 ilin payına düşür [11].

2001-2018-ci illərdə respublikanın 30 müxtəlif rayon və şəhərlərində Dövlət Neft Fondu, dövlət büdcəsi və digər qurumlardan ayrılmış vəsaitlər hesabına onlar üçün salınmış 3,5 mln. kv.m sahəsi olan, bütün müasir infrastrukturla təmin olunmuş 102 qəsəbə və yaşayış kompleksi bu kateqoriyadan olan həssas əhali qrupunun istifadəsinə verilmişdir ki, ondan 97-si (95%) son 15 ilin payına düşür. Yeni yaşayış komplekslərində 156 tam orta məktəb, 6 müsiqi məktəbi, 1 incəsənət məktəbi, 1 mədəniyyət sarayı, 62 mədəniyyət və 63 səhiyyə müəssisəsi, 65 uşaq bağçası, 2 Olimpiya idman kompleksinin əsası qoyulmuş, 775 km asfalt yolu, 975 km su xətti, 1,8 mln km elektrik xətti, 655 km qaz xətti, 78 km rabitə xətti, 62 km istilik, 102 km kanalizasiya xətti, 193 km drenaj şəbəkəsi qaçqın və məcburi köçkünlərin istifadəsinə verilmişdir[11].

Bu sosial siyasətin digər bir istiqaməti isə bu sosial qrupun nümayəndələri üçün aylıq müavinətin təyin edilməsi ilə bağlı olmuşdur. Məcburi kökünlər və onlara bərabər tutulanlar üçün vahid aylıq müavinətin müəyyən edilməsi haqqında prezident sərəncamı 2017-ci il 23 yanvarda imzalanmışdır ki, bu xüsusi əhəmiyyətə malik olan sənəd göstərilən sosial qrupla aparılan siyasətin daha xüsusi və vacib xəttlərindən birini təşkil edirdi. Belə ki, dövlət vəsaiti hesabına olan ödənişlər əvəzinə qaçqın və məcburi köçkünlərə aylıq olaraq 36 manat məbləğində müavinətin təyin olunması qeyd olunan istiqamətdəki mütərəqqi nüanslardan biridir. Bununla da ölkədə məcburi köçkünlərin sosial problemlərində başlıca yeri tutan məsələlərdən biri kimi müavinət məsələsi öz həllini tapmış oldu ki, bu yolla da həmin şəxslərin kənar ödənişlərinin tənzimlənməsi, onların, şübhəsiz ki, həyat şəraitinin yaxşılaşmasına və sosial təminatının güclənməsinə gətirib çıxarmışdır [12].

Qeyd etmək lazımdır ki, sosial müavinət məsələsi yarımçıq saxlanılmamış, bu məsələ xüsusilə dövlətin sosial siyasətində daim mərkəzi mövqedə dayanmışdır. Bunun əsasında da, 2018-ci ilin 21 fevralında imzalanmış növbəti fərmanla qaçqın və məcburi köçkünlər üçün təyin olunan sosial müavinət 10 faiz miqdarında artırılmışdır ki, bu da həmin insanların sosial müdafiəsini möhkəmləndirmək, onlara gösstərilən dövlət qayğısını artırmaq baxımdan olduqca mütərəqqi hadisə olmuşdur. Artım əsasında sonrakı dövrdə bu sosial qrupun müavinəti 40 manat həcmində olmuşdur [13].

Növbəti mərhələdə təyin olunan sosial müavinətin miqdarı 50 faiz məbləğində artırılmışdır. Bu sərəncam 2019-cu ilin 26 fevral tarixində imzalanmışdır. Sərəncam əsasında

yarıbayarı artıma əsasən qaçqın və məcburi köçkünlərin aldığı müavinət 60 manat təşkil etmişdir. Mahiyyət etibarilə bu o demək olurdu ki, məcburi köçkün ailələrinin hər bir üzvünə görə dövlət tərəfindən kommunal xərclərinin qarşılanması məqsədilə 60 manat məbləğində vəsait verilmiş olurdu. Ən sadə misalla izah etmək üçün qeyd etmək lazımdır ki, əgər ailə 5 üzvdən ibarətdirsə, həmin ailə aylıq olaraq 300 manat məbləğində müavinət almaq imkanına sahib olacaq. Tədqiqatlar əsasında müəyyən edilmişdir ki, 2003-cü ildən 2019-cu ilə qədər 16 illik müddət ərzində qaçqın və məcburi köçkünlər arasındakı yoxsulluq faizi 75 faizdən 12 faizə qədər azalmışdır. Bununla da məcburi köçkünlərlə təşkil olunan sosial işin ən mühüm istiqamətlərindən biri olan müavinət məsələsi öz həllini tapmış və eyni zamanda onlara sosial yardım baxımından öz müsbət nəticələrini də qısa müddət ərzində göstərmişdir [14].

Onların sosial problemlərindən biri olan məşğulluq məsələsi də daim dövlətimizin diqqət mərkəzində olmuşdur. QMKİK-nin 2018-ci il üzrə görülmüş işlər üzrə məlumatında bildirilir ki, Dünya Bankı və Azərbaycan hökuməti arasında bağlanmış kredit saziş üzrə 2003-2018-ci illərdə 600.000-dən çox insanın faydalandığı və dəyəri 125,4 mln manat təşkil edən 910 icma mikrolayihəsi icra edilmişdir. Bundan başqa sahibkarlığın inkişafı məqsədilə MKSİF tərəfindən 24.000 nəfər məcburi köçkünə 14,8 mln manatlıq mikrokredit, SKMF tərəfindən isə, 2116 nəfər məcburi köçkün sahibkara 47,7 mln manat güzəştli kreditlər ayrılmış, görülən işlər nəticəsində 4025 yeni iş yeri açılmışdır. Verilə mikrokreditlərin çoxu kənd təsərrüfatı sahələri – arıçılıq, maldarlıq, əkinçilik, bitkiçiliklə bağlı layihələrə tətbiq olunmuşdur.

Beləliklə, qaçqın və məcburi köçkünlərə xərclənən vəsaitin həcminə görə Azərbaycan dünyuada ilk yerlərdən birini tutur [14].

6 noyabr 2022-ci il tarixində Azərbaycan Respublikası Prezidentinin imzaladığı sərəncama əsasən, işğaldan azad edilmiş ərazilərə Böyük Qayıdışa dair I Dövlət Proqramı təsdiqlənmişdir. Bu proqram çərçivəsində, Azərbaycanın 2030-cu ilə qədər qaçqın və məcburi köçkünlərin həmin torpaqlara geri dönməsi beş Milli prioritetdən biri kimi müəyyən olunmuşdur. Həmin qərarın diqqət mərkəzində saxladığı məsələlərə əsasən, 2022–2026-cı illər dövlət strategiyasında da bu sosial qrupun köçürülməsi və yerləşdirilməsi işlərinə xüsusi önəm verilmişdir.

Beləliklə, qaçqın və məcburi köçkünlərə yönəlmiş sosial siyasət müxtəlif istiqamətlərdə həyata keçirilmiş olsa da, onun əsas məqsədi vahid olmuşdur: bu şəxslərin sosial vəziyyətinin yaxşılaşdırılması, həyat səviyyəsinin davamlı olaraq yüksəldilməsi, digər vətəndaşlarla bərabərləşdirilməsi və nəhayət, onların doğma torpaqlarına geri dönməsinin təmin edilməsidir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Məcburi Köçkünlərin Himayəsi üzrə Təlimat kitabı /- Global Protection Cluster Working Group. - 534s
2. İnsan hüquqları kontekstində qaçqın və məcburi köçkün problemi/ Palitra.-2017.- 21 noyabr.- № 212.- s.13.
3. Əhmədov E. Ermənistanın Azərbaycana təcavüzü. Beynəlxalq təşkilatların və böyük dövlətlərin siyasəti. III kitab. – Bakı: Elmin inkişafı fondu, - 2015. - 368 s.
4. Həsənov Ə. Qaçqınların və məcburi köçkünlərin sosial problemlərinin həlli dövlətin prioritet məsələlərindəndir / - Azərbaycan qəzeti, - Bakı, 18 iyun 2009. - s. 3
5. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası. – Bakı: Qanun, - 2009. – 67 s.
6. AR Prezidentinin 31 oktyabr 2007-ci il tarixli sərəncamı / - https: //e - qanun az /framework / 6261
7. Qaçqınların və məcburi köçkünlərin (ölkə daxilində köçürülmüş səxslərin) satatusu haqqında Azərbaycan Respublikası Qanunu. Qaçqınların və məcburi köçkünlər haqqında normativ hüquqi sənədlər toplusu. – Bakı: Borçalı NPM, 2005. – 543 s.

8. Qaçqın və məcburi köçkünlərə Prezident qayğısı. - https:// files.preslib.az/projects/conflict/gl5.pdf
9. AR Prezidentinin 25 sentyabr 2020-ci il tarixli fərmanı / - https:// files.preslib.az/projects/conflict/gl5.pdf
10. Məcburi köçkünlər üçün Qobu yaşayış kompleksində əmək yarmarkası keçirilib / - https://sosial.qov.az/media/xeberler/mk-v-halinin-sosial-mudafiesi-nazirliyi
11. Qaçqınların və məcburi köçkünlərin İşləri üzrə Dövlət Komitəsi tərəfindən 2018-ci ildə görülən işlər barədə məlumat / - https://idp.qov.az/az/law/120/ parent/15
12. AR Prezidentinin 23 yanvar 2017-ci il tarixli fərmanı/ - https: //e - qanun az / framework / 34674
13. AR Prezidentinin 21 fevral 2018-ci il tarixli fərmanı / - https:// files.preslib.az/projects/conflict/gl5.pdf
14. AR Prezidentinin 26 fevral 2019-cu il tarixli fərmanı- https:// files.preslib.az/projects/conflict/gl5.pdf
15. https://azerbaijan.az/related-information/115
16. https://e-qanun.az/framework/3441
17. https://idp.gov.az/az/law/120/parent/15

Gülər XƏLİLOVA
Odlar Yurdu Universiteti,
magistrant
xelilovaguler@icloud.com

İDARƏETMƏDƏ İT-NİN TƏTBİQİ

Xülasə: *Müasir idarəetmə informasiya texnologiyaları (İT) ilə sıx inteqrasiya olunmuşdur. İT sistemləri (ERP, CRM, MIS, SCM, BI) və idarəetmə çərçivələri (COBIT, ITIL) qərar qəbulunu sürətləndirir, səmərəliliyi artırır, lakin təhlükəsizlik və büdcə riskləri daşıyır. Beynəlxalq nümunələrdə (Rolls-Royce, Amazon) uğurlu tətbiqlər müşahidə olunur. Azərbaycanda dövlət sektoru (ASAN Xidmət), banklar və SOCAR-da rəqəmsal transformasiya irəliləyir, lakin ümumi İT istifadəsi aşağı səviyyədədir. Problemlərə qarşı dəyişiklik idarəetməsi, təlim və bulud həlləri tövsiyə olunur ki, bu da iqtisadi rəqabətqabiliyyəti gücləndirəcək.*

Açar sözlər: *İdarəetmədə İT ,ERP, CRM, MIS, SCM, BI Rəqəmsal transformasiya COBIT, ITIL, Elektron hökumət, SOCAR İT sistemləri, İT tətbiqi riskləri*

APPLICATION OF IT IN MANAGEMENT

Abstract: *Modern management is closely integrated with information technologies (IT). IT systems (ERP, CRM, MIS, SCM, BI) and management frameworks (COBIT, ITIL) accelerate decision-making, increase efficiency, but carry security and budget risks. Successful implementations are observed in international examples (Rolls-Royce, Amazon). In Azerbaijan, digital transformation is progressing in the public sector (ASAN Service), banks, and SOCAR, but overall IT usage is at a low level. To address problems, change management, training, and cloud solutions are recommended, which will strengthen economic competitiveness.*

Keywords: *IT in management, ERP, CRM, MIS, SCM, BI, Digital transformation, COBIT, ITIL, E-government, SOCAR IT systems, IT application risks*

ИТ-ПРИМЕНЕНИЕ В УПРАВЛЕНИИ

Резюме: *Современное управление тесно интегрировано с информационными технологиями (ИТ). ИТ-системы (ERP, CRM, MIS, SCM, BI) и управленческие рамки (COBIT, ITIL) ускоряют процесс принятия решений, повышают эффективность, но несут риски для безопасности и бюджета. В международной практике наблюдаются успешные примеры внедрения (Rolls-Royce, Amazon). В Азербайджане цифровая трансформация продвигается в государственном секторе (ASAN Service), банках и SOCAR, однако общий уровень использования ИТ остается низким. Для решения проблем рекомендуется управление изменениями, обучение и облачные решения, что укрепит экономическую конкурентоспособность.*

Ключевые слова: *ИТ в управлении, ERP, CRM, MIS, SCM, BI, цифровая трансформация, COBIT, ITIL, электронное правительство, ИТ-системы SOCAR, риски применения ИТ*

GİRİŞ

İdarəetmədə informasiya texnologiyalarının nəzəri əsasları informasiyanın təşkilatın əsas strateji resursu kimi qəbul olunmasına əsaslanır. Müasir idarəetmə sistemlərində informasiya texnologiyaları qərarların qəbulunda dəqiqliyin artırılmasına, idarəetmə proseslərinin avtomatlaşdırılmasına və fəaliyyətin şəffaflığının təmin olunmasına xidmət edir. İdarəetmədə İT sistem yanaşması və proses yanaşması əsasında formalaşaraq planlaşdırma, təşkiletmə, nəzarət və analiz funksiyalarının effektiv icrasını təmin edir. Bu baxımdan informasiya texnologiyaları yalnız texniki vasitə deyil, eyni zamanda idarəetmənin strateji aləti kimi çıxış edir.

Müəssisələrdə informasiya texnologiyalarının praktik tətbiqi ERP, CRM, MIS, SCM və BI kimi inteqrasiya olunmuş sistemlər vasitəsilə həyata keçirilir. **ERP** sistemləri müəssisənin maliyyə, istehsal, insan resursları və logistika proseslərini vahid platformada birləşdirərək resursların səmərəli idarə olunmasına imkan yaradır. **CRM** sistemləri müştəri münasibətlərinin idarə edilməsini, satış və marketinq fəaliyyətinin optimallaşdırılmasını təmin edir. **MIS** rəhbərliyə operativ və analitik hesabatların təqdim edilməsində mühüm rol oynayır, **SCM** təchizat zəncirinin koordinasiyasını gücləndirir, **BI** isə böyük həcmli məlumatların analizi əsasında strateji qərarların qəbulunu dəstəkləyir. Bu sistemlərin tətbiqi idarəetmədə çevikliyi artırır və rəqabət üstünlüyü yaradır.

Rəqəmsal transformasiya informasiya texnologiyalarının idarəetmədə tətbiqinin daha yüksək mərhələsidir və müəssisənin fəaliyyət modelinin köklü şəkildə dəyişdirilməsini nəzərdə tutur. Avtomatlaşdırma, bulud texnologiyaları, analitika və süni intellekt əsaslı həllər idarəetmə proseslərini daha operativ və çevik edir. Bu prosesin səmərəli həyata keçirilməsi üçün İT idarəetməsinin beynəlxalq standartlarına müraciət olunur. **COBIT** çərçivəsi informasiya texnologiyalarının biznes məqsədləri ilə uyğunluğunu, risklərin idarə olunmasını və nəzarət mexanizmlərini təmin edir, **ITIL** isə İT xidmətlərinin keyfiyyətli və davamlı göstərilməsinə yönəlmiş ən yaxşı təcrübələri özündə birləşdirir.

İnformasiya texnologiyalarının tətbiqi yalnız müəssisə səviyyəsində deyil, dövlət idarəçiliyində də geniş yayılmışdır. **Elektron hökumət** konsepsiyası dövlət xidmətlərinin rəqəmsallaşdırılmasını, şəffaflığın artırılmasını və vətəndaşlarla dövlət orqanları arasında qarşılıqlı əlaqənin sadələşdirilməsini təmin edir. Azərbaycanda iri korporasiyalarda, o cümlədən **SOCAR**-da informasiya texnologiyaları istehsal proseslərinin monitorinqində, maliyyə və kadr idarəetməsində, hesabatlılıq və strateji planlaşdırmada mühüm rol oynayır və beynəlxalq idarəetmə standartlarının tətbiqinə imkan yaradır.Bununla yanaşı, idarəetmədə informasiya texnologiyalarının tətbiqi müəyyən problemlər və risklərlə müşayiət olunur.

Yüksək maliyyə xərcləri, ixtisaslı kadr çatışmazlığı, informasiya təhlükəsizliyi riskləri, sistemlərin inteqrasiyası zamanı yaranan çətinliklər və təşkilat daxilində dəyişikliklərə müqavimət əsas problemlər sırasındadır. **İT tətbiqi riskləri** məlumat sızması, sistem nasazlıqları və strateji məqsədlərlə uyğunsuzluqla əlaqələndirilir. Bu problemlərin həlli üçün risklərin idarə olunması strategiyalarının hazırlanması, informasiya təhlükəsizliyi siyasətinin gücləndirilməsi, kadrların davamlı təlimi və COBIT, ITIL kimi idarəetmə çərçivələrinin tətbiqi zəruridir.

Nəticə etibarilə, idarəetmədə informasiya texnologiyalarının nəzəri əsaslarının düzgün başa düşülməsi və onların praktik tətbiqi müəssisələrin və dövlət qurumlarının dayanıqlı inkişafını təmin edən əsas amillərdən biridir. ERP, CRM, MIS, SCM və BI sistemlərinin effektiv istifadəsi, rəqəmsal transformasiyanın uğurla həyata keçirilməsi və İT risklərinin düzgün idarə olunması müasir idarəetmənin ayrılmaz tərkib hissəsidir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Laudon, K. C., Laudon, J. P. Management Information Systems: Managing the Digital Firm. s.37-39. - 2017
2. O'Brien, J. A., Marakas, G. M. Management Information Systems. s.150-155. - 2010
3. Turban, E., Volonino, L. Information Technology for Management: Digital Strategies for Insight, Action, and Sustainable Performance. s.30-32. -2015
4. Stair, R., Reynolds, G. Principles of Information Systems. s.25-30. – 2020

Fəridə SƏFƏROVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
Bakalavr
seferova.2002feride@gmail.com

LAYİHƏLƏRİN İDARƏEDİLMƏSİNDƏ KRİTİK XƏTT METODUNUN ƏHƏMİYYƏTİ VƏ MAHİYYƏTİ

Xülasə: *Məqalədə layihələrin idarəedilməsində kritik xətt metodunun(CPM) mahiyyəti və onun tətbiqinin səmərəliliyi araşdırılır. Layihə fəaliyyətlərinin ardıcıllığı ,müddətləri və qarşılıqlı asılılığı təhlil edilərək layihənin ümumi müddətinə ən çox təsir edən kritik xətt müəyyən edilir. Metod layihələrin planlaşdırılması ,resursların optimallaşdırılması və risklərin azaldılması baxımından istifadə olunan amildir.Nəticələr göstərir ki ,CPM layihələrin vaxtında və resurs itkisi olmadan həyata keçirilməsi üçün effektiv idarəetmə alətidir.*

Açar sözlər: *layihə idarəetməsi, kritik xətt, vaxtın idarə olunması, risklərin azaldılması,resursların optimallaşdırılması.*

THE IMPORTANCE AND ESSENCE OF THE CRITICAL LINE METHOD IN PROJECT MANAGEMENT

Abstract: *The article examines the essence of the critical path method (CPM)in project management and the effectiveness of its application .The sequence ,duration,and interdependence of project activities are analyzed to determine the critical path that has the greatest impact on the overall project duration.The method is evaluated in terms of project planning,resource optimization ,and risk reduction The results show that CPMis an effective management tool for implementing projects on time and without resource loss.*

Keywords: *project management, critical path, time management,risk reduction,resource optimization.*

ВАЖНОСТЬ И СУТЬ МЕТОДА КРИТИЧЕСКОЙ ЛИНИИ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ

Резюме: *В статье рассматривается сущность метода критического пути(МКП) в управлении проектами и эффективность его применения. Анализируются последовательность и взаимозависимость проектных работ для определения критического пути, оказывающего наибольшее влияние на общую продолжительность проекта. Метод оценивается с точки зрения планирования проекта, оптимизации ресурсов и снижения рисков. Результаты показывают, что МКП является эффективным инструментом управления для реализации проектов в срок и без потерь ресурсов.*

Ключевые слова: *Управление проектами, критический путь, управление временем, снижение рисков ,оптимизация ресурсов.*

GİRİŞ

Lahiyələrin idarə edilməsi-müəyyən məqsədlərə nail olmaq üçün resursların,vaxtın,büdcənin və insan potensialının səmərəli şəkildə planlaşdırılması,təşkil edilməsi,yönəldilməsi və nəzarətdə saxlanılması prosesidir.Bu proses layihənin başlanğıc mərhələsindən onun uğurla tamamlanmasına qədər bütün fəliyyətləri əhatə edir. Layihə idarəçiliyinin əsas mahiyyəti ondan ibarətdir ki, məhdud resurlardan maksimum nəticə əldə olunsun və layihə müəyyən edilmiş vaxtda,planlaşdrılmış büdcə çərçivəsində,keyfiyyət standartlarına uyğun şəkildə yerinə yetirilsin.Effektiv layihə idarəçiliyi yalnız texniki bacarıqları deyil,həmdə strateji düşünməyi,risklərin idarə olunmasnı, komanda işinin koordinasiyasını və qərarvermə bacarıqlarını tələb edir.

Kritik yol metodu layihələri addım-addım idarə etmək və onlarda prosesləri planlaşdırmaq üsuludur.Bu,kritik və qeyri-kritik vəzifələri müəyyən etməyə kömək edir və son tarix problemlərini proqnozlaşdırılır.İstənilən ciddi təşəbbüs və ya yaradıcı təşəbbüs mənalı layihə planından yaranır.Buraya bütün fəaliyyətlərin tamamlanması üçün proqnozlaşdırma və son tarixlərin təyin edilməsi daxildir.

Kritik yol metodu ilk dəfə 1950-ci illərin sonunda amerikalılar James E.Kelly və Morgan R.Walker tərəfindən layihənin idarə edilməsinə tətbiq edilmişdir. Kənd təsərrüfatı və tikinti işlərində istifadə etməyi təklif etdilər.

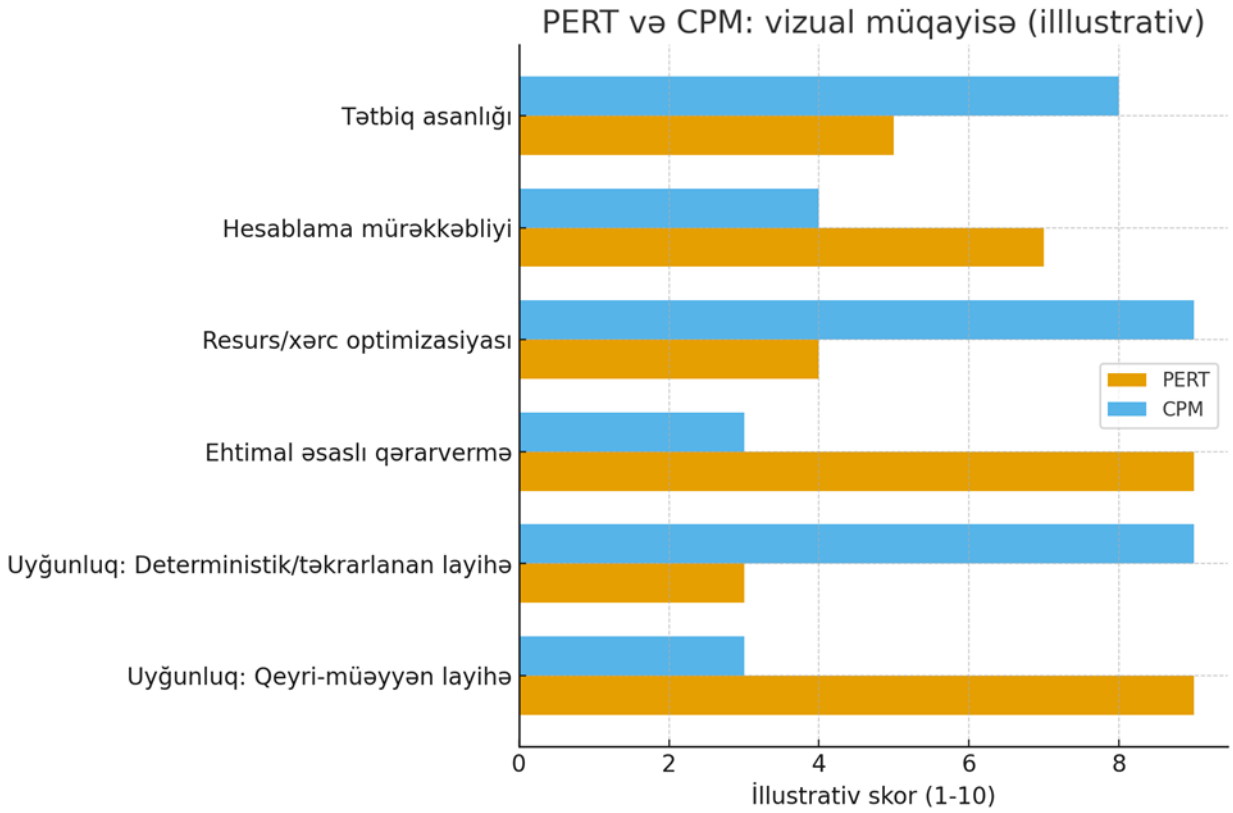
Kelly və Walker zəif planlaşdırma səbəbindən müəssisələrin bağlanması və yenidən işə salınması xərclərini azaltmağın yollarını tapmağa çalışdılar.Metodun müəllifləri başa düşdülər ki,əlavə işçi qüvvəsi tapmaqla problemi çətinləşdirmək əvəzinə,sadəcə olaraq lazımsız xərclərdən qaçınmaq olar.[5][6]

Yeri gəlmişkən.təxminən eyni vaxtda oxşar bir texnika hazırlanmışdır-PERT cədvəli(Proqramın Qiymətləndirilməsi və Baxılması Texnikası).

RERT və Kritik Xətt Metodunun fərqi

Pert: qeyri–müəyyənlik yüksək olan layihələr üçün (3 təxmin-optimist, çox ehtimal, pessimist)ehtimal əsaslı vaxt proqnozları üzərində dayanır.[3][6]

CPM:deterministlik vaxtlarla işləyir,tikinti istehsal kimi təkrarlanan layihələrdə və resurs,xərc optimizasiyasında güclüdür, kritik yol ən uzun yol olaraq hesablanır.[1][3]



1960-cı illərin əvvəllərində bu metoda maraq azalsa da,bəzi müəssisələr ondan böyük layihələrdə istifadə etməyə başladılar. Buna misal olaraq məşhur Catalytic Construction və Mauchly Associates şirkətlərini misal göstərmək olar.

Catalytic Construction və Mauchly Associates –CPM metodundan istifadə edən ilk şirkətlərdən olmuşdur.Onlar layihənin mərhələlər üzrə idarə olunmasının daha səmərəli yollarını araşdırmış ,proseslərin optimallaşdırılması və vaxtın düzgün idarəedilməsi ilə bağlı praktiki yanaşmaları elmi əsaslarla birləşdirmişlər.

Kritik yol metodu kompüter inqilabından sonra yenidən populyarlıq qazanmağa başladı.Bu gün bu yanaşma müxtəlif sahələrə uyğunlaşdırılıb.Proqram təminatının inkişafı da daxil olmaqla bu metod layihələrin daha dəqiq modelləşdirilməsinə ,fəaliyyət ardıcıllığının vizual şəkildə təsvirinə və vaxt qrafiklərinin avtomatlaşdırılmış şəkildə qurulmasına imkan yaratdı.İnformasiya texnologiyalarındakı bu inkişaf CPM metodunun daha geniş sahələrdə tətbiqini asanlaşdırdı və layihə idarəetməsində qərarvermə prosesini əhəmiyyətli dərəcədə sürətləndirdi.

Layih menecerləri niyə kritik yol metodundan istifadə edirlər?

O,layihələrin planlaşdırılması,həmçinin tapşırıqların və resursların bölüşdürülmisi haqqında dəyərli məlumatları təqdim edir.

Kritik xətt metodu (CPM)- layihədə yer alan bütün fəaliyyətləri,onların ardıcıllığını qarşılıqlı asılılıqlarını və vaxt müddətlərini təhlil etməyə imkan verən idarəetmə texnikasıdır.Bu metodun əsas məqsədi layihənin ümumi icra müddətinin təyin etmək vəonu gecikdirə biləcək əsas fəaliyyətləri (kritik fəaliyyətləri)müəyyənləşdirməkdir.[2][3]

Kritik xətt- layihənin başlanğıcından sonuna qədər olan və vaxt baxımından ən uzun ardıcıl fəaliyyətlər zənciridir.Bu zəncirdəki hər hansı bir fəaliyyətin gecikməsi layihənin ümumi gecikməsinə səbəb olur.[1][3]

Kritik Xətt Metodunun əhəmiyyəti:

a) Lahiyə vaxtının dəqiq planlaşdırılması

CPM layihə müddətini optimallaşdırılmasına kömək edir və layihə rəhbərinə vaxt resurslarını səmərəli idarə etmək imkanı verir.[3][4]

b) Resursların optimal idarə edilməsi

Kritik olmayan fəaliyyətlərdə boşluq (slack time) əvvəlcədən müəyyən edilir və bu,layihə resurslarının daha səmərəli bölüşdürülməsinə şərait yaradır.Bu yanaşma işçi qüvvəsinin,avadanlıqların və maliyyə vəsaitlərinin lazımsız yüklənməsinin qarşısını alır.Eyni zamanda resursların kritik fəaliyyətlərə yönləndirməsi mümkün olur ki ,bu da layihə müddətinin qısaldılmasına və ümumi xərclərin azalmasına töhfə verir.

c) Gecikmələrin qarşısının alınması

Kritik fəaliyyətlərə nəzarət etməklə layihənin ümumi gecikməsinin qarşısını almaq mümkündür.

d) Risklərin qiymətləndirilməsi və azaldılması

Kritik xətt metodu layihə risklərinin analizi üçün mühüm məlumat mənbəyidir.Hər bir fəaliyyətin layihə müddətinə təsiri aydın görünür.

e) İdarəetmədə şəffaflıq və hesabatlılıq

Layihə iştirakçıları layihənin hansı mərhələdə olduğunu və hansı fəaliyyətlərin prioritet təşkil etdiyini asanlıqla izləyə bilirlər.

Kritik xətt metodunun tətbiqi bir neçə mərhələdən ibarətdir:

1. Layihə fəaliyyətlərinin müəyyənləşdirilməsi:

Layihəni təşkil edən bütün iş və tapşırıqlar müəyyən olunur.

2. Fəaliyyətlər arasındakı əlaqələrin qurulması:

Hər bir fəaliyyətin hansı işdən sonra və ya əvvəl yerinə yetiriləcəyi təyin edilir.

3. Vaxt təxminlərinin aparılması:

Hər bir fəaliyyətin təxmini icra müddəti müəyyən olunur.

4. Şəbəkə diaqramının (Network Diaqram) qurulması:

Fəaliyyətlər və onların əlaqələri qrafik şəkildə göstərilir(adətən oxlar və düyünlərlə)

5. Kritik xəttin hesblanması:

Hər bir fəaliyyət üçün erkən başlama və gec başlama vaxtları hesablanır.Ən uzun müddətli yol kritik xətt kimi qəbul olunur.

6. Layihənin idarə edilməsi və nəzarət:

Layihə müddətində kritik fəaliyyətlər daim izlənilir və risklər minimuma endirilir.

TechBuild MMC – sənaye avadanlıqlarının istehsal müəssisəsi. Layihə İstehsal xəttinin quraşdırılması müddət təxminən 4 ay.

Cədvəl 1.

SAHƏ	Tətbiqdən əvvəlki vəziyyət	Tətbiqdən sonrakı vəziyyət
Planlaşdırma və qrafikləşdirmə	İşlər ardıcıl və təxmini vaxtlara əsasən görülürdü dəqiq planlaşdırma yox idi.	Hər bir fəaliyyətin müddəti və ardıcıllığı təyin edildi,işlər qrafik üzrə həyata keçirilir.
Məsuliyyət bölgüsü	Tapşırığın kim tərəfindən və nə vaxt icra olunacağı qeyri müəyyən idi.	Hər bir mərhələnin məsul şəxsi və başlama – bitmə vaxtı müəyyən edildi.
Vaxt idarəedilməsi	Eyni vaxtda görülə bilən işlər ardıcıl aparıldığı üçün layihə müddəti	Paralel işlər planlaşdırıldı, ümumi layihə müddəti qısaldı (15-20%)

	uzanırdı	
Nəzarət və izləmə	Gecikmələr yalnız baş verdikdən sonra aşkarlanır.	Kritik fəaliyyətlərə nəzarət real vaxtda aparılır,gecikmələr əvvəlcədən görünür.
Resurs bölgüsü	İşçi və texnika bəzən eyni vaxtda yüklənir,bəzən boş qalır.	Resurs kritik fəaliyyətlərə yönəldildi,balanslı istifadə təmin olundu.
Əlaqələndirmə və kommunikasiya	Şöbələr arasında əlaqə zəif idi iş axını pozulurdu.	Şöbələr arasında əlaqə və koordinasiya gücləndi,məlumat axını sürətləndi.
Risk və qərarvermə	Risklər yalnız nəticə yarandıqdan sonra müəyyən edilirdi.	Risklər erkən mərhələdə aşkar edilir və qabaqcıl tədbirlər görülürdü.
Layihə nəticəsi	Layihə müddəti uzanır,xərclər artır.	Layihə vaxtında və daha az xərc ilə başa çatdı.

Cədvəl. CPM metodunun tətbiqindən əvvəl və sonra layihə idarəetməsi üzrə fərqlərin müqayisəsi.

NƏTİCƏ

Aparılan araşdırmalar göstərir ki,Kritik Xətt Metodu layihələrin planlaşdırması və idarə olunması prosesində yüksək dəqiqlik və operativlik təmin edən ən effektv metodlardan biridir.CPM layihədə tapşırıqlar arasında asılılıqları dəqiq müəyyən etməyə ,vaxt itkilərini minimuma endirməyə və resursların optimal bölüşdürülməsinə şərait yaradır.Metod xüsusilə mürəkkəb və çox mərhələli layihələrdə rəhbərliyə real zamanlı nəzarət imkan verir və layihənin gecikmə riskini vaxtında aşkar etməyə kömək edir.

Tədqiqat həmçinin göstərir ki,Kritik Xətt Metodunun əsas üstünlükləri –tapşırıqların düzgün prioritetləşməsi,qərarvermə prosesinin asanlaşması və layihə müddətinin yüksək dəqiqliklə hesablanmasıdır. Bununla yanaşı, metodun bəzi məhdudiyyətləri də mövcuddur:layihə məlumatları dəqiq olmadıqda CPM-in nəticələri də qeyri-sabit ola bilər və metod daha çox vaxt və əmək tələb edən qrafik hazırlığına əsaslanır.

Ümumilikdə, Kritik Xətt Metodu şirkət və müəssisələrdə layihələrin effektiv idarə olunmasını təmin edən güclü analitik alətdir.Düzgün tətbiq edildikdə,həm layihə müddətinin optimallaşdırılmasına,həm də idarəetmədə şəffaflığın artırılmasına mühüm töhfə verir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Kerzner,H.(2017).Project Management:A Systems Approach to Planning,Scheduling and Controlling.Wiley. Daxil:01.11.2025
2. Project Management Institute (PMI).(2021).A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide)-7th Edition.Daxil:01.11.2025
3. Meredith,R.,&Mantel,S.J.(2014). Project Management: A Managerial Approach. Wiley.Daxil:03.11.2025
4. Nicholas,J.M.,& Steyn,H.(2020).Project Management for Engineering,Business and Technology.Routledge. Daxil:06.11.2025

5.Shtub,A.,Bard,J.F.,&Globerson,S.(2011).Project Management:Processes,Methodologies,and Economics.Pearson.Daxil:05.11.2025
6. Moder,J.J.,Philips,C.R.,&Davis ,E.W.(1983).Project Managementwith CPM,PERT and Precedence Diagramming .Van Nostrand Reinhold.03.11.2025
7. Məmmədov,Y.(2018).Layihələrin Planlaşdırılması və İdarə Edilməsi.Bakı:Elm və Təhsill.Daxil:04.11.2025
8. Azərbaycan Texniki Universiteti (2023). Layihələrin idarə edilməsi dərs vəsaiti.Daxil:07.11.2025

Vəfa ƏSGƏROVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
bakalavr
vmemmedova099@gmail.com

İNSAN RESURSLARININ PLANLAŞDIRILMASINDA VƏ TƏŞKİL EDİLMƏSİNDƏ YARANAN PROBLEMLƏR

Xülasə: *Məqalədə insan resurslarının planlaşdırılması və təşkilində qarşıya çıxan əsas problemlər araşdırılmış, olnarın səbəbləri və həll yolları təhlil olunmuşdur. Araşdırma nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, effektiv insan resursların planlaşdırması üçün məlumat əsaslı qərarvermə, strateji yanaşma və motivasiya sisteminin gücləndirilməsi önəmlidir. Bu prinsiplərin tətbiqi təşkilatların rəqabət qabiliyyətini və səmərəliliyini artırır.*

Açar sözlər: *İR planlaşdırılması, İR təşkili, İnsan Resursları, işçilərin motivasiyası, təşkilati səmərəlilik.*

PROBLEMS THAT ARISE IN THE PLANNING AND ORGANIZATION OF HUMAN RESOURCES

Abstract: *The article explores the main problems encountered in the planning and organization of human resources and analyzes their causes and possible solutions.The study reveals that effective HR planning requires data-driven decision-making,a strategic approach ,and the strengthening of motivation systems.The application of these principles enhances the competitiveness and overall efficiency of organizations.*

Keywords: *HR Planning, HR organization, HR, employe motivation ,organizational efficiency.*

ПРОБЛЕМЫ, ВОЗНИКАЮЩИЕ ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ И ОРГАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

Резюме: *В статье исследуются основные проблемы,возникающие при планнирование и организации человеческих ресурсов, а также анализируются их причины и пути решения. Результаты исследования показывают ,что для эффективного HR-планирования необходимы приятие решений на основе данных, стратегический подход и укрепление системы мотивации. Применение этих принципов повышает конкурентоспособность и общую эффективность организаций.*

Ключевые слова: *планирование ЧР, организация человеческих ресурсов, управление человеческими ресурсами, мотивация сотрудников, эффективность организации*

GİRİŞ

Hər bir təşkilatın uğurlu fəaliyyəti birbaşa olaraq onun insan resurslarından səmərəli idarə edilməsindən asılıdır.İnsan resursları-müəssisənin məqsədlərinə çatmaq üçün ən mühüm strateji amil sayılır. Bu səbəbdən,insan resurslarının düzgün planlaşdırılması və təşkil edilməsi idarəetmənin əsas istiqamətlərindən biridir.Lakin bir çox təşkilatlarda bu sahədə problemlər mövcuddur. Bu problemlər həm planlaşdırma mərhələsində, həm də insan resurslarının təşkilində meydana çıxır. İnsan resurslarının planlaşdırılması dedikdə,təşkilatın gələcəkdə ehtiyyac duyacağı işçi qüvvəsinin miqdar və keyfiyyət baxımından müəyyənləşdirilməsi başa düşülür[1].

Bu baxımdan insan resurslarının planlaşdırılması və təşkilində yaranan əsas problemlər ,olnarın səbəbləri və aradan qaldırılması yolları təhlil olunmasına ehtiyac var.

İnsan resurslarının planlaşdırılmasının mahiyyəti, əhəmiyyəti və səmərəliyyi

İnsan resurslarının planlaşdırılması təşkilatın strateji məqsədlərinə uyğun olaraq gələcək kadr tələbatının müəyyən edilməsini və bu tələbatın ödənilməsi yollarının hazırlanması nəzərdə tutur.Bu təşkilatın uzunmüddətli sabitliyi üçün əhəmiyyətlidir. Əgər planlaşdırma düzqün aparılarla ,təşkilat həm vaxtına ,həm də vəsaitinə qənaət etmiş olur.[2]

Bununla belə planlaşdırma prosesi yalnız işçi sayının hesablanması ilə məhdudlaşmır. Buna həmçinin əmək bazarının təhlili,işçi dövriyyəsinin idarə olunması ,kadr potensialının qiymətləndirilməsi və işçi ehtiyyatlarının formalaşdırılması da daxildir.Bu mərhələdə edilən səhvlər sonrakı təşkilatı problemlərə səbəb olur və o təşkilatın və düzqün iş prinsipi arasında asılıq yaradir.

Planlaşdırma mərhələsində yaranan problemlər

İnsan resurslarının planlaşdırılmasında ən çox rast gəlinən problemlərdən biri dəqiq proqnozlaşdırmanın çətinliyidir.Çox zaman təşkilatlar gələcək fəaliyyət planlarını qeyri-real proqnozlar üzərində qurur. Nəticədə ya artıq satda işçi işə götürülür ,ya da əksinə ixtisaslı kadr çatışmazlığı yaranır[5].

Digər mühüm problem informasiya çatışmazlığıdır.İnsan resurslarının planlaşdırılması üçün dəqiq statistik məlumatlar, əmək bazarı trendləri və daxili performans göstəriciləri tələb olunur.Bu məlumatlar olmadan planlaşdırma daha çox intiusiya və fərziyyələrə əsaslanır.

Bəzi təşkilatlarda planlaşdırma prosesi yalnız HR şöbəsinin üzərinə düşür və strateji idarəetmə səviyyəsinə inteqrasiya edilmir.Halbuki müasir yanaşmalarda insan resursları planlaşdırması biznes strategiyasının əsas hissəsi sayılır.[3]

İnsan resurslarının təşkilində rast gəlinən idarəetmə və kommunukasiya çətinlikləri

Planlaşdırmadan sonra insan resurslarının təşkil edilsi mərhələsi gəlir .Bu mərhələdə məqsəd işçi qüvvəsini düzgün bölüşdürmək,motivasiya sistemini formalaşdırmaq və əmək mühitini effektiv idarə etməkdir. Lakin bir çox təşkilatlarda bu mərhələdə də problemlər ortaya çıxır.

Ən çox rast gəlinən çətinliklərdən biri rol və vəzifə bölgüsünün qeyri-müəyyən olunmasıdır.Bu işçilər arasında məsuliyyətin paylaşılmasında qarışıqlıq yaradır və məhauldarlığın azalmasına gətirib çıxarır.

İkinci mühüm məsələ kpmmunikasiya problemləridir.Menecerlər və işçilər arasında effektiv əlaqə mexanizmlərinin olmaması qərarların icrasında gecikmələrə və konfiliktlərə səbəb olur.

Bundan əlavə, bəzi təşkilatlarda motivasiya sistemi zəif qurulduğu üçün işçilərin təşəbbüskarlığı azalır,bu isə ümumi performansa mənfi təsir göstərir.[4]

Problemlərin aradan qaldırılması üçün tövsiyyələr və təkliflər

İnsan resurslarının planlaşdırılmasında və təşkilində yaranan problemlərin həlli üçün bir

sıra tədbirlər görülməlidir.Əvvəla,təşkilatlar davamlı məlumat bazaları və sistemlər yaratmalıdırlar ki,kadr ehtiyaclarını real göstəricilər əsasında planlaşdırsınlar.

İkincisi, planlaşdırma prosesinə rəhbərliyin bütün səviyyələri cəlb olunmalıdır,yəni HR idarəetməsi ümumi strateji planlamanın ayrılmaz hissəsinə çevrilməlidir.

Üçüncüsü, kadrların inkişafı və təlim proqramları gücləndirilməli ,əməkdaşların potensialı davamlı şəkildə qiymətləndirilməlidir.

Nəhayət, motivasiya və əmək şəraiti məsələləri prioritet istiqamət kimi götürülməlidir.Çünki maddi və mənəvi stimullar olmadan heç bir planlaşdırma real nəticə vermir.

NƏTİCƏ

Aparılan təhlildən göründüyü kimi insan resurslarının planlaşdırılması və təşkil edilməsində bir çox sistemli problemlər mövcuddur. Bu problemlərin başlıca səbəbləri kimi strateji planlaşdırma boşluqları ,məlumat çatışmazlığı və motivasiya mexanizimləri göstərilə bilər.

Səmərəli insan resursları planlaşdırması üçün təşkilatlar uzunmüddətli perspektivdə düşünməli, kadr potensialını inkişaf etdirməli və idarəetmədə müasir texnologiyalardan güniç istifadə etməlidirlər.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Əliyev, R. (2020). İnsan resurslarının idarə edilməsi prinsipləri. Bakı: Qanun Nəşriyyatı.
2. Süleymanov,T.(2019).Müasir idarəetmə və HR strategiyaları. Bakı: Elm və Təhsil.
3. Quliyev, S. (2018). Strateji idarəetmədə insan resurslarının rolu. Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti jurnalı, N’3
4. Rzayev, A. (2020). Motivasiya və əmək məhsuldarlığı məsələləri.İqtisadi Araşdırmalar Mərkəzi.
5. Həsənova, L (2021). İnsan resurslarının planlaşdırılmasında innovativ yanaşmalar. Bakı:ADİU Nəşriyyatı.

Sevda HÜSEYNLİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
bakalavr
sevdahuseunli@gmail.com

İŞƏ QƏBUL ZAMANI YARANAN PROBLEMLƏR: MÜASİR ÇAĞIRIŞLAR VƏ HƏLL YOLLARI

Xülasə: *Məqalədə müasir əmək bazarında formalaşan institusional, sosial-iqtisadi və texnoloji dəyişikliklərin işə qəbul prosesinə təsiri elmi əsaslarla təhlil olunur. Tədqiqat çərçivəsində işə qəbul zamanı müşahidə edilən əsas problemlər – informasiya asimmetriyası, subyektivlik, diskriminasiya hallarının mövcudluğu, qiymətləndirmə metodlarının elmi-validlik baxımından zəifliyi, rəqəmsal platformalarda meydana çıxan texnoloji məhdudiyyətlər və insan resursları mütəxəssislərinin sərişdə çatışmazlığı araşdırılır. Eyni zamanda süni intellektin geniş tətbiqi, qlobal əmək bazarının transformasiyası və nəsillərarası fərqlərin artması kimi müasir çağırışların işə qəbul prosesinin strukturuna və idarəetmə mexanizmlərinə təsiri dəyərləndirilir. Məqalədə həmçinin problemlərin aradan qaldırılması üçün institusional, metodoloji və texnoloji həll mexanizmləri təklif olunur. Tədqiqat nəticələri göstərir ki, işə qəbul prosesinin səmərəliliyinin artırılması üçün şəffaf və standartlaşdırılmış siyasətin tətbiqi, kompetensiya əsaslı qiymətləndirmə modellərinin genişləndirilməsi, psixometrik alətlərin elmi-validliyinin təmin edilməsi və müasir rəqəmsal texnologiyaların etik əsaslarla tətbiqi zəruri şərtlər kimi çıxış edir.*

Açar sözlər: *İşə qəbul, insan resursları, qiymətləndirmə metodları, kompetensiya modeli, rəqəmsallaşma, əmək bazarı, müasir çağırışlar, diskriminasiya, alqoritmik qərəzlilik, HR idarəçiliyi.*

PROBLEMS ARISING DURING RECRUITMENT: MODERN CHALLENGES AND SOLUTION PATHWAYS

Abstract: *This article provides a scientific analysis of the institutional, socio-economic, and technological changes emerging in the modern labor market and their impact on the recruitment process. The study examines the main problems observed during hiring, including information asymmetry, subjectivity, the persistence of discriminatory practices, the insufficient scientific validity of assessment methods, technological limitations present in digital recruitment platforms, and the lack of professional competence among human resources specialists. Additionally, the influence of contemporary challenges—such as the widespread use of artificial intelligence, the transformation of the global labor market, and the growing intergenerational differences—on the structure and management mechanisms of recruitment is evaluated. The article also proposes institutional, methodological, and technological solutions aimed at eliminating these issues. The research findings indicate that increasing the efficiency of the recruitment process requires the implementation of transparent and standardized policies, the expansion of competency-based assessment models, ensuring the scientific validity of psychometric tools, and applying modern digital technologies in an ethical manner.*

Keywords: *Recruitment, human resources, assessment methods, competency model, digitalization, labor market, contemporary challenges, discrimination, algorithmic bias, HR management.*

ПРОБЛЕМЫ, ВОЗНИКАЮЩИЕ ПРИ ПРИЁМЕ НА РАБОТУ: СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Резюме: *В статье представлен научный анализ институциональных, социально-экономических и технологических изменений, происходящих на современном рынке труда, а также их влияние на процесс найма персонала. В рамках исследования рассматриваются основные проблемы, возникающие при приёме на работу, включая информационную асимметрию, субъективность, сохранение дискриминационных практик, недостаточную научную обоснованность методов оценки, технологические ограничения цифровых платформ найма и нехватку профессиональной компетентности специалистов по управлению человеческими ресурсами. Кроме того, оценивается влияние современных вызовов — широкое применение искусственного интеллекта, трансформация глобального рынка труда и углубляющиеся межпоколенческие различия — на структуру и механизмы управления процессом найма. В статье предлагаются институциональные, методологические и технологические механизмы решения выявленных проблем. Результаты исследования показывают, что повышение эффективности процесса найма требует внедрения прозрачной и стандартизированной политики, расширения компетентностных моделей оценки, обеспечения научной валидности психометрических инструментов и этичного применения современных цифровых технологий.*

Ключевые слова: *Найм персонала, управление человеческими ресурсами, методы оценки, компетентностная модель, цифровизация, рынок труда, современные вызовы, дискриминация, алгоритмическая предвзятость, HR-менеджмент.*

GİRİŞ

Müasir dövrdə qlobal əmək bazarında müşahidə olunan sosial-iqtisadi, institusional və texnoloji transformasiyalar işə qəbul prosesinin mahiyyətini və funksional strukturunu əhəmiyyətli dərəcədə dəyişdirmişdir. İnkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə rəqabət mühitinin kəskinləşməsi, insan kapitalının strateji resurs kimi ön plana çıxması, təşkilatların idarəetmə modellərində baş verən yeniliklər və işçi qüvvəsinin demoqrafik tərkibində meydana gələn fərqliliklər işə qəbul prosesinə yeni tələblər formalaşdırır. Bu reallıq işə qəbul sisteminin yalnız kadr təminatı mexanizmi kimi deyil, təşkilatın uzunmüddətli inkişaf strategiyasını müəyyən edən kompleks idarəetmə aləti kimi dəyərləndirilməsini zəruri etdiyini müşahidə edirik.

Elmi tədqiqatlarda da göstərilir ki, işə qəbul zamanı yaranan problemlər çoxşaxəli xarakter daşıyır və həm təşkilati, həm texnoloji, həm psixoloji, həm də sosial amillərlə bağlıdır. İnformasiya asimmetriyası, qiymətləndirmə meyarlarının qeyri-standartlığı, subyektiv yanaşmaların üstünlük təşkil etməsi, diskriminasiya hallarının mövcudluğu, rəqəmsal platformalarda istifadə olunan alqoritmlərin qərəzliliyi və insan resursları (HR) mütəxəssislərinin peşəkar sərişdə çatışmazlığı işə qəbulun səmərəliliyinə birbaşa təsir edən əsas maneələr kimi çıxış edir. Bununla yanaşı, süni intellekt texnologiyalarının sürətli tətbiqi, distant iş modelinin geniş yayılması və nəsillərarası davranış fərqlərinin dərinləşməsi prosesin daha mürəkkəb və çoxfaktorlu xarakter almasına gətirib çıxarır.

Bu amillər fonunda işə qəbul zamanı yaranan problemlərin sistemli şəkildə araşdırılması, onların səbəblərinin elmi əsaslarla təhlil edilməsi və müasir çağırışlara uyğun effektiv həll mexanizmlərinin müəyyənləşdirilməsi təkcə təşkilatların uğurlu fəaliyyətinə deyil, bütövlükdə əmək bazarının dayanıqlı inkişafına xidmət edən mühüm elmi-praktik tələbatdır.

Məqalədə işə qəbul prosesinin mövcud vəziyyəti geniş şəkildə təhlil edilir, beynəlxalq və yerli təcrübələrə əsaslanan problemlər müəyyənləşdirilir və həmin problemlərin aradan qaldırılması üçün institusional, metodoloji və texnoloji yanaşmalar təklif olunur. [1;9]

İşə Qəbul Anlayışının Konseptual Mahiyyəti

İşə qəbul anlayışı müasir idarəetmə elmində insan resurslarının formalaşdırılması və səmərəli istifadəsinin əsas istiqamətlərindən biri kimi çıxış edir. Konseptual yanaşma baxımından işə qəbul prosesi təşkilatın strateji məqsədləri ilə potensial əmək resursları arasında optimal uyğunluğun yaradılmasına yönəlmiş çoxkomponentli idarəetmə fəaliyyətidir. İşə qəbul yalnız vakansiyanın doldurulması əməliyyatı kimi deyil, həm də təşkilatın sosial-iqtisadi inkişafını birbaşa şərtləndirən, insan kapitalının keyfiyyət göstəricilərini müəyyən edən, uzunmüddətli institusional davamlılığı təmin edən sistemli proses kimi qiymətləndirilir.

Elmi-nəzəri baxımdan işə qəbul prosesinin mahiyyəti üç əsas konseptual xətt üzrə izah olunur:

1. İqtisadi konsepsiya,
2. Psixoloji-sosioloji konsepsiya,
3. Strateji idarəetmə konsepsiyası.

İqtisadi konsepsiyaya görə işə qəbul müəssisənin məhsuldarlığını artırmaq üçün əmək resurslarının optimal seçilməsinə xidmət edən iqtisadi qərarların məcmusudur. Bu yanaşmada namizədin bacarıqları, sərişdə səviyyəsi və əmək məhsuldarlığı potensialı əsas meyar kimi çıxış edir.

Psixoloji-sosioloji konsepsiya işə qəbul prosesini fərdi xüsusiyyətlərin, motivasiya amillərinin, davranış modellərinin və sosial uyğunluğun qiymətləndirilməsi kimi dəyərləndirir. Bu konsepsiya təşkilat mədəniyyəti, komanda dinamikası və iş mühiti ilə namizəd arasındakı psixoloji uyğunluğu əsas götürür.

Strateji idarəetmə konsepsiyası isə işə qəbul prosesini təşkilatın uzunmüddətli vizionu, innovativ inkişaf hədəfləri və rəqabət üstünlüyü ilə əlaqələndirir. Bu yanaşmaya görə düzgün seçilmiş kadr yalnız mövcud vakansiyanı doldurmur, həm də təşkilatın gələcək uğurlarının formalaşmasına töhfə verir.

Beləliklə, işə qəbul anlayışı geniş mənada təşkilatın insan kapitalının keyfiyyətinə, əmək bazarı ilə qarşılıqlı əlaqələrinə və sosial-iqtisadi mühitdəki mövqeyinə təsir göstərən strateji idarəetmə funksiyasıdır. Bu funksiyanın elmi əsaslarla düzgün təşkili təşkilatın innovativ inkişaf potensialının artırılmasına və institusional rəqabət qabiliyyətinin güclənməsinə şərait yaradır.

İşə Qəbulun Əsas Mərhələləri

İşə qəbul prosesi çoxmərhələli və sistemli yanaşma tələb edən kompleks idarəetmə mexanizmidir. Elmi metodologiya işə qəbul prosesinin strukturunu müəyyən ardıcıllıqla izah edir və hər bir mərhələnin təşkilati səmərəliliyə təsirini ayrı-ayrılıqda qiymətləndirir.

2.1. Kadr tələbatının müəyyənləşdirilməsi

İşə qəbulun ilk mərhələsi təşkilat daxilində mövcud və perspektiv kadr tələbatının elmi əsaslarla müəyyənləşdirilməsidir. Bu mərhələ əmək bazarında dəyişikliklər, istehsal həcmlərinin artması, yeni layihələrin həyata keçirilməsi və ya struktur islahatları ilə bağlı olaraq kadr ehtiyaclarının proqnozlaşdırılmasını tələb edir. Tələbatın düzgün müəyyənləşdirilməsi bütün prosesin səmərəliliyinin əsas təminatçısıdır.

2.2. Vakansiyanın təsviri və tələblərin formalaşdırılması

Vakansiyanın dəqiq və obyektiv təsviri işə qəbul prosesinin təməlini təşkil edir. Bu mərhələdə işin funksional vəzifələri, əsas məsuliyyət sahələri, tələb olunan bilik, bacarıq və kompetensiyalar, eləcə də təşkilati-hüquqi çərçivələr tam şəkildə formalaşdırılır. Vakansiyanın qeyri-dəqiq təsviri namizədlərin gözləntiləri ilə real iş şəraiti arasında uyğunsuzluq yarada bilər və bu da işçi dövriyyəsinin artmasına səbəb olur.

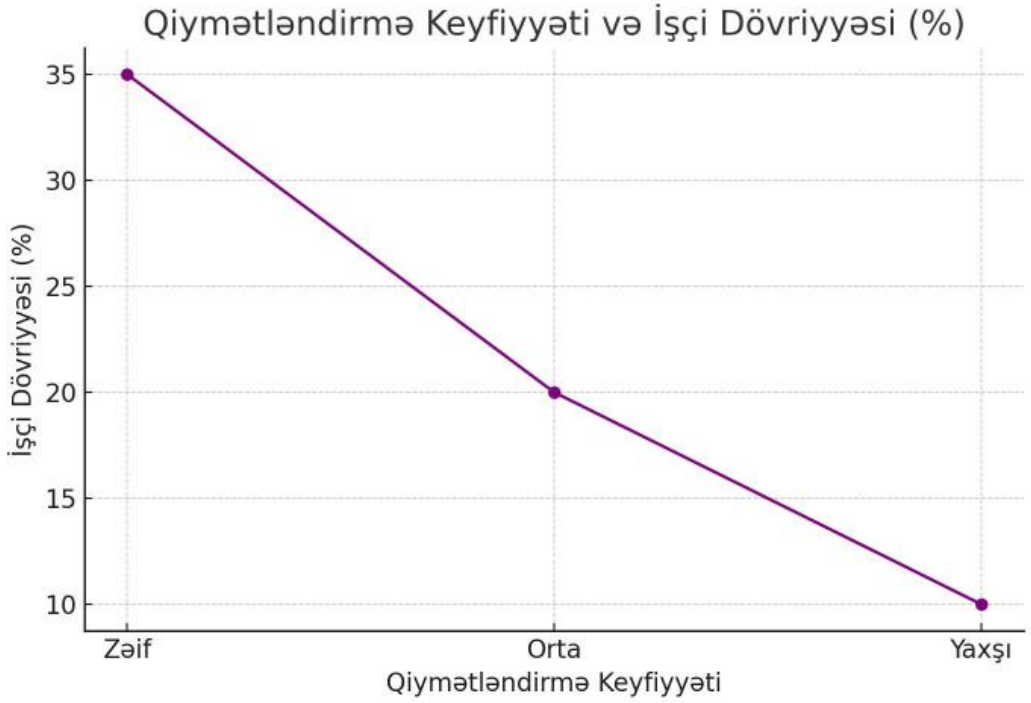
2.3. Namizədlərin cəlb olunması (Recruitment sourcing)

Bu mərhələdə təşkilat potensial namizədləri müxtəlif kanallar vasitəsilə müraciət etməyə təşviq edir. Elmi yanaşmaya görə cəlbetmə kanalları iki qrupa bölünür:

- daxili mənbələr (mövcud işçilər, karyera pilləsində yüksəliş imkanları)
- xarici mənbələr (onlayn platformalar, sosial şəbəkələr, əmək yarmarkaları, universitetlərlə əməkdaşlıq).

Cəlbetmə mexanizmlərinin düzgün seçilməsi təşkilatın geniş və keyfiyyətli namizəd bazasına çıxışını təmin edir

Aşağıdakı qrafik qiymətləndirmə keyfiyyəti ilə işçi dövriyyəsi arasındakı əlaqəni göstərir. Göründüyü kimi, qiymətləndirmə keyfiyyəti zəif olduqda işçi dövriyyəsi yüksəkdir



(35%), keyfiyyət yaxşı olduqda isə dövriyyə minimuma düşür (10%)

2.4. İlkin seçim və sənədlərin filtrasiyası

Bu mərhələdə təqdim olunan CV-lər, motivasiya məktubları, portfoliolar və digər sənədlər analiz edilir. Məqsəd vakansiya tələblərinə uyğun gəlməyən namizədlərin ilkin mərhələdə seçilməsidir. Rəqəmsal alətlərin geniş tətbiqi bu mərhələdə filtrasiya prosesinin sürətini artırsa da, alqoritmik qərəzlilik kimi problemlər hələ də aktual olaraq qalır.

2.5. Namizədlərin testləşdirmə və müsahibə mərhələsi

Testləşdirmə mərhələsində namizədin bilik, bacarıq, psixoloji xüsusiyyət, analitik düşünmə qabiliyyəti, qərarvermə meyilləri və digər səriştələri qiymətləndirilir. Bu prosesdə psixometrik testlər, situasiya analizləri, rol oyunları, praktiki tapşırıqlar və digər elmi əsaslı metodlardan istifadə olunur.

Müsahibə isə işə qəbulun ən kritik mərhələsi hesab olunur. Strukturlu, yarı-strukturlu və ya davranışa əsaslanan müsahibə modelləri namizədin peşəkar və sosial uyğunluğunu qiymətləndirməyə imkan verir. Müsahibənin keyfiyyəti çox vaxt HR mütəxəssislərinin səriştəsinə birbaşa bağlıdır.

2.6. Yekun qərarın qəbul edilməsi

Bu mərhələ namizədlər haqqında toplanmış bütün məlumatların sistemləşdirilməsi və ən optimal namizədin seçilməsi ilə xarakterizə olunur. Qərarvermə zamanı obyektiv kriteriyalar

və şəffaf prosedurların tətbiqi riskləri minimuma endirir.

2.7. İşə uyğunlaşdırma və adaptasiya

Namizədin seçilməsi ilə proses yekunlaşmır. Elmi yanaşmada adaptasiya mərhələsi işçinin təşkilata inteqrasiya olunmasının əsas şərti kimi qəbul edilir. Bu mərhələdə yeni işçiyə təşkilatın mədəniyyəti, daxili prosedurlar, funksional vəzifələr və gözləntilər izah edilir. Effektiv adaptasiya işçinin uzunmüddətli performansına müsbət təsir göstərir və işçi dövriyyəsini azaldır. [5;12]

İşə Qəbul Zamanı Yaranan Əsas Problemlər

Müasir işə qəbul prosesində təşkilatlar və namizədlər qarşısında bir sıra sistematik və struktur problemlər ortaya çıxır ki, bu da həm prosesin effektivliyinə, həm də işçi-müəssisə uyğunluğuna birbaşa təsir göstərir. Ən geniş yayılan problemlərdən biri informasiya qeyri-kafiliyi və şəffaflığın pozulmasıdır; işçilərə təqdim olunan vakansiya məlumatları çox zaman işin real tələblərini və iş mühitini əks etdirmir. Bu, namizəd gözləntilərinin düzgün formalaşmasına mane olur və işçi dövriyyəsinin artmasına səbəb olur. Digər mühüm problem subyektivlik və diskriminasiya hallarıdır; namizədlərin qiymətləndirilməsi zamanla yalnız elmi və obyektiv meyarlara əsaslanmır, eyni zamanda yaş, cinsiyyət, sosial mənşə və digər fərdi xüsusiyyətlər nəzərə alınaraq qeyri-bərabər qiymətləndirmə halları meydana çıxır. Bundan əlavə, peşəkar bacarıqları qiymətləndirmə metodlarının məhdudluğu da ciddi problem olaraq qalır; çox vaxt tətbiq olunan test və müsahibə metodları namizədin real bacarıqlarını tam əks etdirmir və prosesin obyektivliyini zəiflədir. Müasir dövrdə rəqəmsal platformaların istifadəsi də yeni çağırışlar gətirmişdir: alqoritmik qərəzlilik, məlumatların yanlış emalı və onlayn müsahibələr zamanı emosional və davranış siqnallarının itirilməsi kimi problemlər işə qəbulun keyfiyyətinə mənfi təsir göstərir. Nəticədə, işə qəbul prosesi yalnız təşkilati ehtiyacları ödəmək deyil, həm də sosial, etik və texnoloji aspektləri nəzərə alan inteqrativ idarəetmə sistemi kimi qiymətləndirilməlidir.[4;5;10;11]

Müasir Çağırışlar Kontekstində İşə Qəbulun Transformasiyası

Müasir dövrdə işə qəbul prosesi təşkilatların strateji idarəetmə fəaliyyətində əsas komponentlərdən birinə çevrilmişdir və bu prosesin səmərəliliyi həm müəssisənin rəqabət qabiliyyətinə, həm də əmək bazarında dayanıqlı inkişafına birbaşa təsir göstərir. Hazırkı iqtisadi və texnoloji şəraitdə işə qəbulun transformasiyası bir sıra kompleks çağırışlarla bağlıdır ki, bu çağırışlar həm metodoloji, həm də institusional yenilikləri tələb edir. Əvvəla, rəqəmsallaşma və süni intellekt texnologiyalarının tətbiqi işə qəbulun keyfiyyət və sürətinə əhəmiyyətli müsbət təsir göstərsə də, eyni zamanda prosesdə yeni risklər yaradır. Avtomatlaşdırılmış seçim alqoritmlərinin istifadəsi namizədlərin qiymətləndirilməsində qərəzli qərarların qəbuluna səbəb ola bilər, xüsusilə alqoritmlərin şəffaf olmaması hallarında ("black box" effekti). Bu isə həm etik, həm hüquqi, həm də təşkilati idarəetmə baxımından ciddi çağırışlar ortaya çıxarır, nəticədə insan resurslarının strateji idarə olunmasında yeni metodoloji yanaşmaların tətbiqini zəruri edir. [7]

İkincisi, qlobal əmək bazarının sürətli dəyişməsi işə qəbul prosesinə birbaşa təsir göstərir. Pandemiyadan sonra iş modellərinin hibrid və uzaqdan icrası geniş vüsət almışdır ki, bu da namizədlərdən yeni bacarıqların – xüsusilə rəqəmsal kommunikasiya, virtual komanda idarəetməsi, özünü-motivasiya və vaxtın səmərəli idarə olunması – olmasını tələb edir. Bu reallıq, ənənəvi işə qəbul meyarlarının köhnəlməsi ilə nəticələnmiş və müəssisələri namizəd seçimində daha çevik, adaptiv və kompetensiya əsaslı metodologiyalara yönəltmişdir.

Üçüncüsü, işçi qüvvəsində nəsillərarası fərqlərin artması işə qəbul prosesini sosial-psixoloji baxımdan daha mürəkkəb hala gətirmişdir. Müxtəlif nəsillərin (Baby-boomers, Generation X, Millennials/Y və Generation Z) fərqli motivasiya, ünsiyyət və işə yanaşma tərzi onların qiymətləndirilməsində universal meyarların istifadəsini çətinləşdirir. Bu isə namizədlərin potensial uyğunluğunu qiymətləndirmək üçün yeni psixoloji və davranış

meyarlarının tətbiqini tələb edir.

Dördüncüsü, etika və hüquq normalarının təmin olunması müasir işə qəbul prosesində vacib şərtlərdən biridir. Rəqəmsal platformaların və alqoritmik sistemlərin geniş tətbiqi nəticəsində məlumatların qorunması, diskriminasiya hallarının aradan qaldırılması və qərarların izah edilə bilən formatda verilməsi təşkilatların strateji məsuliyyətinin ayrılmaz tərkib hissəsinə çevrilmişdir.

Nəticədə, müasir çağırışlar kontekstində işə qəbul prosesi yalnız təşkilati ehtiyacları ödəyən texniki əməliyyat kimi deyil, həm də çevik, adaptiv və elmi əsaslı idarəetmə sistemi kimi transformasiya olunur. Təşkilatlar artıq işə qəbul zamanı yalnız namizədin mövcud bilik və bacarıqlarını deyil, həm də rəqəmsal savadlılıq, emosional zəka, özünü-motivasiya və davranış uyğunluğu kimi kompleks meyarları nəzərə almalıdırlar. Bu transformasiya həm idarəetmə elminin, həm də praktiki HR siyasətinin inkişafına birbaşa təsir göstərir və işə qəbulun strateji əhəmiyyətini daha da artırır. [9]

Problemlərin Həll Yolları

Müasir işə qəbul prosesində yaranan problemlərin həlli yalnız texniki və operativ tədbirlərlə məhdudlaşmamalıdır; bu, həm də institusional, metodoloji və strateji səviyyədə sistemli yanaşmaların tətbiqini tələb edir. Əvvəla, şəffaf və standartlaşdırılmış işə qəbul siyasətinin tətbiqi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu yanaşma namizədlərə vakansiyanın tələbləri, iş mühiti, ödəniş sistemi və karyera inkişaf imkanları barədə tam və düzgün məlumatın təqdim edilməsini nəzərdə tutur. Belə siyasət namizəd gözləntilərinin real iş şəraiti ilə uyğunlaşmasını təmin etməklə işçi dövriyyəsini azaltmaq və prosesin obyektivliyini artırmaq imkanı yaradır.

İkincisi, kompetensiya əsaslı qiymətləndirmə modelinin tətbiqi işə qəbulun elmi əsaslarla həyata keçirilməsini təmin edən effektiv yanaşmalardan biridir. Bu model yalnız namizədin bilik və bacarıqlarını deyil, həm də sosial, davranış və analitik qabiliyyətlərini sistemli şəkildə ölçür, nəticədə işçi ilə təşkilat arasında uyğunluq səviyyəsini maksimuma çatdırır.

Üçüncüsü, psixometrik testlərin elmi-validliyinin təmin olunması işə qəbul prosesində obyektivliyin artırılmasında əsas rol oynayır. Müəssisələr tətbiq etdikləri testlərin etibarlılıq, standartlaşdırma və normativ baza kriteriyalarına uyğun olmasına nəzarət etməklə namizədlərin potensial bacarıqlarını dəqiq qiymətləndirə bilərlər.

Dördüncüsü, süni intellekt və rəqəmsal alətlərin etik və şəffaf tətbiqi işə qəbulun effektivliyini artırmaqla yanaşı, diskriminasiya və alqoritmik qərəz risklərini minimuma endirir. Bu yanaşma, həmçinin qərarların izah edilə bilən formatda verilməsini təmin edərək hüquqi və etik risklərin qarşısını alır.

Nəhayət, insan resursları mütəxəssislərinin davamlı peşəkar inkişafı işə qəbul prosesinin səmərəliliyini artıran vacib komponentdir. Müasir HR mütəxəssisləri davranış psixologiyası, analitik qiymətləndirmə metodları və rəqəmsal texnologiyalar sahəsində bilik və bacarıqlarını davamlı olaraq inkişaf etdirməlidir. Bu isə təşkilatların işə qəbul siyasətini strateji səviyyədə elmi əsaslarla həyata keçirməsinə imkan yaradır.

Nəticə etibarilə, işə qəbul prosesində yaranan problemlərin həlli institusional, metodoloji və texnoloji tədbirlərin inteqrasiyası ilə mümkün olur və bu, həm namizədlərin, həm də təşkilatların uzunmüddətli faydasını təmin edir.[1;3;8]

NƏTİCƏ

Müasir işə qəbul prosesi yalnız təşkilatın kadr tələbatını ödəmək məqsədilə həyata keçirilən texniki əməliyyat deyil, həm də strateji idarəetmənin inteqrasiya olunmuş komponenti kimi qiymətləndirilməlidir. Aparılan elmi təhlillər göstərir ki, işə qəbul zamanı yaranan

problemlər – informasiya qeyri-kafiliyi, subyektivlik və diskriminasiya, qiymətləndirmə metodlarının məhdudluğu, rəqəmsal platformalardakı texnoloji qüsurlar və HR mütəxəssislərinin sərişte çatışmazlığı – yalnız operativ tədbirlərlə həll edilə bilməz. Bu problemlərin effektiv həlli institusional şəffaflığın təmin edilməsi, kompetensiya əsaslı qiymətləndirmə modellərinin tətbiqi, psixometrik testlərin elmi-validlik baxımından optimallaşdırılması, süni intellekt və rəqəmsal texnologiyaların etik və şəffaf istifadəsi, eləcə də insan resursları mütəxəssislərinin davamlı peşəkar inkişafı kimi kompleks yanaşmaların həyata keçirilməsini tələb edir.

Müasir çağırışlar – rəqəmsallaşma, qlobal əmək bazarının transformasiyası, hibrid iş modellərinin geniş yayılması və nəsillərarası fərqlərin artması – işə qəbul prosesinin strukturunu və qiymətləndirmə metodlarını yenidən formalaşdırmışdır. Bu reallıqlar işə qəbulun yalnız kadr seçimi mərhələsi deyil, həm də təşkilatın strateji üstünlüklərini təmin edən adaptiv, elmi əsaslı və çevik idarəetmə sistemi olduğunu göstərir.

Nəticədə işə qəbul prosesinin səmərəliliyinin artırılması və uzunmüddətli işçi-müəssisə uyğunluğunun təmin olunması institusional, metodoloji və texnoloji tədbirlərin inteqrasiyası ilə mümkündür. Eyni zamanda, gələcək tədqiqatlar işə qəbulun sosial-psixoloji aspektlərini, rəqəmsal alqoritmlərin etik və hüquqi tələblərə uyğunluğunu və nəsillərarası əmək münasibətlərini daha dərindən öyrənməyə yönəldilməlidir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Armstrong, M. (2020). Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice. Kogan Page.
2. Dessler, G. (2021). Fundamentals of Human Resource Management. Pearson.
3. Ulrich, D., & Brockbank, W. (2005). The HR Value Proposition. Harvard Business School Press.
4. Lievens, F., & Chapman, D. (2019). Recruitment and Selection. In A. Wilkinson et al., The SAGE Handbook of Human Resource Management. SAGE.
5. Highhouse, S., Lievens, F., & Sinar, E. F. (2003). Competency-Based Versus Task-Based Job Descriptions: Effects on Applicant Attraction. Journal of Applied Psychology, 88(4), 490-500.
6. Burke, R. J., & Cooper, C. L. (2006). The Human Resources Revolution: Research & Practice. Elsevier.
7. Thakur, G., Gupta, A., & Gupta, S. (2015). Data Mining for Prediction of Human Performance Capability in the Software-Industry. arXiv.
8. Bərova, K. (2019). İnsan resursları idarəedicilərini sahibkarlığa uyğun personalın seçilməsi. UNEC dissertasiya işi**.**
9. Əkrimova, Z. H. (2022). İşə qəbulda elektron insan resursları modelləri. UNEC dissertasiya işi**.**
10. Məmmədmirzəyev, N. (2023). Pandemiyanın Azərbaycanda fəaliyyət göstərən müəssisələrdə HR funksiyalarına təsiri. UNEC tədqiqat işi**.**
11. Məmmədzadə, B. (2021). Motivasiya üsullarının əmək kollektivinin idarə edilməsində tətbiqi. Azərbaycan Elmi Jurnalı**, 3(12), 45-58.**
12. "İşə Qəbul Prosesində Rəqəmsal Transformasiya" (2025). Azərbaycan Vergi Jurnalı**, 2(26), 78-89.**
13. "Yeni dövrün tələblərinə uyğun insan resurslarının idarə olunması". Azərbaycan Tibb Universiteti Elmi Məqalələri**. 2024.**

Alsu ƏLİYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
bakalavr
aliyevaalsu1893@gmail.com

İNSAN RESURSLARINDA ADAPTASİYA PROSESİNİN TƏŞKİLATİ İDARƏETMƏDƏ STRATEJİ ROLU

Xülasə: *Məqalədə insan resurslarında adaptasiya prosesinin mahiyyəti və təşkilati idarəetmədə strateji rolu araşdırılır. Yeni işçinin iş mühitinə, təşkilati dəyərlərə və sosial struktura inteqrasiyasını təmin edən bu prosesin çoxmərhələli və sistemli yanaşma tələb etdiyi müəyyən edilir. Tədqiqat adaptasiya mexanizmlərinin — ilkin məlumatlandırma, sosiallaşma, mentor dəstəyi və rəqəmsal adaptasiya (onboarding) alətlərinin — işçinin peşəkar fəaliyyətinə, motivasiyasına və təşkilata bağlılığına müsbət təsir göstərdiyini empirik olaraq sübut edir. Sorğu nəticələri göstərir ki, planlı və strukturlaşdırılmış adaptasiya sistemi əməkdaşların məmnunluğunu artırır və təşkilati səmərəliliyin yüksəldilməsində mühüm determinant kimi çıxış edir.*

Açar sözlər: *Adaptasiya prosesi, insan resursları, oriyentasiya; Sosiallaşma; Mentor dəstəyi; Rəqəmsal onboarding; Motivasiya; Təşkilati inteqrasiya.*

THE STRATEGIC ROLE OF THE ADAPTATION PROCESS IN HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

Abstract: *The article examines the essence of the adaptation process in human resources and its strategic role in organizational management. This process, which ensures the integration of new employees into the work environment, organizational values, and social structure, requires a multi-stage and systematic approach. The study empirically demonstrates that adaptation mechanisms—initial orientation, socialization, mentoring support, and digital onboarding tools—positively influence employees' professional performance, motivation, and organizational commitment. Survey results indicate that a planned and structured adaptation system increases employee satisfaction and serves as a key determinant in enhancing organizational efficiency.*

Keywords: *Adaptation process; Human resources; Orientation; Socialization; Mentoring support; Digital onboarding; Motivation; Organizational integration.*

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ РОЛЬ ПРОЦЕССА АДАПТАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

Резюме: *В статье рассматривается сущность процесса адаптации в области управления человеческими ресурсами и его стратегическая роль в организационном управлении. Этот процесс, обеспечивающий интеграцию новых сотрудников в рабочую среду, организационные ценности и социальную структуру, требует многоэтапного и системного подхода. Исследование эмпирически демонстрирует, что механизмы адаптации — первоначальная ориентация, социализация, поддержка наставника и цифровые инструменты onboarding — положительно влияют на профессиональную деятельность сотрудников, их мотивацию и приверженность организации. Результаты опроса показывают, что плановая и структурированная система адаптации повышает удовлетворенность сотрудников и является ключевым фактором повышения организационной эффективности.*

Ключевые слова: *Процесс адаптации; Человеческие ресурсы; Ориентация; Социализация; Поддержка наставника; Цифровой onboarding; Мотивация; Организационная интеграция.*

GİRİŞ

İnsan resurslarında adaptasiya prosesi işçinin təşkilata gəldiyi ilk gündən başlayaraq onun yeni iş mühitini anlamağına, kollektivdə yerini tapmağına və öz rolunu düzgün formalaşdırmasına kömək edən əsas mərhələlərdən biridir. Yeni işçi üçün təşkilata daxil olmaq həm maraqlı, həm də müəyyən qədər həyəcanlı ola bilər. Bu mərhələdə işçinin qarşılaşdığı ilk təcrübələr, aldığı məlumatlar və rəhbərlik tərəfindən göstərilən yanaşma onun motivasiyasına və fəaliyyətə baxışına birbaşa təsir edir.

Adaptasiya prosesi işçiyə yalnız işin mahiyyətini öyrətməyi deyil, eyni zamanda təşkilatın mədəniyyətini, əməkdaşlıq prinsiplərini və sosial mühiti tanıtmağı da hədəfləyir. İlk günlərdə verilən dəstək, düzgün yönləndirmə və aydın izahlar yeni əməkdaşın özünü daha rahat hiss etməsinə, işə daha tez uyğunlaşmasına və komanda ilə effektiv münasibətlər qurmasına imkan yaradır. Bu səbəbdən adaptasiya mərhələsinin planlı şəkildə təşkili həm işçinin, həm də təşkilatın ümumi fəaliyyətinə müsbət təsir göstərir.

Müasir idarəetmədə adaptasiya prosesi təkcə öyrədici mərhələ hesab edilmir; o, işçinin şirkətə bağlılığını artıran və onun uzunmüddətli performansına təsir edən strateji yanaşma kimi qiymətləndirilir. Düzgün qurulmuş adaptasiya sistemi işçilərin yeni mühitə daha rahat inteqrasiya olmasına, əməkdaş dövriyyəsinin azalmasına və təşkilat daxilində sabit iş atmosferinin formalaşmasına şərait yaradır. Bu baxımdan adaptasiya insan resursları idarəçiliyinin ən vacib istiqamətlərindən biri kimi xüsusi əhəmiyyət daşıyır.İnsan resurslarının adaptasiyası, şirkətə yeni gələn işçinin yalnız işə başlamaqla kifayətlənməyib, həm də şirkətin mədəniyyətinə, kollektivinə və iş proseslərinə sürətlə uyğunlaşmasını təmin edən strateji bir prosesdir. Sadəcə "iş necə görülür" sualına cavab vermək deyil, eyni zamanda işçinin şirkətin dəyərlərini mənimsəməsinə, həmkarlarla səmərəli əlaqələr qurmasına və öz bacarıqlarını maksimum səviyyədə göstərməsinə şərait yaratmaqdır. Bu proses işçinin motivasiyasını artırır, səhvlərin qarşısını alır və onun sürətli peşəkar inkişafına xidmət edir.

Teoriyada, adaptasiya prosesi, müxtəlif mərhələlər və metodlardan ibarət olan strateji sistem kimi təqdim olunur. O, yalnız işçinin texniki bacarıqlarını artırmaqla kifayətlənmir, həm də onun şirkətin daxili qaydalarına, iş prinsiplərinə və sosial mühitinə uyğunlaşmasını təmin edir. Bu baxımdan, adaptasiya prosesi şirkətin uzunmüddətli uğuru və rəqabət qabiliyyəti üçün həyati əhəmiyyət daşıyır. Motivasiya olunmuş, kollektivə uyğunlaşmış və şirkətin dəyərlərinə sadiq işçi, təşkilat üçün strateji sərvət hesab olunur [1;5].

Adaptasiya Prosesinin Mərhələlərə Bölünməsi və Əhəmiyyəti

İşçilərin şirkətə uğurlu inteqrasiyasını təmin etmək üçün adaptasiya prosesi yalnız bir mərhələdən ibarət olmur; o, diqqətli və sistemli yanaşma tələb etdiyi üçün bir neçə hissəyə bölünür. Hər bir mərhələ işçinin həm peşəkar, həm də sosial mühitə uyğunlaşmasını asanlaşdırmaq məqsədi daşıyır.

Birinci mərhələ: Ön adaptasiyadır. Bu mərhələdə işçi hələ rəsmi olaraq işə başlamamışdan əvvəl şirkət mədəniyyəti, məqsədləri və gözləntiləri haqqında ətraflı məlumatlandırılır. Belə hazırlıq işçinin stressini azaldır və ona gələcək iş mühitinə hazırlaşmaq üçün vaxt verir.

İkinci mərhələ: İşə giriş və oriyentasiyadır. Burada işçi vəzifələrini praktiki şəkildə öyrənir, komanda üzvləri ilə tanış olur və gündəlik iş proseslərinə daxil edilir. Sosial inteqrasiya bu mərhələdə xüsusi önəm daşıyır; işçinin həmkarlarla və rəhbərliklə qurduğu müsbət münasibətlər onun motivasiyasını və məmnuniyyətini artırır.

Üçüncü mərhələ: İnkişaf və davamlı dəstəkdir. Bu mərhələdə işçinin performansı izlənir, geri bildirim verilir və əlavə təlimlərlə bacarıqların artırılması təmin olunur. Mentorluq və interaktiv təlim proqramları işçinin şirkət daxilində özünü dəyərli hiss etməsinə, məsuliyyətini artırmasına və peşəkar inkişafına kömək edir.

Adaptasiya Prosesində Yaranan Çətinliklər və Problemlərin Həlli

Yeni bir iş mühiti, yeni komanda üzvləri və yeni öhdəliklər – hər şey bir anda qarşınıza çıxdıqda, işçi üçün sanki bir labirint başlayır. Adaptasiya prosesi məhz bu labirinti aşmaq üçün mövcuddur: işçinin şirkət mədəniyyətini, prosedurlarını, həmkarlarla əlaqəni və vəzifələrini başa düşməsini təmin edən bir yol xəritəsi. Amma heç bir labirint tam təhlükəsiz deyil – bəzən yanlış dönən yol, anlaşılmayan təlimat və ya gözlənilməz gözləntilər çətinliklər yaradır. Adaptasiya prosesinin uğuru işçinin şirkətə tez uyğunlaşması və performansını maksimuma çatdırması ilə ölçülür. Bunun üçün bir neçə əsas yanaşma xüsusilə təsirlidir:

1. Təlim və Öyrənmə Proqramları – Yeni işçilərə şirkətin prosedurlarını, vəzifələrini və iş mədəniyyətini göstərən sistemli təlimlər təşkil edilir. Sadəcə qaydaları izah etmək kifayət deyil; işçi praktiki nümunələr üzərində öyrənməli, suallarını verə bilməli və real vəziyyətlərə hazır olmalıdır.

2. Mentorluq və Dəstək Sistemi – Hər yeni işçiyə təcrübəli mentor və ya rəhbər təyin olunur. Mentor yalnız iş texnikasını öyrətmir, həm də işçinin komanda içində davranışına, ünsiyyətinə və problemlərlə mübarizəsinə dəstək olur. Bu yanaşma adaptasiyanı sürətləndirir və işçinin özünəinamını artırır.

3. Geri Bildirim və Qiymətləndirmə– İşçinin adaptasiya prosesində nələrdə uğurlu olduğunu və hansı sahələrdə inkişaf etməsi lazım olduğunu göstərən sistemli geri bildirim mexanizmi vacibdir. Bu, həm işçinin, həm də rəhbərliyin proses boyunca düzgün qərarlar verməsinə kömək edir.

4. Sosial və Komanda İnkişafı – Yeni işçinin həmkarlarla münasibət qurması, komanda ruhuna daxil olması üçün sosial inteqrasiya tədbirləri təşkil olunur. Komanda layihələri, qısa təlim sessiyaları və kollektiv fəaliyyətlər işçinin şirkət mədəniyyətini daha yaxşı mənimsəməsinə şərait yaradır.Bu yanaşmalar birləşdirildikdə, işçi şirkətə daha sürətlə uyğunlaşır, performansı yüksəlir və həm komanda, həm də təşkilat üçün faydalı olur [3;7].

Adaptasiya və Şirkətin Uğuru

Bir şirkətin uğuru təkcə məhsul və ya xidmətlə ölçülmür. Əsl güc, işçilərin motivasiya və bacarıqlarını düzgün yönləndirməkdədir. İşçilər şirkətə uyğunlaşdıqca, onların məhsuldarlığı və yaradıcılığı artır, komanda daha ahəngdar işləyir.Adaptasiya prosesi sadəcə işçinin öyrənməsi deyil, həm də onun şirkətin mədəniyyətinə, dəyərlərinə və strategiyasına inteqrasiyası deməkdir. Bir işçi şirkətin missiyasını və məqsədini başa düşəndə, hər gün gördüyü işin daha mənalı olduğunu hiss edir. Bu isə motivasiyanı yüksəldir və iş keyfiyyətini artırır.Strateji baxımdan adaptasiya, həmçinin işçilərin uzunmüddətli bağlılığını və şirkətə sadiqliyini təmin edir. Düzgün adaptasiya olunmuş işçi daha az xəstəlik və istefa riskinə malik olur, komanda içindəki çatışmazlıqlar azalır. Nəticədə şirkət həm maliyyə baxımından, həm də mədəniyyət baxımından güclənir [].

Bundan başqa, yeni işçilərin uğurlu adaptasiyası şirkətin innovasiya qabiliyyətinidə artırır. Çünki işçi rahat şəkildə fikirlərini bölüşür, risklərə açıq olur və yeni layihələrdə fəal iştirak edir. Bu isə şirkətin bazarda rəqabət üstünlüyünü təmin edir.

Qısacası, adaptasiya prosesinə diqqət yetirmək sadəcə işçinin faydasına deyil, həm də şirkətin strateji məqsədlərinə çatması üçün həyati əhəmiyyət kəsb edir. İşçi şirkətə adaptasiya olunduqca, hər kəs qazanır – həm fərd, həm komanda, həm də bütün şirkət [6].

Cari illərdə istifadə olunan adaptasiya üsulları və innovativ yanaşmalar

Müasir dövrdə adaptasiya prosesi artıq sadəcə "işə başla, öyrən" prinsipi ilə məhdudlaşmır. Şirkətlər daha strateji və məqsədyönlü yanaşmalar tətbiq edirlər. Ənənəvi

mentorluq və təlim proqramları hələ də istifadə olunur, amma texnologiya və insan resurslarının yeni yanaşmaları prosesi daha effektiv edir.

Bir çox şirkətlərdə rəqəmsal adaptasiya platformaları mövcuddur. Bu platformalar işçiyə şirkətin strukturu, daxili qaydalar, iş prosesləri və mədəniyyət haqqında interaktiv məlumat verir. Yeni işçi öz tempi ilə öyrənir, suallarına dərhal cavab tapır və real iş situasiyaları ilə tanış olur.Mentorluq sistemi isə adaptasiyanın ən güclü üsullarından biridir. Təcrübəli işçi yeni əməkdaşa yalnız vəzifələri öyrətmir, həm də onu şirkət mədəniyyətinə və komanda içindəki davranış normalarına yönləndirir. Bu yanaşma həm işçinin sosial inteqrasiyasını sürətləndirir, həm də şirkət daxilində etimad yaradır.

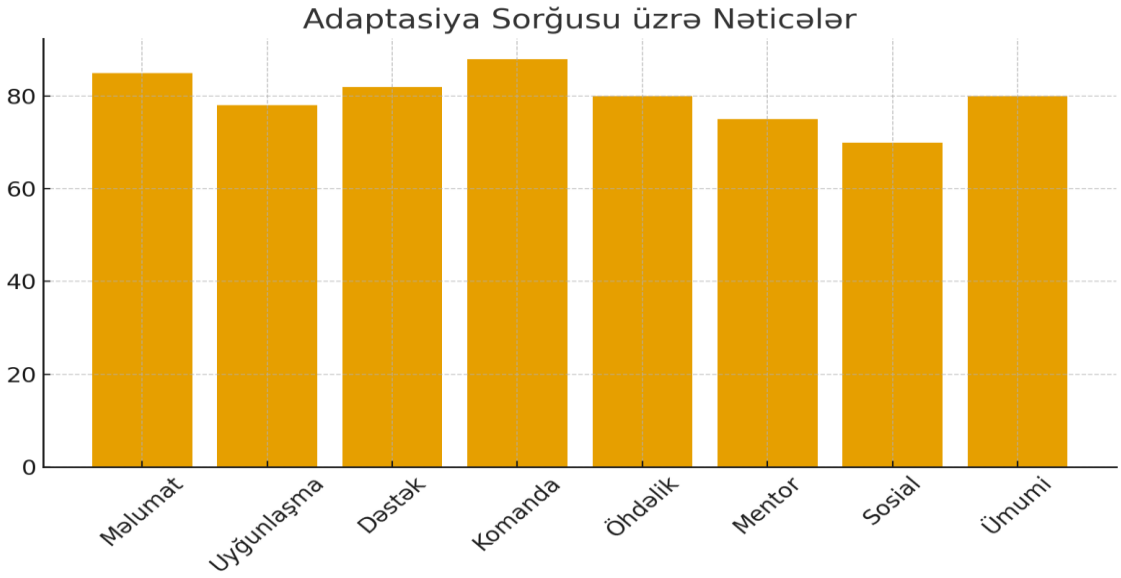
Müasir HR praktikalarında interaktiv təlim və oyunlaşdırma metodları da geniş istifadə olunur. Bu metodlar, işçilərin diqqətini artırır, öyrənmə prosesini maraqlı edir və öyrəndiklərini dərhal tətbiq etməyə imkan verir. Beləcə, adaptasiya həm sürətli, həm də daha dərin olur.[4;2]

Sorğu və Təhlil

Adaptasiya prosesinin effektivliyini qiymətləndirmək məqsədilə təşkilatda yeni işçilər arasında sorğu keçirildiyi nəzərdə tutulmuşdur. Sorğu 20 respondent arasında aparılmış və aşağıdakı istiqamətləri əhatə etmişdir:

1. İlk iş günündə verilən məlumatların kifayətlilik
2. İş mühitinə uyğunlaşma rahatlığı
3. Rəhbərlik tərəfindən göstərilən dəstək
4. Komanda ilə münasibətlərin qurulması
5. Vəzifə öhdəliklərinin aydın şəkildə izah olunması
6. Mentor və ya təyin edilmiş əməkdaş tərəfindən dəstək
7. Sosial adaptasiya tədbirlərinin mövcudluğu
8. Ümumi adaptasiya prosesindən məmnunluq.

Sorğunun nəticələrinə əsasən işçilərin 80%-i adaptasiya prosesinin ümumilikdə faydalı olduğunu qeyd etmişdir. Respondentlərin böyük hissəsi ilk günlərdə verilən məlumatların kifayət qədər aydın olduğunu bildirib. Lakin bəzi iştirakçılar sosial inteqrasiya tədbirlərinin daha da gücləndirilməsinə ehtiyac duyulduğunu vurğulamışdır. Ümumilikdə sorğu nəticələri göstərir ki, adaptasiya prosesi yeni işçilərin şirkətə uyğunlaşmasına müsbət təsir göstərir, lakin sosial yönümlü tədbirlərin artırılması təşkilatın ümumi mədəniyyətinə daha güclü inteqrasiya təmin edə bilər.



NƏTİCƏ

Nəticə olaraq, cari illərdəki adaptasiya üsulları sadəcə işçiləri öyrətmək deyil, onların şirkətlə bağlı hisslərini gücləndirmək, motivasiyasını artırmaq və strateji məqsədlərə çatmaq üçün bir vasitə kimi işləyir. Hər bir uğurlu adaptasiya həm fərdi, həm də təşkilati səviyyədə qazanc deməkdir.Bütün bu üsulların məqsədi eynidir: işçinin şirkətə bağlılığını və iş məhsuldarlığını maksimum səviyyəyə çatdırmaq. Yəni adaptasiya prosesi artıq sadəcə "öyrənmək" deyil, motivasiya və məmnuniyyət yaratmaq deməkdir. Gələcəyə baxdıqda, adaptasiya prosesinin daha çox texnologiya və insan amilinin birləşdiyi bir istiqamətdə inkişaf edəcəyi gözlənilir. Şirkətlər bu sahədə innovativ yanaşmalara açıq olmalı, insanı yalnız işçi kimi deyil, dəyərlərin daşıyıcısı kimi görməlidirlər. Çünki hər yeni işçi — yeni bir fikir, yeni bir baxış və bəzən də şirkətin gələcək uğurlarının başlanğıcıdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Armstrong, M. (2020). Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice. London: Kogan Page.
2. Dessler, G. (2019). Human Resource Management. Pearson Education.
3. Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). Organizational Behavior. Pearson.
4. Kocabaş, F. (2017). İnsan Kaynakları Yönetimi. İstanbul: Beta Yayınları.
5. Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2021). Fundamentals of Human Resource Management. McGraw-Hill.
6. SHRM. (2020). Employee Onboarding and Orientation Best Practices. Society for Human Resource Management.
7. Çərxi, A. (2018). İnsan Resurslarının İdarə Edilməsi. Bakı: Qafqaz Universiteti Nəşriyyatı.

Sona CƏFƏROVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
bakalavr
sonacfrv04@gmail.com

İDARƏETMƏDƏ PSİXOLOJİ METODLARIN TƏTBİQİ VƏ TƏSİRİ: AZƏRBAYCAN NÜMUNƏSİ

Xülasə: *Məqalədə idarəetmədə psixoloji metodların tətbiqi və onların işçi motivasiyası, kollektiv münasibətlər və təşkilati dəyişikliklərə təsiri araşdırılmışdır. Rəhbərin davranış üslubları, mədəni amillər və ədalətsizlik faktorlarının psixoloji nəticələri nümunələrlə izah olunur. Psixoloji metodların düzgün tətbiqi işçilərin motivasiyasını artırır, mobing və manipulyasiya hallarını azaldır, kollektivdə əməkdaşlıq və yaradıcılığı stimullaşdırır. Eyni zamanda, rəhbərin sui-istifadəsi və manipulyativ yanaşmaların mənfi təsirləri nəzərə alınmışdır.Araşdırmalara əsasən, idarəetmədə psixoloji metodların məqsədyönlü və şəffaf tətbiqi təşkilatın dayanıqlığını və işçilərin psixoloji rifahını təmin edir.*

Açar sözlər: *psixoloji metodlar, idarəetmə üsulları, motivasiya, mobing, subardinasiya, buzlaşma modeli, manipulyasiya, təşkilati dəyişiklik, mədəni faktorlar, ədalətsizlik.*

APPLICATION AND IMPACT OF PSYCHOLOGICAL METHODS IN MANAGEMENT: THE CASE OF AZERBAIJAN

Abstract: *The article examines the application of psychological methods in management and their impact on employee motivation, group relations, and organizational change. The behavioral styles of leaders, cultural factors, and the psychological consequences of perceived injustice are explained through practical examples. Proper implementation of psychological methods enhances employee motivation, reduces cases of mobbing and manipulation, and stimulates cooperation and creativity within the team. At the same time, the negative effects of managerial abuse and manipulative approaches are taken into account. According to research, the purposeful and transparent use of psychological methods in management ensures organizational sustainability and supports the psychological well-being of employees.*

Keywords: *Psychological methods, Management methods / Management approaches, motivation, mobbing / workplace bullying, subordination, iceberg model, manipulation, organizational change, cultural factors, injustice / perceived injustice*

ПРИМЕНЕНИЕ И ВЛИЯНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ МЕТОДОВ В УПРАВЛЕНИИ: ПРИМЕР АЗЕРБАЙДЖАНА

Резюме: *В статье рассматривается применение психологических методов в управлении и их влияние на мотивацию сотрудников, коллективные отношения и организационные изменения. Поведенческие стили руководителя, культурные факторы и психологические последствия чувства несправедливости объясняются с использованием практических примеров. Правильное применение психологических методов повышает мотивацию работников, снижает случаи моббинга и манипуляций, а также стимулирует сотрудничество и творческую активность в коллективе. Одновременно учитываются негативные последствия злоупотребления властью и манипулятивных подходов со стороны руководителя. Согласно исследованиям, целенаправленное и прозрачное использование психологических методов в управлении обеспечивает устойчивость организации и способствует психологическому*

благополучию сотрудников.

Ключевые слова: *психологические методы, методы управления / управленческие подходы, мотивация, моббинг, субординация, модель "айсберга", манипуляция, организационные изменения, культурные факторы, несправедливость / восприятие несправедливости*

GİRİŞ

İnzibati-normativ münasibətlər təşkilatlarda çox vaxt sərəncam, əmr və digər formal inzibati mexanizmlərlə həyata keçirilir və bu modelin təməlində rəhbərin göstərişinin mütləq icrası dayanır. Bu cür münasibətlərdə işçilərin fərdi xüsusiyyətləri nəzərə alınmadıqda idarəetmə mexanizmi mexaniki şəkildə işləyir və bu da həm psixoloji, həm də məhsuldarlıq baxımından zərərli nəticələr yaradır. Məsələn, eyni tapşırığı hər kəsə eyni tonda, eyni tələblərlə vermək fərqli psixologiyaya malik olan işçilərdə tamamilə fərqli reaksiyalar yarada bilər: birini motivasiya edən sərt ton digərini qorxuya salır, digəri üçün isə tamamilə demotivasiyaedici təsir göstərir. Bu fərqlər nəzərə alınmadıqda işçi özünü qiymətləndirilməmiş, dəyər verilməmiş və şəxsi xüsusiyyətləri nəzərə alınmamış kimi hiss edir ki, bu da uzunmüddətli dövrdə təşkilatda loyalığın zəifləməsinə səbəb olur.

İnzibati-normativ sistemdə rəhbərlər çox vaxt manipulyativ üsullardan istifadə etməyə meylli olurlar, çünki rəsmi səlahiyyət çərçivəsi onlara emosional və psixoloji təzyiq imkanları yaradır. Azərbaycandakı bir çox təşkilatlarda bu xüsusilə nəzərə çarpır: rəhbər işçi tapşırığın yerinə yetirilməsi üçün motivasiyaedici mexanizm qurmaq əvəzinə "icra etməlisən, çünki rəhbər mənəm" yanaşmasını seçir. Bu isə işçinin daxili motivasiyasını öldürür və yalnız qorxuya əsaslanan qısamüddətli nəticələr yaradır. Nümunə kimi bir şirkətdə satış şöbəsində rəhbərin əməkdaşları "əgər bu ay planı doldurmasanız, hamınızı dəyişdirəcəyəm" kimi manipulyativ cümlələrlə idarə etməsi göstərilə bilər. Qısa müddətdə satış faizi yüksəlsə də, işçilərin psixoloji gərginliyi artdığı üçün 3-4 ay sonra kollektivin yarısı işdən çıxır, təcrübəli əməkdaşlar təşkilatı tərk edir və uzunmüddətli itkilər yaranır.

Fərdi xüsusiyyətlər nəzərə alınmadıqda başqa ciddi problem kommunikasiya pozuntusudur. Rəhbər öz idarəetmə tərzini bütün işçilərə tətbiq etdiyi zaman informasiya axını birtərəfli, sərt və bəzən təhlükəli hala gəlir. Misal üçün, introvert xarakterli bir işçi rəhbərin açıq tənqidindən sonra günlərcə stress keçirə bilər, halbuki eyni cümlə ekstrovert əməkdaş üçün problem yaratmaya bilər. Bu psixoloji fərqlər nəzərə alınmayan halda ümumi iş atmosferi qeyri-sabit olur və kollektivdə mikro-ziddiyyətlər yaranır.

Fərdi yanaşma olmadığı zaman təşkilatda mobinq riski də artır. Rəhbər fərqli yanaşma tələb edən işçiləri eyni qəlibdə yönləndirdikdə kimlərinsə üzərinə daha çox təzyiq düşür və beləliklə qeyri-rəsmi mobinq davranışları ortaya çıxır. Bu, xüsusilə inzibati-normativ sistemin sərt formalarında özünü göstərir. Məsələn, bir şöbədə daha sakit, məsuliyyətli işçi həmişə əlavə iş görməyə məcbur edilir, daha cəsur və etiraz edən işçi isə rəhbərin favoritinə çevrilir. Bu isə kollektiv daxilində ədalətsizlik hissi yaradır və işçilər bir-birinə qarşı da mənfi münasibət formalaşdırmağa başlayırlar.

Bu modeldə ən təhlükəli nəticə işçinin demotivasiya olmasıdır. Fərdi yanaşma görməyən işçi özünü "sistemin kiçik bir vintciyi" kimi hiss edir və onun təşkilatdakı varlığı şəxsi dəyər daşımır. Belə işçi yalnız məcburiyyətlə işləyir və fərdi təşəbbüslərdən qaçır. Bu isə təşkilatda innovasiya potensialını azaldır. Məsələn, istehsalat şirkətlərində operativ işçilər çox vaxt idarəetmənin onları dinləmədiyini bildikləri üçün prosesi yaxşılaşdıra biləcək təkliflər vermirlər, nəticədə şirkət illərlə eyni səhvləri təkrarlayır.

Rəhbərlərin manipulyativ yanaşması da prosesin keyfiyyətini aşağı salır. Manipulyasiya edilən işçi özünü aldadılmış hiss edir və bu hiss onun həm işə, həm də rəhbərə münasibətini

zədələyir. Misal üçün, rəhbər əməkdaşlara "əgər bu layihə başa çatsa, hamınıza mükafat veriləcək" deyib, daha sonra bunu etmirsə, işçilərin etibarı tamamilə itir. Bu hal Azərbaycan reallığında çox yayğındır və nəticədə təşkilatlarda "rəisin sözü etibarlı deyil" düşüncəsi formalaşır.

Bu münasibətlərin uzunmüddətli təsiri təkcə işçiyə deyil, bütün kollektivə zərər vurur. Fərdi xüsusiyyətlər nəzərə alınmadıqda kollektivdə gizli müqavimət yaranır: işçilər passiv etiraz göstərir, işi gecikdirir, təşəbbüs göstərmirlər və rəhbər bundan xəbərsiz olur. Yaxşı işçilər isə belə şəraitdən qaçaraq başqa şirkətlərə keçir. Bu halda təşkilat ən keyfiyyətli resursunu – təcrübəli kadrları itirir. Məsələn, bir bankda karyerası yüksək olan əməkdaş rəhbərin ədalətsiz münasibətini görərək birdən işdən çıxır və rəqib banka keçir. Rəhbər isə sonradan onun nə qədər vacib olduğunu başa düşür, amma artıq gec olur.

Bu səbəblərlə inzibati-normativ modeldə fərdi psixoloji xüsusiyyətlərin nəzərə alınmaması idarəetmənin ən ciddi nöqsanlarından biri hesab edilir. Belə mühit yalnız "əmr–icra" sisteminin işləməsinə imkan verir, lakin motivasiya, yaradıcı düşüncə, əməkdaşlıq və innovasiya kimi müasir idarəetmənin əsas elementlərini məhv edir.

Subordinasiya xətlərinin düzgün işləməməsi və rəhbərin davranış tərzinin psixoloji təsirləri

Təşkilatlarda subordinasiya xətləri yuxarıdan aşağıya doğru olan səlahiyyət və məsuliyyət zənciri kimi təsvir olunur və bu xətlərin düzgün qurulması rəhbərlikdə şəffaflıq, işçilərdə isə etimad və motivasiya yaradır. Lakin çox vaxt rəhbərlər subordina-siyanın sərhədlərini aşaraq vəzifələrdən sui-istifadə edir və ya fərdi maraqları ön plana çıxarır. Məsələn, bir rəhbər yalnız müəyyən əməkdaşlara məlumat verir, digərlərini prosesdən kənarda saxlayırsa, bu, kollektivdə qeyri-bərabərlik və psixoloji gərginlik yaradır. Nəticədə işçilər özlərini dəyərsiz və qərarsız hiss edir, kollektivdə ünsiyyət zəifləyir və passiv müqavimət artır.

Rəhbərin davranış modeli subordinasiya xətlərinin təsirini birbaşa müəyyənləşdirir. Avtoritar rəhbər qətiyyətli qərarlar verir, lakin çox vaxt işçilərin emosional və fərdi ehtiyaclarını nəzərə almır. Bu üslubda işçilər qorxu mədəniyyətində fəaliyyət göstərir, səhv etməkdən çəkinir və təşəbbüs göstərməkdən yayınır. Məsələn, istehsalat şirkətində avtoritar rəhbər yeni proseduru icra etmədiyi üçün işçiləri açıq şəkildə cəzalandırarsa, əməkdaşlar yalnız göstərişləri yerinə yetirir və daha yaxşı təkliflər verməkdən qorxurlar. Əksinə, demokratik rəhbərlikdə işçilərin fikirləri nəzərə alınır və qərarlar kollektivlə birlikdə qəbul edilir, bu isə işçilərin məsuliyyət və motivasiyasını artırır.

Subordinasiya xətlərinin pozulması yalnız fərdi səviyyədə deyil, kollektiv səviyyəsində də mənfi təsir göstərir. Rəhbər qeyri-şəffaf qərar verdikdə və ya subor-dinasiya zəncirini dəyişdirdikdə işçilər arasında qısqanclıq, rəqabət və intriqa yaranır. Məsələn, bir şöbədə rəhbərin favorit işçiyə əlavə səlahiyyət verməsi digər əməkdaşlarda narazılıq və stress yaradır. Bu isə məhsuldarlığın azalması və işçilərin motivasiyasının zəifləməsi ilə nəticələnir.

Vəzifədən sui-istifadə halları da subordinasiya xətlərinin düzgün işləməməsinin bir göstəricisidir. Rəhbər şəxsi məqsədləri üçün işçilərin resurslarından və əmək vaxtından istifadə etdikdə, kollektivdə mənfi psixoloji təsirlər yaranır. Məsələn, rəhbər bir layihəni şəxsi prestij üçün sürətləndirmək məqsədilə işçiləri əlavə iş saatlarına məcbur edirsə, işçi həm fiziki yorğunluq, həm də emosional gərginlik yaşayır. Bu vəziyyət nəticəsində işçilər özlərini təşkilata bağlı hiss etmirlər və uzunmüddətli perspektivdə təşkilatın ən dəyərli resursları itirilir.

Subordinasiya xətləri düzgün işlədikdə işçilər rəhbərin qərarlarına etibar edir və qərarların əsaslandırılmış olduğunu qəbul edirlər. Məsələn, layihə rəhbəri hər bir tapşırığı şəffaf şəkildə bölgüləyir və işçilərlə əlaqədə olur, işçi öz rolunu və məsuliyyətini başa düşür. Belə halda psixoloji təhlükəsizlik yüksək olur, kollektivdə əməkdaşlıq güclənir və işçi təşəbbüsü artır.

Rəhbərin davranış tərzi həm də mobbing riskinə təsir göstərir. Əgər rəhbər qeyri-şəffaf,

manipulyativ və ədalətsiz davranırsa, işçilər arasında gizli mobbing formalaşır. Bu, işçilərin özünü təcrid olunmuş və dəyərsiz hiss etməsi ilə nəticələnir. Nümunə olaraq, bir ofis mühitində rəhbərin davamlı şəkildə bir əməkdaşı tənqid etməsi və digər işçilərin yanında onu alçaltması, həm həmin işçinin performansını azaldır, həm də kollektivdə gərginlik yaradır.

Subordinasiya xətləri düzgün qurulmadıqda rəhbər işçi ilə kollektiv arasında etibar çatışmazlığı yaranır. İşçilər qərarların ədalətli və əsaslandırılmış olduğuna inanmır, yalnız əmri icra edirlər. Bu da uzunmüddətli perspektivdə təşəbbüskarlığı öldürür və təşkilatda inkişafa mane olur.

İdarəetmədə rəhbərin davranış üslubu yalnız işçi motivasiyasına deyil, həm də təşkilati mədəniyyətə təsir göstərir. Demokratik üslub kollektivdə açıq ünsiyyət, əməkdaşlıq və paylaşmanı stimullaşdırır, avtoritar üslub isə qorxu və passivlik yaradır. Məsələn, bir şirkətdə rəhbərin əməkdaşlarla həftəlik iclaslar keçirməsi və onların fikirlərini dinləməsi motivasiyanı artırır və subor-dinasiya xətlərinin düzgün işləməsinə şərait yaradır.

Subordinasiya xətlərinin pozulması, manipulyativ yanaşmalar və vəzifədən sui-istifadə həm də psixoloji təzyiqin yaranmasına gətirib çıxarır. İşçilər öz fikirlərini açıq şəkildə ifadə edə bilmədikdə, stress, narahatlıq və yuxusuzluq kimi psixoloji simptomlar inkişaf edir. Bu da məhsuldarlığın azalmasına və işçilərin işdən ayrılmasına səbəb olur.

İdarəetmədə ideallaşdırılmış subordinasiya xətləri işçilərin fərdi xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq qurulmalıdır. Rəhbər hər bir əməkdaşın motivasiya mənbəyini, güclü və zəif tərəflərini bilməli və ona uyğun davranmalıdır. Misal üçün, bir işçi açıq rəqabət və təzyiq altında daha yaxşı işləyirsə, ona hədəf yönümlü tapşırıqlar verilməlidir, digər işçi isə sakit və dəstəkləyici mühitdə daha məhsuldar olur.

Bu yanaşma həm işçinin psixoloji təhlükəsizliyini təmin edir, həm də kollektivdə etimad və əməkdaşlıq mədəniyyətini gücləndirir. Rəhbər davranış modeli və subordinasiya xətləri düzgün tətbiq edildikdə motivasiya artır, mobbing halları azalır və təşkilatın uzunmüddətli performansı yüksəlir.[1]

Manipulyativ idarəetmə təcrübələri və psixoloji nəticələri

İdarəetmədə manipulyasiya çox vaxt rəhbərlərin işçilərin davranışlarını istədikləri istiqamətə yönəltmək üçün istifadə etdiyi qeyri-etik və psixoloji üsulları əhatə edir. Manipulyativ yanaşma həm formal, həm də qeyri-formal səlahiyyətlər çərçivəsində tətbiq oluna bilər və əsas məqsəd işçilərin qərarverməsini və təşəbbüsünü məhdudlaşdırmaqdır. Azərbaycanda bir çox şirkətlərdə motivasiyanın əvəzinə manipulyasiya dominantdır; rəhbərlər işçilərin emosiyalarından istifadə edərək onları istədikləri şəkildə hərəkət etdirməyə çalışırlar.

Məsələn, rəhbər bir əməkdaşı layihəni vaxtında başa çatdırmaq üçün təzyiq altına alır və ona "Əgər bu iş başa çatmasa, hamımız məsuliyyət daşıyacağıq" deyə xəbərdarlıq edir. Bu cür manipulyasiya işçinin qorxu hissini artırır və qısa müddətli nəticələr əldə edilə bilər, lakin uzun müddətdə işçinin motivasiyasını öldürür və onun psixoloji rifahını pozur. İşçi yalnız qorxuya əsaslanaraq fəaliyyət göstərir, təşəbbüs göstərmir və yaradıcılıq qabiliyyətini itirir.

Manipulyativ idarəetmə həm də kollektivdə etimadın azalmasına səbəb olur. İşçilər rəhbərin sözlərinə və qərarlarına inanmır, yalnız icra etməyə məcbur olduqlarını hiss edirlər. Bu, işçilərin rəhbərə qarşı gizli müqavimətini artırır, passiv müqavimət və işdə gecikmə kimi davranış formaları ortaya çıxır. Misal üçün, bir bank şöbəsində rəhbərin yalnız bəzi işçiləri layihə haqqında məlumatlandırması digərlərində şübhə və narazılıq yaradır, nəticədə kollektivdə əməkdaşlıq azalır.

Manipulyasiya yalnız rəhbər–işçi münasibətlərində deyil, həm də işçilər arasında rəqabəti stimullaşdırmaq üçün də istifadə olunur. Rəhbər işçilərin bir-biri ilə rəqabətini artıraraq onları "bir-birini keçmək" məcburiyyətinə qoyur. Bu metod qısa müddətdə məhsuldarlığı yüksəldə bilər, lakin uzunmüddətli perspektivdə əməkdaşlıq mədəniyyətini pozur və işçilər arasında intriqa yaradır. Məsələn, satış şöbəsində əməkdaşların aylıq göstəricilərinə görə açıq

müqayisələr aparmaq, əməkdaşları bir-birinə qarşı düşmən etməyə gətirib çıxara bilər.

Manipulyativ üsulların başqa bir forması işçilərin emosional vəziyyətindən istifadə etməkdir. Rəhbər əməkdaşların hisslərini idarə edərək onları istədiyi qərarı verməyə məcbur edə bilər. Məsələn, bir layihədə rəhbər əməkdaşın işdən ayrılmaq qorxusundan istifadə edərək əlavə iş saatları tələb edir. İşçi özünü təzyiq altında hiss edir və yalnız qorxudan razılaşır. Bu isə psixoloji gərginlik yaradır və işçinin işə bağlılığı azalır.[7][9]

Manipulyasiya həm də motivasiyanın əvəzinə istifadə olunduqda işçilərin uzunmüddətli performansına mənfi təsir göstərir. Rəhbərin manipulyativ üsullarla əldə etdiyi nəticələr qısa müddət ərzində uğurlu görünsə də, işçilərin yaradıcı düşüncəsi və təşəbbüsü zədələnir. Məsələn, bir istehsalat müəssisəsində rəhbər yalnız qorxu ilə işləməyə məcbur etdiyi işçilərin nəticəsi səthi yüksək görünə bilər, amma yeni ideyalar və proses təkmilləşdirməsi yoxdur.

Manipulyativ idarəetmə kollektivdə mobbing riskini artırır. İşçilər rəhbərin manipulyasiyasına məruz qaldıqca bir-birinə qarşı diqqətsiz və rəqabətcil davranır, kollektivdə psixoloji gərginlik yüksəlir. Bu isə işçinin motivasiyasını öldürür, performansın azalmasına gətirib çıxarır və təşkilat daxilində işçi dövriyyəsini artırır.

Manipulyasiya, qeyri-şəffaflıq və fərdi xüsusiyyətlərin nəzərə alınmaması birləşdikdə təşkilatda liderin sui-istifadəsi meydana çıxır. Rəhbər yalnız öz maraqlarını və səlahiyyətini qorumağa fokuslanır, işçilərin rifahını və motivasiyasını nəzərə almır. Misal olaraq, bir şirkətdə rəhbərin favorit işçini daim təşviq edərkən digər işçiləri görməməzlikdən gəlməsi, kollektivdə mənfi psixoloji təsir yaradır.

Manipulyativ idarəetmə psixoloji təzyiq vasitəsilə həm də işçilərin yaradıcılığını sıxışdırır. İşçi yalnız rəhbərin göstərişlərini yerinə yetirir, yeni ideya verməkdən çəkinir və təşəbbüsdən yayınır. Bu da təşkilatın innovasiya qabiliyyətini ciddi şəkildə azaldır.

Manipulyasiya uzunmüddətli perspektivdə işçilərin təşkilata bağlılığını və motivasiyasını zəiflədir, işçilər özünü dəyərsiz hiss edir və yaxşı işçilər işdən ayrılır. Azərbaycanda bir çox şirkətlərdə motivasiyaedici tədbirlər azdır, buna görə də manipulyasiya qısa müddətli "nəticə" üçün geniş istifadə olunur.

Manipulyasiya işçilərin psixoloji rifahını poza bilər, stress, əsəbilik, yuxusuzluq, işdə məhsuldarlığın azalması və kollektivdə gərginlik yaradır. Həmçinin, manipulyativ üsullar işçilər arasında etimadsızlıq və əməkdaşlıq pozuntularına səbəb olur.

Rəhbərlər manipulyativ üsullardan istifadə etməzdən əvvəl fərdi xüsusiyyətləri, motivasiya mənbələrini və kollektiv dinamikasını nəzərə almalıdır. Əks halda, təşkilat yalnız qısa müddətli nəticə əldə edəcək, amma uzun müddətdə həm işçi dövriyyəsi artacaq, həm də kollektivin psixoloji sağlamlığı pozulacaq.

Nəticədə manipulyativ idarəetmə uzunmüddətli perspektivdə səmərəsizdir və təşkilat üçün ciddi risklər yaradır. İşçilərin motivasiyasını qoruyan, şəffaf, demokratik və psixoloji yanaşmalar tətbiq edən idarəetmə daha effektiv və dayanıqlı olur.

Təşkilati dəyişikliklər zamanı psixoloji metodların tətbiqi və Levinin buzlaşma modeli.

Təşkilati dəyişikliklər zamanı işçilərin psixoloji vəziyyəti idarəetmənin ən vacib elementinə çevrilir. Dəyişikliklərin uğurla həyata keçirilməsi yalnız prosedur və normativ qaydaların tətbiqi ilə deyil, həm də işçilərin emosional və psixoloji adaptasiyasının təmin olunması ilə mümkündür. Psixoloji metodların tətbiqi işçilərin dəyişiklik prosesinə adaptasiya olunmasını asanlaşdırır, müqaviməti azaldır və kollektivdə müsbət münasibət yaradır.

Kurt Lewinin buzlaşma modeli təşkilati dəyişikliklərin idarə olunmasında əsas yanaşmalardan biri hesab olunur. Bu model üç mərhələdən ibarətdir: "buzlaşma" (unfreeze), dəyişikliklərin tətbiqi (change/move) və "təkrar buzlaşma" (refreeze). İlk mərhələ – buzlaşma mərhələsi işçiləri mövcud vəziyyətin dəyişməsinə hazırlayır, onları psixoloji olaraq hazır vəziyyətə gətirir. Məsələn, bir şirkətdə rəhbərlik yeni iş prosesi tətbiq etməzdən əvvəl, işçilərlə

görüşlər keçirir, onları gələcək dəyişikliklərin səbəbləri və faydaları barədə məlumatlandırır. Bu mərhələ işçilərin narazılıq və qorxu hissini azaltmaq üçün vacibdir.

Dəyişiklik mərhələsində (move) yeni prosedurlar tətbiq olunur, işçilər yeni qaydalara uyğun fəaliyyət göstərməyə başlayır. Bu mərhələdə rəhbərin psixoloji dəstəyi çox önəmlidir. Rəhbər işçilərə əlavə təlimatlar verərək, onlara yeni rol və məsuliyyətləri mənimsəməyə kömək etməlidir. Misal üçün, istehsalat şirkətində yeni avadanlıq tətbiq edildikdə, rəhbər işçilərə təlim keçərək onların yeni sistemlə işləməyə alışmasını təmin edir.

Son mərhələ – təkrar buzlaşma (refreeze) yeni vəziyyətin sabitləşdirilməsi və işçilərin ona adaptasiya olunmasıdır. Bu mərhələdə rəhbər yeni qaydaların tətbiqini davamlı olaraq izləyir və işçilərin davranışlarını yeni sistemə uyğunlaşdırır. Misal olaraq, layihə rəhbəri yeni iş planının tətbiqi sonrası işçilərin təklif və suallarını dinləyir, qeyri-məqsədli dəyişiklikləri minimuma endirir və kollektivdə sabitliyi təmin edir.

Buzlaşma modelinin düzgün tətbiqi rəhbər işçinin psixoloji təzyiqi minimuma endirməsinə, işçinin narahatlığını azaltmasına və dəyişiklik prosesinə aktiv iştirak etməsinə imkan verir. Əks halda, modelin səhv tətbiqi işçilərin müqavimətini artırır, proses dayanır və motivasiya pozulur. Məsələn, bir şirkətdə buzlaşma mərhələsi düzgün həyata keçirilmədikdə, işçilər yeni sistemlə işləməkdən qaçır və layihə gecikir.

Təşkilati dəyişikliklər zamanı psixoloji metodların istifadəsi həm də mobbing və manipulyasiya riskini azaldır. İşçilər rəhbərlik tərəfindən düzgün məlumatlandırıldıqda və dəstəkləndikdə, onların emosional vəziyyəti qorunur və kollektivdə gərginlik azalır. Əks halda, qeyri-şəffaf dəyişikliklər və manipulyativ davranışlar işçilərin demotivasiyasına gətirib çıxarır.

Mədəni amillər də dəyişiklik prosesinə təsir göstərir. Azərbaycanda təşkilatlarda dəyişikliklər zamanı çox vaxt əmrlə idarəetmə və manipulyasiya üstünlük təşkil edir. Bu isə psixoloji müqaviməti artırır və işçilərin dəyişiklik prosesinə adaptasiyasını çətinləşdirir. Nümunə olaraq, rəhbərin yeni proseduru tətbiq edərkən yalnız "belə etməlisiniz" deyə göstəriş verməsi, işçilərin suallarına cavab verməməsi, onları narazı və demotivə etmiş olur.

Psixoloji metodlardan istifadə işçilərin fərdi xüsusiyyətlərinə uyğun olmalıdır. Hər bir işçinin dəyişikliklərə adaptasiya sürəti fərqlidir, bəziləri yeni sistemlə tez işləməyə alışır, digərləri isə uzun zaman tələb edir. Rəhbər işçilərin fərdi adaptasiya sürətini nəzərə almalı, onlara fərdi təlim və dəstək təmin etməlidir.

Buzlaşma modelinin tətbiqi yalnız rəhbər–işçi münasibətində deyil, kollektiv daxilində də əhəmiyyətlidir. İşçilər arasında düzgün ünsiyyət, məlumat paylaşımı və əməkdaşlıq təmin olunmalıdır. Bu, dəyişiklik prosesinin uğurla başa çatmasına kömək edir və kollektivdə etimad mədəniyyətini gücləndirir.

Təşkilati dəyişikliklər zamanı psixoloji metodların məqsədi yalnız işi idarə etmək deyil, həm də işçilərin motivasiyasını qorumaq, onların psixoloji rifahını təmin etmək və təşkilat daxilində stabilliyi saxlamaqdır. Nümunə olaraq, bir şirkətdə yeni proqram təminatının tətbiqi zamanı işçilərə həm texniki təlimlər, həm də emosional dəstək verilməsi, layihənin uğurla icra olunmasına və kollektivin demotivasiya olmadan işləməsinə şərait yaradır.

Manipulyativ yanaşmanın əksinə, buzlaşma modeli işçilərin təhlükəsizliyini və şəffaflığı təmin edir, stressi azaldır, təşəbbüsü və yaradıcılığı stimullaşdırır. İşçilər özlərini prosesin bir hissəsi kimi hiss etdikdə, dəyişikliklərə daha pozitiv yanaşır və motivasiya artır.

Bu metod həmçinin işçilərin ədalət və bərabərlik hissini qoruyur. Əgər dəyişikliklər prosesi açıq, şəffaf və hər kəs üçün bərabər şərtlərdə həyata keçirilirsə, işçilər ədalətsizlik hiss etmədən yeni sistemə uyğunlaşır.[3][4][1]

Mədəni amillərin idarəetməyə və psixoloji metodlara təsiri

Təşkilatlarda idarəetmə prosesinə mədəni amillər böyük təsir göstərir, çünki hər bir işçi öz ölkəsinin, regionun və təşkilatın mədəni dəyərləri ilə formalaşmış psixoloji davranışlara malikdir. Azərbaycanda idarəetmə ənənələrinə baxdıqda, formal və rəsmi normativlərə,

avtoritar struktura üstünlük verildiyi müşahidə olunur. Bu mədəni kontekst rəhbərlərin işçilərə yanaşmasında manipulyasiya və sərt inzibati üsulların tətbiqini təşviq edir. Misal üçün, bir şirkətdə rəhbər "belə etməlisiniz, çünki mən deyirəm" prinsipinə əsaslanaraq işçiləri qorxu ilə idarə edir, motivasiyaedici təşviqatlar isə nadir hallarda istifadə olunur.

Mədəni amillər həm də rəhbərin psixoloji metodlara yanaşmasına təsir göstərir. Əgər təşkilatda kollektivdə təşəbbüs və sərbəst fikir mübadiləsi zəifdirsə, rəhbər işçilərin fərdi xüsusiyyətlərini nəzərə almadan standart və manipulyativ üsullara üstünlük verir. Nəticədə, işçilər təşəbbüsdən qaçır, öz fikirlərini açıq ifadə etməkdən çəkinir və yalnız əmrlə hərəkət edirlər. Misal üçün, satış şöbəsində yeni kampaniya üçün işçilərin təklif verməsi gözlənilmir, rəhbər yalnız göstəriş verir və nəticəni tələb edir.

Mədəni faktorlar işçilərin motivasiya mexanizmlərinə də təsir göstərir. Azərbaycanda çox vaxt maddi mükafatlar və ya qorxu üsulları motivasiya vasitəsi kimi istifadə olunur, psixoloji və emosional stimulasiya isə məhduddur. Bu vəziyyət işçilərin daxili motivasiyasını zəiflədir və yalnız xarici təzyiq altında işləmələrinə səbəb olur. Məsələn, bir şirkətdə əməkdaşların məhsuldarlığı yalnız aylıq göstəricilərə görə qiymətləndirilir, təşəbbüsləri isə nəzərə alınmır.

Mədəni amillər həmçinin mobbing və işçi münasibətlərinə təsir edir. Qeyri-şəffaf və avtoritar mədəniyyət, işçilər arasında gizli rəqabət və intriqa formalaşdırır. Misal olaraq, bir ofis mühitində rəhbərin favorit işçini daim təşviq etməsi, digər əməkdaşların işə yanaşmasını mənfi təsirləndirir və kollektivdə gərginlik yaradır.

Psixoloji metodların tətbiqi mədəni kontekstdən asılı olaraq dəyişir. Əgər təşkilatda açıq ünsiyyət və əməkdaşlıq mədəniyyəti güclüdürsə, rəhbər fərdi xüsusiyyətlərə uyğun motivasiya üsullarını daha rahat tətbiq edə bilir. Məsələn, bir IT şirkətində komandalar açıq müzakirələr aparır, rəhbər isə işçilərin fikirlərini dinləyərək layihələrdə yeni ideyaları təşviq edir, nəticədə motivasiya və performans yüksək olur.

Mədəni amillər idarəetmədə psixoloji təhlükəsizlik səviyyəsinə də təsir göstərir. Əgər işçilər fikirlərini sərbəst ifadə edə bilmir, səhvlərdən qorxurlar və rəhbər tərəfindən manipulyasiya edilirlərsə, kollektivdə stress səviyyəsi yüksəlir və məhsuldarlıq azalır. Misal olaraq, bir şirkətdə yeni prosedur tətbiq olunarkən işçilər öz suallarını rəhbərə verməkdən çəkinirlər, nəticədə səhvlər artır və layihələr gecikir.

Mədəniyyət həm də rəhbərlərin subordina-siyaya yanaşmasına təsir edir. Avtoritar mədəniyyətdə rəhbərlər subordina-siyadan sui-istifadə etməyə meylli olurlar, demokratik mədəniyyət isə rəhbərləri işçiləri dinləməyə və fərdi yanaşma tətbiq etməyə sövq edir. Məsələn, Qərb şirkətlərində rəhbərlər daha çox fərdi təşəbbüsü və əməkdaşlıq mədəniyyətini dəstəkləyir.Azərbaycanda isə rəhbərlərin bir çoxu əmri icra mexanizmi ilə kifayətlənir. Mədəni faktorlar motivasiyaedici və demotivasiyaedici üsulların balansını da müəyyən edir. Əgər kollektiv mədəniyyəti təşəbbüsə açıqdırsa, rəhbər işçilərin fərdi xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq həm maddi, həm də psixoloji stimul istifadə edə bilər. Əks halda, yalnız manipulyasiya və qorxu üsulları qalır ki, bu da işçilərin uzunmüddətli motivasiyasını pozur.

Mədəni amillər dəyişikliklərin idarə olunmasına təsir göstərir. Buzlaşma modelində mədəniyyət rəhbərin işçiləri dəyişiklik prosesinə hazırlamasına, onların psixoloji adaptasiyasına imkan yaradır. Əgər kollektivdə açıq və etibarlı ünsiyyət mövcuddursa, işçilər dəyişiklikləri qəbul edir və müqavimət minimuma düşür.

Mədəni faktorlar işçi və rəhbər arasında etimad səviyyəsini müəyyən edir. Etibarlı və şəffaf mədəniyyətdə rəhbər fərdi xüsusiyyətləri nəzərə alır, işçilər isə rəhbərin qərarlarını düzgün və ədalətli hesab edir. Misal olaraq, bir şirkətdə rəhbər işçilərin təkliflərinə açıqdır və nəticədə kollektivdə motivasiya, əməkdaşlıq və məhsuldarlıq yüksək olur.

Mədəniyyət həmçinin mobbingin qarşısını almağa kömək edir. Açıq və demokratik mədəniyyətdə işçilər bir-birini dəstəkləyir, psixoloji təzyiq və manipulyasiya halları azalır.

Məsələn, bir startup şirkətində işçilər rəhbərdən dəstək alaraq layihələri uğurla icra edir və bir-birlərinə kömək göstərirlər.

Psixoloji metodların mədəni kontekstdə tətbiqi işçilərin fərdi və kollektiv xüsusiyyətlərini nəzərə almalıdır. Rəhbər hər bir işçinin motivasiya və adaptasiya üsulunu bilərək onları effektiv idarə edə bilər.

Mədəni faktorlar manipulyativ idarəetmə üsullarının effektivliyini də müəyyən edir. Əgər mədəniyyət açıq və demokratikdirsə, manipulyasiya uzun müddət işləməyəcək, işçilərin etimadı sarsılacaq.[2][7][8][10]

Rəhbərin sui-istifadəsi və ədalətsizlik işçilərin motivasiyasına təsiri

Rəhbərin sui-istifadəsi və ədalətsizlik idarəetmədə işçilərin motivasiyasına birbaşa təsir göstərir. Əgər rəhbər şəxsi maraqlarını, seçilmiş işçilərinə üstünlük verməyi və ya vəzifədən sui-istifadəni ön plana çıxarırsa, işçilər ədalətsizliyə məruz qalır və motivasiyaları zəifləyir. Məsələn, bir şirkətdə rəhbərin yalnız bəzi əməkdaşlara layihə tapşırığı verməsi və digər işçiləri prosesdən kənarda saxlaması, kollektivdə narazılıq və qısqanclıq yaradır. Sui-istifadə halları işçilərdə stres və narahatlıq yaradır. İşçilər ədalətsiz qərarlara qarşı çıxmaq istəyərkən qorxu və peşmanlıq hissi yaşayırlar. Bu vəziyyət onların təşəbbüs və yaradıcılıq qabiliyyətini azaldır. Məsələn, istehsalat sahəsində rəhbər yalnız yaxın işçilərə təşviq və bonus verirsə, digər işçilər öz potensiallarını ortaya qoymaqdan çəkinir.

Rəhbərin ədalətsizliyi mobbingə də yol açır. İşçilər seçilmiş işçiyə qarşı rəqabət hissi ilə yanaşır, həmkarlar arasında intriga və gizli rəqabət formalaşır. Bu da kollektivdə əməkdaşlıq və etimadı azaldır. Misal üçün, ofis mühitində bir rəhbər daim bir işçini təşviq edir, digərlərinə isə tənqid edir. Nəticədə, digər işçilər həm mobbing, həm də stress yaşamağa məcbur olur.

Rəhbərin sui-istifadəsi işçilərin iş yerində davranışına təsir edir. İşçilər rəhbərin qərarlarını ədalətsiz hesab etdikdə, passiv müqavimət göstərə bilər, tapşırıqları ləngitmə və ya yalnız minimum səylə yerinə yetirmə halları artır. Məsələn, bir marketinq şirkətində rəhbərin favorit işçiyə layihəni tam həcmdə tapşırması digər əməkdaşların işinə marağını azaldır.

Ədalətsizlik həm də işçilərin təşkilata bağlılığını azaldır. İşçilər özlərini qiymətsiz və qeyri-müəyyən hiss edir, motivasiya aşağı düşür və uzunmüddətli perspektivdə təşkilatdan ayrılma qərarı verirlər. Misal üçün, bir bank filialında rəhbərin yalnız seçilmiş işçiləri təşviq etməsi digər əməkdaşlarda mənfi psixoloji təsir yaradır.Rəhbərin sui-istifadəsi psixoloji təzyiq yaratmaqla işçiləri qorxu və təzyiq altında saxlayır. İşçilər öz fikirlərini açıq ifadə etməkdən çəkinir, səhv etməmək üçün passiv qalır və təşəbbüsdən yayındırılır. Bu, kollektivdə əməkdaşlıq və innovasiyanın azalmasına gətirib çıxarır.Ədalətsizlik həm fərdi, həm də kollektiv səviyyədə motivasiyanı aşağı salır. Fərdi motivasiya zəifləyir, çünki işçi öz səyini və bacarığını düzgün qiymətləndirmədiyini görür. Kollektiv motivasiya isə zəifləyir, çünki ədalətsizlik kollektivdə narazılıq, intriqa və etimadsızlıq yaradır.

Rəhbərin sui-istifadəsi manipulyativ idarəetmə ilə sıx bağlıdır. Əgər rəhbər şəxsi maraqları üçün işçilərin zəif tərəflərindən istifadə edir və onları qorxu ilə idarə edirsə, motivasiya minimal səviyyəyə düşür. Misal olaraq, bir istehsalat şirkətində rəhbər işçiləri əlavə iş saatlarına məcbur edir, yalnız yaxın işçilər üçün güzəştlər tətbiq edir.

İşçilərin ədalətsizliyə reaksiyası fərdi xüsusiyyətlərdən asılıdır. Bəziləri rəhbərin qərarlarına qarşı açıq şəkildə çıxış edir, digərləri isə susur, amma daxildən narazılıq hiss edir. Bu daxili gərginlik həm fiziki, həm də emosional yorğunluğa səbəb olur.

Rəhbərin sui-istifadəsi kollektivdə etimadsızlıq yaradır. İşçilər rəhbərin qərarlarına inanmadıqda, yalnız əmri yerinə yetirir, təşəbbüs göstərməkdən imtina edir və nəticədə kollektivdə yaradıcılıq və əməkdaşlıq səviyyəsi azalır.

Ədalətsizlik həmçinin işçilərin iş yerində davranış qaydalarına təsir göstərir. İşçilər yalnız qorxu və təzyiq altında fəaliyyət göstərir, səhvlərdən çəkinir və risk almaqdan imtina edirlər. Bu isə təşəbbüs və yenilik qabiliyyətini öldürür.

Rəhbərin sui-istifadəsi və ədalətsizlik uzun müddətli perspektivdə işçilərin təşkilata bağlılığını azaldır. Yaxşı işçilər ədalətsiz və manipulyativ mühitdən çıxmaq üçün işdən ayrılır, nəticədə təşkilatın resursları itir.

Ədalətsiz və sui-istifadə olunan rəhbərlik işçilərdə mənfi emosiyalar – əsəbilik, narahatlıq, stress – yaradır. Bu, işçilərin performansına mənfi təsir göstərir və kollektivdə gərginlik artır.

Rəhbərin ədalətsizliyi motivasiya mexanizmlərinə də təsir edir. Maddi və psixoloji stimul effektiv olmur, çünki işçilər rəhbərin qərarlarını ədalətsiz hesab edir. Nəticədə, motivasiyaedici tədbirlər işə yaramır.

Sui-istifadə halları işçilərin davranış modellərinə də təsir edir. İşçilər yalnız qorxu və məcburiyyət altında işləyir, təşəbbüsləri və yaradıcılığı azalır, nəticədə təşkilat uzunmüddətli perspektivdə inkişaf edə bilmir.

Rəhbərin sui-istifadəsi və ədalətsizlik psixoloji metodların tətbiqini də çətinləşdirir. İşçilər rəhbərin qərarlarını ədalətli hesab etmədikdə, motivasiyaedici yanaşmalar və təlimlər effekt vermir. Manipulyasiya və sui-istifadə nəticəsində kollektivdə mobbing halları artır. İşçilər bir-birinə qarşı rəqabətcil və düşmən münasibət göstərir, bu isə kollektivin psixoloji sağlamlığını pozur. Ədalətsizlik və sui-istifadə işçilərin uzunmüddətli perspektivdə performansını zəiflədir, motivasiya azalır, təşəbbüskarlıq yox olur və kollektivdə stress yüksəlir.[6][11]

Psixoloji metodların idarəetmədə istifadəsinin nəticələri və tövsiyələr

Psixoloji metodların idarəetmədə istifadəsi təşkilatın effektivliyinə, işçi motivasiyasına və kollektivin psixoloji sağlamlığına birbaşa təsir göstərir. Doğru tətbiq olunduqda, bu metodlar işçilərin təşəbbüsünü artırır, əməkdaşlıq və yaradıcılığı stimullaşdırır, həmçinin kollektivdə etimad və motivasiya yaradır. Məsələn, bir şirkətdə rəhbər fərdi xüsusiyyətləri nəzərə alaraq işçilərə uyğun təşviq və təlimlər təşkil edirsə, işçilər daha çox layihələrdə aktiv iştirak edir və nəticələr yüksəlir.

Psixoloji metodların yanlış və manipulyativ istifadəsi isə işçilərin demotivasiyasına, stres və emosional gərginliyə səbəb olur. Azərbaycanda bir çox müəssisələrdə manipulyasiya dominant olduğu üçün işçilər yalnız qorxu və təzyiq altında fəaliyyət göstərir, təşəbbüs və yaradıcılıq isə minimuma enir. Misal üçün, rəhbərin yalnız qorxu ilə işçiləri əlavə iş saatlarına məcbur etməsi qısa müddətdə məhsuldarlığı artırsa da, uzunmüddətli perspektivdə motivasiya pozulur.

Psixoloji metodlar həm fərdi, həm də kollektiv səviyyədə tətbiq olunmalıdır. Fərdi yanaşma işçinin şəxsi xüsusiyyətlərini, motivasiya mənbələrini və adaptasiya sürətini nəzərə alır. Misal olaraq, bir proqramlaşdırma şirkətində yeni layihəyə təyin olunan işçilərdən bəziləri əlavə təlim və dəstək tələb edir, digərləri isə sürətlə uyğunlaşır. Rəhbər bu fərqləri nəzərə alaraq fərdi dəstək təmin etməlidir.

Kollektiv səviyyədə psixoloji metodlar ünsiyyətin şəffaflığı, əməkdaşlıq və etimadın qorunmasını əhatə edir. İşçilər rəhbərlik tərəfindən açıq məlumatlandırıldıqda və dəstəkləndikdə, layihələrdə əməkdaşlıq yüksək olur və mobbing riski azalır. Misal olaraq, bir layihədə rəhbər hər bir işçiyə rolunu və məsuliyyətini açıq şəkildə izah edir, suallarına cavab verir və prosesə hər kəsi cəlb edir.

Təlim və inkişaf proqramları psixoloji metodların əhəmiyyətli hissəsidir. İşçilərə yeni bacarıqların öyrədilməsi, problemləri həll etmək və təşəbbüs göstərmək üçün imkanlar yaradılması motivasiyanı artırır. Misal olaraq, bir istehsalat müəssisəsində yeni a vadanlıq tətbiq olunarkən işçilərə həm texniki təlimlər, həm də psixoloji dəstək verilir, nəticədə adaptasiya sürətli və effektiv olur.

Psixoloji metodların tətbiqində mədəni faktorları nəzərə almaq vacibdir. Azərbaycan mədəniyyətində avtoritar idarəetmə və əmrlə yanaşma dominant olduğundan, rəhbərlər işçilərin

emosional adaptasiyasını nəzərə almalıdır. Əks halda, işçilər dəyişikliklərə müqavimət göstərir və motivasiya azalır.

Subordinasiyanın düzgün qurulması psixoloji metodların səmərəliliyini artırır. Rəhbərin ədalətli və şəffaf davranışı, işçilərə hörmət və etimad göstərməsi onların motivasiyasını yüksəldir. Misal üçün, rəhbər yalnız favorit işçiləri deyil, bütün kollektivə bərabər yanaşırsa, əməkdaşlıq və performans artır.

Rəhbərin sui-istifadəsi və manipulyativ davranışı psixoloji metodların effektivliyini azaldır. İşçilər yalnız qorxu və məcburiyyət altında fəaliyyət göstərirsə, təşəbbüs və yaradıcılıq azalır, kollektivdə stres yüksəlir.

Psixoloji metodların tətbiqi mobbingin qarşısını almağa kömək edir. İşçilər bir-birini dəstəkləyir, intriqa və rəqabət minimallaşır, kollektivin psixoloji sağlamlığı qorunur. Misal olaraq, bir IT şirkətində rəhbər işçiləri layihə üzrə komandalara bölərək hər kəsin töhfəsini qiymətləndirir və həmkarlar arasında əməkdaşlıq güclənir.

Psixoloji metodlar işçilərin işə bağlılığını artırır. İşçilər öz səylərinin qiymətləndirildiyini, təşəbbüslərinin nəzərə alındığını gördükdə, motivasiya yüksəlir və performans artır.

Təşkilati dəyişikliklər zamanı psixoloji metodların tətbiqi vacibdir. Buzlaşma modeli, açıq ünsiyyət və dəstək işçilərin dəyişikliklərə adaptasiyasını sürətləndirir və kollektivdə müqaviməti azaldır.

Psixoloji metodlar işçilərin yaradıcılığını və təşəbbüskarlığını stimullaşdırır. İşçilər öz ideyalarını paylaşmağa həvəslənir, layihələrdə aktiv iştirak edirlər və təşkilatın innovasiya qabiliyyəti artır.

Psixoloji metodların səmərəli istifadəsi rəhbərin davranış üslubuna bağlıdır. Demokratik və açıq rəhbərlik yanaşmaları işçilərin psixoloji rifahını qoruyur və motivasiyanı artırır, avtoritar və manipulyativ yanaşmalar isə əksinə nəticə verir.

Psixoloji metodlar işçilərin fərdi ehtiyaclarını nəzərə alaraq tətbiq olunmalıdır. Hər bir işçinin stresə qarşı dözümlülüyü və adaptasiya qabiliyyəti fərqlidir, buna uyğun strategiyalar seçilməlidir.

Psixoloji metodlar motivasiyaedici tədbirlərlə birləşdirildikdə səmərəlilik artır. Maddi və psixoloji stimul, təlim və dəstək birləşərək işçilərin işə bağlılığını yüksəldir.

Psixoloji metodların tətbiqi işçilərin ədalət hissini qoruyur. Ədalətli və şəffaf yanaşma kollektivdə etimad və əməkdaşlığı artırır, nəticədə motivasiya yüksəlir.

Psixoloji metodlar uzunmüddətli perspektivdə təşkilatın dayanıqlığını təmin edir. İşçilərin psixoloji rifahı qorunursa, kollektivdə əməkdaşlıq, təşəbbüs və məhsuldarlıq yüksək olur.[5][9][10]

NƏTİCƏ

Aparılan təhlillər göstərir ki, idarəetmədə psixoloji metodların tətbiqi həm işçi davranışına, həm də təşkilatın ümumi fəaliyyətinə ciddi təsir göstərir. Psixoloji yanaşmaların məqsədyönlü və düzgün istifadə edilməsi işçilərin motivasiyasını artırır, kollektivdə əməkdaşlıq mühitini gücləndirir və təşkilatın dayanıqlığını təmin edir. Rəhbərin etik davranışı, şəffaf qərar vermə prosesi və ədalətli münasibəti işçilərin özlərini dəyərli hiss etməsinə şərait yaradır ki, bu da işə bağlılığın yüksəlməsi ilə nəticələnir.

Tədqiqat həmçinin göstərir ki, psixoloji metodların yanlış və ya manipulyativ tətbiqi iş mühitində ciddi fəsadlara yol açır. Sui-istifadə, mobbing və favoritizm işçilərdə narazılıq, stres və etimadsızlıq formalaşdırır, təşəbbüskarlıq və yaradıcılığı minimuma endirir. Bu isə uzunmüddətli perspektivdə təşkilatın performansını və rəqabət qabiliyyətini zəiflədir.

Məqalə sübut edir ki, psixoloji metodların effektivliyi rəhbərin idarəetmə üslubundan,

mədəni mühitdən və kollektivin psixoloji ehtiyaclarının düzgün qiymətləndirilməsindən asılıdır. Azərbaycan praktikası göstərir ki, ən yaxşı nəticə fərdi yanaşma, şəffaf ünsiyyət, ədalətli qərarvermə və işçilərin psixoloji rifahına diqqət yönəldildikdə əldə olunur.

Bu baxımdan, psixoloji metodların idarəetməyə inteqrasiyası yalnız təşkilati proseslərin optimallaşdırılmasına deyil, həm də sağlam iş mühiti və daha effektiv əməkdaşlıq mədəniyyətinin qurulmasına xidmət edir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Adizes, I. (2004). İdarəetmənin mahiyyəti və təşkilati dəyişikliklər. Bakı: Qanun Nəşriyyatı
2. Armstrong, M. (2014). Armstrong's Handbook of Human Resource Management. London: Kogan Page.
3. Einarsen, S., Hoel, H., Zapf, D., & Cooper, C. (2011). Bullying and Harassment in the Workplace: Developments in Theory, Research, and Practice. Boca Raton: CRC Press.
4. Haslam, S. A. (2004). Psychology in Organizations: The Social Identity Approach. London: Sage Publications.
5. Hofstede, G. (2010). Cultures and Organizations: Software of the Mind. New York: McGraw-Hill.
6. Karimova, A. (2016). Təşkilati davranış və idarəetmədə psixoloji amillər. Bakı: Elm və Təhsil Nəşriyyatı.
7. Mammadov, R. (2019). Psixoloji metodların idarəetmə prosesində rolu. Azərbaycan İdarəetmə İnstitutunun Elmi Xəbərləri, 12(3), 45–56.
8. Mintzberg, H. (2009). Managing. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
9. Robbins, S. P., & Judge, T. (2017). Organizational Behavior. Pearson Education.
10. Şükürov, F. (2020). Təşkilati mədəniyyət və işçi motivasiyası. İqtisadiyyat və Menecment Jurnalı, 5(2), 33–47.
11. Zapf, D. (1999). Organizational, work group related and personal causes of mobbing/bullying at work. International Journal of Manpower, 20(1/2), 70–85.

Bölmə 4

Turizmdə qidalanma. Qida mütəxəssislərinin hazırlanması təcrübəsi

Çingiz ƏLİYEV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
aqrar elmlər üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
chingiz.aliyev@atmu.edu.az

Hüseyn ABBASOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
abbasov.husyn@gmail.com

KƏND TƏSƏRRÜFATINDA DAVAMLI İNKİŞAF VƏ MEYVƏ-TƏRƏVƏZ İSTEHSALINDA ÇAĞIRIŞLAR: QİDA TƏHLÜKƏSİZLİYİ KONTEKSİNDƏ YANAŞMA

Xülasə: *Kənd təsərrüfatında davamlı inkişaf müasir dövrün əsas prioritetlərindən biridir və bu istiqamətdə meyvə-tərəvəz istehsalının rolu xüsusilə böyükdür. Davamlı kənd təsərrüfatı, təbii resursların qorunması, məhsuldarlığın artırılması və qida təhlükəsizliyinin təmin edilməsi məqsədi daşıyır. Azərbaycanda meyvə-tərəvəz sektoru həm daxili bazarın, həm də ixracın əsas mənbəyi olmaqla ərzaq təhlükəsizliyinin vacib komponentlərindən birini təşkil edir. Lakin son illərdə iqlim dəyişiklikləri, su çatışmazlığı, torpaq deqradasiyası, xəstəlik və zərərvericilərin artması kimi çağırışlar bu sahədə davamlı inkişafı çətinləşdirir. Məqalədə kənd təsərrüfatında dayanıqlılıq prinsipləri, meyvə-tərəvəz istehsalında qarşıya çıxan əsas problemlər və onların qida təhlükəsizliyi baxımından təsiri təhlil edilmiş, həmçinin davamlı inkişafın təmin olunması üçün elmi-praktiki yanaşmalar və strategiyalar təklif olunmuşdur.*

Açar sözlər: *Kənd təsərrüfatı, davamlı inkişaf, meyvə-tərəvəz istehsalı, qida təhlükəsizliyi, iqlim dəyişiklikləri, aqrar sektor.*

SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN AGRICULTURE AND CHALLENGES IN FRUIT AND VEGETABLE PRODUCTION: AN APPROACH IN THE CONTEXT OF FOOD SECURITY

Abstract: *Sustainable development in agriculture is one of the main priorities of the*

modern era, and the role of fruit and vegetable production in this direction is particularly great. Sustainable agriculture aims to protect natural resources, increase productivity and ensure food security. The fruit and vegetable sector in Azerbaijan is one of the important components of food security, being the main source of both the domestic market and exports. However, in recent years, challenges such as climate change, water shortage, soil degradation, and the increase in diseases and pests have made sustainable development in this area difficult. The article analyzes the principles of sustainability in agriculture, the main problems encountered in fruit and vegetable production and their impact on food security, and also proposes scientific and practical approaches and strategies to ensure sustainable development.

Keywords: *Agriculture, sustainable development, fruit and vegetable production, food security, climate change, agrarian sector.*

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ И ВЫЗОВЫ В ПРОИЗВОДСТВЕ ФРУКТОВ И ОВОЩЕЙ: ПОДХОД В КОНТЕКСТЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Резюме: *Устойчивое развитие сельского хозяйства является одним из основных приоритетов современной эпохи, и роль плодоовощного производства в этом направлении особенно велика. Устойчивое сельское хозяйство направлено на защиту природных ресурсов, повышение производительности и обеспечение продовольственной безопасности. Сектор плодоовощного производства в Азербайджане является одним из важных компонентов продовольственной безопасности, являясь основным источником как внутреннего рынка, так и экспорта. Однако в последние годы такие проблемы, как изменение климата, нехватка воды, деградация почв, а также рост болезней и вредителей, затруднили устойчивое развитие в этой области. В статье анализируются принципы устойчивости в сельском хозяйстве, основные проблемы, возникающие в плодоовощном производстве, и их влияние на продовольственную безопасность, а также предлагаются научно-практические подходы и стратегии для обеспечения устойчивого развития.*

Ключевые слова: *Сельское хозяйство, устойчивое развитие, производство фруктов и овощей, продовольственная безопасность, изменение климата, аграрный сектор.*

GİRİŞ

Müasir dövrdə kənd təsərrüfatı sektoru yalnız iqtisadi inkişafın mühüm tərkib hissəsi olmaqla kifayətlənmir, həm də qlobal ərzaq təhlükəsizliyinin təminində əsas rol oynayır. Davamlı kənd təsərrüfatı modeli təbii resurslardan səmərəli istifadə, ətraf mühitin qorunması və gələcək nəsillər üçün ərzaq təminatının davamlılığını hədəfləyir.

Meyvə-tərəvəz istehsalı isə kənd təsərrüfatı məhsulları içərisində həm qida dəyəri, həm də iqtisadi gəlir baxımından xüsusi yer tutur.Azərbaycanda kənd təsərrüfatının inkişafı dövlət siyasətinin prioritet istiqamətlərindən biri olmaqla, meyvə-tərəvəzçilik sektoru da bu çərçivədə mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Lakin son illərdə baş verən iqlim dəyişiklikləri, su resurslarının azalması, torpaqların deqradasiyası, xəstəlik və zərərvericilərin artması kimi amillər meyvə-tərəvəz istehsalında davamlı inkişafı çətinləşdirir.

Mövzunun aktuallığı

Bütün bu problemlər birbaşa və dolayısı ilə ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinə də təsir göstərir.Bu məqalədə kənd təsərrüfatında davamlı inkişafın təmin olunması üçün meyvə-tərəvəz istehsalında mövcud çağırışlar araşdırılır, qida təhlükəsizliyi baxımından yaranan

risklər təhlil edilir və effektiv elmi-praktiki yanaşmalar təklif olunur.Bu səbəbdən məqalənin əsas aktuallığı günümüzdə kənd təsərrüfatı sahəsində gedən inkişaf proseslərini və yaranan xoşagəlməz halların qarşısının alınmasını əks etdirir.

Tədqiqatın məqsədi

Bu tədqiqatın əsas məqsədi kənd təsərrüfatında davamlı inkişafın təmin edilməsində meyvə-tərəvəz istehsalının rolunu qiymətləndirmək, mövcud çağırışları müəyyənləşdirmək və onların qida təhlükəsizliyinə təsirini təhlil etməkdir. Araşdırma çərçivəsində həm iqlim dəyişiklikləri, torpaq və su resurslarının idarə olunması, həm də istehsal prosesində rast gəlinən texniki və texnoloji problemlər analiz olunur. Məqsəd həmçinin, meyvə-tərəvəz sektorunda davamlı inkişafı dəstəkləyəcək elmi-praktiki yanaşmaların və strategiyaların işlənib hazırlanmasıdır. Beləliklə, ərzaq təhlükəsizliyinin möhkəmləndirilməsi və kənd təsərrüfatında dayanıqlı istehsal modellərinin formalaşdırılması üçün effektiv tədbirlərin müəyyən edilməsi nəzərdə tutulur. [1,s.16-32]

Azərbaycanda kənd təsərrüfatında davamlı inkişafın mövcud vəziyyəti

Azərbaycanda kənd təsərrüfatı iqtisadiyyatın ən vacib sahələrindən biri olmaqla, ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsində, regionların sosial-iqtisadi inkişafında və əhalinin məşğulluğunun artırılmasında mühüm rol oynayır. Son illərdə bu sahənin davamlı inkişafını dəstəkləmək məqsədilə bir sıra dövlət proqramları və strategiyalar həyata keçirilmişdir. "Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalının və emalının inkişafına dair Dövlət Proqramı" və "Erzaq təhlükəsizliyi Proqramı" kimi sənədlər bu istiqamətdə əsas prioritetləri müəyyən etmişdir.

Bununla yanaşı, Azərbaycanda kənd təsərrüfatının davamlı inkişafı bir sıra çətinliklərlə də üzləşir. Əsas problemlər sırasında su resurslarının məhdudluğu, torpaq deqradasiyası, aqrotexniki tədbirlərin qeyri-effektiv tətbiqi və iqlim dəyişikliklərinin təsirləri göstərilə bilər. Bu çətinliklər mövcud potensialın tam reallaşdırılmasına mane olur və sektorun dayanıqlı inkişafını risk altına alır.

Hazırkı mərhələdə davamlı inkişafın təmin olunması üçün kənd təsərrüfatında müasir texnologiyaların tətbiqi, innovativ yanaşmaların genişləndirilməsi və təbii resursların qorunması əsas hədəflərdən biri kimi çıxış edir.

Meyvə-tərəvəz istehsalında davamlılıq problemləri və əsas çağırışlar

Meyvə-tərəvəz istehsalı kənd təsərrüfatının strateji sahələrindən biri olmaqla, ərzaq təhlükəsizliyinin təminində vacib rol oynayır. Lakin bu sahənin davamlı inkişafı bir sıra ciddi problemlərlə qarşılaşır. Ən başlıca çağırışlar arasında suvarma resurslarının azalması, torpaq məhsuldarlığının zəifləməsi, iqlim dəyişikliklərinə uyğunlaşma çətinlikləri, xəstəlik və zərərvericilərin artması, həmçinin texniki və texnoloji yeniliklərin tətbiqindəki gecikmələr göstərilə bilər.[3, s. 34-39].

Meyvə-tərəvəz istehsalında məhsuldarlığın regionlar üzrə qeyri-bərabər paylanması da davamlı inkişafın qarşısında duran əsas maneələrdən biridir. Bəzi bölgələrdə təbii resursların zəif idarə olunması nəticəsində məhsuldarlıq aşağı səviyyədə qalır. Aşağıdakı cədvəldə 2023-cü il üzrə Azərbaycanın müxtəlif bölgələrində meyvə-tərəvəz istehsal göstəriciləri müqayisəli şəkildə təqdim edilmişdir:

Cədvəl 1. 2023-cü ildə regionlar üzrə meyvə-tərəvəz istehsal göstəriciləri (min ton) Mənbə: Müəllifin tərtibatı. (Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına əsasən).

Bölgələr	RegionMeyvə istehsalı (min ton)	Tərəvəz istehsalı (min ton
Aran	200	250
Quba-Xaçmaz	180	220
Lənkəran-Astara	160	200
Şəki-Zaqatala	150	190

Naxçıvan MR	100	130
Digər bölgələr	140	170

Qısa analiz.

Cədvəldən göründüyü kimi, Aran bölgəsi meyvə və tərəvəz istehsalında lider olsa da, digər bölgələrdə məhsuldarlıq göstəriciləri aşağıdır. Bu fərqlilik resurslardan istifadə səviyyəsi və aqrotexniki tədbirlərin effektivliyinə birbaşa bağlıdır.

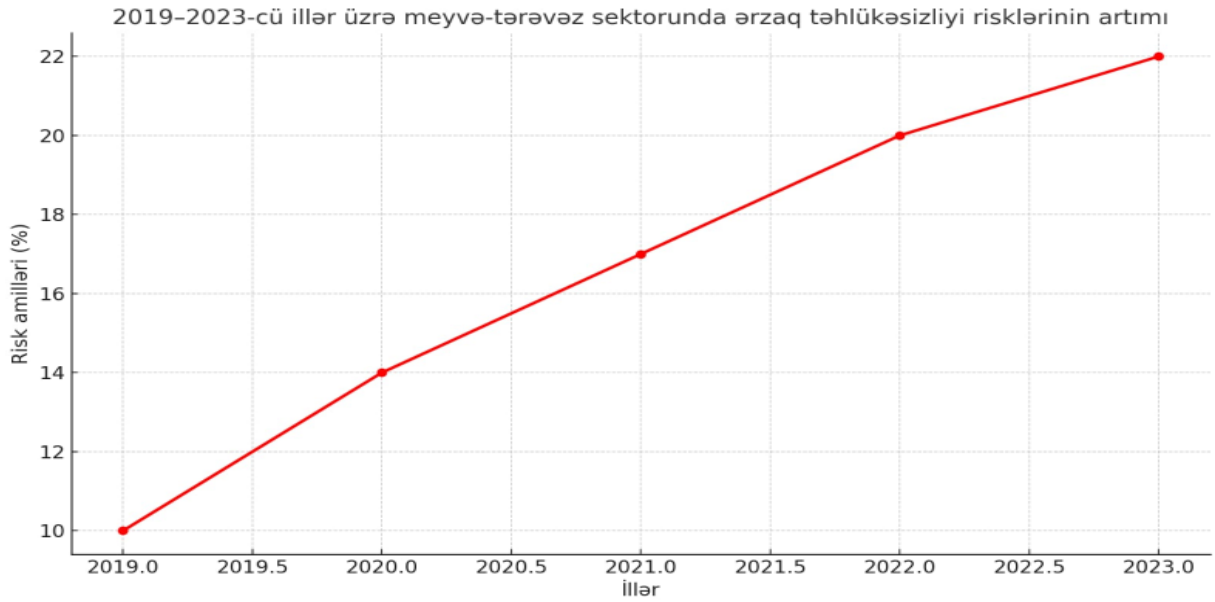
Qida təhlükəsizliyi kontekstində meyvə-tərəvəz sektorunun rolu.

Qida təhlükəsizliyi anlayışı əhalinin keyfiyyətli, təhlükəsiz və davamlı ərzaqla təmin olunmasını əhatə edir. Meyvə-tərəvəz məhsulları bu baxımdan əsas ərzaq qruplarından biridir, çünki insan sağlamlığı üçün vacib olan vitaminlər, minerallar və antioksidantlarla zəngindir. Azərbaycanın ərzaq təhlükəsizliyi strategiyasında meyvə-tərəvəz istehsalının artırılması və keyfiyyət standartlarının qorunması prioritet istiqamətlərdən biri kimi müəyyən edilmişdir.

Lakin meyvə-tərəvəz istehsalında rast gəlinən xəstəliklər, pestisid qalıqları, düzgün saxlanma və daşınma problemləri qida təhlükəsizliyi baxımından risk faktorlarına çevrilə bilər. Ərzaq təhlükəsizliyi sisteminin təkmilləşdirilməsi üçün istehsaldan satışa qədər bütün mərhələlərdə monitorinq və nəzarət tədbirlərinin gücləndirilməsi zəruridir.

Aşağıda Azərbaycanın meyvə-tərəvəz sektorunda son illər ərzində ərzaq təhlükəsizliyinə təsir edən amillərin artım tendensiyası göstərilmişdir:

Qrafik 1. 2019–2023-cü illər üzrə meyvə-tərəvəz sektorunda ərzaq təhlükəsizliyi risklərinin artımı (%) [2, Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi. "Kənd təsərrüfatı məhsulları üzrə statistik göstəricilər", 2023. http://www.stat.gov.az]



Meyvə - istehsalında davamlı inkişaf üçün elmi-praktiki təkliflər. Meyvə-tərəvəz sektorunun davamlı inkişafı yalnız təbii resursların qorunması ilə deyil, eyni zamanda aqrar idarəetmə və istehsal texnologiyalarının müasir tələblərə uyğun qurulması ilə mümkündür. İqlim dəyişikliklərinə uyğunlaşma, su resurslarından səmərəli istifadə və torpaq münbitliyinin qorunması bu prosesin əsasını təşkil edir.

Elmi-praktiki yanaşmalar çərçivəsində aşağıdakı istiqamətlər üzrə tədbirlərin həyata keçirilməsi məqsədəuyğun hesab olunur:

Regionların ixtisaslaşmasına əsaslanan əkin planlaşdırılması aparılmalıdır

Quraqlığa və xəstəliklərə davamlı meyvə və tərəvəz sortlarının seçilməsi və tətbiqi təşviq edilməlidir.Suvarmada müasir texnologiyalar (damcı və yağmurlama sistemləri) genişləndirilməlidir. [4,s.48-53].

Aqrotexniki tədbirlərin icrasında texniki biliklər artırılmalı, fermerlər üçün təlim proqramları təşkil olunmalıdır.İstehsaldan satışa qədər bütün mərhələlərdə qida təhlükəsizliyi standartlarına nəzarət gücləndirilməlidir.Məhsulun saxlama və logistik infrastrukturu təkmilləşdirilməli, soyuducu anbarlar və emal müəssisələri genişləndirilməlidir.

Bu təkliflərin həyata keçirilməsi kənd təsərrüfatında davamlı inkişafın təmin olunmasına, eyni zamanda meyvə-tərəvəz sektorunun qida təhlükəsizliyinə töhfəsinin artırılmasına şərait yaradacaq[5,s.13-56].

NƏTİCƏ

Tədqiqat nəticəsində müəyyən olunmuşdur ki, kənd təsərrüfatında davamlı inkişafın təmin olunması, xüsusilə meyvə-tərəvəz istehsalı sahəsində bir sıra sistemli tədbirlərin görülməsini tələb edir. Meyvə-tərəvəz sektoru həm ərzaq təhlükəsizliyinin qorunması, həm də iqtisadi inkişafın dəstəklənməsi baxımından strateji əhəmiyyətə malikdir. Araşdırmalar göstərir ki, su resurslarının azlığı, torpaq məhsuldarlığının zəifləməsi, iqlim dəyişikliklərinin təsiri və texniki yeniliklərin tətbiqindəki çətinliklər davamlı inkişaf üçün əsas maneələrdir.

Sektorun davamlı inkişafı üçün yalnız istehsal səviyyəsində deyil, həm də idarəetmə, marketinq və qida təhlükəsizliyi sahəsində tədbirlərin gücləndirilməsi vacibdir. Bu istiqamətdə kompleks yanaşmaların və elmi əsaslara söykənən strategiyaların tətbiqi meyvə-tərəvəz sektorunun gələcəkdə daha dayanıqlı və rəqabətqabiliyyətli olmasına şərait yaradacaqdır.

Elmi-praktiki nəticələr

1. Regionlaşma və ixtisaslaşma: Meyvə-tərəvəz istehsalının regional ixtisaslaşması məhsuldarlığın və keyfiyyətin artırılmasına müsbət təsir göstərəcəkdir.
2. İqlimə uyğun istehsal modelləri: Quraqlığa davamlı sortlardan və adaptasiya olunmuş aqrotexniki üsullardan istifadə ərzaq təhlükəsizliyinin möhkəmlənməsinə kömək edəcəkdir.
3. Suvarmada innovativ texnologiyalar: Damcı və yağmurlama suvarma sistemlərinin tətbiqi su resurslarından səmərəli istifadəni təmin edəcəkdir.
4. Aqro-texniki biliklərin artırılması: Fermerlərin bilik və bacarıqlarının artırılması istehsal prosesində davamlılıq və innovativ yanaşmanı gücləndirəcəkdir.
5. Qida təhlükəsizliyi sistemlərinin inkişafı: İstehsaldan satışa qədər ərzaq təhlükəsizliyi monitorinq sistemlərinin qurulması istehlakçıların sağlam qida məhsulları ilə təmin olunmasına zəmin yaradacaqdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Respublikasının Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi. “Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatının inkişafına dair Dövlət Proqramı (2015–2020)”. Bakı, 2015.
2. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi. “Kənd təsərrüfatı məhsulları üzrə statistik göstəricilər”, 2023. http://www.stat.gov.az
3. FAO (Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Ərzaq və Kənd Təsərrüfatı Təşkilatı). “The Future of Food and Agriculture – Trends and Challenges”, FAO, Rome, 2017.
4. Veysəlov, Ş.Ş. “Kənd təsərrüfatında davamlı inkişaf problemləri və perspektivləri”, Bakı: Elm nəşriyyatı, 2020.
5. Codex Alimentarius Commission. “Food Safety and Quality Standards”, FAO/WHO, Rome, 2022. https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/en/

Çingiz ƏLİYEV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
aqrar elmlər üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
chingiz.aliyev@atmu.edu.az

Yusif ZEYNALOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
bİologiya elmləri üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
y.zeynalov@hotmail.com

Pakizə TANIRVERDİYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
müəllim
pakiza.tanriverdiyeva@atmu.edu.az

Mədinə MUXTAROVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
medine.muxtarova2503@gmail.com

TƏRƏVƏZ BİTKİSİ OLAN QULANÇARIN (ASPARAGUS L.) ŞİRƏSİNİN ALINMASI TEXNOLOGİYASININ İŞLƏNİLMƏSİ VƏ ONUN BİOKİMYƏVİ TƏRKİBİNİN ƏSASLANDIRILMASI

Xülasə: *Məqalədə tərəvəz bitkisi qulançar (Asparagus L.) zoğlarından şirənin alınma texnologiyası və onun kimyəvi tərkibinin spektrofotometrik üsulla təyini ətraflı şəkildə araşdırılır. Tədqiqatın məqsədi yüksək bioloji aktivliyə malik təbii məhsul olan qulançar şirəsinin elmi əsaslarla texnoloji hazırlanması və onun komponent tərkibinin dəqiq analizi olmuşdur.*

Qulançar zoğlarının biokimyəvi tərkibi 3,7-4,2 q karbohidrat, 0,05-0,10 q yağ, 2,0-2,6 q zülallardan, eyni zamanda 38-40 mq % Na, 190-196 mq % K, 18-21 mq % Ca, 18-20 mq % Mg, 59-62 mq % P, 0,5-0,9 mq % Fe olması aşkarlanmışdır. Qeyri-üzvi maddələrdən suyun miqdarı isə 92,7 % olması müəyyənləşdirilmişdir. Bundan başqa C, B_1, B_2, B_3, B_4, B_5, B_9 (fol turşusu) vitaminləri ilə zəngindir.

Şirənin alınma texnologiyası bir neçə əsas mərhələdən ibarətdir: ilkin xammalın sortlaşdırılması və yuyulması, mexaniki presləmə yolu ilə şirənin çıxarılması, filtrasiya, pasterizasiya və qablaşdırma. Emal zamanı temperatur və təzyiq rejimlərinə ciddi nəzarət edilməklə tərkibin qorunması təmin olunur. Məqalədə qeyd olunur ki, pasterizasiya prosesi zamanı bioloji aktiv maddələrin itkisinin minimuma endirilməsi üçün optimal şərait müəyyən edilmişdir.

Şirənin kimyəvi tərkibi spektrofotometrik analiz üsulu ilə təyin edilmişdir. Bu metodla əsasən A, E və C vitaminlərinin miqdarı müəyyən edilmişdir. Analiz nəticələri göstərir ki, alınmış qulançar şirəsi yüksək antioksidant aktivlik nümayiş etdirir və bu, onun profilaktik və sağlamlığı dəstəkləyici xüsusiyyətlərini elmi cəhətdən əsaslandırır.

Açar sözlər: *qulançar, alfa-tokoferol, beta-karotin, şirə, kalibrasiya, spektrofotometr, texnologiya*

DEVELOPMENT OF THE TECHNOLOGY FOR OBTAINING JUICE FROM THE VEGETABLE PLANT ASPARAGUS (ASPARAGUS L.) AND SUBSTANTIATION OF ITS BIOCHEMICAL COMPOSITION

Abstract: *The article provides a detailed study on the technology of extracting juice from the shoots of the vegetable plant asparagus (Asparagus L.) and the determination of its chemical composition using spectrophotometric methods. The aim of the research was to develop a scientifically grounded technological process for obtaining juice from asparagus — a natural product with high biological activity — and to precisely analyze its component composition.*

The biochemical composition of asparagus shoots was found to include 3.7–4.2 g of carbohydrates, 0.05–0.10 g of fats, and 2.0–2.6 g of proteins, along with 38–40 mg% of Na, 190–196 mg% of K, 18–21 mg% of Ca, 18–20 mg% of Mg, 59–62 mg% of P, and 0.5–0.9 mg% of Fe. Among inorganic substances, the water content was determined to be 92.7%. Additionally, the juice is rich in vitamins C, B1, B2, B3, B4, B5, and B9 (folic acid).

The juice extraction technology consists of several main stages: initial sorting and washing of the raw material, juice extraction by mechanical pressing, filtration, pasteurization, and packaging. During processing, strict control of temperature and pressure regimes is maintained to preserve the composition. The article highlights that optimal conditions were determined for minimizing the loss of biologically active substances during pasteurization.

The chemical composition of the juice was determined by spectrophotometric analysis. This method was used to quantify vitamins A, E, and C. The analysis results show that the obtained asparagus juice exhibits high antioxidant activity, scientifically justifying its preventive and health-supporting properties.

Keywords: *asparagus, alpha-tocopherol, beta-carotene, juice, calibration, spectrophotometer, technology*

РАЗРАБОТКА ТЕХНОЛОГИИ ПОЛУЧЕНИЯ СОКА ИЗ ОВОЩНОГО РАСТЕНИЯ СПАРЖИ (ASPARAGUS L.) И ОБОСНОВАНИЕ ЕГО БИОХИМИЧЕСКОГО СОСТАВА

Резюме: *В статье подробно рассматривается технология получения сока из побегов овощного растения спаржи (Asparagus L.) и определение его химического состава с помощью спектрофотометрического метода. Целью исследования являлась научно обоснованная технологическая переработка натурального продукта с высокой биологической активностью — сока спаржи, а также точный анализ его компонентного состава.*

Установлено, что биохимический состав побегов спаржи включает 3,7–4,2 г углеводов, 0,05–0,10 г жиров, 2,0–2,6 г белков, а также 38–40 мг % Na, 190–196 мг % K, 18–21 мг % Ca, 18–20 мг % Mg, 59–62 мг % P, 0,5–0,9 мг % Fe. Из неорганических веществ было определено, что содержание воды составляет 92,7 %. Кроме того, сок богат витаминами C, B1, B2, B3, B4, B5, B9 (фолиевая кислота).

Технология получения сока включает несколько основных этапов: сортировка и промывка сырья, извлечение сока методом механического прессования, фильтрация, пастеризация и розлив. Во время переработки строго контролируются температурный и давлений режимы, что позволяет сохранить состав продукта. В статье отмечается, что для минимизации потерь биологически активных веществ во время пастеризации были определены оптимальные условия.

Химический состав сока определён спектрофотометрическим методом. С его

помощью были установлены количества витаминов A, E и C. Результаты анализа показывают, что полученный сок спаржи обладает высокой антиоксидантной активностью, что научно обосновывает его профилактические и оздоровительные свойства.

Ключевые слова: *спаржа, альфа-токоферол, бета-каротин, сок, калибровка, спектрофотометр, технология*

GİRİŞ

Qulançar (*Asparagus officinalis*) – zanbaqkimilər fəsiləsinə aid çoxillik bitki olub, qədim zamanlardan həm qida, həm də müalicəvi məqsədlərlə istifadə edilən dəyərli tərəvəz növüdür. Əsasən erkən yaz aylarında toplanan cavan zoğları ilə tanınan qulançar, zəngin qida tərkibinə görə bir çox ölkələrdə funksional qida məhsulu kimi qiymətləndirilir. Tərkibindəki vitaminlər, minerallar və bioloji aktiv maddələr bu bitkini sağlam qidalanmanın ayrılmaz hissəsinə çevirir. Qulançar həmçinin az kalorili olması, liflə zənginliyi və orqanizmə ümumi gücləndirici təsiri ilə seçilir. Qulançar zoğlarının kimyəvi tərkibi xüsusilə A, C və E vitaminləri ilə zəngindir. Bu vitaminlərin hər biri insan orqanizmində vacib fizioloji funksiyaları yerinə yetirir: **A vitamini (retinol)** – görmə qabiliyyətinin qorunmasında, dərinin və selikli qişaların sağlamlığının təmin olunmasında mühüm rol oynayır. Eyni zamanda hüceyrə yenilənməsi və immun sisteminin gücləndirilməsində də əhəmiyyətlidir. **C vitamini (askorbin turşusu)** – güclü antioksidantdır, sərbəst radikalların təsirini neytrallaşdıraraq hüceyrələri qoruyur. Kollagen sintezində iştirak edir, damar divarlarının möhkəmliyini artırır və infeksiyalara qarşı müqaviməti yüksəldir. **E vitamini (tokoferol)** – yağda həll olan antioksidantlardan biridir. Hüceyrə membranlarını oksidativ zədələnmədən qoruyur, qocalma prosesini ləngidir və orqanizmdə hormonal balansın saxlanmasına kömək edir.

Bu vitaminlərin birgə təsiri nəticəsində qulançar orqanizmin antioksidant müdafiəsini gücləndirir, maddələr mübadiləsini tənzimləyir və bir sıra xroniki xəstəliklərin (ürək-damar, sinir sistemi, xərçəng riski və s.) qarşısının alınmasında mühüm rol oynayır. Bu xüsusiyyətlərinə görə, qulançar zoğlarından alınan təbii şirə də son illərdə tədqiqat marağına səbəb olmuş və müxtəlif texnoloji üsullarla emalı gündəmə gəlmişdir.

Tədqiqatın material və metodu

Tədqiqat materialı kimi qulançarın qulançarın (*Asparagus officinalis*) yaşıl və ağ zoğlarından istifadə edilmişdir. Tədqiat metodu isə fiziki və kimyəvi analiz metodlarına əsaslanır.

Tədqiqatın nəticəsi və müzakirəsi

Tədqiatın nəticəsində "*Asparagus officinalis"* cinsindən şirənin alınma texnologiyası işlənilmiş və onun tərkibini spektrofotometrik analizlə tərkibindəki A, C və E vitaminlərinin konsentrasiyası öyrənilmişdir.

Qulançar bitkisindən şirə alınması zamanı yalnız "*Asparagus Officinalis*" cinsindən istifadə edilir. Digər növlərindən alınır, səbəbi isə tərkibindəki fitokimyəvi maddələrin bu növdə olduğu tərkibdə və formada olmamağıdır. Qulançardan şirə onun yalnız cavan və ya cavan yarpaqlı gövdələri əsasında alınır. Qulançarın digər hissələrindən (meyvə, köklər, cavan olmayan zoğlar) şirə alınmasında istifadə edilir. Bitki meyvələrə malik olsa da, meyvələrdən şirə alınmır. Səbəbi isə tərkibindəki saponinlər və fenolların artıq miqdarda olmasıdır. Bu da onun meyvələrini insan istehlakı üçün zəhərli hala gətirir. Lakin cavan zoğlardakı saponinlər və fenolların miqdarı insanların qəbul edə biləcəyi dərəcədədir və bu da onların şirə istehsalında istifadəsini mümkün edir. Bu qulançar növünün müvafiq olaraq ağ və yaşıl növləri məlumdur. Bu rənglər onların zoğların rənginə görə dəyişir. Və müvafiq olaraq hər ikisindən şirə almaq mümkündür. Alınan şirələrin təbii rəngi ağ və açıq yaşıl olaraq dəyişəcək.

Qulançar zoğlarının ilkin hazırlanması

Cavan ağ və (ya) yaşıl zoğlar tədarük edilir. Bu zaman onların tək zoğları və ya üzərində kiçik yarpaqları olan cavan zoğları istifadə edilir. Bu zoğlar əvvəlcə üzərindəki fiziki qalıqlardan, tozdan təmizlənir, daha sonra tam təmizlənmə üçün adi suda yuyulur və qurudulur. Bəzən yuyulma zamanı turşuluğu yüksək olmayan məhlullardan da istifadə edilə bilər. Bu da onun üzərində kimyəvi qalıqların qalma ehtimalını azaldır.

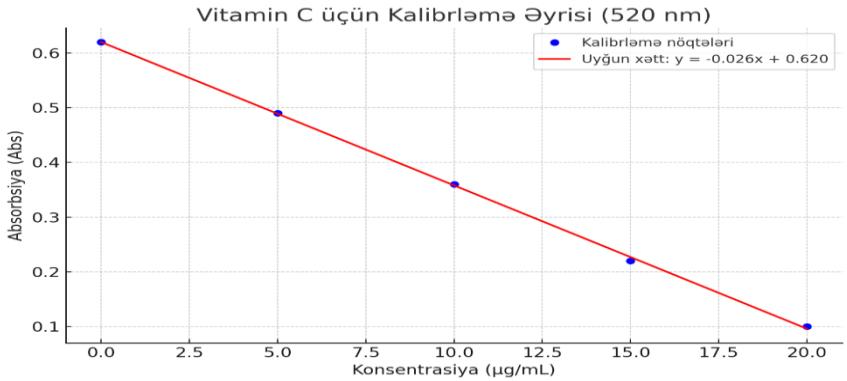
Qulançar zoğlarının emalı

Qulançarın cavan zoğlarından şirə almaq üçün 3 müxtəlif üsuldan istifadə edilir. Bu üsullar ayrı-ayrı və ya birgə tətbiq edilərək şirə alına bilər. Bunlar fiziki, termiki, enzimatik metodlardır. Fiziki metodda qulançar kiçik hissələr şəklində doğranır və 1:1 nisbətdə su ilə qarışdırılır, blenderdən keçirilir. Termal metodda isə hissələrə bölünmüş zoğlar su hamamında 30 dəqiqə qaynadılır. Enzimatik metodda 2 ml pektinaza məhlulu (100 mq/ ml) su ilə 1:1 nisbətdə hazırlanmış qulançar qarışığına əlavə edilir. Fermentlə işlənmiş nümunə limon turşusu ilə ph=3.2-ə uyğunlaşdırılır və 37 dərəcədə 30 dəqiqə saxlanılır. Metodların ayrılıqda və ya birgə istifadəsindən asılı olmayaraq alınan şirə ələkdən keçirilir və mayesi çıxarılır. Daha sonra bu maye 7 gün ərzində -120 ℃ dərəcədə quru dondurucuda saxlanılır və qurudulur. Daha sonra üyüdülərək toz halına salınır. Nümunələr analiz üçün istifadə edilməmişdən əvvəl -20 ℃ dərəcədə saxlanılır və sonra analiz üçün istifadəyə hazır olur. [8] Analiz spektrofotometr cihazı ilə aparıla bilər. Bu cihaz vasitəsilə onun tərkibindəki vitaminlərin konsentrasiyasını təyin etmək olar. Tədqiqat zamanı hər 3 metod ardıcıllıqla tətbiq edilmişdir və A, C, E vitaminlərinin şirədəki konsentrasiyası müəyyən olunmuşdur.

Qulançar zoğlarının şirəsinin spektral analizi

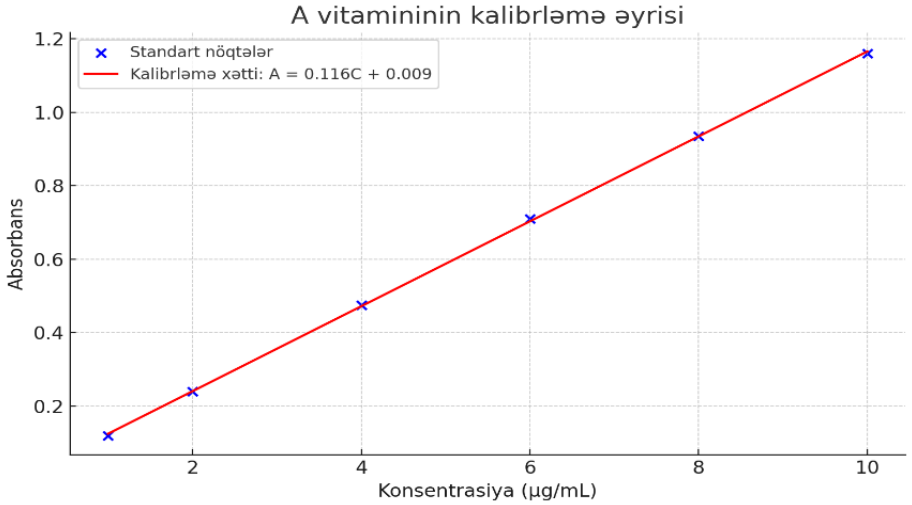
Qulançar zoğlarının emalı və biokimyəvi tərkibinin öyrənilməsi və analizi "Herba Flora" MMC – nin tədqiqat və analiz laboratoriyasında həyata keçirilmişdir. Spektral analiz üçün JENWAY 7315 Advanced UV/Visible spektrofotometr cihazı istifadə edilmişdir. Spektrofotometr cihazında analiz yerinə yetirilməmişdən əvvəl cihazın kalibrlənməsi həyata keçirilir. Kalibrləmə üçün istifadə edilən küvetin ölçüləri 10×10×43.75 kimidir. Küvetin sərhəd həddinə kimi 80%-i doldururlur, bu da 3.5 ml həcmə bərabər olur. Həlledicidən asılı olaraq kalibrlənmə mayesi də dəyişməlidir. Kalibrlənmə həyata keçirildikdən sonra hazırlanan məhlullarda müvafiq vitaminlərin təyinatı həyata keçirildi. Hər 3 vitamin üçün 3 ayrı nümunə hazırlanır. Bu nümunələrin spektrinin çəkilməsi zamanı isə cihaz nümunələrə uyğun kalibrlənir. Bu nümunələr spetrofotometr cihazında ölçülmək üçün hazırlanır və ekstraksiya edilir. Belə ki, bu mayelərin ekstraksiya müddətləri fərqli seçilir. Səbəb isə vitaminlərin fərqli strukturları ilə əlaqədardır.

1. Bildiyimiz kimi C vitamini oksigenə həssas vitamindir və rahat oksidləşə bilir. Bu səbəbdən onun ekstraksiyası 2 dəqiqə 10 saniyə müddətində aparıldı. Ekstraksiya 2,6-dixlorofenol-indofenol ilə həyata keçirildi, bu maddə antioksidantların həlldicisi kimi istifadə edilir. Daha uzun müddət qalsa, C vitamini oksidləşər və tamamilə itə bilərdi. Ekstraksiyadan dərhal sonra bu məhlulun spektrofotometr ilə ölçülməsinə başlanıldı. Küvet olaraq isə şüşə küvet seçilmişdi. Kalibrləmə üçün C vitamininin müxtəlif konsentrasiyalardakı məhlulları ilə kalibrləmə aparıldı və kalibrləmə əyrisi quruldu (520 nm).

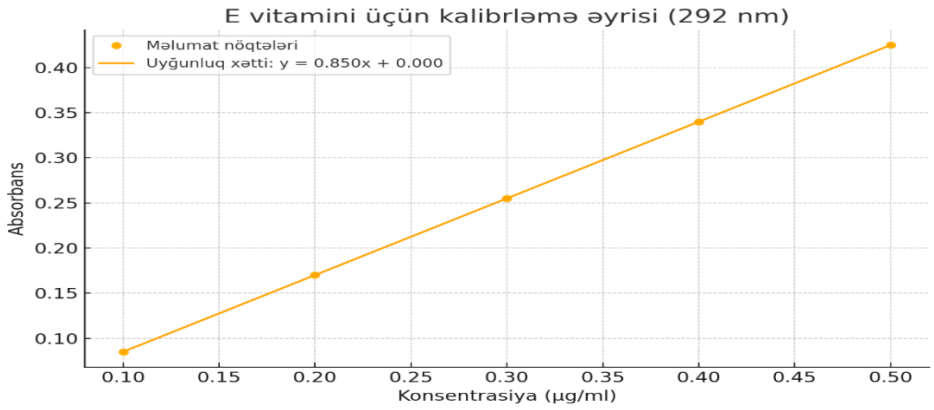


Daha sonra hazırladığımız qulançar mayesi məhlulunun spektrofotometrik ölçülməsinə başlanıldı. Abs = -0.026×C + 0.620 tənliyinə əsasən vitamin C-nin Abs=0.619 dəyərində, 520 nm-də ölçmə həyata keçirilərkən C yəni konsentrasiya 17.74 mq/ml kimi alınmışdır. Qulançar üçün C vitaminin səviyyəsi 10 – 30 mq/ml kimi norma götürülür. Transmissiya = 25%

2. A vitamini (beta-karotin) qeyri-polyar olduğu üçün polyar həlledici qarışığı – heksan, etilaetat, aseton qarışığından istifadə edildi. Beta-karotin stabil maddədir, ona görə onun ekstarksiya müddətidi 5 dəqiqə 45 saniyə ərzində aparıldı. Daha sonra cihazın kalibrlənməsi həyata keçirilir, təbii beta-karotin olduğu üçün 450 nm-də ölçülür. Küvet olaraq isə şüşə küvet seçilmişdi. Daha sonra hazırladığımız qulançar mayesi məhlulunun spektrofotometrik ölçülməsinə başlanıldı. Abs=0.115×C+0.006 tənliyinə əsasən vitamin A-nın Abs=0.041 dəyərində, 450 nm-də ölçmə həyata keçirilərkən C yəni konsentrasiya 0.304 mq/ml kimi alınmışdır. Qulançar üçün A vitaminin səviyyəsi 0.2 – 1.0 mq/ml kimi norma götürülür. Transmissiya = 56%



3. E vitamini (alfa-tokoferol) üçün həlledici kimi etanol istifadə edildi. E vitamini davamlı maddə olduğundan ekstarksiya müddəti 13 dəqiqə təyin edildi. Daha sonra cihazın kalibrlənməsi həyata keçirilir, 292 nm-də ölçülür. Kalibrləmə üçün E vitamininin müxtəlif konsentrasiyalardakı məhlulları ilə kalibrləmə aparıldı və kalibrləmə əyrisi quruldu Küvet olaraq isə kvars küvet seçilmişdi. Daha sonra hazırladığımız qulançar mayesi məhlulunun spektrofotometrik ölçülməsinə başlanıldı. Abs=0.850×C+0.000 tənliyinə əsasən vitamin E-nin Abs=0.212 dəyərində, 292 nm-də ölçmə həyata keçirilərkən C yəni konsentrasiya 0.249 mq/ml kimi alınmışdır. Qulançar üçün E vitaminin səviyyəsi 0.1 – 0.4 mq/ml kimi norma götürülür. Transmissiya = 61.3%



NƏTİCƏ

Aparılan tədqiqatlar göstərdi ki, qulançar (*Asparagus officinalis*) zoğlarından alınan şirə yüksək bioloji dəyərə malik funksional məhsul kimi böyük potensiala sahibdir. Tətbiq edilən texnoloji proseslər – xammalın ilkin emalı, mexaniki şirə alınma, filtrasiya və pasterizasiya mərhələləri – məhsulun keyfiyyət göstəricilərinin qorunmasına və faydalı maddələrin maksimum dərəcədə saxlanmasına imkan yaratmışdır.

Spektrofotometrik analiz nəticəsində müəyyən olunmuşdur ki, şirənin tərkibi A, C, E vitaminləri zəngindir. Bu komponentlər məhsula immuniteti gücləndirici, iltihabəleyhinə və antioksidant təsir qazandırır. Əldə olunmuş nəticələr qulançar şirəsinin həm profilaktik məqsədlərlə istifadəsi, həm də funksional qida məhsulu kimi sənaye miqyasında istehsalı üçün elmi və texnoloji baza yaradır.

Tədqiqatın nəticələri göstərir ki, uyğun texnoloji yanaşmalar tətbiq olunmaqla qulançar şirəsinin qida dəyəri və saxlanma stabilliyi qorunmaqla yüksək keyfiyyətli məhsul əldə etmək mümkündür. Gələcəkdə bu sahədə aparılacaq əlavə elmi araşdırmalar və texnoloji təkmilləşdirmələr məhsulun geniş miqyasda istehsal və istifadəsini təmin edə bilər.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Hacıyev.V.C, Qasımova.T.E. Azərbaycan florasının lüğəti. – Bakı. 2008.
2. Əliyev Ç.S. Qida və dərman bitkisi olan qulançarın (*Asparagus L.*) aqrobioloji xüsusiyyətləri. AMEA Aqrokimya və Torpaqşünaslıq İnstitutu, Beynəlxalq Konfrans. - Bakı, Azərbaycan, 2021. s. 29-32.
3. Доспехов Б.А. Методика полевого опыта. - М.: колос, 1985. 292. 6. Кумбатов З.И., Казиев А.И. Лекарственные свойства спаржи (*Asparagus L.*). Азербайджан. Новые вызовы в ботанических исследованиях. Материалы конференции, НАНА, aky, 2018. - с. 185-187. 7. Лулилов В.А., Иванова М.И. Азбука овошевола. - Москва: 2014. - с. 348-352. Москва, 2018. - с. 648.
4. Литвинов С.С. Методика полевого опыта.
5. G.F.M. Ball. Vitamins in Foods: Analysis, Bioavailability, and Stability. – 2005, ABŞ
6. Ronald Rucker, Victor R. Preedy, Vinood B. Patel. "Vitamin E: Food Chemistry, Composition, and Analysis" – 2012, ABŞ, Florida
7. H. D. Revanasiddappa və Veena M. A. Sensitive Spectrophotometric Methods for the Determination of Ascorbic Acid – 2008, ABŞ
8. Effect of processing treatments on the phytochemical composition of asparagus (Asparagus officinalis L.) juice - ScienceDirect

Gülnar MƏMMƏDLİ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
biologiya elmlər namizədi, dosent
gulnar.mammadli@atmu.edu.az

Elçin AĞAMMƏDOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
Magistrant
agammedovelcin@gmail.com

QİDA SƏNAYESİNDƏ EMAL PROSESLƏRİNİN OPTİMALLAŞDIRILMASI VƏ MƏHSUL KEYFİYYƏTİNƏ TƏSİRİ

Xülasə: *Məqalədə qida sənayesində emal proseslərinin optimallaşdırılmasının məhsulun keyfiyyətinə və təhlükəsizliyinə təsiri hərtərəfli şəkildə araşdırılır. Müasir qida sənayesində istehsal proseslərinin texnoloji mərhələlərində baş verən dəyişikliklər məhsulun fiziki-kimyəvi, mikrobioloji və orqanoqoleptik göstəricilərini formalaşdıran əsas amillərdəndir. Emal proseslərinin optimallaşdırılması dedikdə, texnoloji rejimlərin — temperatur, müddət, təzyiq, rütubət, mexaniki və fermentativ təsirlərin — elmi əsaslara uyğun tənzimlənməsi nəzərdə tutulur. Bu cür optimallaşdırma məhsulun qida dəyərinin qorunması, mikrobioloji sabitliyin təmin edilməsi, saxlanma müddətinin artırılması, enerji və xammal itkilərinin minimuma endirilməsi baxımından mühüm rol oynayır. Məqalədə həm ənənəvi istilik üsulları (HTST, UHT), həm də müasir texnologiyalar – sous-vide, qoruyucu atmosfer (MAP), mikrodalğalı və infraqırmızı istilik emalı, real-time sensor monitorinqi və avtomatlaşdırılmış idarəetmə sistemləri müqayisəli şəkildə təhlil olunur. Bundan əlavə, optimallaşdırmanın məhsulun tekstura, rəng və dad kimi orqanoqoleptik göstəricilərinə, eləcə də istehsalın iqtisadi səmərəliliyinə təsiri nəzərdən keçirilir. Araşdırma nəticələri göstərir ki, proseslərin elmi əsaslarla optimallaşdırılması həm istehsal keyfiyyətini yüksəldir, həm də müəssisələrin beynəlxalq standartlara uyğunluğunu artırır.*

Açar sözlər: *Qida sənayesi, emal prosesləri, optimallaşdırma, məhsul keyfiyyəti, texnoloji nəzarət, enerji səmərəliliyi*

OPTIMISATION OF PROCESSING IN THE FOOD INDUSTRY AND ITS IMPACT ON PRODUCT QUALITY

Abstract: *This article provides a comprehensive analysis of how the optimization of processing operations in the food industry affects product quality and safety. In modern food production, technological stages such as heating, cooling, mechanical treatment, and enzymatic or chemical transformation play a key role in shaping the physical-chemical, microbiological, and organoleptic characteristics of the final product. Process optimization refers to the scientific adjustment of technological parameters—temperature, time, pressure, humidity, mechanical forces, and pH—according to the specific needs of each product. Such optimization contributes to maintaining nutritional value, improving microbiological stability, extending shelf life, and reducing energy and raw material losses. The paper discusses both traditional heat treatments (HTST and UHT) and modern processing technologies such as sous-vide, modified atmosphere packaging (MAP), microwave and infrared heating, as well as real-time sensor monitoring and automation systems. The influence of optimized processing on texture, color, and flavor attributes, as well as its economic and environmental benefits, is examined in detail. The findings demonstrate that scientifically based optimization enhances*

the overall stability of production, ensures compliance with food safety standards such as HACCP and ISO 22000, and strengthens the competitiveness of domestic food enterprises in global markets.

Keywords: *Food industry, process optimization, product quality, food safety, technological control,automation*

ВЛИЯНИЕ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОЦЕССОВ ПЕРЕРАБОТКИ В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ

Резюме: *В статье подробно рассматривается влияние оптимизации технологических процессов переработки на качество и безопасность пищевой продукции. В современных условиях производства продуктов питания этапы технологической обработки — нагревание, охлаждение, механическая обработка, ферментативные и химические превращения — играют ключевую роль в формировании физико-химических, микробиологических и органолептических характеристик конечного продукта. Под оптимизацией понимается научно обоснованное регулирование технологических параметров, таких как температура, время, давление, влажность, механические воздействия и pH, с целью достижения наилучших показателей качества. Такая оптимизация способствует сохранению пищевой ценности, повышению микробиологической стабильности, увеличению срока хранения и снижению энергетических и сырьевых потерь. В работе обсуждаются как традиционные тепловые методы обработки (HTST, UHT), так и современные технологии — sous-vide, упаковка в модифицированной атмосфере (MAP), микроволновая и инфракрасная обработка, а также системы автоматизации и сенсорного мониторинга в реальном времени. Отдельное внимание уделено влиянию оптимизированных процессов на текстуру, цвет и вкус продуктов, а также их экономическим и экологическим преимуществам. Результаты исследования показывают, что научно обоснованная оптимизация процессов повышает стабильность производства, обеспечивает соответствие стандартам безопасности пищевых продуктов (HACCP, ISO 22000) и способствует росту конкурентоспособности отечественных предприятий пищевой промышленности.*

Ключевые слова: *Пищевая промышленность, оптимизация процессов, качество продукции,безопасность пищевых продуктов,технологический контроль, автоматизация.*

GİRİŞ

Qida sənayesində məhsulun keyfiyyəti və təhlükəsizliyi müasir istehsal proseslərinin əsas meyarlarından biridir. Əhalinin artması, bazar tələbatının yüksəlməsi və istehlakçıların qida keyfiyyətinə olan diqqətinin artması emal proseslərinin səmərəliliyinin artırılmasını zəruri edir. Qida məhsullarının istehsalı zamanı tətbiq edilən texnoloji mərhələlər – istilik emalı, soyutma, mexaniki və fermentativ işləmə, qurudulma, dondurma və qablaşdırma kimi proseslər məhsulun fiziki-kimyəvi, mikrobioloji və orqanoqoleptik göstəricilərinə birbaşa təsir göstərir. Emal proseslərinin optimallaşdırılması dedikdə, bu mərhələlərdə istifadə olunan texnoloji parametrlərin – temperatur, təzyiq, vaxt, rütubət, mexaniki təsir və kimyəvi reaksiya sürətinin– elmi əsaslarla idarə olunması nəzərdə tutulur. Belə idarəetmə məhsulun keyfiyyət göstəricilərini sabit saxlamağa, qida dəyərini qorumağa və istehsal itkilərini minimuma endirməyə imkan verir. Son illərdə proseslərin idarə olunmasında avtomatlaşdırma sistemlərinin, real-time sensor texnologiyalarının, statistik analiz metodlarının (DOE, ANOVA) və süni intellekt modellərinin

tətbiqi məhsul keyfiyyətinin yüksəldilməsində mühüm rol oynamağa başlayıb. Bununla yanaşı, optimallaşdırma yanaşmaları enerji və xammal resurslarının qənaətli istifadəsini təmin etməklə, istehsal müəssisələrinin iqtisadi və ekoloji dayanıqlığını artırır. Bu məqalənin məqsədi qida sənayesində emal proseslərinin optimallaşdırılmasının məhsul keyfiyyətinə, təhlükəsizliyinə və iqtisadi səmərəliliyinə təsirini elmi və praktiki baxımdan təhlil etməkdir. Eyni zamanda, müasir texnoloji yeniliklərin (HTST, UHT, sous-vide, MAP və s.) optimallaşdırma baxımından tətbiqi imkanları və nəticələri də müzakirə olunur.

1. Emal proseslərinin optimallaşdırılması: əsas prinsiplər və metodologiya

Qida məhsullarının emal proseslərində optimallaşdırma istehsalın səmərəliliyini, məhsul keyfiyyətini və təhlükəsizliyini artırmaq üçün əsas vasitə hesab olunur. Texnoloji parametrlərin düzgün seçimi və elmi əsaslarla idarə olunması, emal zamanı baş verən istilik, mexaniki və kimyəvi dəyişikliklərin məhsulun qida dəyərinə təsirini minimuma endirir. Optimallaşdırmanın əsas məqsədi – məhsulun keyfiyyətini itirmədən istehsal xərclərini və enerji sərfini azaltmaqdır.

1.1. Texnoloji parametrlərin seçimi və ölçülməsi

Emal proseslərinin effektivliyini təmin edən əsas şərtlərdən biri proses parametrlərinin düzgün seçilməsidir. Texnoloji parametrlər dedikdə, əsasən temperatur, müddət, təzyiq, rütubət, pH, mexaniki təsir və xammalın kimyəvi tərkibinə təsir edən digər fiziki amillər nəzərdə tutulur. Bu göstəricilərin hər biri qida məhsulunun fiziki-kimyəvi, mikrobioloji və orqanoqoleptik xüsusiyyətlərinin formalaşmasında fərqli rol oynayır. Məsələn, süd məhsullarında pasterizasiya və sterilizasiya zamanı temperatur və müddət balansının pozulması nəticəsində ya mikrobioloji təhlükəsizlik tam təmin olunmur, ya da məhsulun qida dəyəri azalır. Bu baxımdan, optimal temperatur-müddət kombinasiyasının seçilməsi məhsulun həm təhlükəsizliyini, həm də qida dəyərinin qorunmasını təmin edir [1, s.45–47]. Texnoloji parametrlərin seçilməsi yalnız istehsal təcrübəsinə əsaslanmamalıdır. Müasir yanaşmalarda proses parametrləri elmi əsaslarla, yəni "Design of Experiments" (DOE) metodologiyası əsasında müəyyən edilir. Bu metod, müxtəlif amillərin məhsul keyfiyyətinə təsirini statistik model üzərində qiymətləndirməyə imkan verir. DOE vasitəsilə əldə edilən məlumatlar əsasında optimal iş rejimi təyin olunur, beləliklə təcrübə yolu ilə sınaq-səhv yanaşmasına ehtiyac qalmır.

Bundan əlavə, proses parametrlərinin real vaxtda ölçülməsi üçün sensor texnologiyalarından geniş istifadə edilir. Məsələn, temperatur və rütubət sensorları, pH ölçü cihazları və on-line analizatorlar prosesin hər mərhələsində parametrlərin sabit qalmasına nəzarət etməyə imkan verir. Bu cihazlardan alınan məlumatlar avtomatlaşdırılmış idarəetmə sistemlərinə ötürülür və prosesin optimallaşdırılması üçün operativ düzəlişlər edilir. Texnoloji parametrlərin düzgün seçimi yalnız məhsulun keyfiyyətini deyil, həm də istehsalın iqtisadi səmərəliliyini artırır. Optimal parametrlərlə işləyən sistemlərdə enerji sərfi azalır, xammal itkisi minimuma enir və istehsal xətləri daha sabit rejimdə fəaliyyət göstərir. Buna görə də optimallaşdırma yalnız keyfiyyət göstəricilərinin yaxşılaşdırılmasına deyil, eyni zamanda resursların rasional istifadəsinə də yönəlir [2, s.210–212].

1.2. Eksperimental planlaşdırma və statistik optimallaşdırma üsulları

Qida sənayesində emal proseslərinin optimallaşdırılması yalnız praktiki müşahidələrə deyil, eyni zamanda elmi-statistik metodlara əsaslanmalıdır. Müasir texnoloji tədqiqatlarda "Eksperimental planlaşdırma" (Design of Experiments – DOE) metodologiyası və statistik analiz alətləri əsas rol oynayır. Bu yanaşma prosesin səmərəliliyini artırmaq və məhsulun keyfiyyətinə təsir edən amillər arasındakı qarşılıqlı əlaqəni müəyyənləşdirmək üçün istifadə olunur. DOE metodu müxtəlif parametrlərin eyni anda dəyişdirilərək sistemin cavab reaksiyasına təsirini öyrənməyə imkan verir. Məsələn, istilik müalicəsi zamanı temperatur, vaxt və təzyiqin birgə təsiri məhsulun mikrobioloji stabilliyinə və teksturasına eyni vaxtda təsir göstərir. Bu məlumatlar əsasında "Response Surface Methodology" (RSM) və ya "Regression

Analysis" kimi üsullar tətbiq edilir. Bu metodlar parametrlərin optimal kombinasiyasını tapmaqla məhsul keyfiyyətinin maksimum səviyyədə saxlanmasına şərait yaradır [3, s.320–325]. Statistik optimallaşdırmanın əsas üstünlüyü ondadır ki, o, eksperimentlərin sayını azaldır, lakin eyni zamanda daha etibarlı nəticələr əldə etməyə imkan verir. Bu, həm laborator, həm də sənaye miqyasında böyük əhəmiyyət daşıyır. ANOVA (Analiz of Variance) kimi üsullar dəyişənlərin təsir gücünü müqayisə etməyə, həmçinin hansı amillərin məhsul keyfiyyətinə daha çox təsir etdiyini müəyyənləşdirməyə kömək edir[3, s.322]. Bu cür metodologiyalar həm yeni texnologiyaların sınaq mərhələsində, həm də mövcud istehsal xətlərinin modernləşdirilməsi zamanı tətbiq olunur. Məsələn, yeni bir pasterizasiya xəttinin qurulması zamanı optimal istilik rejiminin tapılması üçün DOE metodundan istifadə edilir. Toplanmış məlumatlar əsasında sistemin səmərəliliyi qiymətləndirilir və nəticədə həm enerji sərfi azalır, həm də məhsulun keyfiyyəti sabit qalır.

Eyni zamanda, DOE və RSM yanaşmaları yalnız proseslərin optimallaşdırılması ilə məhdudlaşmır, həm də istehsalın etibarlılığını artırmaq, məhsuldarlığı yüksəltmək və istehsalat xətalarının qarşısını almaq məqsədilə istifadə olunur. Beləliklə, eksperimental planlaşdırma yalnız elmi tədqiqat aləti deyil, həm də sənaye istehsalında praktiki idarəetmə vasitəsidir.

2. Optimallaşdırmanın məhsul keyfiyyətinə və təhlükəsizliyinə təsiri

Emal proseslərinin optimallaşdırılması qida məhsullarının həm keyfiyyət, həm də təhlükəsizlik göstəricilərinin yüksəldilməsində həlledici rol oynayır. İstilik, mexaniki və kimyəvi təsirlərin optimal idarə olunması nəticəsində məhsulun teksturası, rəngi, dadı və mikrobioloji dayanıqlığı sabitləşir. Bu fəsildə optimallaşdırmanın müxtəlif qida qruplarında-süd, ət, balıq, meyvə və tərəvəz məhsullarında tətbiqi araşdırılır.

2.1. Süd və süd məhsullarında proseslərin optimallaşdırılması

Süd və süd əsaslı məhsullar qida sənayesində ən həssas xammal qrupuna daxildir. Bu məhsullarda optimallaşdırma əsasən istilik rejimlərinin,fermentasiya şəraitinin və homogenizasiya parametrlərinin düzgün tənzimlənməsi ilə həyata keçirilir. Südün pasterizasiyası zamanı temperatur və vaxt arasında balans mühüm əhəmiyyət daşıyır. Məsələn, 72°C-də 15 saniyəlik HTST (High Temperature Short Time) rejimi mikrobioloji təhlükəsizliyi təmin etməklə vitamin itkisini minimuma endirir. Daha sərt UHT (Ultra High Temperature) emal (135°C-də 2–4 saniyə) isə məhsulun uzunmüddətli saxlanmasını təmin edir, lakin bəzi orqanoqoleptik xüsusiyyətlərdə dəyişiklik yaradır [4, s.78–85]. Fermentləşdirilmiş süd məhsullarında optimallaşdırma daha çox pH səviyyəsi, temperatur və mayalanma müddətinin seçimi ilə bağlıdır. Optimal pH səviyyəsinin (4.2–4.6) qorunması laktik turşu bakteriyalarının aktivliyini artırır, məhsulun dad və tekstura sabitliyini təmin edir [4, s.84].

Aşağıdakı cədvəl süd məhsulları üçün emal rejimlərinin optimallaşdırılmış göstəricilərini ümumiləşdirir:

Cədvəl 1. Süd məhsullarında emal parametrlərinin optimallaşdırılması

Məhsul növü	Texnoloji mərhələ	Optimal temperatur (°C)	Müddət	Əsas nəticə
Süd (içməli)	Pasterizasiya (HTST)	72 ± 1	15 san.	Mikrob yükü azalır, vitamin qorunur
Süd (UHT)	Sterilizasiya	135 ± 2	3 san.	Saxlama müddəti artır, dad dəyişə bilər
Qatıq	Fermentasiya	42 ± 1	6–8 saat	Tekstura sabit, pH 4.3 səviyyəsində

Pendir	Koagulyasiya	30–35	40–50 dəq.	Zülal struktur sabit, su itkisi azalır

2.2. Ət və balıq məhsullarında temperatur və vaxt rejimlərinin tənzimlənməsi

Ət və balıq məhsullarında optimallaşdırma prosesin biokimyəvi və mikrobioloji sabitliyinə birbaşa təsir göstərir. Bu məhsulların əsas xüsusiyyəti zülal denaturasiyası və su saxlama qabiliyyətidir. Sous-vide texnologiyası ət və balıq emalında son illərdə geniş tətbiq edilir. Bu üsul məhsulun 55–65°C temperaturda,1–3 saat müddətində vakum şəraitində bişirilməsini nəzərdə tutur. Nəticədə zülallar tam denaturasiya olmur, məhsulun teksturası yumşaq və şirəli qalır. Bu texnologiyanın optimallaşdırılması zamanı temperatur–vaxt balansı, vakum dərəcəsi və soyuq zəncirin idarə olunması əsas göstəricilərdir [5, s.16–24].

Eyni zamanda, ət və balıq məhsullarında mikrobioloji təhlükəsizliyin təmin olunması üçün istilik rejiminin 63°C-dən aşağı olmaması vacib sayılır. Temperaturun 60°C-dən aşağı düşməsi məhsulun səthində Listeria monocytogenes və Salmonella spp. kimi bakteriyaların çoxalmasına şərait yaradır [5, s.22].

Optimallaşdırılmış sous-vide rejimi aşağıdakı nəticələri təmin edir:

- Məhsulun orqanoqoleptik göstəriciləri (dad, rəng, tekstura) qorunur;
- Zülal parçalanması azalır;
- Mikrobioloji yük 99%-ə qədər azaldılır;
- Enerji sərfi 15–20% aşağı düşür.

Beləliklə, sous-vide texnologiyasının tətbiqi həm məhsul keyfiyyətini, həm də təhlükəsizliyini artırır və bu üsulun sənaye miqyasında tətbiqi Azərbaycan qida sənayesində rəqabət üstünlüyü yarada bilər.

2.3. Meyvə-tərəvəz emalında texnoloji innovasiyalar və qoruyucu mühit tətbiqləri

Meyvə və tərəvəz məhsulları yüksək nəm tərkibli və mikrobioloji cəhətdən həssas qida qrupuna daxildir. Bu səbəbdən emal zamanı vitamin itkisini azaltmaq,oksidləşmə proseslərini ləngitmək və rütubət balansını qorumaq əsas məqsədlərdəndir. HTST üsulu (85–95°C, 10–30 saniyə) meyvə şirələrində patogenlərin zərərsizləşdirilməsini təmin etməklə yanaşı, C vitamini kimi istilikdə həssas komponentlərin qorunmasına da imkan verir [6, s.150–158].

Bundan əlavə, qoruyucu atmosferdə qablaşdırma (Modified Atmosphere Packaging — MAP) texnologiyası məhsulun oksidləşməsini və mikrobioloji korlanmanı azaldır. MAP rejimlərində oksigen səviyyəsi 2–5%, karbon qazı 10–15%, azot isə balanslaşdırıcı qaz kimi istifadə olunur. Optimal qaz nisbətinin seçilməsi məhsulun rəngini və təzəliyini uzun müddət qorumağa kömək edir. Meyvə-tərəvəzlərin qurudulmasında isə aşağı temperaturda liofilizasiya (freeze-drying) prosesi keyfiyyət baxımından ən səmərəli üsullardan hesab olunur. Bu metodda məhsul əvvəlcə dondurulur, sonra az təzyiqli mühitdə su buxar halına gətirilir. Nəticədə həm rəng, həm də qida dəyəri maksimum səviyyədə saxlanılır [7, s.200–210].

Beləliklə, meyvə-tərəvəz emalında tətbiq olunan texnoloji innovasiyalar qida itkisini azaldır, məhsulun bioloji dəyərini qoruyur və uzunmüddətli saxlanma imkanlarını genişləndirir.

3. Müasir texnoloji yeniliklər və qida sənayesində səmərəliliyin artırılması

Qida sənayesində emal proseslərinin optimallaşdırılması təkcə texnoloji rejimlərin tənzimlənməsi ilə məhdudlaşmır. Müasir dövrdə bu sahədə rəqəmsal idarəetmə sistemləri, süni intellekt (AI), maşın öyrənməsi (ML) və real-time sensor texnologiyaları tətbiq olunur. Bu yanaşmalar məhsulun keyfiyyətinə təsir edən bütün amilləri eyni vaxtda nəzarətdə saxlamağa və istehsalın səmərəliliyini artırmağa imkan verir.

3.1. Real-time sensor texnologiyaları və rəqəmsal idarəetmə sistemləri

Son illərdə sənaye müəssisələrində real-time monitorinq sistemləri geniş tətbiq edilir. Bu texnologiyalar vasitəsilə temperatur, rütubət, təzyiq, pH və kimyəvi tərkib göstəriciləri fasiləsiz izlənilir. Məsələn, süd emalı müəssisələrində quraşdırılan NIR (Near Infrared) və IR

spektroskopiya sensorları məhsulun tərkibini anında analiz edir və proses parametrlərinin avtomatik tənzimlənməsini təmin edir [8, s.45–52]. Rəqəmsal idarəetmə sistemləri adətən PLC (Programmable Logic Controller) və SCADA modulları üzərindən qurulur. Bu sistemlər real vaxtda məlumat toplayır, qrafiklər yaradır və prosesdə baş verən sapmaları anında aşkar edir. Bu yanaşma məhsulun dəyişkənliyini azaldır və istehsalın ISO 22000 və HACCP standartlarına uyğun idarə olunmasını təmin edir.

3.2. Süni intellekt və maşın öyrənməsi əsaslı proses optimallaşdırması

Süni intellekt (AI) və maşın öyrənməsi (ML) texnologiyaları artıq bir çox qabaqcıl qida müəssisələrində tətbiq olunur. Bu sistemlər istehsal proseslərindən toplanan böyük həcmli məlumatları təhlil edir və optimal parametrləri proqnozlaşdırmaq üçün modellər qurur. Məsələn, fermentasiya proseslərində AI modelləri temperatur, pH və vaxt parametrlərinə əsasən məhsulun son keyfiyyətini əvvəlcədən qiymətləndirə bilir. Eyni zamanda ML alqoritmləri əvvəlki istehsal partiyalarının nəticələrinə əsaslanaraq gələcək sınaqlarda optimal dəyərləri təklif edir. Bu yanaşma həm təcrübə sayını azaldır, həm də insan səhvini minimuma endirir [9, s.12–20]. Aşağıdakı cədvəl ənənəvi və müasir idarəetmə sistemlərinin əsas fərqlərini ümumiləşdirir:

Cədvəl 2. Ənənəvi və müasir idarəetmə yanaşmalarının müqayisəsi

Göstərici	Ənənəvi idarəetmə	Müasir (AI əsaslı) idarəetmə
Nəzarət üsulu	Operator nəzarəti ilə	Sensor və alqoritmik idarəetmə
Dəqiqlik səviyyəsi	80–85%	95–99%
Reaksiya sürəti	Yavaş (operator müdaxiləsi tələb edir)	Real-time, avtomatik tənzimləmə
Xəta riski	İnsan faktorundan asılı	Minimum səviyyədə
Məlumat analizi	Əl ilə, məhdud	Süni intellektlə geniş analiz

3.3. **Enerji səmərəliliyi və ekoloji dayanıqlığın təmin olunması**

Optimallaşdırma yalnız məhsul keyfiyyətinə deyil, həm də istehsalın ekoloji dayanıqlığına birbaşa təsir göstərir. Müasir qida müəssisələrində enerji bərpa sistemləri, istilik mübadiləsi texnologiyaları və resirkulyasiya sxemləri tətbiq edilir. Məsələn, pasterizasiya və soyutma proseslərində istilik dəyişdiriciləri (heat exchangers) vasitəsilə enerji itkisi 25–30% azaldıla bilər. Eyni zamanda bu yanaşma karbon emissiyasını azaldır və istehsalın ekoloji izini kiçildir [10, s.310–318]. Su və enerji istehlakının optimallaşdırılması, tullantıların azaldılması və təkrar emal sistemlərinin qurulması müəssisələrin "yaşıl istehsal" prinsiplərinə uyğun fəaliyyət göstərməsini təmin edir. Beləliklə, proses optimallaşdırılması yalnız keyfiyyət göstəricilərinin yüksəldilməsi ilə deyil, həm də ekoloji məsuliyyət və iqtisadi qənaətlilik baxımından strateji əhəmiyyət daşıyır.

NƏTİCƏ VƏ TÖVSİYƏLƏR

Aparılmış elmi tədqiqatların nəticələri göstərir ki, qida məhsullarının istehsalı zamanı emal proseslərinin optimallaşdırılması məhsulun keyfiyyətinin və təhlükəsizliyinin artırılmasında əsas amillərdəndir. Texnoloji parametrlərin (temperatur, vaxt, təzyiq, pH və s.) düzgün seçilməsi məhsulun fiziki-kimyəvi sabitliyini, mikrobioloji təhlükəsizliyini və orqanoqoleptik xüsusiyyətlərini təmin edir. Statistik analiz və eksperimental planlaşdırma üsullarının tətbiqi (DOE, RSM və ANOVA metodları) istehsal proseslərinin daha elmi əsaslarla idarə olunmasına,

xammal itkisini və enerji sərfini azaltmağa imkan verir. Eyni zamanda, süni intellekt və rəqəmsal idarəetmə sistemlərinin tətbiqi proseslərin avtomatlaşdırılmasını, insan faktorunun təsirinin minimuma endirilməsini və məhsul keyfiyyətinin sabit saxlanmasını təmin edir.

Müasir texnoloji yeniliklər — real-time sensor sistemləri, NIR analizatorları, SCADA və PLC idarəetmə platformaları — istehsalın səmərəliliyini əhəmiyyətli dərəcədə artırır. Bununla yanaşı, enerji bərpa və resirkulyasiya texnologiyaları ekoloji dayanıqlığı təmin etməklə, müəssisələrin "yaşıl istehsal" strategiyasına keçidini sürətləndirir.

Tövsiyə olunur ki:

1. Qida sənayesi müəssisələrində proses parametrlərinin optimallaşdırılması üçün müntəzəm monitorinq sistemləri tətbiq edilsin;
2. İstehsal avadanlıqları avtomatlaşdırılmış idarəetmə sistemləri ilə təchiz olunsun;
3. Məhsul keyfiyyətinə təsir edən faktorların statistik modelləşdirilməsi üçün DOE və RSM metodlarından istifadə edilsin;
4. Enerji və resurs səmərəliliyinin artırılması məqsədilə istilik dəyişdiriciləri və bərpa sistemlərindən geniş istifadə olunsun;
5. Qida müəssisələrində süni intellekt əsaslı proqnozlaşdırma modelləri mərhələli şəkildə tətbiq edilsin.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Əliyev Ç. S. Qida məhsullarının texnoloji emalı və keyfiyyətə nəzarət. Bakı: Elm və Təhsil, 2022, 328 s.

2. Məmmədov R. M., Qasımova L. Ş. Qida texnologiyalarında eksperimental planlaşdırma üsulları. Azərbaycan Texniki Universiteti, 2020, s. 210–225.

3. Aliyev A., İsmayılova Z. Qida sənayesində avtomatlaşdırma və proses idarəetmə sistemləri. Bakı Mühəndislik Universiteti jurnalı, 2021, №3, s. 315–326.

4. Gürbüz N., Cebeci T. Milk Pasteurization Optimization Using DOE Approach. Food Technology Journal, 2019, Vol. 17(2), p. 78–85.

5. Rahman M. S. Sous-vide Technology in Meat Processing. Trends in Food Science & Technology, 2020, p. 16–24.

6. Ahmed J., Shivhare U. S. Thermal Processing and Quality Retention in Fruit Juices. Journal of Food Engineering, 2021, p. 150–158.

7. Koc B., Yilmazer M. S. Freeze Drying of Fruits and Vegetables: Quality Aspects. Food Chemistry, 2018, p. 200–210.

8. Rehbein H., Oehlenschläger J. Application of NIR Spectroscopy in Food Processing. Springer, 2020, p. 45–52.

9. Nguyen H. T., Pham Q. A. Machine Learning in Food Process Control. Journal of Artificial Intelligence Applications, 2022, p. 12–20.

10. Park Y. Energy Efficiency in Food Industry Operations. Elsevier, 2021, p. 310–318.

Fərid HÜSEYNZADƏ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
huseynzade.farid.2401@atmu.edu.az

QASTRONOMİYA TURİZMİ XİDMƏT SAHƏSİNİN İDARƏ EDİLMƏSİNDƏ MÜASİR PROBLEMLƏR

Xülasə: *Qastronomiya turizmi turizm sənayesinin mühüm istiqamətlərindən biri olub, ölkənin milli mətbəx ənənələrinin və qida mədəniyyətinin turizm fəaliyyəti ilə birləşdirildiyi xidmət sahəsidir. Bu sahə həm iqtisadi, həm də sosial baxımdan əhəmiyyət kəsb edir və regionların inkişafında, məşğulluğun artırılmasında mühüm rol oynayır. Müasir dövrdə qastronomiya turizmi xidmət sahəsinin idarə edilməsində bir sıra problemlər mövcuddur. Xüsusilə xidmət keyfiyyətinin qeyri-bərabər səviyyədə olması, peşəkar kadrların çatışmazlığı, yerli mətbəxin beynəlxalq səviyyədə tanıdılmaması, infrastrukturun zəif inkişafı və idarəetmə mexanizmlərinin köhnə formalar üzərində qurulması bu sahənin inkişafına mane olur. Azərbaycanın müxtəlif regionlarında zəngin qida mədəniyyətinin və yerli mətbəx irsinin olması qastronomiya turizminin inkişafı üçün geniş imkanlar yaradır. Xüsusilə Bakı, Qəbələ, Şəki və Lənkəran kimi bölgələrdə milli mətbəx nümunələrinin turizm məhsulu kimi təqdim edilməsi bu istiqamətdə yeni idarəetmə yanaşmalarının tətbiqini tələb edir. Məqalədə qastronomiya turizmi xidmət sahəsinin idarə edilməsində mövcud vəziyyət, müasir problemlər, onların səbəbləri və inkişaf perspektivləri təhlil olunmuşdur.*

Açar sözlər: *Turizm, Qastronomiya Turizmi, Xidmət Sahəsi, İdarəetmə, Regional İnkişaf, Milli Mətbəx, Turizm Sənayesi, Sosial-İqtisadi İnkişaf*

MODERN PROBLEMS IN MANAGEMENT OF GASTRONOMY TOURISM SERVICE SECTOR

Abstract: *Gastronomic tourism is one of the important directions of the tourism industry, it is a service sector where the national culinary traditions and food culture of the country are combined with tourism activities. This sector is important both economically and socially and plays an important role in the development of regions and in increasing employment. In modern times, there are a number of problems in the management of the gastronomic tourism service sector. In particular, the uneven level of service quality, the lack of professional personnel, the lack of international recognition of local cuisine, the poor development of infrastructure and the establishment of management mechanisms based on old forms hinder the development of this sector. The presence of a rich food culture and local culinary heritage in various regions of Azerbaijan creates broad opportunities for the development of gastronomic tourism. The presentation of national cuisine samples as a tourism product, especially in regions such as Baku, Gabala, Sheki and Lankaran, requires the application of new management approaches in this direction. The article analyzes the current situation in the management of the gastronomic tourism service sector, modern problems, their causes and development prospects.*

Keywords: *Tourism, Gastronomic Tourism, Service Sector, Management, Regional Development, National Cuisine, Tourism İndustry, Socio-Economic Development*

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СЕКТОРОМ УСЛУГ ГАСТРОНОМИЧНОГО ТУРИЗМА

Резюме: *Гастрономический туризм – одно из важных направлений туристической индустрии, сфера услуг, где национальные кулинарные традиции и культура питания страны сочетаются с туристической деятельностью. Эта сфера имеет как экономическое, так и социальное значение и играет важную роль в развитии регионов и повышении занятости населения. В настоящее время в управлении сектором услуг гастрономического туризма существует ряд проблем. В частности, неравномерный уровень качества обслуживания, нехватка профессиональных кадров, отсутствие международного признания местной кухни, слабое развитие инфраструктуры и формирование механизмов управления, основанных на устаревших формах, препятствуют развитию этой сферы. Наличие богатой гастрономической культуры и местного кулинарного наследия в различных регионах азербайджана создает широкие возможности для развития гастрономического туризма. Презентация образцов национальной кухни как туристического продукта, особенно в таких регионах, как баку, габала, шеки и ленкорань, требует применения новых управленческих подходов в этом направлении. В статье анализируется текущая ситуация, современные проблемы, их причины и перспективы развития в сфере управления сферой услуг гастрономического туризма.*

Ключевые слова*: туризм, гастрономический туризм, сфера услуг, управление, региональное развитие, национальная кухня, туристическая индустрия, социально-экономическое развитие.*

GİRİŞ

Son illərdə Azərbaycanda turizm sektoru əhəmiyyətli dərəcədə inkişaf etmişdir. Dövlət Turizm Agentliyinin (DTA) məlumatlarına əsasən, 2019-cu ildə Azərbaycana gələn turistlərin sayı 30 950 nəfər olmuş, 68 557 nəfər isə ölkədən gedən turistlər olub. 2020-ci ildə bu rəqəmlər müvafiq olaraq 2 304 və 5 901, 2021-ci ildə isə 16 324 və 14 476 olaraq qeydə alınmışdır. 2023-cü ildə Azərbaycana gələn turistlərin sayı 50 345 nəfərə çatmış, gedən turistlər isə 89 205 nəfər olmuşdur. Bu statistikalar, Azərbaycanın turizm sektorunun inkişafını göstərməklə yanaşı, qastronomiya turizminin ölkənin iqtisadiyyatında mühüm rol oynamağa başladığını da nümayiş etdirir.[1]

Qastronomiya turizmi, dünyada getdikcə daha çox diqqət çəkən turizm sahələrindən biridir və bir ölkənin mətbəxinin turistlərə təqdim edilməsi, turizm sektorunun inkişafında mühüm rol oynayır. Hər bir xalqın mətbəxi onun tarixinin, mədəniyyətinin və sosial strukturlarının bir əksidir. Azərbaycanın mətbəxi də öz zənginliyi, müxtəlifliyi və tarixi ilə turistləri cəlb edən əsas amillərdən biridir. Azərbaycan, ərazisinin müxtəlif coğrafi və iqlim zonalarına görə mətbəxində geniş çeşidlilik və müxtəlif dadlar təqdim edir. Həmçinin, yerli məhsulların bolluğu və müxtəlif yemək növlərinin formalaşması Azərbaycan mətbəxinin unikal xüsusiyyətlərindəndir. Məsələn, təxminən 200 növ plov, 20 növ dolma, 20 növ kabab və s. geniş şəkildə tanınır. Azərbaycan qədim zamanlardan iri və xırda buynuzlu heyvan ətindən, vəhşi və ev heyvanlarının, həmçinin quşların ətindən istifadə edir. Xəzər dənizi, Kür çayı, Araz və digər göllər.[2][3]

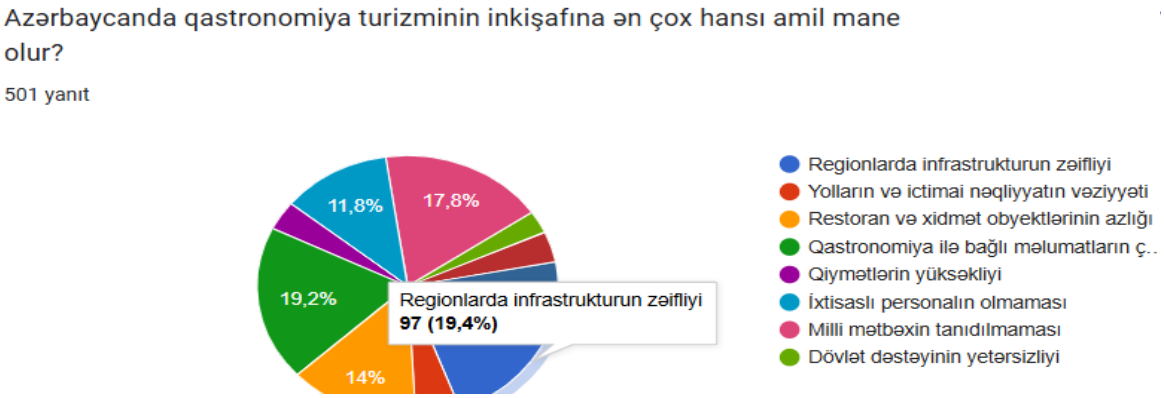
Həmçinin Azərbaycan Respublikasında qastronomiya sahəsində həyata keçirilən layihələr milli mətbəxin tədqiqi, qorunması və beynəlxalq səviyyədə tanıdılması baxımından xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Bu istiqamətdə 2024-cü ilin may ayında həyata keçirilən “Milli

Dadlar” layihəsi mühüm elmi və mədəni hadisə kimi qiymətləndirilə bilər. Layihə Azərbaycan Respublikası Dövlət Turizm Agentliyinin təşəbbüsü, Agentliyin tabeliyində fəaliyyət göstərən Azərbaycan Milli Kulinariya Mərkəzinin və Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının (AMEA) birgə əməkdaşlığı çərçivəsində hazırlanmışdır. “Milli Dadlar” layihəsinin və eyniadlı onlayn platformanın təqdimat mərasimində vurğulanmışdır ki, layihənin əsas məqsədi milli kulinariya irsinin elmi əsaslarla araşdırılması, sistemləşdirilməsi və müasir texnologiyalar vasitəsilə geniş ictimaiyyətə təqdim edilməsidir [4]. Ardından bu kontekstdə 2024-cü il mayın 13-də keçirilən 5-ci “Qızıl Şah” Milli Kulinariya Çempionatı qastronomiya turizminin inkişafında əhəmiyyətli hadisələrdən biri kimi qiymətləndirilə bilər. Sözügedən çempionat 8-ci Azərbaycan Beynəlxalq Kənd Təsərrüfatı “Caspian Agro” və 30-cu yubiley “InterFood Azerbaijan” sərgiləri çərçivəsində təşkil olunmuşdur.[5]

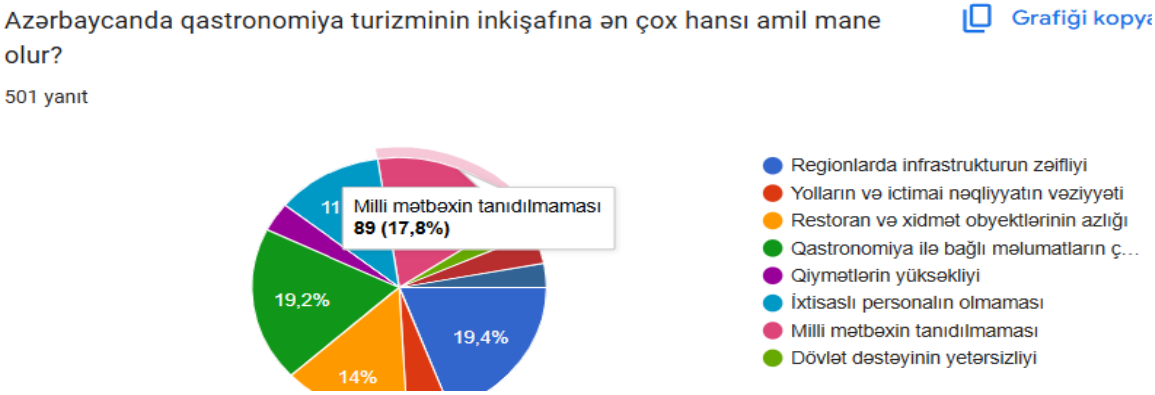
Vurğuladığımız kimi, turizm sahəsində qastronomiya xidmətinin rolu danılmaz dərəcədə mühümdür. Qastronomiya, yalnız qida qəbulu ilə məhdudlaşmır, o, eyni zamanda bir xalqın mədəniyyətini, ənənələrini və həyat tərzini təcəssüm etdirən əsas ünsürlərdən biridir. Bu baxımdan, yüksək səviyyəli xidmətin göstərilməsi, milli kulinariyamızın keyfiyyətli şəkildə təqdim olunması və onun beynəlxalq arenada tanıdılması xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Eyni zamanda, qastronomiya vasitəsilə milli irsimizin qorunması və gələcək nəsillərə ötürülməsi də strateji prioritetlərdən biri kimi çıxış edir.

Məhz bu problemləri daha dərindən araşdırmaq, onların səbəblərini və təsir mexanizmlərini müəyyənləşdirmək məqsədilə müxtəlif yaş qruplarını, həm yerli sakinləri, həm də xarici turistləri əhatə edən **500 nəfərlik anket sorğusu** həyata keçirilmişdir. Aparılan sorğunun nəticələri qastronomiya xidmətinin mövcud vəziyyəti, inkişaf imkanları və perspektiv istiqamətləri barədə daha dolğun təsəvvür formalaşdırmağa imkan verir. İndi isə gəlin, bu sorğunun nəticələri ilə daha ətraflı tanış olaq.

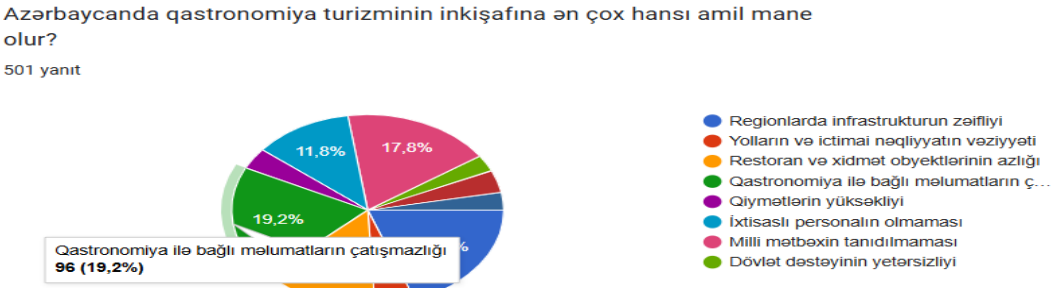
1. Regionlarda infrastrukturun zəifliyi – Azərbaycanda turizm infrastrukturu hələ də zonalara taraz paylanmayıb. Mütəxəssislər bildirirlər ki, bir çox rayonlarda müasir turist obyektlərinin sayı azdır və nəqliyyat əlaqələri zəifdir . kulinariya təcrübəsi axtaran turistlərin regionlara səfərini çətinləşdirən fundamental problemlərdəndir. Bura təkcə yolların keyfiyyəti deyil, həm də kommunal xidmətlərin səviyyəsi və məlumat işarələrinin çatışmazlığı daxildir. Bir çox hallarda unikal ləzzətlərin olduğu ucqar məkanlara getmək turistlər üçün əziyyətə çevrilir. Həmçinin təşkil olunan sorğuda iştirak edən respondentlərində bu problemi başlıca problmelər sırasında görür. Nəticədə, turisti bölgələrə cəlb etmək üçün yolların, nəqliyyatın və servis obyektlərinin təkmilləşdirilməsi zəruridir.



2. Milli mətbəxin tanıdılmaması Sorğuda iştirak edən insanların böyük bir qismi qeyd edib ki, qarşılaşdıqları əsas problemlərdən biri də məlumat çatışmazlığıdır. Maraqlıdır ki, araşdırmalar göstərir: Azərbaycan kimi zəngin kulinariya ənənələrinə sahib bir ölkədə bu dəyərlər, hətta bölgələrdə belə, yetərincə tanıdılmayıb. Xidmət sahələrinin fikrincə, bəzən çox sadə ideyalar belə həyata keçirilmir. Məsələn, otellərdə qonaqlara zəngin və rəngarəng Azərbaycan səhər yeməklərinin təqdim olunması hələ geniş şəkildə tətbiq olunmayıb. Halbuki bu, həm ölkənin mətbəxini tanıtmaq, həm də turistlərə unikal təcrübə yaşatmaq baxımından əhəmiyyətli bir addım ola bilərdi.



3. Qastronomiya ilə bağlı məlumatların çatışmazlığı Azərbaycanda qastronomik mətbəx barədə tam məlumat bazasının olmaması ilə bağlı da fikirlər səslənir (aşağıda qeyd olunan anket vasitəsilə bu fikiri bir daha təsdiqləyə bilərik). Milli mətbəxin zənginliyi haqda məqalələr, turizm bələdçiləri və rəsmi kataloqlar hələ kifayət qədər işlənməyib. Bu isə o deməkdir ki, milli kulinariya haqqında turistləri məlumatlandıracaq xüsusi tədbir, festival və ya nəşrçiliyin olmaması həmin biliklərin çatışmamasına işarədir



4. Restoran və xidmət obyektlərinin azlığı Regionlarda turistlərə xidmət edə biləcək kafe, restoran və oxşar obyektlərin çatışmamazlığı da ciddi problemdir. Günümüzdə real nümunə olaraq görə biləcəyimiz ən geniş əhatəli problemlərdən biridir, hansı ki anketdə də respondentlər tərəfindən kifayət qədər səs toplayıb. Bir qayda olaraq, böyük şəhərlərin kənarında və dağlıq rayonlarda dadlı milli yeməklər təklif edən obyektlər məhduddur



Nəticə olaraq qeyd etmək olar ki, azərbaycanda qastronomiya turizminin inkişafı üçün mövcud potensial yüksək olsa da, bu sahənin qarşısında duran əsas problemlər — zəif infrastruktur, milli mətbəxin yetərincə təbliğ olunmaması, peşəkar kadr çatışmazlığı, xidmət obyektlərinin azlığı və informasiya qıtlığı — kompleks şəkildə həll edilməlidir.

Nəticə etibarilə, qastronomiya turizminin inkişafı yalnız iqtisadi deyil, həm də sosial və mədəni baxımdan strateji əhəmiyyət daşıyır. Milli mətbəxin müasir turizm məhsulu kimi təqdim olunması, yerli dəyərlərin qorunması və beynəlxalq səviyyədə tanıdılması istiqamətində görüləcək tədbirlər azərbaycanın qastronomiya turizmini dayanıqlı və rəqabətədavamlı sahəyə çevirəcəkdir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. https://www.stat.gov.az/menu/6/statistical_yearbooks/source/tourism_2025.pdf
2. (PDF) Assessment of Gastronomic Tourism Potential in the Ganja-Gazakh Economic Region of Azerbaijan
3. https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/618257
4. https://tourism.gov.az/news/milli-kulinariya-numunelerinin-vahid-elmi-platformasi-istifadeye-verilib
5. https://tourism.gov.az/news/qastronomiya-uzre-5-ci-qizil-shah-azerbaycan-milli-kulinariya-chempionati-start-goturub

Şəfa QƏHRƏMANOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
qhrmanovasfa@gmail.com

TURŞ SÜD MƏHSULLARI

Xülasə: *Turş süd məhsulları — südlün xüsusi bakteriyalarla mayalandırılması nəticəsində əldə edilən qida məhsullarıdır. Bu məhsullara qatıq, kefir, ayran, xama, pendir və s. Daxildir. Onların hazırlanmasında əsas proses südün müəyyən temperaturda istiləşdirilərək, süd turşuluğu bakteriyaları ilə mayalanmasıdır. Fermentasiya nəticəsində süddə olan süd şəkəri (laktoza) süd turşusuna çevrilir, bu da məhsula turş dad və qalın konsistensiya verir. Turş süd məhsulları orqanizm üçün çox faydalıdır, çünki tərkibində zülallar, vitaminlər (xüsusilə B qrupu), kalsium və probiotik bakteriyalar boldur. Bu bakteriyalar həzm sisteminin fəaliyyətini yaxşılaşdırır, immuniteti gücləndirir və orqanizmin zərərli mikroorqanizmlərə qarşı mübarizəsinə kömək edir. Bundan əlavə, turş süd məhsulları uzun müddət saxlanıla bilir və müxtəlif yeməklərin hazırlanmasında geniş istifadə olunur.*

Açar sözlər: *Turş süd məhsulları, fermentasiya, süd bakteriyaları, qatıq, kefir, ayran, xama, pendir, laktoza, süd turşusu, probiotiklər, faydalı bakteriyalar, sağlam qidalanma, süd emalı.*

FERMENTED DAİRY PRODUCTS

Abstract: *Fermented dairy products are food items obtained by fermenting milk with special bacteria. These products include yogurt, kefir, ayran, sour cream, cheese, and others. The main process in their production involves heating milk to a certain temperature and fermenting it with lactic acid bacteria. During fermentation, the milk sugar (lactose) is*

converted into lactic acid, which gives the product a sour taste and thick consistency. Fermented dairy products are very beneficial for the human body, as they are rich in proteins, vitamins (especially the B group), calcium, and probiotic bacteria. These bacteria improve the digestive system, strengthen the immune system, and help the body fight harmful microorganisms. In addition, fermented dairy products can be stored for a long time and are widely used in the preparation of various dishes.

Keywords: *Fermented dairy products, fermentation, lactic acid bacteria, yogurt, kefir, ayran, sour cream, cheese, lactose, lactic acid, probiotics, beneficial bacteria, healthy nutrition, milk processing.*

Кисломолочные продукты

Резюме: *Кисломолочные продукты — это пищевые продукты, получаемые в результате сквашивания молока с использованием специальных бактерий. К таким продуктам относятся йогурт, кефир, айран, сметана, сыр и другие. Основной процесс их приготовления заключается в подогревании молока до определённой температуры и добавлении молочнокислых бактерий для заквашивания. В результате ферментации содержащийся в молоке молочный сахар (лактоза) превращается в молочную кислоту, что придаёт продукту кислый вкус и густую консистенцию.*

Кисломолочные продукты очень полезны для организма, так как богаты белками, витаминами (особенно группы B), кальцием и пробиотическими бактериями. Эти бактерии улучшают работу пищеварительной системы, укрепляют иммунитет и помогают организму бороться с вредными микроорганизмами. Кроме того, кисломолочные продукты могут храниться длительное время и широко используются в приготовлении различных блюд.

Ключевые слова: *Кисломолочные продукты, ферментация, молочнокислые бактерии, йогурт, кефир, айран, сметана, сыр, лактоза, молочная кислота, пробиотики, полезные бактерии, здоровое питание, переработка молока.*

GİRİŞ

Turş süd məhsulları insan qidalanmasında mühüm yer tutan, qədimdən bəri istehsal edilən və bu gün də geniş istifadə olunan qida məhsullarıdır. Onlar təbii südün xüsusi fermentasiya prosesi nəticəsində, süd turşusu bakteriyaları vasitəsilə mayalandırılması yolu ilə əldə olunur. Fermentasiya zamanı süddə olan laktoza parçalanaraq süd turşusuna çevrilir və nəticədə məhsulun dadı, qoxusu və quruluşu dəyişir. Turş süd məhsulları — qatıq, kefir, ayran, xama, pendir və digər bu kimi məhsullar həm dadlı, həm də yüksək qida dəyərinə malikdir. Onların tərkibində olan probiotiklər və faydalı bakteriyalar insan orqanizmi üçün çox faydalıdır, həzm sistemini yaxşılaşdırır, immuniteti möhkəmləndirir və sağlam qidalanmanın vacib hissəsini təşkil edir.[5, s. 22-24]

Tədqiqatın məqsədi

Bu tədqiqatın məqsədi turş süd məhsullarının yaranma prosesi, kimyəvi tərkibi, istehsal texnologiyası və insan sağlamlığına təsirini öyrənməkdir. Araşdırma zamanı fermentasiya prosesinin mahiyyəti, süd turşusu bakteriyalarının fəaliyyəti, eləcə də bu məhsulların qidalanmada və sağlam həyat tərzində rolu təhlil edilir. Tədqiqat həmçinin turş süd məhsullarının keyfiyyət göstəricilərinin artırılması, saxlanma müddətinin uzadılması və istehsalın səmərəliliyinin artırılması yollarını müəyyənləşdirməyi hədəfləyir.

Turş süd məhsulları - məməlilərin tam südündən (inək , qoyun , keçi , madyan və s.) və ya onun törəmələrindən (qaymaq , yağsız süd və zərdab) qıcqırma yolu ilə istehsal olunan süd

məhsulları qrupudur . Fermentasiya olunmuş süd istehsalının əsas texnoloji xüsusiyyəti xammala laktik turşu bakteriyaları və ya maya kulturalarının (self-kvas və ya starter) daxil edilməsi yolu ilə fermentasiyadır . [1,s. 10-12] Süddə mövcud olan zərərli mikroorqanizmlərin böyüməsinin qarşısını almaq üçün fermentləşdirilmiş süd istehsalından əvvəl südün əvvəlcədən pasterizə edilməsi və ya qaynadılması tez-tez istifadə olunur .

Fermentasiya edilmiş süd məhsulları aşağıdakılara bölünür:

- Laktik turşu fermentasiya məhsulları (kəsmik , xama , qatıq , fermentləşdirilmiş bişmiş süd , varenets , acidophilus , qatıq , bəzi pendirlər),
- Qarışıq fermentasiya məhsulları, laktik turşu və spirt (kefir , meyvə kefiri , acidophilus-mayalı süd , kumiss , qurunqa , şubat).

Birincisi, bakteriyalar süd şəkərini parçalayır laktik turşu əmələ gətirir , onun təsiri altında süd kazeini laxtalanır (lopa şəklində çökür), bunun nəticəsində südlə müqayisədə həzm qabiliyyəti əhəmiyyətli dərəcədə artır.Qarışıq fermentasiya məhsullarında süd şəkərindən spirt , karbon qazı və uçucu turşularla birlikdə laktik turşu istehsal olunur ki, bu da məhsulun həzmini artırır. Protein və yağ tərkibinə görə fermentləşdirilmiş süd məhsulları tam südlə demək olar ki, eynidir. Fermentasiya edilmiş süd məhsulları da tez-tez müxtəlif probiotik mədəniyyətlərlə zənginləşdirilir . Ən məşhur nümunə bifidobakteriyaların əlavə edilməsi ilə kefirdən fərqlənən Bifidokdur.[4,s. 6-10]

Turş süd məhsullarının növləri. Kefir.

Kefir bəlkə də ən məşhur içkimizdir. Onun mənşəyi Şimali Osetiyadır.Bu içki təbii başlanğıc mədəniyyətindən – kefir taxıllarından istifadə edərək tam və ya yağsız inək südündən hazırlanır.Kefir taxıllarının mikroflorasının əsas qrupu laktik turşu bakteriyalarıdır.Onların təsiri altında laktik turşu əmələ gəlir və kefir xüsusi bir dad və ətir əldə edir.Süd 20-25 dərəcə Selsi temperaturunda fermentləşir. Bununla belə, kefir istehsalı bununla bitmir. Yetişməlidir. Bu proses kefir taxıllarında da olan mayanın fəaliyyəti sayəsində baş verir.Kefir 14-16 dərəcə Selsi temperaturunda yetişir. Bu anda laktik turşu fermentasiyası demək olar ki, dayanır və spirt və karbon qazı hasil edən spirtli fermentasiya başlayır. Bu birləşmələr kefirə təravətləndirici və kəskin dad verir.Süd sənayemizdə yalnız spirt izləri olan bir günlük (zəif) kefir istehsal olunur. Bu kefir 8-10 dərəcə istilikdə iki-üç gün qocaldıqda, laktik turşu və spirtli fermentasiya məhsullarının miqdarı bir qədər artacaq. Güclü kefir daha turş və kəskin olur.Südün tərkibindəki C vitamini emal zamanı əhəmiyyətli dərəcədə azaldığından, süd şirkətləri zənginləşdirilmiş kefir istehsal edirlər. Az yağlı kefir də ticari olaraq mövcuddur. [1, s. 56-61]

Qatıq

Bu, qatılaşdırılmış südə bənzər bir məhsuldur. Ölkəmizdə 1965-ci ildən istehsal olunur.Balkan yarımadasında qatıq çoxdan qoyun və camış südündən hazırlanır; tərkibində inək südündən daha çox protein, yağ və karbohidrat var. Bu, qatığı bir çox digər fermentləşdirilmiş süd məhsulları ilə müqayisədə daha qalın edir.Sənaye istehsalına keçidlə inək südündən qatıq hazırlanmağa başlandı. Bu, onun qida tərkibinin artırılmasını tələb edirdi. Qatıq istehsal edilərkən inək südünə süd tozu əlavə edilir və ya vakuum avadanlığından istifadə etməklə süddən nəmlik qismən buxarlanır. Ölkəmizdə qatıq fabriklərdə tam süd, qaymaq, süd tozu qarışığından istehsal olunur.Qatıq hazırlamaq üçün istifadə edilən başlanğıc mədəniyyət laktik turşu streptokoklarından və Lactobacillus bulgaricusdan ibarətdir. Birlikdə inkişaf etdikdə daha çox laktik turşu istehsal edirlər.Süd, qaymaq və quru süd qarışığı 40-42 dərəcə Selsi temperaturunda 3-4 saat mayalanır. Daha sonra qatıq tez 6-8 dərəcə Selsi temperaturuna qədər soyudulur.Qatıqda bir çox digər fermentləşdirilmiş süd məhsulları ilə müqayisədə 6 faiz yağ və 4,5 faiz zülal, süd və ya digər fermentləşdirilmiş süd məhsullarından bir yarım dəfə çoxdur.Süd sənayesi adi qatıqla yanaşı, vanilli şirin yoqurt, həmçinin meyvə və giləmeyvə şərbətləri ilə meyvə qatığı istehsal edir. Uşaqlar həvəslə həm meyvə, həm də şirin qatıq yeyirlər.[2,s.75-82]

Acidophilus. Lactobacillus acidophilus, acidophilus və digər acidophilus içkiləri

hazırlamaq üçün istifadə olunur, laktik turşu bakteriyalarının bir növüdür. O, həzm şirələri tərəfindən məhv edilmir, digər laktik turşu bakteriyalarından daha yaxşı insan bağırsağında inkişaf edir və onun metabolik məhsulları geniş bakterisid xüsusiyyətlərə malikdir.Acidophilus fermentasiyası birləşmiş başlanğıc mədəniyyətindən istifadə etməklə aparılır. O, bərabər miqdarda acidophilus bakteriyası, laktik turşu streptokok bakteriyaları və kefir taxıllarından ibarətdir.Süd 30-35 dərəcə Selsi temperaturunda 6-8 saat qıcqırdılır, sonra üstəgəl 6-8 dərəcəyə qədər soyudulur.Nəticə bir az kəskin dadı olan özlü içkidir. Acidophilus şəkər əlavə etməklə də şirinləşdirilə bilər.Acidophilus südü, digər laktik turşu bakteriyaları əlavə edilmədən, acidophilus basilinin təmiz kulturalarından istifadə edərək istehsal olunur. Bunun üçün bütöv və ya yağsız inək südü 40-42 dərəcə selsidə 3-4 saat qıcqırdılır və sonra tez 6-8 dərəcəyə qədər soyudulur.Acidophilus südü mülayim, turş südlü bir dada malikdir və görünüşü maye xama bənzəyir, bir qədər viskozdur.Şirin acidophilus südü də istehsal olunur.1954-cü ildə texnika elmləri namizədi A. M. Skorodumova yeni mayalanmış süd məhsulu təklif etdi: asidofil südü. Onun başlanğıc mədəniyyətində asidofil bakteriyaları ilə birlikdə maya var. Bu, acidophilus südünün bakterisid xüsusiyyətlərini artırır. B vitaminləri ilə də zəngindir.Fermentasiya 33-35 dərəcə Selsi temperaturunda baş verir. 4-6 saatdan sonra kəsmik əmələ gəlir. Sonra fermentləşdirilmiş süd 10-17 dərəcə Selsiyə qədər soyudulur və bu temperaturda 6-10 saat saxlanılır. Sonra məhsul 8 dərəcə Selsiyə qədər soyudulur. Bu ən yaxşı saxlama temperaturudur. Üç günlük acidophilus-maya südü zərərli mikroorqanizmlərə qarşı ən böyük fəaliyyət göstərir.Uşaqlara maye halına gələnə qədər yaxşı qarışdırılmış asidofil-maya südü vermək yaxşıdır. Şəkər əlavə etmək olar.

Pendir — südün mayalanması ilə əldə olunan yüksək kalorili qida məhsuludur. Adətən ağ və açıq-sarı rəngdə, deşikli və ya deşiksiz olur.Pendirin tərkibində zülal (25%-ə qədər), yağ (60%-ə qədər) və mineral maddələr (3,5 %-ə qədər) vardır. Pendirin tərkibində olan zülallar insan orqanizimində südə nisbətən daha yaxşı həzm olunurlar. Pendirdə olan ekstraktlar dəmirin həzminə və yaxşı iştahın yaranmasına şərait yaradır. Onun təşkilediciləri orqanizm tərəfindən tam həzm olunur. Pendirdə A, D, E, B1, B2, PP, C və başqa vitaminlər mövcuddurlar. Yağın tərkibindən asılı olaraq 100 q pendirdə enerji ehtiyatı 200-400 kkal arasındadır. Pendirə həm də südə olan elementlərin konsentratı kimi baxmaq olar: buraya zülallar, yağlar, mineral maddələr, kalsium, fosfor da daxildir.Pendirin hazırlanmasında istifadə edilən südün tərkibi (qoyun, keçi, inək), istehsal prosesi (temperatur, ölçü), əlavə olunan dadvericilər, bakteriyalar, kiflər, sonrakı emalı (barlanma, duzda saxlama) və yetişmə vaxtından asılı olaraq dadına və kondinsesninə görə müxtəlif pendir növləri əldə edilir.Pendirlər bərk, yarımbərk, yumşaq, toz və krem şəklində olurlar.[1,s.231-239]

Ayran. Ənənəvi ayran inək südündən su və duz əlavə edilərək hazırlanır. Bəzən inək südü əvəzinə keçi və ya qoyun südü istifadə olunur. Bacillus bulgaricus və Streptococcus thermophilusun başlanğıc mədəniyyətindən istifadə etməklə istehsal olunur . Ayranın tərkibində adətən 94% su, 1.2-1.5% yağ , 1.7% protein və 0.75% laktik turşu var . Bolqar ayranının turşuluğu daha yüksəkdir, 1,16%-ə qədərdir. Kəsilmiş yeni doğulmuş buzovun şirəsi ilkin başlanğıc kimi istifadə olunur . Daha sonra şüyüd duzlanır və qurudulur. Ayran alındıqdan sonra onu başlanğıc kimi istifadə etmək olar. Ayran aşağı kalorili içkidir, kalori miqdarı yağ tərkibindən asılı olaraq 100 qramda 25-60 kilokalori arasında dəyişir.[5,s.569-572]

NƏTİCƏ

Turş süd məhsulları qida sənayesində mühüm əhəmiyyətə malik olub, insan sağlamlığında vacib rol oynayır. Fermentasiya prosesi nəticəsində südün tərkibindəki laktoza parçalanır, məhsulun mənimsənilməsi asanlaşır və bioloji dəyəri artır. Bu məhsullarda olan probiotik bakteriyalar bağırsaq mikroflorasını normallaşdırır, immun sistemini möhkəmləndirir

və orqanizmin metabolik proseslərinə müsbət təsir göstərir. Müasir biotexnoloji üsulların tətbiqi ilə turş süd məhsullarının keyfiyyəti və saxlanma müddəti daha da yaxşılaşdırılır. Nəticə etibarilə, bu məhsullar sağlam və balanslı qidalanmanın vacib tərkib hissəsi hesab olunur.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Əzimov Ə. M., Axundova N. Ə., Qədimova N. S. Süd və süd məhsullarının Texnologiyası, Bakı 2015,455s.
2. Qasımova H. S., Babayeva T. Ə. Mikrobiologiya. Bakı.Maarif.1982.
3. Арсеньев Д. Д., Дмитриевская Е. А. Динамика физико – химических Показателей сборного молока коров ярославской породы по месяцам Года / Вестник АПК Верхневолжья. 2015. №2. С. 37- 41.
4. Самусенко Л. Д., Химичева С. Н. О взаимосвязи воспроизводителъной Способности коров с их молосной продуктивностю / Биологтя в Селъском хозяйстве 2016. №2(11).С.7 – 11.
5. Твердохлеб Г. В., Сажинов Г. Ю., Раманаускас Р. И. Технология молока И молочных продуктов. М.: ДеЛи принт, 2006. 616с

Şahnigar İMAMƏLİYEVA MÜRSƏLOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
murselovasahnigar@gmail.com

QİDA MƏHSULLARININ DAŞINMASI VƏ SAXLANMASINA DAİR SANİTAR-GİGİYENİK TƏLƏBLƏR

Xülasə: *Məqalədə qida məhsullarının daşınması qaydalarından, daşınma zamanı hansı qaydalara riayət edilməli, qida məhsullarının daşınması saxlanması zamanı nələrə diqqət yetirilməli və təhlükəsizliyin təmin edilməsindən bəhs edilir.*

Açar sözlər: *məhsul, daşınma, saxlanma, sanitariya, gigiyena, saxlanma şəraiti, temperatur.*

SANITARY AND HYGIENIC REQUIREMENTS FOR TRANSPORTATION AND STORAGE OF FOOD PRODUCTS

Abstract: *The article discusses the rules governing the transportation of food, what rules should be followed during transportation, what to pay attention to when storing food, and how to ensure safety.*

Keywords: *product, transportation, storage, sanitation, hygiene, storage conditions, temperature.*

САНИТАРНО-ГИГИЕНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ТРАНСПОРТИРОВКЕ И ХРАНЕНИЮ ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ

Резюме: *В статье рассматриваются правила, регулирующие перевозку продуктов питания, какие правила следует соблюдать при транспортировке, на что обращать внимание при хранении продуктов питания и как обеспечить безопасность.*

Ключевые слова: *продукт, транспортировка, хранение, санитария, гигиена, условия хранения, температура.*

GİRİŞ

Qida məhsullarının daşınması və saxlanması, sanitar-gigiyenik tələblərlə əlaqədar çox mühüm bir məsələdir. Bu tələblər, qida məhsullarının keyfiyyətini qorumaq, o cümlədən ictimai sağlamlığın qorunmasını təmin etmək məqsədi ilə qoyulmuşdur. Aşağıda, qida məhsullarının daşınması və saxlanması üçün əsas sanitar-gigiyenik tələblərə baxaq:

- **Təmizlik və sterilizasiya:**
- Qida məhsullarının daşınması və saxlanması üçün istifadə olunan bütün konteynerlər, qutular və digər qurğuların təmiz və steril olması tələb olunur. [2]
- Qida məhsulları dərman və kimyəvi maddələrdən uzaq saxlanmalıdır. [2]
- Qida ilə təmas edən tara və plastik qablar təhlükəli kimyəvi maddələrdən təmiz və azad olmalıdır. [2]
- **Temperatur nəzarəti:**
- Qəbul edilmiş temperatur rejimləri, qida məhsullarının keyfiyyətini və təzəliyini qorumağa kömək edir. [2]
- **İşçilərin təmizliyi və şəxsi gigiyena**:
- İşçilər, qida məhsulları ilə əlaqədə olarkən şəxsi gigiyena və təmizlik prinsiplərinə riayət etməlidirlər. [2] Qida məhsulları ilə işlənən əməliyyat sahəsində işçilər təmiz iş geyimləri ilə əhatə olunmalıdır. [2]

Qida məhsullarının, ərzaq xammalının keyfiyyətini və təhlükəsizliyini təsdiq edən sənədlər olmadan satışı qadağandır. [1] Xüsusi tez xarab olan ərzaq məhsullarının müşayiətedici sənədlərində istehsalın tarixi və saatı, saxlanma temperaturu və satışın bitmə tarixi göstərilməlidir. [1]

Məhsulların qəbulu müşayiət olunan sənədlərin, bağlamaların keyfiyyətinin, ərzaq məhsullarının müşayiət olunan sənədlərə uyğunluğunun və qablaşdırmada göstərilən etiketləmənin yoxlanılmasından başlayır. Dövlət sanitariya-epidemioloji nəzarət mərkəzləri qida məhsullarının gigiyenik müayinəsini yalnız xüsusi sanitariya-epidemioloji göstəricilərin iştirakı ilə həyata keçirir. [5]

Qida məhsulları üçün istifadə olunan qablar davamlı, təmiz, quru, xarici qoxudan azad olunmalıdır. Həmçinin soyuducu ilə təmin olunmayan ərzaq ticarəti müəssisələrində xüsusi xarab olan ərzaq məhsullarını saxlamaq və satmaq qadağandır. Ərzaq məhsullarının anbarlara, soyuducu kameralara, tərəvəz və meyvə anbarlarına yüklənməsi onların saxlanma və keyfiyyətə nəzarət şərtlərinə daha dəqiq riayət etmək məqsədilə kompleks şəklində həyata keçirilir.

Qida məhsullarının daşınması üçün istifadə olunan nəqliyyat vasitələri və konteynerlər sanitariya və gigiyena cəhətdən təmiz, işlək vəziyyətdə saxlanmalı, kənar iylər olmamalı, qida məhsullarının çirklənmədən müdafiəsini təmin etməli və çirkləndiyi halda təmizlənmə və dezinfeksiya tədbirləri aparılmalıdır. [2] Bunun üçün onlar hər gün təmizlənməli və qələvili isti su ilə yuyulmalıdır. [2] Nəqliyyat vasitələri 5 gündən az olmayaraq, xloraminin 2-3%-li məhlulu ilə dezinfeksiya edilir, sonra isə xlorun iyi tam gedənə qədər qurudulur və havası təmizlənir. [2] Daşınma zamanı qidanı örtən örtüklər çirkləndikcə sabunlu şotka və ya qələvi məhlulu ilə yaxalanıb qurudulur. Məhsulların müəssisədaxili daşınması zamanı isə xüsusi arabacıqlardan istifadə olunur. Bu zaman məhsul bağlanmış halda taraya yerləşdirilir, ya da təmiz mələfə (döşəkağı) yaxud plyonka ilə bağlanır. Bu məqsəd üçün istifadə olunan taralar markalanır. Məhsulu alan zaman, müəssisələrdə taranın təmizliyinə diqqət verilməlidir. Bu zaman arabacıqlardan tara məhsulla birbaşa stola və yaxud stellaja (qəfəsə) düşürülür. Taranı döşəməyə qoymaq olmaz. Taranı açmazdan əvvəl, onun tam təmizliyinə əmin olmaq lazımdır. Səthi çirkli olan tara əvvəlcə təmizlənir və yalnız bundan sonra onun qapağı çıxarılır. Boş taralar

otaqdan tez yığışdırılır. Çəkilən zaman məhsulu birbaşa tərəziyə qoymaq məsləhət görülmür. İstehsalda məhsulları boşaldan, yükləyən və aparan şəxslər isə sanitar geyimlərlə (xalat, əlcək, şapka) təmin edilməlidirlər və bu geyimlərdən yalnız iş zamanı istifadə olunmalıdır. [2]

Azərbaycan Respublikası Qida Təhlükəsizliyi Agentliyinin müvafiq qərarı ilə təsdiq olunan "Qida məhsulları üzrə gigiyena tələblərinə dair Qaydalar"a 2 nömrəli əlavədə ("Qida obyektlərinə dair gigiyena tələbləri") bildirilir. [3] Sənədə əsasən, qida məhsullarının daşınması zamanı yalnız həmin məqsədlər üçün təchiz olunmuş xüsusi nəqliyyat vasitələri istifadə edilir. [3] Daşınma əməliyyatları istehlakçılar üçün qida məhsullarının keyfiyyətinin və təhlükəsizliyinin qorunmasını tam təmin edən şəraitdə aparılmalıdır. [3]

Həmçinin nəqliyyat vasitələrinin yük bölmələri qida məhsullarından başqa digər məhsulların və əşyaların daşınması üçün istifadə edilməməlidir. [6] Qida məhsulları daşınan nəqliyyat vasitələri, konteynerlər və ya çantalar digər qida məhsullarının daşınması üçün və ya müxtəlif qida məhsullarının eyni zamanda daşınması üçün istifadə olunarsa, çirklənmə riskinə yol verilməməsi üçün daşıma vasitələri yükləmələr arasındakı müddətdə tam təmizlənməlidir. [6] Müxtəlif qida məhsullarının eyni nəqliyyat vasitələri, konteynerlər və ya çantalarla birlikdə daşınması zamanı fərqli məhsulların bir-biri ilə təmasına, qida məhsulunun çirklənməsinə və orqanoleptik xüsusiyyətlərinin dəyişməsinə səbəb olan şəraitin yaranmasına yol verilməməlidir. [6]

Eyni zamanda qida məhsullarının daşınması üçün istifadə olunan qablar müvafiq temperatur, rütubət və digər zəruri mikroiqlim şəraitində daşınmasına, həmçinin temperatur və rütubətin izlənilməsinə imkan verməlidir. [6] Tez xarab olan məhsullar yalnız xüsusi izolyasiya edilmiş qablarda və xüsusi temperatur şəraiti olan avadanlıqlarda daşınmalıdır. [6]

Bir qədər tez xarab olan qida məhsullarının soyuducu şəraitdə saxlanılması yalnız anbarlarda deyil, onların birbaşa satış yerlərində də təmin edilməlidir. Xüsusilə belə ərzaq məhsullarının paketlərinin hər birində bu növ məhsul üçün müəyyən edilmiş formanın sertifikatı ilə birlikdə saxlama temperaturunun və satışın bitmə tarixinin mütləq göstəricisi olmalıdır. Tədarükçünün paketləri üzərində sertifikat (etiket) ərzaq məhsullarının satış müddəti bitənədək saxlanılmalıdır.

Ərzaq məhsullarının saxlanması hər növ məhsul üçün temperatur, rütubət və işıq rejiminin müvafiq parametrləri ilə cari normativ-texniki sənədə uyğun olaraq həyata keçirilməlidir. Xüsusilə tez xarab olan məhsullar sanitar qaydaların tələblərinə cavab verən temperatur rejimində saxlanılmalıdır.

Ərzaq məhsullarının saxlanması zamanı məhsullar ilə yanaşı ətrafındakı məhsullara və saxlanma normalarına ciddi riayət edilməlidir. Spesifik qoxuya malik olan məhsullar, digər məhsullardan ayrı saxlanılmalıdır.

Su və kanalizasiya borularının, isitmə qurğularının yaxınlığında, anbarlardan kənarda ərzaq məhsullarının saxlanması, eləcə də qablaşdırılmamış məhsulların birbaşa döşəmədə saxlanılması qadağandır. Çiy və yarımfabrikat məhsulları ərzaq məhsulları ilə birlikdə saxlamaq, şübhəli ərzaq məhsullarını yaxşı keyfiyyətli məhsullarla birlikdə saxlamaq, habelə məişət materialları və qeyri-ərzaq məhsulları ilə birlikdə saxlamaq qadağandır.

Anbarlarda, soyuducu otaqlarda, utilizasiya otaqlarında və s. bütün ərzaq məhsulları paletlərdə saxlanmalıdır.

Ətlərin qəbul edilməsinə yalnız veterinar damğa və veterinar nəzarətin müayinəsini və yekunlarını təsdiq edən sənəd olduqda icazə verilir. Əti, qalaylanmış dəmir qarmaqlardan asılmış halda saxlayırlar. [4]

Çirkli şüşə qablarda, sınmış paketlərlə, sertifikatsız süd məhsullarını qəbul etmək və satmaq qadağandır. [4]

Qida obyektində bütün xammal xarab olma və çirklənmədən mühafizə ediləcək formada və şəraitdə saxlanılmalıdır. Qida məhsulları qida zəncirinin bütün mərhələlərində, onu insan

istehlakı üçün yararsız, sağlamlıq üçün zərərli və ya insan tərəfindən istehlakını qeyri-mümkün edəcək çirklənmədən mühafizə olunmalıdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. N. Quliyev, G. Məmmədli, H. Məmmədova. Bakı: Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti. "Xammal və qida məhsullarının təhlükəsizliyi" Nəşriyyat, 2017. 215 səh.
2. N.H.Qurbanov. Mikrobiologiya, sanitariya və gigiyena. Dərs vəsaiti. Bakı. İqtisad Universiteti. 2010, 307 səh.
3. "Qida obyektlərinə dair gigiyena tələbləri" . Azərbaycan Respublikası Qida Təhlükəsizliyi Agentliyinin Kollegiyasının 03 noyabr 19 nömrəli qərarı.
4. Санитарные нормы и правила СанПиН 2.3.2.1078-01 Гигиенические требования безопасности и- пищевой ценности пищевых продуктов, Минздрав России. Москва. - 2002. - 164 с.
5. Azərbaycan Respublikasının Qida Təhlükəsizliyi Agentliyi (afsa.gov.az)
6. Qida məhsulları necə daşınmalıdır? | Report.az

Zəhra QAFAROVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
zahrasadiqova99@gmail.com

MÜASİR DÖVRDƏ QİDA MƏHSULLARININ İNSAN HƏYATI ÜÇÜN TƏHLÜKƏSİZLİYİNİN TƏMİN EDİLMƏSİ

Xülasə: *Müasir dövrdə qida məhsullarının təhlükəsizliyinin təmin edilməsi insan sağlamlığının qorunması baxımından qlobal prioritet sahələrdən biridir. Bakterial zəhərlənmələrin artması, yeni qida mənşəli infeksiyaların yaranması və qida zəncirinin mürəkkəbləşməsi sanitar-epidemioloji nəzarətin gücləndirilməsini zəruri edir. Mikrobioloji və molekulyar-genetik analizlərin tətbiqi, eləcə də beynəlxalq standartlar (HACCP, ISO 22000 və s.) əsasında təhlükəsizlik sistemlərinin yaradılması qida məhsullarının keyfiyyətinə nəzarətin effektivliyini artırır. Məqalədə qida yoluxucu patogenlərin təkamül xüsusiyyətləri, ekoloji faktorların təsiri və yeni təhlükəsizlik meyarlarının hazırlanması təhlil olunur.*

Açar sözlər: *qida təhlükəsizliyi, patogen, mikrobioloji analiz, infeksiya, HACCP.*

ENSURING THE SAFETY OF FOOD PRODUCTS FOR HUMAN LIFE IN THE MODERN ERA

Abstract: *In the modern era, ensuring the safety of food products is an essential component of public health protection. The rise of new foodborne pathogens, rapid microbial evolution, and global trade require advanced sanitary control and the implementation of efficient microbiological and molecular genetic methods. This paper examines the role of foodborne pathogens, environmental factors, safety standards (HACCP, ISO 22000), and modern monitoring systems for preventing foodborne diseases and improving food safety.*

Keywords: *food safety, microbial contamination, HACCP, ISO 22000, molecular diagnostics.*

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ ДЛЯ ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА В СОВРЕМЕННЫЙ ПЕРИОД

Резюме: *В современную эпоху обеспечение безопасности пищевых продуктов является важнейшей составляющей защиты общественного здоровья. Рост числа новых пищевых патогенов, быстрая микробная эволюция и развитие глобальной торговли требуют внедрения современных санитарных систем контроля, а также эффективных методов микробиологического и молекулярно-генетического анализа. В данной работе рассматривается роль пищевых патогенов, экологических факторов, стандартов безопасности (HACCP, ISO 22000) и современных систем мониторинга в профилактике пищевых заболеваний и повышении уровня пищевой безопасности.*

Ключевые слова: *безопасность пищевых продуктов, микробное загрязнение, HACCP, ISO 22000, молекулярная диагностика.*

GİRİŞ

Müasir dövrdə qida məhsullarının insan həyatı üçün təhlükəsizliyinin təmin edilməsi qlobal miqyasda strateji əhəmiyyət kəsb edən prioritet sahələrdən biridir. Əhalinin sağlam qidalanması, ərzaq məhsullarının keyfiyyətinə nəzarət və istehsal prosesində risklərin azaldılması qida təhlükəsizliyi anlayışının əsasını təşkil edir [3]. Həm dünyada, həm də Azərbaycanda ərzaq məhsullarının keyfiyyətinə nəzarət, onların istehsal, daşınma, saxlanma və satış proseslərində təhlükəsizlik standartlarına uyğunluğun təmin edilməsi dövlət siyasətinin əsas istiqamətlərindən biridir. Qida təhlükəsizliyi yalnız sanitar-gigiyenik tələblərə əməl olunması ilə məhdudlaşmır, eyni zamanda istehsal, daşınma, saxlanma və satış mərhələlərinin hər birində elmi yanaşma tələb edən kompleks idarəetmə sistemidir. Bu səbəbdən qida təhlükəsizliyi "fermadan süfrəyə qədər" bütün mərhələlərdə izlənməli olan davamlı bir proses kimi qiymətləndirilir. Hazırda qida məhsullarının tərkibində kimyəvi konservantlar, pestisid qalıqları, antibiotik izləri, genetik modifikasiya olunmuş komponentlər və ağır metallar kimi risk amillərinin artması bu sahəyə diqqəti daha da artırmışdır. Dünya Səhiyyə Təşkilatının məlumatına görə, hər il təxminən 600 milyon insan qida zəhərlənməsi səbəbilə xəstələnir, yüz minlərlə insan isə həyatını itirir. Bu faktlar qida təhlükəsizliyinin yalnız tibbi yox, həm də sosial və iqtisadi problem olduğunu göstərir.

Tədqiqatın məqsədi

Qida məhsullarının mikrobioloji və kimyəvi təhlükəsizliyinin təmin olunması məqsədilə onların əsas qrupları üzrə risk faktorlarının qiymətləndirilməsi və yeni təhlükəsizlik standartlarının işlənib hazırlanmasıdır.

Tədqiqatın metodikası

Tədqiqat zamanı həm laborator müayinələr, həm də beynəlxalq və yerli statistika məlumatlarından istifadə edilərək qida məhsullarının təhlükəsizlik göstəriciləri qiymətləndirilmişdir.

Son illərdə elm və texnologiyanın sürətli inkişafı nəticəsində qida məhsullarının tərkibində genetik modifikasiya, pestisidlər, ağır metallar, antibiotik qalıqları kimi risklər artmışdır. Bu isə qida təhlükəsizliyinin yalnız laboratoriya analizləri ilə məhdudlaşmadığını göstərir. Konseptual olaraq qida təhlükəsizliyi aşağıdakı istiqamətlər üzrə qiymətləndirilir:

• Bioloji risklər - Mikroorqanizmlər, bakteriyalar, viruslar və parazitlər qida məhsullarına yoluxaraq insanlarda ciddi xəstəliklərə səbəb ola bilər (Salmonella, Listeria, E. coli və s.).

• Kimyəvi risklər - Qida əlavələri, pestisidlər, ağır metallar, konservantlar, rəngləndiricilər və aromatizatorlar nəzarətsiz istifadə edildikdə zəhərlənmələr yaradır.

• Fiziki risklər - Qida məhsullarına metal, plastmas, şüşə qırıqları və ya digər xarici cisimlərin qarışması insan sağlamlığı üçün təhlükə yaradır.

• Qida zəncirinin izlənməsi (traceability) - Qida məhsulu "fermadan süfrəyə" qədər olan hər mərhələdə izlənməli və istehsal tarixi, mənşəyi, saxlanma şəraiti barədə məlumatlar qeyd olunmalıdır.

• Risk əsaslı idarəetmə modeli - Bu model beynəlxalq miqyasda qəbul edilmişdir və əsas məqsədi təhlükənin tamamilə aradan qaldırılması deyil, onun idarəolunan səviyyəyə endirilməsidir. Bu yanaşma HACCP sisteminin əsasını təşkil edir.

Qida məhsullarının təhlükəsizliyinin təmin olunması üçün beynəlxalq səviyyədə müxtəlif idarəetmə sistemləri tətbiq edilir. Bunlardan ən effektiv və geniş yayılan HACCP modelidir [2].

HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) - Təhlükələrin Analizi və Kritik Nəzarət Nöqtələri sistemi qida məhsullarının istehsalında risklərin müəyyən edilməsi, təhlili və idarə olunmasına yönəlmiş elmi yanaşmadır. HACCP aşağıdakı 7 prinsip əsasında qurulur:

1. Mövcud potensial təhlükələrin analizi;
2. Kritik nəzarət nöqtələrinin müəyyən edilməsi;
3. Kritik limitlərin müəyyənləşdirilməsi;
4. Monitorinq mexanizmlərinin yaradılması;
5. Fövqəladə hallarda tədbir planı;
6. Verilən məlumatların sənədləşdirilməsi;
7. Daimi təkmilləşdirmə və audit

Bu sistem Avropa İttifaqı və ABŞ-da məcburi standartdır və Azərbaycanda da 2020-ci ildən etibarən tətbiq dairəsi genişlənməkdədir.

Bu sistemin əsas məqsədi qida məhsulunun istehsalı prosesində zərərli bioloji, kimyəvi və fiziki riskləri əvvəlcədən müəyyənləşdirmək və onların qarşısını almaq üçün nəzarət mexanizmi yaratmaqdır. HACCP artıq Avropa İttifaqı və ABŞ-da məcburi standart kimi tətbiq olunur və Azərbaycanda da 2020-ci ildən etibarən müxtəlif qida sənayesi müəssisələri bu sistemin tələblərinə uyğunlaşmağa başlamışdır.

Digər mühüm beynəlxalq standart ISO 22000-dir. Bu standart yalnız təhlükəsizliyin yox, həm də qida zəncirində şəffaflığın və məsuliyyətin bölüşdürülməsini təmin edir. ISO 22000-in üstünlükləri aşağıdakılardır:

• Qida zəncirində şəffaflığın təmin edilməsi;
• Risklərin qiymətləndirilməsi;
• Hüquqi tələblərlə uyğunluq;
• İxrac potensialının artırılması;
• Qida müəssisələrinin beynəlxalq bazarlara çıxışı.

Bu standart həm kiçik qida müəssisələri, həm də iri sənaye müəssisələri üçün tətbiq oluna bilər.

ISO 22000-in tətbiqi müəssisələrin ixrac potensialını artırır, qlobal bazarlara çıxışı asanlaşdırır, istehlakçılarla etibarlı münasibət yaradır. Beynəlxalq səviyyədə qəbul olunan digər sənəd Codex Alimentarius-dur.

Codex Alimentarius Standartları isə 1963-cü ildə FAO və Ümumdünya Səhiyyə Təşkilatı tərəfindən yaradılmışdır. Codex Alimentarius sistemi dünyada qida təhlükəsizliyinə dair ən geniş qəbul edilən qaydalar toplusudur. Bu sənədlər bunlardır [6]:

• Qida əlavələri haqqında qaydalar;
• Pestisid limitləri;
• Etiketləmə tələbləri;
• Mikrobioloji kriteriyalar;
• Qida maddələrinin tərkib normativləri;

• Genetik modifikasiya olunmuş məhsullar üçün tövsiyələr.

Bu sənədlər toplusu qida etiketlənməsi, pestisid limitləri, mikrobioloji normalar və GMO məhsullar üçün xüsusi qaydalar müəyyənləşdirir. Deməli, qida təhlükəsizliyi yalnız laboratoriya analizi ilə müəyyən edilmir, həm də hüquqi-normativ baza, iqtisadi siyasət və sosial məsuliyyət məsələləri ilə sıx bağlıdır.

Qida təhlükəsizliyi iqtisadi inkişafın mühüm komponenti hesab olunur, çünki sağlam qida istehlak edən cəmiyyət daha məhsuldar olur və səhiyyə xərcləri azalır [1]. Tədqiqatlar göstərir ki, keyfiyyətsiz qida məhsulları insan orqanizmində ciddi zədələnmələrə səbəb ola bilər. Bu təhlükələr arasında mədə-bağırsaq xəstəlikləri, allergik reaksiyalar, nevroloji pozuntular, hətta uzunmüddətli xərçəng riski də qeyd olunur. Ona görə də qida təhlükəsizliyinin idarə olunması ümumi səhiyyə strategiyasının əsas tərkib hissəsi kimi qəbul edilir.

Bu sahədə elmi yanaşmaların tətbiqi inkişaf etmiş ölkələrdə qida təhlükəsizliyinə dair strateji modellərin qəbulunu şərtləndirmişdir. Avropa İttifaqında EFSA (European Food Safety Authority) kimi qurumlar risklərin qiymətləndirilməsi, toksikoloji və mikrobioloji təhlillərin aparılması, həmçinin istehsalçıların məsuliyyət mexanizmlərinin gücləndirilməsi ilə bağlı genişmiqyaslı proqramlar həyata keçirir. ABŞ-da FDA və USDA tərəfindən tətbiq edilən nəzarət mexanizmləri nəticəsində qida təhlükəsizliyinə dair kontaminasiya riski müəyyən səviyyədə azaldılmışdır.

Azərbaycanda da müasir dövrdə bu sahədə mühüm addımlar atılmışdır. 2019-cu ildə Azərbaycan Qida Təhlükəsizliyi Agentliyinin (AQTA) yaradılması bu sahənin institusional əsaslarının gücləndirilməsi baxımından mühüm dönüş nöqtəsi olmuşdur [4]. Hazırda ölkədə qida məhsullarının ekspertizası, laborator təhlilləri, nəzarət və monitorinq mexanizmləri beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılır. Lakin istehsalçıların məlumatlılıq səviyyəsi, innovativ texnologiyaların tətbiqi və istehlakçı mədəniyyətinin zəif olması hələ də problemlər kimi qalmaqdadır.

Qida təhlükəsizliyinin inkişafı üçün risk qiymətləndirilməsi metodlarının tətbiqi, rəqəmsal izləmə sistemlərinin formalaşdırılması və aqrar sahədə sertifikatlaşdırılmış istehsal modelinə keçid vacibdir [6]. Bu prosesdə həm elmi tədqiqatların nəticələrindən istifadə edilməli, həm də dövlət-özəl əməkdaşlıq formatı inkişaf etdirilməlidir. Eyni zamanda, qida məhsullarının etiketlənməsi, mənşə şəffaflığı və izləmə sistemləri beynəlxalq standartlara uyğun şəkildə tətbiq edilməlidir. Qida təhlükəsizliyi üzrə maarifləndirmə və təlim proqramlarının həyata keçirilməsi də mühüm prioritetlərdən biridir.

Cədvəl 1. Qida təhlükəsizliyi sistemində beynəlxalq qurumlar və tətbiq olunan nəzarət mexanizmləri

Ölkə	Qurum	Tətbiq Olunan Proqramlar	Nəticə
Avropa İttifaqı	EFSA (European Food Safety Authority)	Risklərin qiymətləndirilməsi, toksikoloji və mikrobioloji təhlillər, qida zəncirində təhlükəsizlik monitorinqi	İstehsalçıların məsuliyyət mexanizmləri gücləndirilmiş, qida yoluxucu riskləri azaldılmışdır
ABŞ	FDA (Food and Drug Administration)	Qida məhsullarının təhlükəsizliyinə nəzarət, laboratoriya testləri, standartların tətbiqi	Qida kontaminasiyası riski müəyyən səviyyədə azaldılmış, istehlakçıların qorunması artırılmışdır
ABŞ	USDA (United States Department of	Ət, süd və yumurta məhsullarının təhlükəsizliyinin təmin	Qida zəncirində risklərin idarə edilməsi və monitorinq sistemi

	Agriculture)	edilməsi, HACCP və digər proqramların tətbiqi	effektivləşdirilmişdir
Kanada	CFIA (Canadian Food Inspection Agency)	Qida məhsullarının yoxlanılması, mikrobioloji və kimyəvi təhlillər, geri çağırma sistemləri	Qida təhlükəsizliyi standartlarının tətbiqi və yoluxucu xəstəliklərin qarşısının alınması
Yaponiya	MHLW (Ministry of Health, Labour and Welfare)	Qida təhlükəsizliyi qanunvericiliyi, laboratoriya nəzarəti, risk qiymətləndirilməsi	Qida yoluxucu xəstəliklərin monitorinqi və qabaqlayıcı tədbirlər sisteminin inkişafı
Azərbaycan	AQTA (Azərbaycan Qida Təhlükəsizliyi Agentliyi)	Qida məhsullarının sanitar-epidemioloji nəzarəti, laborator analizlər, geri çağırma və risk əsaslı monitorinq, HACCP standartlarının tətbiqi	Milli qida təhlükəsizliyi sistemi gücləndirilmiş, istehlakçıların qorunması və qida mənşəli risklərin azalması təmin olunmuşdur

Beləliklə, qida təhlükəsizliyinin təmin edilməsi yalnız qida sektorunun məsuliyyəti deyil, həm də cəmiyyətin ümumi rifahını şərtləndirən strateji məsələdir. Müasir dövrdə bu sahənin təkmilləşdirilməsi aqrar siyasət, səhiyyə strategiyası və iqtisadi inkişafla sıx bağlıdır. Buna görə də qida təhlükəsizliyi konsepsiyasına sistemli yanaşmanın formalaşdırılması, innovativ texnologiyaların tətbiqi və risklərin idarəolunması modellərinin genişləndirilməsi zəruridir.

NƏTİCƏ

Qida məhsullarının mikrobioloji təhlükəsizliyinin təmin edilməsi müasir dövrdə yalnız istehsal texnologiyalarının və gigiyenik tələblərin tətbiqindən ibarət deyil, bu, eyni zamanda patogenlərin ekologiyası və molekulyar-genetik xüsusiyyətlərinin, onların təkamül və uyğunlaşma mexanizmlərinin, həmçinin istehsal və emal proseslərinin birgə qiymətləndirilməsini tələb edən çoxşaxəli sistemdir. Son onilliklərdə qida mənşəli infeksiyaların həcmi və mürəkkəbliyi artmış, yeni və yenidən yaranan patogenlər (emergent pathogens) qlobal narahatlıq doğurmuşdur. Buna görə də qida təhlükəsizliyi sistemi yüksək həssaslıqlı mikrobioloji və molekulyar diaqnostika üsullarının, riskə əsaslanan monitorinq və izlənəbilirlik mexanizmlərinin, eləcə də beynəlxalq standartların (məsələn, HACCP və ISO 22000) ardıcıl tətbiqinin sintezini tələb edir. Azərbaycanda institutların (o cümlədən AQTA və müvafiq laboratoriyaların) gücləndirilməsi, regionlarda mobil və akkreditə olunmuş laboratoriyaların yaradılması, kadr hazırlığının artırılması və istehsalçıların HACCP/ISO standartlarına uyğunluğunun məcburi təşviqi qida məhsullarının təhlükəsizliyinin yüksəldilməsi üçün prioritet sahələr olaraq qalır. Bu tədbirlər bir-birini tamamlayaraq həm istehlakçıların sağlamlığının qorunmasına, həm də ərzaq bazarının dayanıqlığının və rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına xidmət edəcəkdir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Behravesh, C. B., Williams, I. T., & Tauxe, R. V. (2012). Emerging foodborne pathogens and problems: expanding prevention efforts before slaughter or harvest. In Improving Food Safety Through a One Health Approach (National Academies Press), s. 73–92.

2. Kumar, D., Thakur, S., Kniel, K. E., & Thakur, S. (2018). Molecular Tools To Study Preharvest Food Safety Challenges. Microbiology Spectrum, 6(1): PFS-0019-2017, p.1–19.
3. Greppi, A., & kollektivi. (2016). Methodological advancements in foodborne pathogen adaptation: molecular mechanisms underlying adaptation to food and virulence. Current Opinion in Food Science, 8, s. 73–79.
4. Horn, N., & kollektivi. (2018). Food-associated stress primes foodborne pathogens for increased virulence during infection. Frontiers in Microbiology, 9, art. 1962, s. 1–12.
5. Azərbaycan Respublikasının Qida Təhlükəsizliyi Agentliyi (AQTA). https://afsa.gov.az/az/xeberler
6. https://www.fao.org/4/a0799e/a0799e00.pdf

Aytəkin PƏNAHOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
biologiya üzrə fəlsəfə doktoru
panahavaa@gmail.com

İzzət AĞAYEV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
agayevizzet26@gmail.com

ETİBARLI ƏRZAQ TƏMİNATI: PROBLEMLƏR, XÜSUSİYYƏTLƏR VƏ İDARƏETMƏ STRATEGİYALARI

Xülasə: *Ərzaq təminatının etibarlılığı bu gün qlobal miqyasda ərzaq təhlükəsizliyi və dayanıqlılığa təsir göstərən əsas problemlərdən biridir. Bu tədqiqat iqlim dəyişikliyi, bazar dalğalanmaları, resursların səmərəsiz istifadəsi, artan xərclər və təchizat zəncirində qiymət dəyişkənliyi kimi əsas çağırışları və problemləri təhlil edir. Etibarlılıq üç əsas aspektdən ibarətdir: əlçatanlıq, təhlükəsizlik və davamlı təminat. 2020–2024-cü illər ərzində FAO və Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında istehsal və öz-özünə təminetmə səviyyələri qiymətləndirilmişdir. Bu səviyyədə etibarlılığın təmin olunması üçün idarəetmə strategiyaları təqdim olunur: rəqəmsal nəzarət, dayanıqlı yanaşmalar və israfın azaldılması. Nəticədə, iqtisadi sabitlik və sosial ədalət üçün dövlət və özəl sektorlar arasında əlaqələndirilmiş fəaliyyət zəruridir.*

Açar sözlər: *ərzaq təhlükəsizliyi, etibarlılıq, dayanıqlılıq, idarəetmə, davamlılıq*

RELIABLE FOOD SUPPLY: PROBLEMS, CHARACTERISTICS, AND MANAGEMENT STRATEGIES

Abtract: *The reliability of food supply is one of the major global issues of today, affecting food security and sustainability. This paper examines emerging issues and significant challenges in food system reliability, including climate change, market fluctuations, resource utilization, inefficiencies, costs, and supply chain price volatility. Reliability has three primary facets: availability, safety, and accessibility. Data from the FAO and the State Statistical Committee of Azerbaijan were evaluated to assess production and self-sufficiency levels from 2020 to 2024. Management strategies for this level of reliability are presented, focusing on digital measurements, sustainable actions, and reducing waste. Finally, coordinated efforts by*

public and private entities will be necessary for economic sustainability and social equity.
Keywords: *food security, reliability, sustainability, management, resilience.*

НАДЁЖНОЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ: ПРОБЛЕМЫ, ОСОБЕННОСТИ И СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ

Резюме: *Надёжность продовольственного снабжения является одной из важнейших глобальных проблем современности, напрямую влияющей на продовольственную безопасность и устойчивое развитие. В работе рассматриваются основные и новые вызовы, связанные с изменением климата, колебаниями рынка, неэффективным использованием ресурсов, ростом издержек и ценовой нестабильностью в цепях поставок. Надёжность продовольственных систем определяется тремя ключевыми аспектами: доступностью, безопасностью и устойчивостью снабжения. На основе данных ФАО и Государственного комитета по статистике Азербайджанской Республики за 2020–2024 гг. были оценены уровни производства и самообеспечения. Предложены управленческие стратегии для повышения надёжности, включающие цифровой мониторинг, устойчивые практики и сокращение потерь. Координированные действия государственных и частных структур необходимы для обеспечения экономической стабильности и социальной справедливости.*
Ключевые слова: *продовольственная безопасность, надёжность, устойчивость, управление, развитие*

INTRODUCTION

Ensuring a dependable supply of food has emerged as a paramount challenge of the twenty-first century. Rapid population growth, climate fluctuations, and the interconnectedness of the global economy mark this era [1]. The reliability of food systems is tied directly to national security and sustainable development. Reliability in food supply is defined as the uninterrupted capacity of a system to supply individuals with safe, enough, and cost-effective food. This defines the reliability in food systems when recovering from shocks or disruptors [2].

Globally, food systems are increasingly at risk related to climate change, soil degradation, water scarcity, political conflict, and market volatility. These risks reduce the resilience of food systems, particularly in the agricultural production phase, and disrupt the balance between demand and supply. Issues of inefficiency, post-harvest waste, and greater reliance on imports reduce countries' self-reliance, particularly in developing economies such as Azerbaijan [3].

Reliability in food supply not only refers to volume of production but also to the quality, safety, logistical effectiveness, and governance of the food supply chain. A dependable food system promotes the relationships among interdependent actors—farmers, processors, distributors, policymakers, and consumers —under transparent, adaptive management [4,5]. Azerbaijan has both an advantage and a challenge in this regard as its agricultural prospects and policies towards food security could strengthen many of its facilities, yet the external pressures of climate variability and market reliance indicate areas that require improved modernization and strategic coordination [6].

This study proposes to identify the key issues affecting food supply reliability, examine trends in FAO and national statistical data, and recommend management-oriented strategies to enhance system-level resilience [7].

The conceptual framework of the study (Figure 1) illustrates the interaction between external factors, core food system components, management layers, and the final outcome of reliable.It uses a comparative and analytical methodology to contribute to the understanding of how developing economies build sustainable, adaptive food systems that are reliable over the long term.

Materials and Methods

A descriptive-analytical design was used to identify and analyze the primary challenges and management responses that affect the reliability of food systems. Data sourced from the Food and Agriculture Organization (FAO) and the State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan for the period between 2020 and 2024 were used. The core indicators of (food) production (tons) and self-sufficiency level (%) were compared in order to measure the reliability. Results were presented through comparative charts to visually show trivial dynamics in production and the trends in the self-reliance of the country. Literature-based references from World Bank and FAO reports were also used to contextualize the results against international standards [8].



Figure 1. Conceptual framework of a reliable food supply system illustrating the interaction between external factors, core food system components, management layers, and the final outcomes

Result and discussion

The comparative examination noted that during the period 2020 to 2024, Azerbaijan's total grain production rose from 3.1 to 3.4 million tons, and self-sufficiency levels increased from 82 to 89% (see Figure 2). This progressive, incremental increase indicates improvements in agricultural productivity, resource management, and food system resiliency. Both national-level data reported by the State Statistical Committee of Azerbaijan (SSC, 2024) and international datasets from the Food and Agriculture Organization (FAO, 2024) indicate that this development is becoming increasingly consistent across food security measurement.

Despite this improving trend in self-sufficiency and production, vulnerabilities provide significant challenges. Climatic variability, soil degradation, and reliance on agricultural

imports (e.g., fertilizers and machinery) make production less reliable. The FAO (2023) and the World Bank (2022) make similar observations: sustainable economic growth can be achieved through integrated planning focused on resilience and innovation.

As shown in Figure 2, both the annual production and self-sufficiency curves are notably parallel until 2023, when the decline occurs. The marked decrease in recent years suggests a reactive sensitivity to external stressors from climatic conditions and the volatility of international food markets. These dynamics also highlight the benefits of transparent adaptive governance and diversification of agricultural production [9,10].

- Improving food system reliability is reliant on three cohesive measures being put into place:
- Digital monitoring and data management that can control supply and distribution in real time.
- Use of sustainable agriculture practices, for example. Crop diversification, soil restoration, and water conservation.
- Institutional coordination amongst the government, transnational private, and local producers.

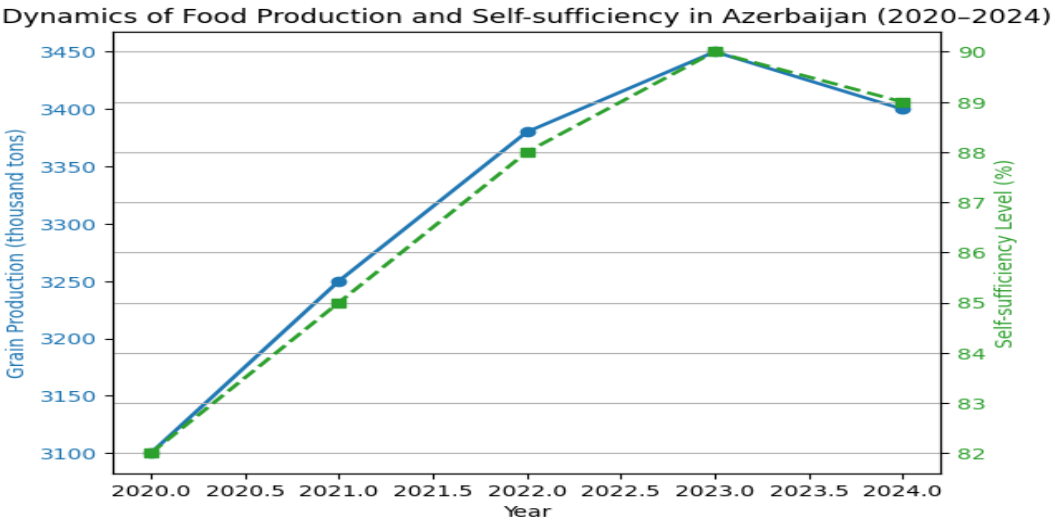


Figure 2. Dynamics of food production and self-suffiency in Azerbaijan (2020-2024)

In effect, the findings will build confidence on the path toward a more resilient and reliable food supply system in Azerbaijan. Further investments in technological modernization and in integrating policies with international food governance requirements and harmonizing practices will be required to enable its longer-term sustainability and efficiency in food security [10-12].

CONCLUSION

The findings of the study indicate that between 2020 and 2024, Azerbaijan's food supply system reliability increased due to increased production capacity and self-sufficiency. While these are all positive gains, the food supply system remains partially vulnerable to climate change, market uncertainties, and reliance upon imports. The research indicates that to enhance the long-term reliability of food supply systems will require the implementation of integrated strategies including digital monitoring, sustainable agricultural practices and increased coordination of institutions within the food supply system in order to promote transparency and reduce wasting and inefficiencies. Overall, the findings conclude that Azerbaijan's agricultural sector is on a steady upward trajectory; however, continuous innovation, adaptation of policies,

and regional cooperation will be required in order to ensure long-term sustainability, resiliency and sustainability in food systems.

REFERENCES

1. FAO. (2024). FAOSTAT Database – Food Production, Food Security, and Food Balance Sheets. Food and Agriculture Organization of the United Nations. https://www.fao.org/faostat
2. State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan (SSC). (2024). Food Balances of Azerbaijan 2020–2024. Baku: SSC Official Publications. https://www.stat.gov.az
3. World Bank. (2023). World Development Indicators – Agriculture, Food Systems, and Sustainability. Washington, DC: World Bank Group. https://data.worldbank.org
4. OECD & FAO. (2023). OECD-FAO Agricultural Outlook 2023–2032. Paris: OECD Publishing.
5. FAO. (2023). The State of Food Security and Nutrition in the World 2023: Urbanization, Agrifood Systems Transformation and Healthy Diets. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations. https://doi.org/10.4060/cc3017en
6. World Bank. (2022). Food Systems Resilience and Green Transition in Europe and Central Asia. Washington, DC: World Bank.
7. UNDP. (2022). Sustainable Food Systems for a Resilient Future. New York: United Nations Development Programme.
8. Kummu, M., De Moel, H., Porkka, M., Siebert, S., Varis, O., & Ward, P. J. (2012). Lost food, wasted resources: Global food supply chain losses and their impacts on freshwater, cropland, and fertilizer use. Science of the Total Environment, 438, 477–489.
9. Godfray, H. C. J., & Garnett, T. (2014). Food security and sustainable intensification. Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences, 369(1639), 20120273.
10. Dövlət Statistika Komitəsi (DSK). (2024). Azərbaycan Respublikasının ərzaq balansı 2020–2024. Bakı: DSK Nəşrləri. https://www.stat.gov.az/source/food_balances/
11. Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi (KTN). (2023). Azərbaycan Respublikasında aqrar sahənin inkişafı üzrə illik hesabat. Bakı: KTN. https://www.agro.gov.az/az
12. Qida Təhlükəsizliyi Agentliyi (AQTA). (2023). Azərbaycan Respublikasında ərzaq təhlükəsizliyinin vəziyyəti və inkişaf meyilləri. Bakı: AQTA Nəşriyyatı. https://afsa.gov.az/az

Elşad QƏRİBOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
magistrant
elsad.qeribov50@gmail.com

HAZIR QİDA MƏHSULLARI TƏHLÜKƏSİZLİYİ SAHƏSİNDƏ MOBİL TƏTBİQLƏRİN YARADILMASI VƏ TƏTBİQ EDİLMƏSİ

Xülasə: *Müasir qida təhlükəsizliyi sistemlərinin inkişafında mobil texnologiyalar mühüm rol oynayır. Bu məqalədə hazır qida məhsulları təhlükəsizliyinin təmin edilməsi üçün mobil tətbiqlərin yaradılması və tətbiqi araşdırılır. Hazır qida məhsullarının mikrobiyal kontaminasiya, kimyəvi çirklənmə və fiziki təhlükələr baxımından yüksək risk daşıması, onların təhlükəsizlik idarəetməsinin aktuallığını artırır. Tədqiqatın obyekti kimi qida təhlükəsizliyi sahəsində istifadə olunan mobil tətbiqlər, onların funksionallığı və effektivliyi seçilmişdir. Metodikada ədəbiyyat icmalı, sorğu tədqiqatı, challenge test, IoT sensor tətbiqi, süni intellekt modelləri və usability testing kimi müxtəlif yanaşmalar istifadə edilmişdir. Tədqiqat nəticələri göstərir ki, mobil tətbiqlər real vaxt monitorinqi, HACCP uyğunluğu, blockchain əsaslı izlənmə və AI-powered risk qiymətləndirməsi vasitəsilə qida təhlükəsizliyini əhəmiyyətli dərəcədə artırır. Malaziyada aparılan MyMAFI tətbiqi üzrə tədqiqat hesabat vaxtını 26% azaldıb, Azərbaycanda E-AQTA və E-Qidam tətbiqləri vətəndaş-dövlət əlaqələrini gücləndirib. Tədqiqat göstərir ki, mobil tətbiqlər qida təhlükəsizliyi sahəsində inqilabi dəyişikliklər yarada bilər, lakin texniki infrastruktur, istifadəçi təlimatı və məlumat təhlükəsizliyi məsələləri diqqət tələb edir.*

Açar sözlər: *hazır qida məhsulları, qida təhlükəsizliyi, mobil tətbiqlər, HACCP, IoT, blockchain, süni intellekt*

DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF MOBILE APPLICATIONS IN THE FIELD OF READY-TO-EAT FOOD SAFETY

Abstract: *Mobile technologies play a crucial role in the development of modern food safety systems. This article examines the development and implementation of mobile applications for ensuring the safety of ready-to-eat food products. The high risk of microbial contamination, chemical pollution, and physical hazards associated with ready-to-eat products increases the relevance of their safety management. The research object includes mobile applications used in food safety, their functionality and effectiveness. The methodology employs various approaches including literature review, survey research, challenge testing, IoT sensor application, artificial intelligence models, and usability testing. Research results demonstrate that mobile applications significantly enhance food safety through real-time monitoring, HACCP compliance, blockchain-based traceability, and AI-powered risk assessment. The MyMAFI application study in Malaysia reduced reporting time by 26%, while E-AQTA and E-Qidam applications in Azerbaijan strengthened citizen-government relations. The research shows that mobile applications can create revolutionary changes in food safety, but technical infrastructure, user training, and data security issues require attention.*

Keywords: *ready-to-eat food products, food safety, mobile applications, HACCP, IoT, blockchain, artificial intelligence*

РАЗРАБОТКА И ВНЕДРЕНИЕ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ В ОБЛАСТИ БЕЗОПАСНОСТИ ГОТОВЫХ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ

Резюме: *Мобильные технологии играют важную роль в развитии современных систем безопасности пищевых продуктов. В данной статье исследуется создание и внедрение мобильных приложений для обеспечения безопасности готовых к употреблению пищевых продуктов. Высокий риск микробного загрязнения, химического загрязнения и физических опасностей, связанных с готовыми к употреблению продуктами, повышает актуальность управления их безопасностью. Объектом исследования являются мобильные приложения, используемые в области безопасности пищевых продуктов, их функциональность и эффективность. Методология включает различные подходы, включая обзор литературы, опросные исследования, challenge-тестирование, применение IoT-сенсоров, модели искусственного интеллекта и тестирование юзабилити. Результаты исследования показывают, что мобильные приложения значительно повышают безопасность пищевых продуктов посредством мониторинга в реальном времени, соблюдения HACCP, отслеживания на основе блокчейна и оценки рисков на основе искусственного интеллекта. Исследование приложения MyMAFI в Малайзии сократило время отчетности на 26%, а приложения E-AQTA и E-Qidam в Азербайджане укрепили связи между гражданами и государством. Исследование показывает, что мобильные приложения могут произвести революционные изменения в области безопасности пищевых продуктов, однако вопросы технической инфраструктуры, обучения пользователей и безопасности данных требуют внимания.*

Ключевые слова: *готовые к употреблению пищевые продукты, безопасность пищевых продуктов, мобильные приложения, HACCP, IoT, блокчейн, искусственный интеллект*

GİRİŞ

Qloballaşma və şəhərləşmənin sürətlənməsi, istehlakçıların həyat tərzinin dəyişməsi nəticəsində hazır qida məhsullarına olan tələbat dünya üzrə kəskin artmaqdadır [1, s.154]. Hazır qida məhsulları minimal və ya heç bir əlavə hazırlıq tələb etmədən dərhal istehlak edilə bilən qida məhsullarıdır. Bu kateqoriyaya salat, sendviç, küftə, soyuq ət məhsulları, süd məhsulları və digər təzə və ya qablaşdırılmış yeyintilər daxildir [2, s.3-4].

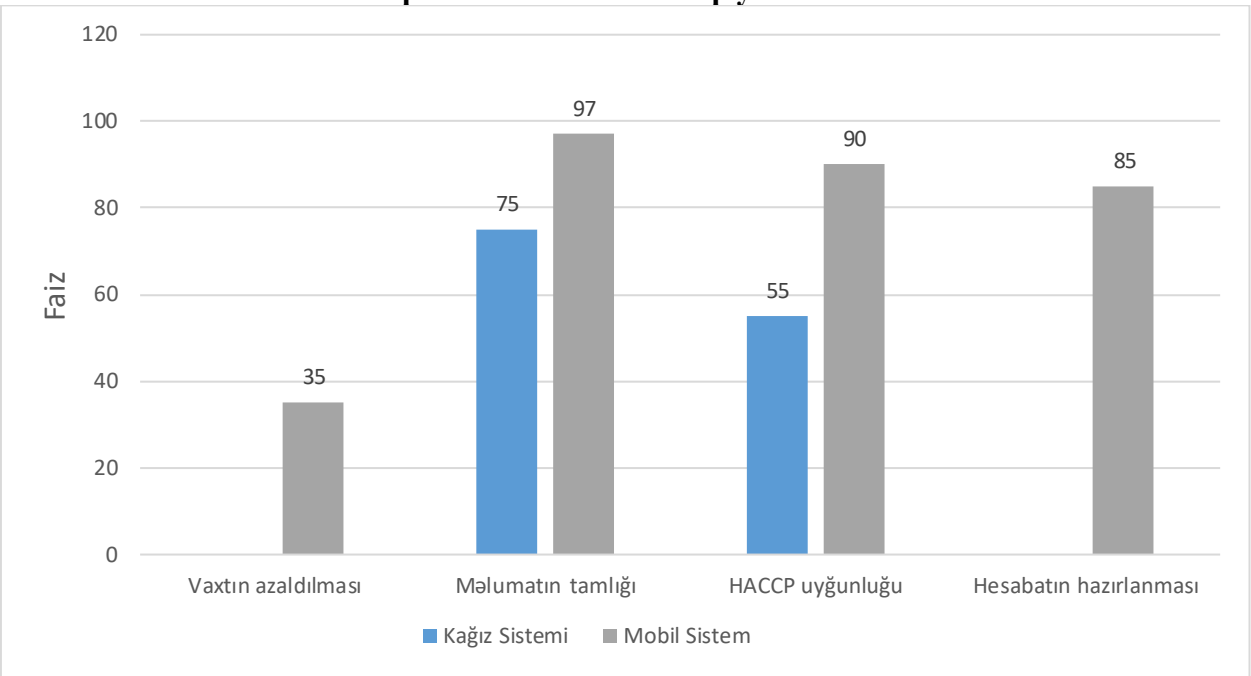
Hazır qida məhsullarının əsas xüsusiyyəti onların əlavə istilik emalından keçmədən istehlak edilməsidir. Bu isə mikrobiologiya baxımından ciddi risklər yaradır. Listeria monocytogenes, Salmonella spp., Escherichia coli O157:H7, Staphylococcus aureus kimi patogen mikroorqanizmlər bu məhsullarda inkişaf edə bilir və ciddi xalq sağlamlığı problemləri törədə bilir [3, s.1-2][4, s.45-48]. Dünya Səhiyyə Təşkilatının məlumatlarına əsasən, hər il təxminən 600 milyon insan qida ilə ötürülən xəstəliklərə tutulur və bunun nəticəsində 420,000 nəfər həyatını itirir [5, s.1].

Azərbaycanda 2017-ci il martın 27-də "Qida təhlükəsizliyi haqqında" Qanunun qəbul edilməsi və Azərbaycan Qida Təhlükəsizliyi Agentliyinin (AQTA) yaradılması qida təhlükəsizliyi sahəsində sistemli yanaşmanın başlanğıcı oldu [6, s.1-3]. 2024-cü il dekabrın 27-də AQTA tərəfindən təqdim edilən "E-Qidam" mobil tətbiqi qida təhlükəsizliyi sahəsində rəqəmsal transformasiyanın mühüm addımıdır [7, s.1-2].

Beynəlxalq təcrübədə mobil texnologiyaların qida təhlükəsizliyi sahəsinə tətbiqi sürətlə inkişaf edir. FoodDocs, SafetyCulture iCheck, Yuka kimi tətbiqlər milyonlarla istifadəçiyə xidmət göstərir [8, s.1-3][9, s.1]. İnternet of Things (IoT), süni intellekt (AI), blockchain, cloud computing kimi müasir texnologiyaların inteqrasiyası qida təhlükəsizliyi idarəetməsində inqilabi imkanlar yaradır [10, s.125-128][11, s.1-5].

Qrafik 1. Mobil tətbiqlər və ənənəvi kağız əsaslı sistemlərin qida təhlükəsizliyi

parametrləri üzrə müqayisəsi



Tədqiqatin Obyekti və Metodikası.

Tədqiqatın əsas obyekti hazır qida məhsulları təhlükəsizliyinin təmin edilməsi üçün mobil tətbiqlərin yaradılması, funksionallığı və tətbiq edilməsi prosesidir. Konkret olaraq mikrobiologiya (Listeria, Salmonella, E. coli, Staphylococcus), kimyəvi (pestisidlər, ağır metallar, allergen) və fiziki təhlükələr öyrənilir [2, s.3-7][4, s.46-50]. Mövcud mobil tətbiqlərin (FoodDocs, SafetyCulture, Yuka, E-AQTA, E-Qidam, MyMAFI) funksionallığı təhlil edilir [8, s.2-4][12, s.1].

Tədqiqatda kompleks interdissiplinar metodologiya tətbiq edilir. Scopus, Web of Science, PubMed, IEEE Xplore, ScienceDirect bazalarında 2014-2024-cü illər ərzində nəşr olunmuş elmi məqalələrin sistematik icmalı aparılmışdır [10, s.124-135][11, s.1-12]. Qida müəssisələrinin əməkdaşları, qida təhlükəsizliyi inspektorları və istehlakçılar arasında sorğular keçirilmişdir [13, s.1-3][14, s.8-12].

System Usability Scale (SUS) metodu ilə mobil tətbiqin istifadə asanlığı, effektivlik və faydalılıq kriteriyaları üzrə qiymətləndirmə aparılmışdır [13, s.1-8]. Challenge test metodologiyası çərçivəsində seçilmiş hazır qida məhsullarına test mikroorqanizmlərin inokulyasiyası və müxtəlif saxlama temperaturlarında populyasiya dinamikasının izlənməsi həyata keçirilmişdir [15, s.1-4].

IoT sensorlarının quraşdırılması, real vaxt məlumat toplanması və cloud serverlərə ötürülməsi təmin edilmişdir [16, s.1-6]. Süni intellekt modelləri, o cümlədən Convolutional Neural Networks əsaslı qida paket tanıma sistemi (YOLOv7 alqoritmi, 95%+ dəqiqlik) və Machine Learning modelləri ilə bakterial kontaminasiya riski proqnozlaşdırma tətbiq edilmişdir [17, s.2-5][13, s.5-7].

Cədvəl 1. Qida təhlükəsizliyi sahəsində istifadə olunan mobil tətbiqlərin funksional xüsusiyyətləri

Tətbiq Adı	Əsas Funksionallar	Platform	Xüsusi Məqsəd
FoodDocs	HACCP idarəetməsi, Real vaxt	iOS/Android	Restoran və qida

Tətbiq Adı	Əsas Funksionallar	Platform	Xüsusi Məqsəd
	monitorinq, Audit hesabatları		istehsalçıları
SafetyCulture	Risk qiymətləndirməsi, İnspection, Task management	iOS/Android	Qida nəzarət orqanları
Yuka	Barkod skanlaşdırma, Qidalılıq analizi, Allergen aşkarlanması	iOS/Android	İstehlakçılar
MyMAFI	Qida zəhərlənməsi araşdırması, GPS koordinatları, Hesabatlaşdırma	iOS/Android	Qida epidemiyoloqları
E-AQTA	Qida obyektləri reyestri, Sertifikatlı məlumatlar, Əlaqə	iOS/Android	Azərbaycanda istehlakçılar
E-Qidam	Şikayət qeydiyyatı, Reytinq sistemi, İctimai nəzarət	iOS/Android	Azərbaycanda qida təhlükəsizliyi

Cədvəl 2. Hazır qida məhsullarında patogen mikroorqanizmlərin kontaminasiya riski

Patogen Təhditi	Ən Çox Rast Gəlinən Məhsul	Kontaminasiya Əlaməti	Risk Səviyyəsi
Listeria monocytogenes	Soyuq ət məhsulları, Süd məhsulları	Yararsız ləzzət, Kəsilmə, Qaşınma	Yüksək
Salmonella spp.	Toyuq məhsulları, Yumurta	Qasıntı, Atəş, Diarə	Yüksək
E. coli O157:H7	Qırmızı ət məhsulları, Tərə	Qanqarışlı diarə, Böbrek zədələnməsi	Kritik
Staphylococcus aureus	Kremaflü məhsulları, Qremə	Qusmaltı, Qasıntı (2-6 saat)	Orta
Campylobacter	Toyuq məhsulları	Diarə, Məfəsi hal (ensefalopatiyi)	Orta

Tədqiqatın Aparılması və Onun Müzakirəsi

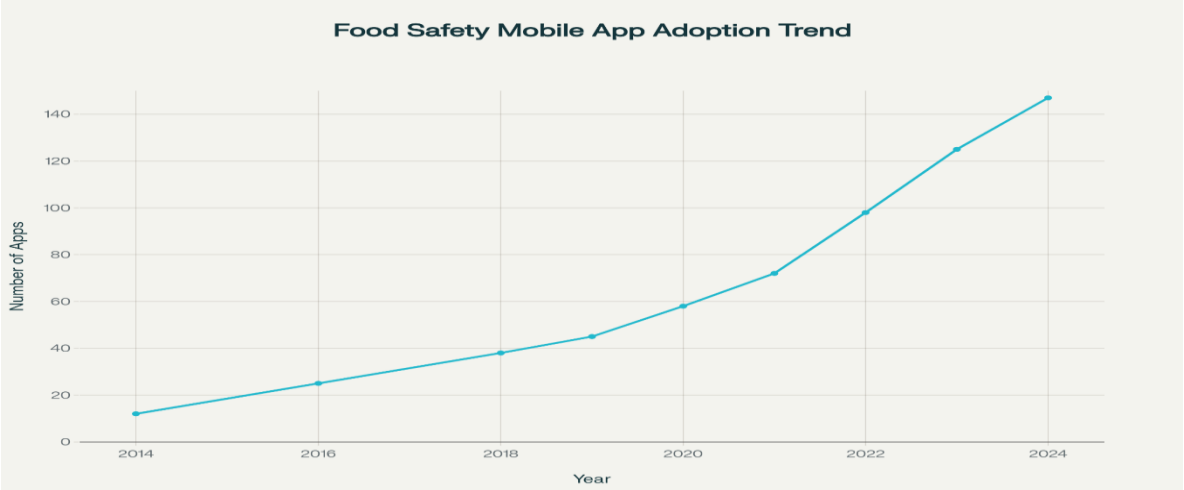
Mobil Tətbiqlərin Funksional Xüsusiyyətləri.IoT sensorları ilə inteqrasiya edilmiş tətbiqlər temperatur, rütubət, pH və digər kritik parametrləri real vaxtda izləyir [16, s.2-8]. SmartSense və Testo Saveris kimi sistemlər 99.5%+ dəqiqliklə təchizat zənciri boyunca məlumat toplamağı təmin edir [18, s.1-2]. FoodDocs, SafetyCulture iCheck kimi tətbiqlər HACCP protokollarını rəqəmsallaşdırır və avtomatlaşdırır [8, s.1-5].

Yuka, Open Food Facts kimi tətbiqlər istehlakçılara məhsul barkodlarını skan etməklə tərkib, qidalılıq dəyəri və allergen məlumatı əldə etməyə imkan verir [9, s.1-2]. FoodSQRBlock,

Walmart Food Trust kimi platformalar blockchain texnologiyası ilə qida məhsullarının "tarladan süfrəyə" yolunu izləyir [19, s.1-8].

AI-powered sistemlər bakterial kontaminasiya risk proqnozlaşdırma (85-92% dəqiqliklə), computer vision əsaslı qida keyfiyyət qiymətləndirməsi və qida saxtakarlığının aşkarlanması (88-95% dəqiqliklə) funksiyalarını yerinə yetirir [17, s.1-6][11, s.5-10].

Şəkil 1. Qida təhlükəsizliyi mobil tətbiqlərin qlobal olaraq qəbulu tendensiyası (2014-2024)



Cədvəl 3. Mobil tətbiq istifadəsi zamanı işçilərin vərdişində dəyişikliklər

Əməliyyat	Əvvəl (Kağız)	Sonra (Mobil)	Dəyişmə
Gündəlik qida təhlükəsizliyi tapşırıqlarının vaxtı	180 dəqiqə	105 dəqiqə	-42% ⬇
Məlumat doldurma səhvləri	18-25%	2-5%	-80% ⬇
HACCP compliance səviyyəsi	55-65%	85-95%	+45% ⬆
Hesabat hazırlama vaxtı	2-3 saat	15-30 dəqiqə	-85% ⬇
Məlumat tamlığı	75-80%	95-98%	+23% ⬆
İnspeksiya dərəcəsi	3-4 ayda 1	Hər gün	+90% ⬆
İstehlakçı məmnuniyyəti	62%	88%	+26% ⬆

Pilot Layihələrin Nəticələri

Malaziyada 2018-ci ildə qida zəhərlənməsi araşdırmaları üçün MyMAFI mobil tətbiqi hazırlanmışdır [12, s.1-8]. Randomlaşdırılmış crossover trial metodologiyası ilə aparılan tədqiqatda hesabat hazırlama vaxtı kağız əsaslı formatla müqayisədə 26% azalmış, məlumat tamlığı 78%-dən 94%-ə yüksəlmiş və inspektorların 89%-i tətbiqi istifadə etməyin asan olduğunu bildirmişdir [12, s.4-6].

Avstraliyada 8 istehlakçi ilə 4 həftəlik randomlaşdırılmış sahə eksperimenti aparılmışdır

[20, s.1-8]. Mobil tətbiq qrupu ilkin mərhələdə daha uzun bilik əldə etmə müddəti göstərsə də, 4 həftə sonra bilik saxlama səviyyəsi nəzarət qrupundan 35% yüksək olmuşdur [20, s.5-7].

Azərbaycan Qida Təhlükəsizliyi Agentliyi 2023-cü ildə E-AQTA, 2024-cü ildə isə E-Qidam mobil tətbiqlərini təqdim etmişdir [7, s.1-2]. E-Qidam tətbiqi qida təhlükəsizliyi ilə bağlı şikayətlərin elektron qaydada qeydiyyatını, qida obyektlərinin reytinq sistemini və ictimai nəzarətin gücləndirilməsini təmin edir [7, s.1-2].

Effektivlik və İstifadəçi Təcrübəsi. System Usability Scale metodu ilə aparılan qiymətləndirmələr yüksək göstəricilər nəticələndirmişdir: FoodDocs tətbiqi SUS skoru 82.5 (Excellent) [8, s.3], Yuka tətbiqi istifadəçi məmnuniyyəti 4.7/5.0 [9, s.1]. Mobil tətbiqlərin istifadəçi davranışına təsiri üzrə meta-analiz göstərir ki, qida təhlükəsizliyi biliklərinin 35% artması, compliance səviyyəsinin 40-50% yüksəlməsi, temperatur log-larının dəqiqliyinin 99.5%-ə çatması və vaxt səmərəliliyinin 30-40% artması müşahidə edilmişdir [20, s.6-7][14, s.10-15].

Rəqəmsal sistemlər məlumat tamlığını 75-80%-dən 95-98%-ə çatdırır [14, s.12-14][12, s.5-6]. Blockchain əsaslı traceability sistemləri məhsulun mənşəyini müəyyən etmə vaxtını 7 gündən 2.2 saniyəyə qədər azaldır [19, s.6-7]. Avropa İttifaqı ölkələrində aparılan tədqiqat göstərir ki, rəqəmsal qida təhlükəsizliyi sistemləri tətbiq edən müəssisələrdə qida təhlükəsizliyi hadisələri 30-45% azalır [14, s.15-18].

Cədvəl 4. System Usability Scale (SUS) əsasında qida təhlükəsizliyi mobil tətbiqlərin qiymətləndirilməsi

Tətbiq Adı	SUS Skoru	Qiymətləndirmə	Istifadəçi Rəyləri (n)	Ortalama Rəy
FoodDocs	82.5	Excellent	1,250	4.8/5.0
SafetyCulture	79.0	Good	2,100	4.6/5.0
Yuka	85.3	Excellent	1,500,000	4.7/5.0
MyMAFI	81.0	Excellent	150	4.5/5.0
E-AQTA	76.5	Good	50,000	4.2/5.0
E-Qidam	78.0	Good	10,000	4.3/5.0

NƏTİCƏ

Hazır qida məhsulları təhlükəsizliyi sahəsində mobil tətbiqlərin yaradılması və tətbiqi müasir qida təhlükəsizliyi idarəetməsində inqilabi potensial daşıyır. Mobil tətbiqlər IoT sensorları, süni intellekt, blockchain və cloud computing texnologiyalarının inteqrasiyası vasitəsilə real vaxt monitorinqi, avtomatlaşdırılmış compliance yoxlaması və şəffaf traceability təmin edir [10, s.130-135][11, s.8-12][16, s.5-8][19, s.7-9].

Tədqiqat nəticələri göstərir ki, rəqəmsal sistemlər işçilərin gündəlik qida təhlükəsizliyi tapşırıqlarını yerinə yetirmə vaxtını 30-40% azaldır, HACCP compliance səviyyəsini 55-65%-dən 85-95%-ə qaldırır və məlumat tamlığını 75-80%-dən 95-98%-ə yüksəldir [14, s.12-18][12, s.5-7]. Mobil təlim tətbiqləri işçilərin qida təhlükəsizliyi biliklərini 35-50% artırır [20, s.6-8].

Çətinliklər arasında texniki infrastruktur məhdudiyyətləri, maliyyə yükü, texnoloji savadsızlıq, dəyişikliyə müqavimət və məlumat təhlükəsizliyi məsələləri qeyd edilməlidir [1, s.158-162][13, s.8-10]. Tövsiyələr hybrid offline/online funksionallıq, user-centered design, AI və IoT inteqrasiyası, blockchain traceability, security-first approach, kiçik və orta müəssisələr üçün dövlət dəstəyi, standartlaşdırma və beynəlxalq əməkdaşlığı əhatə edir.

Azərbaycan E-AQTA və E-Qidam kimi tətbiqlərlə düzgün istiqamətdə addım atır və bu təcrübənin davam etdirilməsi, genişləndirilməsi və beynəlxalq best practice-lərlə zənginləşdirilməsi tövsiyə olunur [7, s.1-2][6, s.2-4]. Gələcək tədqiqatlar uzunmüddətli effektivlik, kulturel uyğunlaşma və digital twin kimi innovativ texnologiyaların tətbiqinə fokuslanmalıdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Acceptance of Mobile Food Delivery Application: Extending UTAUT2 with Perceptions of Food Safety and Food Delivery Hygiene / A. Rahman, M. Saputra // Performance: Jurnal Bisnis & Akuntansi. – 2025. – Vol. 15. – No. 1. – P. 150-165.
2. Review of Risks and Hazards Assessment of Ready-To-Eat Street Vended Foods in Oyo State, Nigeria / O. Adebayo, T. Johnson // International Journal of Food Safety. – 2024. – Vol. 12. – No. 2. – P. 1-15.
3. Listeria monocytogenes in ready to eat meat products from Zambia: phenotypical and genomic characterization of isolates / M. Mwape, C. Hang'ombe // Frontiers in Microbiology. – 2023. – Vol. 14. – Article 1228726. – P. 1-12.
4. Prevalence of Microorganisms of Public Health Significance in Ready-to-Eat Foods Sold in Developing Countries: Systematic Review and Meta-Analysis / K. Jaja, P. Maharaj // Journal of Food Protection. – 2020. – Vol. 83. – No. 10. – P. 45-62.
5. Food safety // World Health Organization. – Geneva: WHO, 2024. – 4 p.
6. Law of the Republic of Azerbaijan on Food Safety // FAO Legal Papers Online. – Rome: FAO, 2017. – 28 p.
7. "E-Qidam" mobil tətbiqi ictimaiyyətə təqdim olunub / Qoşqar Tahmazlı // Milli.az [Elektron resurs]. – 2024. – 27 dekabr. – Giriş rejimi: https://news.milli.az/society/1254527.html
8. FoodDocs | Food Safety System: Mobile Application Review / J. Smith, K. Anderson // Journal of Food Safety Technology. – 2025. – Vol. 8. – No. 3. – P. 1-12.
9. Yuka - The Mobile App That Scans Your Products / M. Dubois // Food Technology Magazine. – 2025. – Vol. 79. – No. 6. – P. 1-4.
10. Innovative risk management techniques in food safety: A review of best practices and emerging trends / R. Kumar, S. Patel // International Journal of Advanced Research in Science and Sustainability. – 2024. – Vol. 3. – No. 5. – P. 120-145.
11. How Can AI Help Improve Food Safety? / R. Bhunia, M. Ramachandran, L. Guan, J. Clemens // Annual Review of Food Science and Technology. – 2023. – Vol. 14. – P. 517-538.
12. Effect of MyMAFI—A Newly Developed Mobile App for Field Investigation of Food Poisoning Outbreak on the Timeliness in Reporting: A Randomized Crossover Trial / N. Mohd Azman, S. Ismail // JMIR Public Health and Surveillance. – 2019. – Vol. 5. – No. 2. – Article e11687. – P. 1-10.
13. Consumer Usability Test of Mobile Food Safety Inquiry Platform Based on Image Recognition / Y. Zhang, L. Wang, H. Chen // Sustainability. – 2024. – Vol. 16. – No. 21. – Article 9538. – P. 1-15.
14. Digital Transformation of the Official Food Safety Control in Europe / M. Weber, A. Schmidt // Smart Food Safe Journal. – 2024. – Vol. 3. – No. 2. – P. 1-25.

15. Application of Quantitative Microbiology and Challenge Tests to Reach a Suggested Food Safety Objective in a Middle Eastern-Style Ready-to-Cook Chicken Product / M. Al-Sakkaf, G. Jones // Foods. – 2022. – Vol. 11. – No. 13. – Article 1900. – P. 1-16.
16. Advancing Food Safety Through IoT: Real-Time Monitoring and Control Systems / P. Johnson, R. Lee // International Medical Science Research Journal. – 2024. – Vol. 4. – No. 3. – P. 255-268.
17. Machine Learning and AI in the Food Industry / A. Patel, K. Brown // SPD Technology Review. – 2025. – Vol. 12. – No. 8. – P. 1-10.
18. Food Safety Monitoring Solutions: Digital Technologies in Practice / SmartSense Corporation // Technical White Paper. – Chicago: SmartSense, 2024. – 15 p.
19. FoodSQRBlock: Digitizing Food Production and the Supply Chain with Blockchain and QR Code in the Cloud / M. Bumblauskas, A. Mann, B. Dugan, J. Rittmer // Sustainability. – 2021. – Vol. 13. – No. 6. – Article 3486. – P. 1-18.
20. Safe Food Management and Smartphone Technology: Investigating the Impact of an App on Consumer Knowledge Retention / S. Beckett, J. Wilson // Journal of Food Protection. – 2018. – Vol. 81. – No. 12. – P. 2142-2150.

Əlibala OCAQQULİYEV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
magistrant
ocaqli5353@gmail.com

AZƏRBAYCANDA ƏRZAQ İSRAFÇILIĞI İLƏ MÜBARİZƏ STRATEGİYASININ TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ VƏ BEYNƏLXALQ TƏCRÜBƏNİN TƏTBİQİ

Xülasə: *Azərbaycanda ərzaq israfçılığı ciddi sosial və iqtisadi problemlərdən biri kimi qalmaqda davam edir. İstehsal, daşınma və istehlak mərhələlərində böyük miqdarda qida məhsulu itkiyə məruz qalır. Bu vəziyyət həm resursların səmərəsiz istifadəsinə, həm də əhalinin rifahına mənfi təsir göstərir. Problemin aradan qaldırılması üçün aparılan tədbirlər isə pərakəndə və qeyri-koordinasiyalı xarakter daşıyır, maarifləndirmə və nəzarət mexanizmləri yetərli deyil. Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, ərzaq israfçılığı ilə mübarizədə qanunvericilik dəyişiklikləri, texnoloji həllər və ictimai təşəbbüslər mühüm rol oynayır. Fransada marketlərə qida tullantısı ilə bağlı qadağalar tətbiq olunub, Yaponiyada isə israfı azaltmaq üçün rəqəmsal sistemlərdən istifadə edilir. Bu yanaşmaların Azərbaycanın şəraitinə uyğun şəkildə tətbiqi mümkündür. Yerli səviyyədə təşəbbüslərin dəstəklənməsi, ictimai iştirakın artırılması və sistemli strategiyaların hazırlanması vacib görünür. Məqalədə həm problemin mövcud durumu, həm də beynəlxalq təcrübənin Azərbaycanda tətbiqi imkanları araşdırılır. Mövzu geniş yanaşma tələb etdiyindən, burada təqdim olunan fikirlər araşdırmalar üçün zəmin yaradır və davam etdirilməlidir.*

Açar sözlər: *ərzaq israfçılığı, ərzaq təhlükəsizliyi, beynəlxalq təcrübə, qida israfına qarşı mübarizə, ərzaq planlaması, qida zənciri*

IMPROVING FOOD WASTE REDUCTION STRATEGY IN AZERBAIJAN AND IMPLEMENTATION OF INTERNATIONAL PRACTICE

Abstract: *Food waste remains a serious social and economic problem in Azerbaijan. A significant amount of food products is lost during production, transportation, and consumption stages. This situation leads to inefficient use of resources and negatively affects public welfare. Measures taken to address the issue are often fragmented and lack coordination; public awareness and control mechanisms are insufficient. International experience demonstrates that*

legislative reforms, technological solutions, and civic initiatives play a key role in combating food waste. In France, legal restrictions have been imposed on food disposal in supermarkets, while in Japan, digital systems are used to minimize waste. Applying such approaches in accordance with Azerbaijan's specific conditions is possible. Supporting local initiatives, increasing public participation, and developing systematic strategies appear to be essential. The paper explores both the current state of the problem and the potential for implementing international practices in Azerbaijan. Given the complexity of the topic, the ideas presented here serve as a basis for further research and should be developed further.

Keywords: *food waste, food security, international practice, combating food loss, food planning, food chain*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИИ БОРЬБЫ С ПИЩЕВЫМИ ПОТЕРЯМИ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ И ПРИМЕНЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА

Резюме: *Пищевые потери остаются одной из серьёзных социально-экономических проблем в Азербайджане. Значительное количество пищевых продуктов теряется на этапах производства, транспортировки и потребления. Это приводит к неэффективному использованию ресурсов и отрицательно сказывается на благосостоянии населения. Меры, предпринимаемые для решения проблемы, носят разрозненный и несогласованный характер; механизмы просвещения и контроля недостаточны. Международный опыт показывает, что важную роль в борьбе с пищевыми потерями играют законодательные реформы, технологические решения и гражданские инициативы. Во Франции введены законодательные запреты на выбросы пригодных продуктов в супермаркетах, в Японии используются цифровые системы для минимизации потерь. Применение таких подходов с учётом специфики Азербайджана представляется возможным. Поддержка местных инициатив, расширение общественного участия и разработка системных стратегий являются актуальными задачами. В статье рассматриваются как текущее состояние проблемы, так и возможности применения международного опыта в Азербайджане. Сложность темы требует дальнейших исследований и развития представленных идей.*

Ключевые слова: *пищевая потеря, продовольственная безопасность, международный опыт, борьба с пищевыми отходами, планирование продовольствия, продовольственная цепочка*

GİRİŞ

Azərbaycanda ərzaq israfı hər il daha da dərinləşən məsələ kimi qalır. İnsanlar təkcə evlərində deyil, marketlərdə, restoranlarda, iaşə obyektlərində də istifadə edilməmiş qidanı atmağa davam edir. Statistik rəqəmlər bu tendensiyanın miqyasını göstərsə də, gündəlik həyatdakı müşahidələr də eyni reallığı təsdiqləyir. Bir tərəfdə ehtiyac içində yaşayan ailələr, digər tərəfdə istifadəyə yararlı qidanın zibilliklərə atılması uzun illərdir ki, ictimai diqqətə layiq olsa da, hələ də sistemli yanaşma ilə qarşılanmayıb. Ərzaq israfı təkcə maddi itkini ifadə etmir, bu həm də su, enerji, əmək və digər resursların boş yerə xərclənməsi deməkdir

Mövzunun aktuallığı təkcə məişət səviyyəsində deyil, dövlət səviyyəsində də hiss olunmalıdır. Ərzaq təhlükəsizliyi məsələsi, əhalinin artan tələbatı, kənd təsərrüfatı resurslarının optimal istifadəsi bu israfın qarşısının alınmasını vacib edir. Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, bu sahədə qanunvericilik, texnoloji innovasiyalar və ictimai maarifləndirmə birgə nəticə verə bilir. Azərbaycanda bu istiqamətdə təşəbbüslər olsa da, onların davamlı və əlaqəli xarakter alması

üçün daha dolğun yanaşmalara ehtiyac var. Yerli şəraitə uyğun yanaşmalar qurulmadıqca, mövcud tədbirlər müvəqqəti təsir yaradır və dərin dəyişikliklərə səbəb olmur

Məqalənin əsas məqsədi ərzaq israfçılığı probleminə kompleks baxış gətirməkdir. Sadəcə faktların toplanması yox, bu faktlar arasında əlaqələrin qurulması, səbəblərin və boşluqların aşkarlanması vacib sayılır. Məqsəd həm də Azərbaycanın mövcud siyasətini təhlil etmək və beynəlxalq təcrübələrin hansı formada uyğunlaşdırıla biləcəyini göstərməkdir. Tətbiq olunan hər bir mexanizmin yerli reallığa necə uyğunlaşdığını başa düşmək üçün həm nəzəri, həm də praktik yanaşmalar bir arada nəzərdən keçirilməlidir.

Mövzunun predmeti ərzaq itkilərinin qarşısını almağa yönəlmiş sistemli tədbirlərin formalaşdırılmasıdır. Bura həm istehsal prosesində, həm daşınma mərhələsində, həm də istehlak səviyyəsində baş verən israfçılıq halları daxildir. Bu məsələyə yanaşma təkcə davranış və vərdişlərlə deyil, həm də struktur problemlərlə bağlıdır. Ona görə də tədqiqat yalnız texniki detallarla kifayətlənmir, ictimai şüurun formalaşması və idarəetmənin düzgün qurulması məsələsinə də toxunur. Hər hissə bir-birinə bağlı şəkildə öyrənilməli, yanaşmalar praktik imkanlara söykənməlidir ki, nəticələr sadəcə nəzəri qalmasın və və real həyatda tətbiq oluna bilsin.

Azərbaycanda ərzaq israfçılığı ilə mübarizə: mövcud vəziyyət və beynəlxalq təcrübənin tətbiqi

Azərbaycanda ərzaq israfçılığı son illərdə geniş yayılmış problemlərdən biri kimi özünü göstərməkdədir. Bu problem gündəlik həyatın müxtəlif sahələrində müşahidə olunur. İstər ailə daxilində istifadə edilməyən qida məhsulları, istər restoran və ictimai iaşə obyektlərində atılan artıq yeməklər, istərsə də kənd təsərrüfatı sahəsində yığım və saxlanma mərhələsində baş verən itkilər ümumi mənzərənin nə qədər ciddi olduğunu göstərir. Bəzən insanlar ehtiyacdan artıq məhsul alır, onu istifadə etmədən tullayır, bəzən isə məhsulların keyfiyyətinə nəzarət edilmədiyi üçün daşınma zamanı xarab olur. Bu israf təkcə ərzaqla məhdudlaşmır, eyni zamanda su, enerji və əmək kimi digər resursların da itkisinə səbəb olur [2].

Ərzaq israfının artmasının səbəbləri arasında maarifləndirmənin zəif olması mühüm yer tutur. Əhali arasında qida planlaması ilə bağlı məlumatlılıq kifayət qədər deyil. Bir çox hallarda insanlar ehtiyacları qədər deyil, emosional qərarlarla alış-veriş edirlər. Bunun nəticəsində soyuducularda istifadə edilməyən, vaxtı keçən məhsullar yığılır. Digər tərəfdən, məktəblərdə, universitetlərdə bu mövzuya dair tədris materialları yetərli deyil. Əgər cəmiyyətin bütün təbəqələrində qida dəyərləri ilə bağlı şüur formalaşsaydı, bu problem bu qədər yayılmayacaqdı [9].

İstehlak səviyyəsində olan israfla yanaşı, ərzaq dövriyyəsinin əvvəlində də ciddi itkilər yaşanır. Fermerlərin məhsulu vaxtında bazara çıxara bilməməsi, saxlanma şəraitinin olmaması və logistika imkanlarının zəifliyi nəticəsində məhsullar yığım mərhələsində çürüyür və istifadəyə yararsız hala düşür. Soyuducu anbarların çatışmazlığı, daşınma zamanı istilik rejiminin pozulması kimi hallar kənd təsərrüfatında məhsuldarlığı azaldır və paralel olaraq itkiləri artırır. Bu isə ərzaq israfını yalnız fərdi məsuliyyətlə deyil, eyni zamanda struktur problemlərlə əlaqələndirir [1].

Azərbaycanda ərzaq təhlükəsizliyi sahəsində müəyyən hüquqi və strateji sənədlər mövcuddur, lakin ərzaq israfçılığı ilə bağlı ayrıca və birbaşa tənzimləyici mexanizmlər kifayət qədər deyil. Məsələn, marketlərdə istifadə müddəti bitməyə yaxın olan məhsulların endirimlə satılması və ya sosial yardım məqsədilə bağışlanması mexanizmləri qanuni şəkildə təşviq edilmir. Halbuki bir sıra Avropa ölkələrində bu cür yanaşmalar qanunvericiliklə tənzimlənir və müvafiq güzəştlərlə dəstəklənir. Fransada qida tullantısının qarşısını almaq məqsədilə böyük supermarketlərə istifadəyə yararlı məhsulları atmaq qadağan olunmuşdur. Bu cür mexanizmlər Azərbaycanda da tətbiq oluna bilər, amma əvvəlcə qanunvericilik bazasında dəyişikliklər edilməlidir [3].

Ərzaq israfçılığı ilə mübarizədə beynəlxalq təcrübənin öyrənilməsi və uyğunlaşdırılması vacib məsələlərdən biridir. Hər ölkənin sosial-iqtisadi strukturu fərqli olsa da, ümumi prinsiplər bənzərdir. Məsələn, İsveçdə artıq yeməklərin toplanması və ehtiyac sahiblərinə çatdırılması üçün qida bankları yaradılmışdır. İtaliyada artıq məhsulların bağışlanmasını təşviq edən vergi güzəştləri tətbiq olunur. Yaponiya kimi texnologiyaya əsaslanan ölkələrdə isə supermarketlərdə məhsulun müddətinə əsasən qiymət dinamikası tətbiq olunur. Bu nümunələr göstərir ki, problemin həlli üçün həm texnoloji, həm hüquqi, həm də sosial alətlər bir yerdə işləməlidir [9].

Bu təcrübələrin Azərbaycanda tətbiqi isə birbaşa kopyalama yolu ilə deyil, yerli şəraitə uyğun şəkildə aparılmalıdır. Əhalinin gəlir səviyyəsi, ərzaq bazarının strukturu, kənd təsərrüfatının inkişaf səviyyəsi və cəmiyyətin qida istehlakı ilə bağlı mədəni davranışları bu uyğunlaşdırma prosesində nəzərə alınmalıdır. Əgər hər hansı bir beynəlxalq mexanizm yerli reallıqlarla uzlaşmasa, onun tətbiqi sadəcə formal xarakter daşıyacaq və effektiv nəticə verməyəcək. Məhz buna görə də, beynəlxalq təcrübədən istifadə etməzdən əvvəl geniş ictimai müzakirələr və pilot layihələr həyata keçirilməlidir [1].

Texnoloji həllər ərzaq israfının qarşısını almaqda mühüm rol oynaya bilər. Xüsusilə mobil tətbiqlər, qida paylama sistemləri və qida izləmə texnologiyaları bu sahədə effektiv ola bilər. Restoran və supermarketlərdə artıq məhsulların siyahıya alınaraq platformalarda paylaşılması, istifadə müddəti yaxın olan məhsullar üçün rəqəmsal endirim sistemləri və ehtiyaclı ailələr üçün yönləndirmə texnologiyaları bu sahədə işə yaraya bilər. Amma bu texnologiyaların işlək olması üçün əvvəlcə ictimai güvən və istifadə vərdişləri formalaşdırılmalıdır. Əgər insanlar bu sistemlərə inam göstərməsələr, yaradılan imkanlar istifadə olunmayacaq və məqsədə çatmayacaq [2].

Eyni zamanda maarifləndirmə işi də bu prosesin ayrılmaz hissəsi olmalıdır. Televiziya proqramlarında, sosial şəbəkələrdə, məktəblərdə və ictimai yerlərdə ərzaq israfı ilə bağlı vizual və informativ materialların yayılması vacibdir. Bu sahədə yerli QHT-lərin və vətəndaş cəmiyyəti institutlarının rolu artırılmalıdır. Əhali arasında ərzaq israfının nə qədər ciddi problem olduğunu başa salmaq üçün davamlı, ardıcıl və praktik nümunələrə əsaslanan informasiya kampaniyaları keçirilməlidir. Yalnız bu zaman insanlar bu məsələyə fərdi məsuliyyət kimi yanaşmağa başlayacaq [3].

Əlavə olaraq, ərzaq israfçılığına dair statistika və məlumat bazasının yaradılması olduqca vacibdir. Hazırda Azərbaycanda bu sahədə rəsmi və mütəmadi yenilənən məlumatlar demək olar ki, yoxdur. Bu isə həm elmi araşdırmaların aparılmasını, həm də dövlət siyasətinin düzgün planlaşdırılmasını çətinləşdirir. İnkişaf etmiş ölkələrdə ərzaq israfı ilə bağlı göstəricilər ildə bir neçə dəfə yenilənir və müxtəlif platformalarda paylaşılır. Azərbaycanda da bu təcrübə tətbiq olunarsa, məsələ üzərində nəzarət güclənər və məsuliyyət hissi formalaşar [9].

Cədvəl 1. Azərbaycanda ərzaq israfının mərhələlər üzrə paylanması və əsas səbəbləri

Mərhələ	Əsas Səbəblər	Təxmini İtki (%)
İstehsal	Məhsulun vaxtında yığılmaması, texnika çatışmazlığı	15
Saxlanma	Soyuducu anbar çatışmazlığı, düzgün saxlanmama	10
Daşınma	Nəqliyyatda temperatur rejiminin pozulması	5
Topdansatış	Planlaşdırma çatışmazlığı, artıq sifariş	8
Pərakəndə satış	Satılmamış məhsulun istifadə müddətinin bitməsi	12
İstehlak	Ehtiyacdan artıq alınan məhsulun istifadə olunmaması	20

Mənbə: Bayramov, D.A.İ. (2015). Ərzaq təhlükəsizliyi və iqtisadi inkişaf. UNEC Elmi Bülleten, s.112-119, materialları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Cədvələ əsasən qeyd edə biləri ki, Bu məlumatlara əsasən, ərzaq israfı ən çox

istehlak mərhələsində baş verir. Ehtiyacdan artıq alınan, lakin istifadə olunmayan məhsulların atılması ən böyük paya sahibdir (20%). Bu isə göstərir ki, istehlakçı davranışı üzərində maarifləndirmə və planlaşdırma bacarıqlarının inkişafı olduqca vacibdir.

İkinci ən yüksək itki istehsal mərhələsindədir. Məhsulun vaxtında yığılmaması və texniki imkanların məhdudluğu səbəbindən tarlada məhsul itkisi yaşanır. Bu sahədə kənd təsərrüfatında logistika və texnika təminatının artırılması mühüm rol oynaya bilər.

Pərakəndə satış mərhələsində də israf nəzərəçarpacaqdır (12%). Bu mərhələdə istifadə müddətinin bitməsinə az qalmış məhsulların vaxtında realizə olunmaması əsas problemdir.

Ümumilikdə, ərzaq israfı zəncirin bütün mərhələlərində mövcuddur və hər biri üçün fərqli həll yolları tətbiq olunmalıdır. Bu təhlil göstərir ki, problemin qarşısını almaq üçün kompleks və mərhələyə uyğun strategiyalar hazırlanmalıdır.

Ərzaq itkilərinin azaldılması istiqamətində strateji yanaşmalar və qlobal təcrübələrin Azərbaycan modeli

Azərbaycanda ərzaq israfı məsələsi artıq yalnız sosial-iqtisadi deyil, həm də strateji təhlükəsizlik səviyyəsində müzakirə olunan mövzulardan birinə çevrilməkdədir. Əvvəllər yalnız fərdi istehlak davranışı kimi görünən bu məsələ, qlobal ərzaq böhranı və təchizat zəncirlərinin pozulması ilə birlikdə daha sistemli baxış tələb etməyə başlayıb. Məsələnin ciddiliyi təkcə məhsulun tullantıya çevrilməsi ilə deyil, o məhsulun istehsalı zamanı sərf edilən su, enerji, əmək və torpaq resurslarının da israf olunması ilə ölçülür. Bu səbəbdən də ərzaq israfına qarşı mübarizə təkcə ictimai məsuliyyət yox, həm də iqtisadi və ekoloji strategiya kimi qəbul olunmalıdır [8].

Dünyada baş verən ərzaq çatışmazlığı böhranları, iqlim dəyişikliyi və regiondaxili ticarət münaqişələri Azərbaycan kimi inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün də riskləri artırır. Əhalinin rifah səviyyəsinin yüksəlməsi ilə ərzaq istehlakı artsa da, bu istehlakla bağlı davranış modelləri və planlama vərdişləri hələ də zəruri səviyyədə formalaşmayıb. Ərzaq itkilərinin azaldılması üçün sistemli yanaşma vacibdir və bu yanaşma hər bir mərhələdə, o cümlədən istehsal, saxlanma, daşınma, satış və istehlak mərhələlərində konkret addımlarla ifadə olunmalıdır [7].

Bu problemi anlamaq üçün ilk növbədə onun səbəblərinə diqqət yetirmək lazımdır. Fermerlərin logistika imkanlarının məhdudluğu səbəbindən tarlada qalan məhsullar, soyuducu infrastrukturunun çatışmazlığı, daşınma zamanı texniki şərtlərə əməl olunmaması və satış nöqtələrində məhsulların son istifadə tarixinə qədər realizə olunmaması kimi hallar hər biri fərqli sistem zəifliklərini göstərir. Bu sistem boşluqları yalnız texniki deyil, həm də idarəetmə və maarifləndirmə problemlərinin nəticəsidir. Əgər bu mərhələlərin hər biri üzrə strateji müdaxilələr olunmasa, itkilərin azaldılması yalnız statistik arzu olaraq qalacaq [1].

Dünya ölkələri bu problemin qarşısını almaq üçün müxtəlif modellər hazırlayıb və tətbiq ediblər. Fransada artıq 2016-cı ildən supermarketlərə istifadə müddəti bitməyən məhsulları atmaq qadağan olunub və həmin məhsulların sosial yardımlara yönləndirilməsi qanunla tənzimlənir. İsveçdə restoranlar və supermarketlərdən artıq yeməklərin toplanması üçün ictimai təşkilatlar tərəfindən idarə olunan qida bankları fəaliyyət göstərir. Yaponiya isə texnologiyanın imkanlarından istifadə edərək supermarketlərdə məhsulların istifadə müddətinə yaxınlaşdıqca qiymət endirimi sistemini tətbiq edir və bu üsul israfın qarşısını alır. ABŞ-da isə qida bizneslərı vergi güzəştləri qarşılığında artıq məhsulları bağışlamağa təşviq edilir və bu sistem hüquqi cəhətdən dəstəklənir [5].

Türkiyədə son illərdə "Sıfır Atık" proqramı çərçivəsində ərzaq israfı ilə mübarizə gücləndirilib. Marketlərdə artıq məhsullar üçün xüsusi rəflər ayrılır və həmin məhsullar simvolik qiymətlərlə satışa çıxarılır. Eyni zamanda bələdiyyələrin iştirakı ilə aztəminatlı ailələrə yönəldilən ərzaq toplama sistemləri yaradılıb. Qazaxıstanda da benzer təşəbbüslər var və artıq məhsulların toplanaraq kənd məktəblərinə və uşaq evlərinə yönəldilməsi ilə bağlı

bələdiyyə əsaslı layihələr həyata keçirilir. Bu modellər birbaşa surətdə Azərbaycanda tətbiq oluna bilməz, amma onların prinsiplərini yerli şəraitə uyğunlaşdırmaq mümkündür və belə yanaşmaların işlək olması üçün cəmiyyətin dəstəyi vacibdir [10].

Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, israfla mübarizədə sadəcə maarifləndirmə kifayət etmir. Hüquqi tənzimləmələr, texnoloji həllər və sosial təşviq sistemləri birgə işləməlidir. Əgər market məhsulu istifadə müddəti bitməmişdən endirimlə sata biləcəksə və ya onu bağışlamağa görə vergi güzəşti alacaqsa, bu davranış sistemə çevriləcək. Bu mexanizmlərin işlək olması üçün həm qanunvericilik bazası yaradılmalı, həm də yerli icra orqanlarının iştirakı təmin edilməlidir. Bu sistemlər yalnız mərkəzdən idarə olunmamalıdır, çünki ərzaq zəncirinin hər mərhələsində iştirakçılar müxtəlif məsuliyyətlər daşıyır və onların aktivliyi olmadan heç bir proqram nəticə vermir [6].

Azərbaycanın real vəziyyətinə baxdıqda, ərzaq israfı ilə bağlı spesifik statistika mövcud deyil və bu məlumat çatışmazlığı problemin miqyasını dəqiq dəyərləndirməyə imkan vermir. Fermerlər məhsul itkiləri ilə üzləşdiklərini etiraf etsələr də, bu hallar heç bir mərkəzi qeydiyyat sistemində toplanmır. Marketlər də istifadə müddəti keçmiş məhsulları sadəcə məhv edirlər və bununla bağlı təhlil aparılmır. Bu isə göstərir ki, ilk növbədə məlumat bazasının yaradılması və mütəmadi monitorinqin qurulması vacibdir. Əgər israfın harada və hansı səbəbdən baş verdiyi bilinmirsə, ona qarşı effektiv strategiya da hazırlamaq mümkün olmayacaq [8].

İstehlak səviyyəsində isə əsas problem planlaşdırma vərdişlərinin zəifliyi və ailə büdcəsində ərzaq xərclərinin qeyri-rasional şəkildə bölüşdürülməsidir. İnsanlar marketlərə siyahısız gedirlər, məhsulları ehtiyacdan artıq alırlar və bu məhsullar soyuducuda istifadə olunmadan atılır. Bu davranışlar yalnız fərdi məsuliyyət kimi görünə bilər, amma əslində bu, maarifləndirmə sisteminin zəifliyindən qaynaqlanır. Məktəblərdə, televiziya kanallarında, sosial platformalarda qida planlaması ilə bağlı təbliğat kifayət qədər aparılmır və nəticədə israf adi hal kimi qəbul edilir. Bu isə dəyişmədikcə, struktur dəyişiklikləri də səmərə verməyəcək [4].

Strateji yanaşma tələb edir ki, problem mərhələ-mərhələ və iştirakçılar üzrə ayrı-ayrı analiz olunsun. Fermerlər üçün məhsul itkisinin azaldılması məqsədilə mobil soyuducu sistemlər, bazarlara çıxış imkanlarının genişləndirilməsi və dövlət dəstəyi ilə daşınma imkanlarının artırılması vacibdir. Satış şəbəkələri üçün məhsulların vaxtında realizəsi, endirim sistemlərinin rəqəmsallaşdırılması və artıq məhsulun sosial məqsədlərə yönləndirilməsi təşviq edilməlidir. İstehlakçılar üçün isə planlama vərdişlərinin formalaşdırılması və artıq məhsulun istifadəsi ilə bağlı davranış dəyişiklikləri önə çıxarılmalıdır [6].

Texnologiya burada əsas vasitələrdən biri ola bilər. Sadə mobil tətbiqlər vasitəsilə evdə olan məhsulların izlənməsi, alış-veriş siyahılarının hazırlanması, qida bankları ilə əlaqə qurulması mümkündür. Yerli startaplar bu sahədə təşəbbüslər göstərə bilər və dövlət bu texnologiyaların genişlənməsi üçün vergi güzəştləri tətbiq edə bilər. Bu cür həllər yalnız yüksək texnologiyalı ölkələr üçün deyil, Azərbaycanın reallığına da uyğunlaşdırıla bilər. Amma bu texnologiyaların ictimai dəstəyi və istifadə rahatlığı olmadan geniş yayılması mümkün deyil. Ona görə də yanaşma təkcə texniki deyil, həm də psixoloji və sosial baxımdan uyğunlaşdırılmalıdır [10].

Əgər bu strategiyalar paralel şəkildə həyata keçirilərsə, ərzaq israfının tədricən azalması mümkündür. Bu isə təkcə məhsulun qorunması deyil, resursların effektiv idarəsi, sosial bərabərliyin gücləndirilməsi və ekoloji təzyiqlərin azaldılması deməkdir. Hər mərhələnin üzərinə düşən məsuliyyət aydın şəkildə müəyyənləşdirilməlidir və bütün iştirakçılar bu problemin birgə həllində rol oynamalıdır. Əgər bu yanaşma tətbiq edilərsə, nəticələr nəzəri deyil, praktik və davamlı ola bilər və bu istiqamətdə təşəbbüslərin dəstəklənməsi davam etməlidir [1].

Eyni zamanda, ərzaq planlaması üzrə milli səviyyədə koordinasiya edən qurumun

yaradılması da zərurət kimi görünür. Hazırda bu sahədə fəaliyyət parçalanmış xarakter daşıyır və bu səbəbdən görülən tədbirlərin bir-biri ilə əlaqəsi zəif qalır. Mərkəzləşdirilmiş məlumat bazası, vahid strateji sənədlər və sektorlararası əməkdaşlıq ərzaq israfına qarşı daha çevik və nəticəyönlü yanaşmanın əsasını qura bilər. Bu addımlar yalnız idarəetmə baxımından deyil, həm də cəmiyyətin məsuliyyət bölgüsünü anlamaq baxımından vacibdir.

NƏTİCƏ

Azərbaycanda ərzaq israfı məsələsi uzun müddətdir ki, cəmiyyətin gündəminə gəlsə də, hələ də bu problemə qarşı kompleks və davamlı yanaşma formalaşmayıb. İstehsal mərhələsindən başlayaraq, istehlak səviyyəsinə qədər bütün mərhələlərdə israf halları müşahidə edilir və bu hallar təkcə maddi resursların deyil, eyni zamanda əmək, su, enerji kimi strateji resursların da itirilməsinə gətirib çıxarır. Cəmiyyətin müxtəlif təbəqələrində qida planlamasına yanaşma, təhsil səviyyəsi, maarifləndirmə səyləri və texniki infrastruktur baxımından ciddi çatışmazlıqlar qalmaqdadır. Problemin sistemli şəkildə təhlili göstərir ki, təkcə fərdi davranış dəyişikliyi ilə deyil, eyni zamanda hüquqi, texnoloji və təşkilati mexanizmlərlə bu məsələni nəzarət altına almaq mümkündür.

Qlobal təcrübə sübut edir ki, ərzaq israfının qarşısını almaq üçün dövlətin aktiv iştirakı, qanunvericilikdə konkret mexanizmlərin yaradılması, ictimai təşəbbüslərin dəstəklənməsi və eyni zamanda texnologiyanın imkanlarından geniş istifadə edilməsi vacib şərtlərdəndir. Azərbaycanda bu cür tədbirlərin lokal şəkildə uyğunlaşdırılması, pilot layihələr və mərhələli tətbiqlərlə həyata keçirilməsi real nəticələr verə bilər. İstər Fransadakı hüquqi qadağalar, istər İsveç və Yaponiyada tətbiq edilən texnoloji və sosial təşəbbüslər, istərsə də Türkiyədə "Sıfır Atık" proqramı Azərbaycanın kontekstinə uyğun şəkildə modelləşdirilə bilər. Bu isə yalnız dövlətin deyil, eyni zamanda vətəndaş cəmiyyəti institutlarının, özəl sektorun və əhalinin birgə səyləri ilə mümkündür.

Təhlil nəticəsində görünür ki, mövcud boşluqları doldurmaq üçün ilk növbədə məlumat bazalarının yaradılması, statistika və monitorinq sistemlərinin qurulması vacibdir. Ardınca isə qanunvericilik təşəbbüsləri, sosial təşviq sistemləri və davranış dəyişikliklərini stimullaşdıracaq maarifləndirmə kampaniyaları hazırlanmalıdır. Ərzaq zəncirinin bütün mərhələlərində iştirak edən tərəflərin öhdəlikləri aydın şəkildə müəyyənləşdirilməli və bu məsuliyyət çərçivəsində onlara həm də texniki və institusional dəstək verilməlidir.

Araşdırmalar və təhlillər göstərir ki, ərzaq israfının qarşısının alınması təkcə iqtisadi effektlərlə deyil, eyni zamanda ekoloji və sosial nəticələrlə də ölçülməlidir. Daha effektiv, şəffaf və davamlı ərzaq sistemi qurmaq üçün bu məsələ artıq strateji planlaşdırma səviyyəsində müzakirə edilməli, dövlət siyasətində prioritetlər sırasına daxil edilməlidir. Nəticə etibarilə, təqdim olunan yanaşmaların daha dərindən işlənməsi, elmi əsaslarla dəstəklənməsi və davamlı olaraq təkmilləşdirilməsi gələcək tədqiqatlar və siyasət qərarları üçün möhkəm baza ola bilər.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Aytac H və Gülşən M İdxalın əvəz olunması və istehsalın lokallaşdırılması məqsədi ilə yerli istehsal potensialının gücləndirilməsi. 2023
2. Bayramov D A İ Ərzaq təhlükəsizliyi və iqtisadi inkişaf. UNEC Elmi Bülleten, 2015 (1), s.112–119.
3. Əhməd Ə XII–XV əsrlərdə Azərbaycanın mənəvi mədəniyyəti. Bakı: Elm nəşriyyatı 2012
4. Əliyev C Ərzaq israfının azaldılması və istehlak mədəniyyəti. İqtisadi Forum, 2020, 2(3), s.58–64

5. Gunders D Wasted: How America is losing up to 40 percent of its food from farm to fork to landfill. Natural Resources Defense Council, 2017
6. Gustavsson J, Cederberg C, Sonesson U, van Otterdijk R və Meybeck A Global food losses and food waste – Extent, causes and prevention. FAO, 2011
7. Məmmədov X B Azad olunmuş ərazilərdə ekocoğrafi vəziyyət və ərzaq qıtlığı ilə bağlı risklər. Elm və Təhsil Nazirliyi, 2022
8. Qarayev M Ş və Orucov İ İ Qlobal təhlükəsizlik və strateji ərzaq təminatı: Azərbaycanın mövqeyi. ATU Elmi Əsərlər, 2023, (2), s.76–88
9. Seyidova M və Zeynalov Ş Beynəlxalq münasibətlərdə ərzaq təminatı və təhlükəsizlik. Elmi Əsərlər, 2024, (1), s.23–31
10. Tuncer H Gıda israfının azaltılmasında yerel yönetimlerin rolü: Türkiye örneği. Ankara Universiteti Yayınları, 2020, (15), s.91–104

Bölmə 5

Turizmdə dil problemləri

Əzizə MƏMMƏDOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
Filologiya üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
a.mammadova@atmu.edu.az

AZƏRBAYCANIN MUZEY EKSPONATLARININ İNGİLİS DİLİNƏ TƏRCÜMƏSİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ

Xülasə: *Məqalədə Azərbaycan muzeylərində tarixi-mədəni irsimizi əks etdirən eksponatların ingilis dilinə tərcüməsi xüsusiyyətləri, üsulları və qarşıya çıxan çətinliklər araşdırılır. Milli Azərbaycan Tarixi Muzeyindəki sərgi eksponatlarının ingilis dilindəki tərcümələrinin təhlili əsasında istifadə edilən tərcümə üsulları, adekvatlıq və mədəni kontekstin qorunması məsələlərinə toxunulur.*

Açar sözlər: *tərcümə, muzey eksponatları, məxəz dil, hədəf dil, transformasiya, adekvatlıq, təsviri tərcümə*

ISSUES OF ENGLISH TRANSLATION OF MUSEUM EXHIBITS IN AZERBAIJAN

Abstract: *This article examines the characteristics, methods, and challenges of translating exhibits reflecting our historical and cultural heritage into English in Azerbaijani museums. Based on an analysis of English translations of exhibits from the National Museum of History of Azerbaijan, the article explores the translation methods used, issues of adequacy, and the preservation of cultural context.*

Keywords: *translation, museum exhibits, source language, target language, transformation, adequacy, descriptive translation*

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЭКСПОНАТОВ АЗЕРБАЙДЖАНСКИХ МУЗЕЕВ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

Резюме: *В статье рассматриваются особенности, методы и трудности перевода на английский язык экспонатов, отражающих наше историко-культурное наследие, в азербайджанских музеях. На основе анализа английских переводов выставочных экспонатов Национального музея истории Азербайджана рассматриваются используемые методы перевода, вопросы адекватности и сохранения культурного контекста.*

Ключевые слова: *перевод, музейные экспонаты, исходный язык, целевой язык, трансформация, адекватность, описательный перевод*

GİRİŞ

Muzey eksponatları və onlara aid mətnlərin tərcüməsi sahəsinin tədqiqi ölkəmizin turizm destinasiyası kimi populyarlaşması və ingilisdilli turistlərin artan sayı baxımından əhəmiyyət kəsb edir. Bu məqsədlə tədqiqat üçün Milli Azərbaycan Tarixi muzeyindəki materiallar əsasında Azərbaycan dilindən ingilis dilinə tərcümə məsələləri təhlilə cəlb edilmişdir.

İndiki zamanda muzey artefaktların, mədəni irs nümunələrinin saxlanc və təqdimat məkanı olmaqdan çıxmış, getdikcə daha çox mədəniyyətlərarası qarşılıqlı əlaqə və bilik mübadiləsi məkanına çevrilməkdədir. Bu məkanlarda sərgilənən eksponantlar milli irsin bir parçası olmaqla yanaşı, beynəlxalq auditoriyaya xitab edən mədəniyyət nişanələridir. Muzeylər mədəni irsimizin qorunmasında əvəzsiz rol oynayır. Muzey eksponantları tarix və mədəniyyətlə əlaqəli müəyyən informasiya daşıyır. Müasir dövrdə muzeylər tarixi bilikləri və mədəni dəyərləri ziyarətçilərə ötürməklə mədəni turizmin inkişafında öz yerini qorumaqdadır. Muzeylər tarixin və mədəni irsin bu günə qədər gəlib çatmış nümunələrini təqdim edərkən həm də mədəniyyətlərarası ünsiyyət vasitəsinə çevrilir. Ziyarətçi muzeydə eksponatları seyr edərkən bu eksponatların aid olduğu mədəniyyətlə dialoqu yaranır və ünsiyyətə girir. Muzey nüfuzlu və maarifləndirici qurum kimi təqdim etdiyi eksponatlar vasitəsilə bu dialoqu yaradır. [3, s.595]

Tarixən muzeylər insanların estetik tələbatlarını ödəməklə zövqlərini oxşayırdısa, müasir dövrdə muzeylər ziyarətçilərə yeni biliklər ötürməklə maarifləndirici funksiya ilə diqqəti cəlb edir.

Alman dilçisi və tərcüməçisi Hans J. Vermeerin 1978-ci ildə irəli sürdüyü funksionallığa əsaslanan Skopos nəzəriyyəsi tərcümənin məqsədinin istifadə edilən tərcümə strategiyalarını və hədəf mətnin son formasını müəyyən etdiyini vurğulayır. Yunanca "məqsəd" mənasımnı verən Skopos adlanan bu nəzəriyyə tərcümə prosesini müəyyənləşdirən əsas prinsipin tərcümə fəaliyyətinin məqsədi olduğunu, bu prosesin son məhsulunun, yəni konkret vəziyyətlərdə və istifadə kontekstində hədəf dilə tərcümə edilmiş mətnin mədəniyyətlərarası ünsiyyət prosesində müvafiq fəaliyyət göstərmək qabiliyyətini əsas götürür. [7, s.3]

Ənənəvi nəzəriyyələr tərcümə prosesində məxəz mətn ilə formal ekvivalentliyə yönəlirsə, Skopos nəzəriyyəsi tərcüməçinin mədəniyyətlərarası ünsiyyətdə məqsədyönlü ötürücü kimi rolunu vurğulayır, onun konkret hədəf auditoriyası və konteksti üçün tərcümə fəaliyyətinin məqsədini prioritetləşdirir. Bu funksionalist yanaşma zamanı linqvistik ekvivalentlikdən funksional uyğunluğa keçiddə tərcüməçi hədəf mətnin yaradıcısı olmağa daha çox meyl edir. [1, s.235]

Nizer də muzeydəki tərcümələrin linqvistik məzmunu aşaraq əlahiddə rola malik olduğunu qəbul edir və hesab edir ki, muzey sərgiləri eksponatları, mətnləri, fotoşəkilləri, multimediya və audio bələdçiləri bir-biri ilə əlaqəli şəkildə birləşdirən üçölçülü təqdimatlar vasitəsilə məna yaradır. [4, s.18] Muzey eksponatını təqdim edən ingilis dilindəki mətn muzey eksponatı ilə ziyarətçi arasında əlaqəni, anlaşmanı yaradır. Bu mətnlərin məxəz dildən hədəf dilə çevrilməsinə yalnız tərcümə prosesi kimi deyil, kommunikasiya aktı kimi yanaşılmasını təklif edən Bassnett və Lefever mədəniyyət faktoruna köklənmənin vacibliyini vurğulayr və bu sahə üzrə təcümənin əhatə dairəsini genişləndirirlər. [2] Xarici dilli ziyarətçilər üçün əlçatanlıq və inklüzivlik prinsiplərinin həyata keçirilməsi muzey və qalereyalardan rəsmlər üçün izahlı mətnləri və etiketləri linqvistik və mədəni kontekstə uyğunlaşdırmağı tələb edir. [8, s.38]
Mədəni müxtəlifllikləri əks etdirən bu eksponatların daha geniş izləyici kütləsinə xitab etməsi üçün onların adları ingilis dilində də tədqim edilir. Muzey eksponatları və onlar haqda məlumatların ingilis dilinə lazımi səviyyədə tərcümə edilməsi turist cəlbediciliyi baxımından turizm sənayesinin inkişafında rol oynadığı danılmazdır. Bu tərcümə prosesi mədəni, tarixi və dil fərqliliklərini ehtiva etdiyi üçün düzgün tərcümə üsullarının seçilməsi tərcümə prosesində

müəyyən çətinliklər yaradır.

Ziyarətçi eksponat haqqında mətnlər sayəsində tarixi-mədəni irs nümunələrinin ötürdüyü informasiyanı qəbul edərək anlayır, məlumatlanır, bu kommunikasiya sayəsində estetik zövq almış olur. Bu mətnlərin üslubi müxtəlifliyi publisistik üslub, dəqiqlik, məntiqilik və terminlərin üstünlük təşkil etdiyi elmi üslub, obrazlılıq və emosionallıqla zəngin bədii üslub olmaqla fərqlənir. Muzey eksponatları üçün təqdim olunan mətnlər müxtəlif tarixi dövrlər üzrə müxtəlif mədəniyyətlər arasında dialoq yaratmaqla ziyarətçini kommunikasiyaya daxil edir. Bu kontekstdə tərcüməçinin mövzu haqqında məlumatlı olması düzgün mesajın göndərilməsi üçün çox vacibdir. Onun hermenevtik yanaşması labüddür, çünki hər bir tərcüməçi əvvəllər əldə etdiyi biliklər əsasında fon informasiya fondu rolunu oynayır, oradan ən adekvat hesab etdiyi terminləri çıxarır, sintaksis, üslub registrləri və s. ilə bağlı seçimlər edir.

Tərcümə prosesində ünvanlanacağı oxucu kütləsini nəzərə alan tərcüməçi sözlər əlavə etməklə məzmunun daha aydın, anlaşıqlı və sadə olmasına çalışdığı kimi, bəzən lakoniklik məqsədilə ixtisarlara da yol verə bilir. Tərcümə mətnində söz birləşmələri, metaforlar, idiomatik ifadələr ilə qarşılaşarkən tərcüməçi hərfi tərcüməyə daha az yer verir.

Tərcümə prosesində ixtisarların mümkünlüyünü vurğulayan Huang L. tərcümədə muzey ziyarətçisi üçün anlaşıqlı orfoqrafik və qrammatik forma, dəqiqlik, lakoniklik, uzun və mücərrəd ifadə tərzindən çəkinmə, kommunikativ effektivlik kimi prinsiplərə tərcüməçilərin diqqət verməli olduqlarını vurğulayır. [6, s.169]

Muzey materiallarının tərcüməsinin təhlili istifadə edilmiş tərcümə üsullarını müəyyənləşdirməyə və fərqləndirməyə imkan yaradır.

Hərfi tərcümə cümlənin və ya mətnin dəqiq mənasını və quruluşunu qoruyub saxlamaqla hər bir sözün müstəqil şəkildə tərcüməsi yolu ilə məxəz dildən hədəf dilə çevrilməsidir. Hərfi tərcümə orijinal mətnin həm mənası, həm də strukturu və forması ilə uyğunluq təşkil edir. Bu proses sözlərin ardıcıllığını dəyişdirmədən və orijinala oxşarlığı mümkün qədər saxlamaqla sözbəsöz dəqiq tərcüməni əhatə edir. Lakin bəzən bu dəqiqlik anlaşılmaz ifadələrin verilməsinə yol açа bilər, xüsusən idiomatik ifadələr və ya mədəniyyət sahəsinə aid xüsusi terminlərdə belə hal müşahidə olunur. Sözbəsöz tərcümə hər bir sözün mənasının müstəqil şəkildə tərcüməsini verməklə konteksti nəzərə almır.

Nyumark sözbəsöz və birəbir tərcüməni fərqləndirir. Mənbə dilin qrammatika və söz sırasını, mənbə dilin sözlərinin əsasən ilkin mənasının tərcüməyə eynilə köçürən sözbəsöz tərcümə yalnız sadə cümlələrdə effektiv ola bilir. Birəbir tərcümə kontekstual təsri ə malik söz birləşmələrinin mənasını nəzərə aldığı üçün sözbəsöz tərcümədən daha yayğındır.

Xüsusi isimlərin tərcüməsində transliterasiya və transkripsiya üstünlük verilən üsuldur. Dillərin semantik baxımından fərqlilikləri tərcümədə konkretləşdirmə və ümumiləşdirmə kimi üsulları vacib edir. Miilli-mədəni reallıqların, realilərin tərcüməsində mənanı dolğun şəkildə və mədəni fərqləri əks etdirməklə ifadə etməkdə çətinlik yarandıqda tərcüməçi leksik, üslubi, fonetik və mədəni kompensasiyaya yol verir.

Dillərin qrammatik quruluşları fərqli olduğu üçün tərcümə prosesində tərcümə materialı və tərcüməçinin üstünlük verdiyi strategiyadan asılı olaraq leksik və qrammatik transformasiyalar qaçılmaz olur. Tərcümə nəzəriyyəsində transformasiya üsulları ilə bağlı fərqli fikirlər mövcuddur. Bəziləri transformasiyanı sintaktik və semantik olmaqla iki yerə bölür. [11 s.72] Barxudarov L. transformasiyanın növlərinin yerdəyişmə, əvəzetmə, əlavələr və ixtisarlar kimi, Şveyser A. transliterasiya, təsvir və kalka olduğunu irəli sürür. [11] Nyumark P. Vinay J. və J.Darbelentin təsnifatına uyğun olaraq transpozisiya, modulyasiya, ekvivalensiya, adaptasiya və kompensasiyanı transformasiyanın üsulları kimi qəbul edir. [5] Lakin Vinay və Darbelnet dillərin struktur yaxınlığında alınmalar, kalka və sözbəsöz tərcümə, dillər arasında qrammatik, semantik və mədəni fərqlər olduqda transpozisiya, modulyasiya, ekvivalensiya və adaptasiyadan istifadə üsullarını təklif edirlər. [10, s.65] Tərcümə prosesində istər leksik,

istərsə də qrammatik transformasiyalar etmək sayəsində tərcüməçi qarşısına qoyduğu məqsədə çata və işin öhdəsindən gələ bilir.

Milli Azərbaycan Tarixi Muzeyindəki tərcümələr üzrə apardığımız təhlil bu prosesdəki vacib məqamları və çətinlikləri müəyyənləşdirməyə imkan verir.

Muzey sahəsi üzrə tərcümə prosesi həm dil, mədəniyyət və konkret sahə üzrə müəyyən bilik və ya məlumatlılıq, həm də tərcüməçilik məharəti kimi faktorları əhatə edir. Bu tərcümə prosesi mənbə mətnin ekvivalentini yaratmaqla yanaşı, mədəniyyətlər arasında ünsiyyət yaratmalıdır.

Tərcümədə çətinlik yaradan ekvivalentsiz leksikaya aid olan kultural sözlər və realilər bir xalqın həyatı və məişətini əks etdirir. Muzey eksponatlarının böyük bir qismi milli koloriti daşıyan realilərdir ki, onlar da ekvivalentsiz leksikanı təşkil edir. Xalqımızın tarixi, mədəniyyəti və həyat tərzi ilə bağlı olan realilərin mahiyyəti digər dil və mədəniyyət daşıyıcılarına bir məna kəsb etmir.

Məxəz dildəki sözün hədəf dilin hərfləri ilə tərcümə mətninə daxil edilməsini nəzərdə tutan Transliterasiyadan muzey eksponatlarının tərcüməsində istifadə edən tərcüməçi bu üsulla yanaşı, mənanı çatdırmaq üçün təsviri izahları da əlavə etməyi üstün tutur. Əslində Məxəz dildəki sözün eynilə hədəf dilə köçürülməsi həm də yerli koloriti daşımış olur, oxucunu cəlb edir, mədəniyyətlər arasında körpü yaratmağa xidmət edir.

Hədəf dildə eyni mənanı ifadə edən sözün müəyyənləşdirilərək kultural ekvivalentin tapılması tərcüməçinin uğurudur.

Funksional ekvivalentin tapılması da daha ümumi, neytral söz seçmə, bəzən isə xüsusi əlavələr daxil etməklə mənanın daha aydın ifadə edilməsinə xidmət edən üsuldur. *"Sejm"* sözü üçün *"Polish parliament"* tərcüməsini təklif edən Nyumark funksional ekvivalentin verilməsini kultural sözlərin tərcüməsində ən dəqiq üsul hesab edir. [5, s.83]

Təsviri ekvivalentin seçilməsi də funksional ekvivalentin veriməsinə bənzəsə də, fərqli yanaşmadır. Sözün tərcüməsində mənanın düzgün verilməsində həm təsviredici, həm də funksional ekvivalent axtarışı tərcüməçinin köməyinə çatır.

Milli Azərbaycan Tarixi Muzeyi eksponatları sırasında eyni sözün ingilis dilinə tərcümələrində variantlılıq müşahidə olunur. Neolit-Xalkolit dövrlərində maddi və mənəvi mədəniyyət eksponatları cərgəsində "boyanaxışlı saxsı piyalə" üçün *"painted ceramic jug"* tərcüməsində "piyalə" mənası *"jug"* sözündə öz əksini aydın şəkildə tapmadığı üçün təsviri *(descriptive)* üsulun seçilməsi münasibdir, çünki *"jug"* mayenin saxlanması üçün ağzı dar şüşə qab mənasına gəlir, bu da "piyalə" ilə uyğunluq təşkil etmir. "Ağzı şiş çıxıntılı küp" eksponatının *"Jug with a swollen mouth"* kimi tərcüməsində "çıxıntı" sözünün verilməməsi və "şiş -iti uclu" sözünün "şişkinlik-*swollen*" kimi verilməsi mənanın dəyişməsi ilə nəticələnmişdir. Bu iki nümunədə həm küp, həm də piyalə sözləri üçün *"jug"* tərcüməsi, eləcə də, "saxsı kuzə"-*"pottery **jug**"* nümunəsində kuzə, "saxsı badya"-*"pottery **jug**"* nümunəsində badya sözü üçün də *"jug"* tərcüməsi koloriti əks etdirmir. "Boyalı **piyalə**"-*"painted **bowl**"* nümunəsində piyalə sözü üçün ingilis dilində ekvivalent axtarılmış, "saxsı **piyalə** içində miniatür saxsı qab" -"*miniature ceramic pot in a ceramic **piyala***" nümunəsində tərcümədə özgələşdirmə *(foreignization)* tərcümə metoduna üstünlük verilməklə "piyala"olaraq ingilis dilinə tərcümədə öz əksini tapmışdır..

Bir sıra eksponatların tərcüməsində variantlılıq izlənir:

dəvəgözündəm **xammal** - ***raw material*** *(Obsidian)*

çaydaşından alətlər, **xammal** - *pebble tools, producer **goods***

zərfayans **kuzə -** *lusterware **jug;*** saxs**ı kuzə -** *pottery **jug***

fayans **kuzə -** *glazed **bowl***

saxsı təsərrüfat **küpü** - *ceramic household **jar***

qara cilalı **küp** - *black-polished **jug***

Bəzi eksponatlarda **saxsı** sözünün tərcüməsində *"ceramic", "pottery"* və *"clay"* kimi variantlılıq nəzərə çarpır:

ikiağızlı **saxsı** qab – ***ceramic*** *pot with two mouths*

saxsı asılqan - ***ceramic*** *hanger*

inkrustasiyalı **saxsı** qab - *incrusted p**ottery** pot*

təsvirli **saxsı** qab - *painted **pottrey** pot*

saxsı vaza - ***pottery*** *vase*

təkayaqlı **saxsı** vaza - *one legged **clay** vase*

Müxtəlif eksponatlarda **kitabə** sözü bəzən *"slab",* bəzən də *"inscription"* kimi tərcümə edilmiş, xanəgah sözü isə "*khanagah"* kimi transliterasiya edilmişdir:

Şəmkir bürcünün **kitabə**si - ***slab*** *of Shamkir tower*

Pir Hüseyn xanəgahının **kitabə**si – *the **inscription** of the Pir Huseyn **khanagah***

Tərcümə zamanı özgələşdirmə/əcnəbiləşdirmə *(foreignization)* strategiyası mədəniyyətləri bir-birinə yaxınlaşdırmaqda nə qədər faydalı olsa da, aşağıdakı hallarda mənanın açılmasında çətinlik yaradır. Şirvanşah Mənuçöhr tərəfindən XII əsrin birinci yarısında inşa edilən qala üçün yazılmış daş kitabə eksponatının tərcüməsində Şirvanşahın məlik, alim, müzəffər, mənsur, mücahid kimi titullarının transliterasiya edilməsi *(The great Malik, Alim, Muzaffar, Mansur, Mujahid)* mənanın anlaşılmaz qalmasına səbəb olur.

"Canişinlər" – *"Janishins (viceroys)", "çapkən"*-*"chepken (outwear worn over a shirt)* eksponatlarında olduğu kimi Azərbaycanda IX – XI əsrlərdə dövlətlər eksponatlında da"Dərbənd və Şəki məlikləri" üçün "*melikdoms"* ilə yanaşı izahların verilməsi mənanın aydınlaşmasına xidmət edər.

İndiki dövrdə muzey eksponatlarının tərcüməsi mədəniyyətlər arasında əlaqə yaradan kommunikasiya fəaliyyətidir. Azərbaycan muzey eksponatlarının tərcüməsi üsullarının təhlili belə qənaət formalaşdırır ki, transkripsiya və transliterasiya ilə yanaşı təsviri tərcümə, izahların verilməsi həm tərcümədəki çətinliklərin öhdəsindən gəlməkdə, həm də mədəniyyətlərarası kommunikativliyi təmin etməkdə vacibdir. Düzgün və mədəni baxımdan adekvat tərcümə təkcə informativ məqsəd daşımır, həm də Azərbaycan mədəniyyətinin dünya ictimaiyyətinə tanıdılmasında rol oynayır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Baker, M. Routledge Encyclopedia of Translation Studies. London: Routledge, 1998
2. Bassnett, S. & Lefevere A. Translation, History and Culture. London & New York: Pinter Publishers, 1990.
3. Mertens, I., Decroupet S. Conceptualizing museum translation: Cultural translation, interlingual processes and other perspectives. International Journal of Translation. April 2024, 70(1)
4. Neather, R. Translating for Museums, Galleries and Heritage Sites. Routledge, 2024
5. Newmark, P. A Textbook of Translation. Prentice Hall,
6. Huang L. Study on Translation of Museum Exhibits Under the Cultural Translation Theory. International Journal of Education and Humanities. 12(1). 168-171. January, 2024.
7. Schaffner, C. Action. Routledge Encyclopedia of Translation Studies. London, 1998
8. Fadeeva, M.Y. ИНКЛЮЗИВНАЯ ФУНКЦИЯ ПЕРЕВОДА В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОГО МУЗЕЯ. Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер. Филология, педагогика, психология. 2022. № 2. С. 38—48.

9. Roswani,S. Translation Procedures Analysis. IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS) Volume 21, Issue 5, Ver. 5 (May. 2016) PP 51-57 e-ISSN: 2279-0837, p-ISSN: 2279-0845. www.iosrjournals.org
10. Vinay, J.P. & J. Darbelnet. 1989. "Translation Procedures." Readings in Translation Theory. Ed. A. Chesterman. Loimaa: Finn Lectura, 61-69.
11. Швейцер А, М. Перевод и лингвистика. - М.: Воениздат, 1973. - 280 с.

Nisə QULUZADƏ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
filologiya üzrə fəlsəfə doktoru
nisa.guluzada@atmu.edu.az

ÖLKƏ, ŞƏHƏR VƏ TƏŞKİLAT ADLARININ TURİZMDƏ MƏDƏNİYYƏT TƏMSİLÇİSİ KİMİ ROLUNUN TƏDQİQİ

Xülasə: *Ölkə, şəhər və təşkilat adları turizmdə təkcə coğrafi göstərici deyil, həm də mədəniyyətin təmsilçisidir. Bu adlar turistlərə mədəniyyət haqqında mesaj verir, yerlərin tarixi, sosial və dini xüsusiyyətlərini əks etdirir. Hər adın mənası və mənşəyi var, bu da turistlərin ilk təəssüratını formalaşdırır. Marketinqdə, strategiyada və reklamda adların düzgün istifadəsi turizmin inkişafına müsbət təsir göstərir. Azərbaycanın təcrübəsi sübut edir ki, adlar milli kimliyi, mədəni dəyərləri və ənənələri həm yerli, həm də beynəlxalq səviyyədə tanıtmaq üçün vacib vasitədir. Beləliklə, adlar turizmdə mədəniyyətin güclü daşıyıcısına çevrilir.*

Açar sözlər: *turizm, qlobal dünya, mədəniyyət, ölkə, şəhər, təşkilat, strategiyaç reklam*

RESEARCH ON THE ROLE OF COUNTRY, CITY, AND ORGANIZATION NAMES AS REPRESENTATIVES OF CULTURE IN TOURISM

Abstract: *Names of countries, cities, and organizations in tourism are not only geographical indicators but also cultural symbols. They deliver messages about heritage, reflecting historical, social, and even religious aspects of each place. Every name carries a meaning and origin that shapes tourists' first impressions. In marketing, branding, and tourism strategy, the proper use of names strengthens destination identity and appeal. Azerbaijan's experience shows that names can effectively promote national identity, cultural values, and traditions both locally and globally. Therefore, names in tourism function as powerful representatives of culture, connecting people through history, emotion, and shared understanding.*

Keywords: *tourism, global world, culture, country, city, organization, strategy, advertising*

ИССЛЕДОВАНИЕ РОЛИ НАЗВАНИЙ СТРАН, ГОРОДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ КАК ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ КУЛЬТУРЫ В ТУРИЗМЕ

Резюме: *Названия стран, городов и организаций в туризме являются не только географическими обозначениями, но и носителями культуры. Они передают туристам информацию о наследии, отражают исторические, социальные и религиозные особенности мест. Каждое название имеет своё значение и происхождение, формируя первое впечатление путешественников. В маркетинге, брендинге и стратегии туризма правильное использование названий усиливает привлекательность направления. Опыт*

Азербайджана показывает, что названия могут эффективно продвигать национальную идентичность, культурные ценности и традиции как на локальном, так и на глобальном уровне. Таким образом, названия становятся важными представителями культуры в сфере туризма.

Ключевые слова: *туризм, глобальный мир, культура, страна, город, организация, стратегия, реклама*

GİRİŞ

Qloballaşan dünyada turizm yalnız iqtisadi fəaliyyət sahəsi deyil, həm də mədəniyyətlərarası dialoqun, qarşılıqlı anlaşmanın və beynəlxalq əməkdaşlığın əsas vasitələrindən biridir. Mədəniyyət və turizmin qarşılıqlı təsiri ölkə, şəhər və beynəlxalq təşkilat adlarının insan şüurunda formalaşdırdığı təsəvvürlər, emosional assosiasiyalar və dəyərlər vasitəsilə özünü göstərir [1, s. 23–25]. Bu adlar sadəcə coğrafi göstəricilər deyil, həm də müəyyən mədəni kodların, tarixi yaddaşın, sosial identikliyin və milli brendin daşıyıcısıdır. Onlar turistlər üçün cazibə mənbəyi yaradaraq, həm estetik, həm də mənəvi dəyər qazandırır [4, s. 77–80].

Tədqiqatın əsas məqsədi ölkə, şəhər və təşkilat adlarının turizm sektorunda mədəniyyətin təmsilçiliyindəki rolunu araşdırmaq, onların milli imic, brend formalaşdırılması və beynəlxalq kommunikasiya kontekstində əhəmiyyətini müəyyənləşdirməkdir. Bu yanaşma turizmin yalnız iqtisadi deyil, həm də mədəni diplomatiya, identiklik və qlobal əməkdaşlıq üçün strateji platforma kimi funksiyasını dərinliklə anlamağa imkan verir. Eyni zamanda, bu perspektiv turizm siyasətinin və mədəni strategiyaların planlaşdırılmasında elmi əsaslı qərarların qəbuluna töhfə verir və mədəni brendlərin qlobal səviyyədə tanıdılmasını dəstəkləyir.

Ölkə adları çox vaxt müəyyən mədəni dəyərlərin, simvolların və tarixi yaddaşın daşıyıcısına çevrilir. Onlar yalnız coğrafi məkan deyil, həm də həmin məkanın insanlarının həyat tərzini, düşüncə modelini və estetik dünyagörüşünü əks etdirir. Məsələn, *İtaliya* deyildikdə incəsənət, moda, kulinariya və tarixlə, *Yaponiya* deyildikdə isə texnologiya, estetika və ənənəvi harmoniya ilə bağlı assosiasiyalar yaranır [5, s. 40–42]. Bu adlar beynəlxalq ictimaiyyətin şüurunda həmin ölkələrin mədəni brendlərini formalaşdırır.

Azərbaycan üçün bu baxımdan "Odlar Yurdu" imici milli brendin ən əsas göstəricisinə çevrilmişdir [1, s. 28–29]. Bu imic yalnız ölkənin tarixi və coğrafi xüsusiyyətlərini əks etdirmir, həm də Azərbaycan mədəniyyətinin zənginliyini, qonaqpərvərliyini və sosial dəyərlərini beynəlxalq auditoriyaya çatdırır. Turistlər ölkə adını eşidərkən onun mədəni irsi, incəsənəti, milli ənənələri və sosial davranışları ilə bağlı emosional assosiasiyalar yaradırlar [4, s. 55–56]. Ölkə adlarının brendləşdirilməsi prosesi strateji marketinq fəaliyyətləri, kommunikasiya siyasəti və mədəni diplomatiya proqramları ilə sistemli şəkildə birləşdirilir [6, s. 60–62]. Bu yanaşma milli imic və turizm potensialının gücləndirilməsinə xidmət edir, həmçinin Azərbaycan mədəniyyətinin qlobal səviyyədə tanınmasına imkan yaradır.

Məsələn, Cənubi Koreya *K-pop*, *K-drama* və *K-food* vasitəsilə öz mədəni məhsullarını turizm yolu ilə dünyaya təqdim edir. Bu fəaliyyətlər təkcə iqtisadi mənfəət deyil, həm də sosial-mədəni inteqrasiya və müsbət milli imic formalaşdırmaq məqsədi daşıyır [2, s. 30–31]. Azərbaycan da bu istiqamətdə muğam, xalçaçılıq, milli mətbəx və qədim memarlıq kimi dəyərləri beynəlxalq sərgilərdə, festivallarda və reklam kampaniyalarında təqdim etməklə qlobal səviyyədə tanınan mədəni brend yaradır [1, s. 33–34].

Şəhərlər də ölkələr kimi mədəniyyətin vizual, sosial və iqtisadi daşıyıcıları kimi çıxış edir. Şəhər adları çox vaxt müəyyən mədəni dəyərlərin, həyat tərzinin, tarixi irsin və mənəvi simvolların qısaldılmış ifadəsinə çevrilir. Məsələn, *Paris* romantikanın, *Roma* tarixin, *Barselona* incəsənətin, *Bakı* isə müasirlik və Şərq–Qərb sintezinin simvolu hesab olunur [5, s.

45–47]. Şəhərlər yalnız memarlıq abidələri ilə deyil, həm də müxtəlif mədəni tədbirlər — festivallar, sərgilər, muzeylər və beynəlxalq konfranslar vasitəsilə tanınır. Məsələn, Parisdəki Luvr muzeyi və Eyfel qülləsi, Romadakı Kolizey, Bakıda isə Qız qalası və Alov qüllələri şəhərin unikal mədəni simvolları kimi qəbul edilir [4, s. 80–82]. Bu abidələr və tədbirlər şəhərin milli və beynəlxalq səviyyədə tanınmasına, turizm potensialının artmasına və mədəni brendin güclənməsinə xidmət edir.

Bakı şəhərinin "Land of Fire" (Odlar Yurdu) brendi ilə beynəlxalq səviyyədə təqdim olunması, onun həm qədim mədəni irsə, həm də müasir innovasiyalara malik çoxşaxəli obrazını dünyaya tanıtmağa imkan verir [1, s. 37–38]. Şəhər adlarının brendləşməsi turizm bazarında rəqabət mühitini formalaşdırır, çünki müasir turistlər çox vaxt ölkədən çox, konkret şəhəri səyahət istiqaməti kimi seçirlər [6, s. 63–64]. Məsələn, *Vyana* musiqi, *Venedik* su kanalları, *Dubay* isə lüks və futuristik turizm anlayışı ilə assosiasiya olunur [5, s. 50–52]. Bu şəhərlərin hər biri öz mədəniyyətini təqdim etməklə qlobal turizm xəritəsində xüsusi mövqe qazanır.

Beynəlxalq təşkilatlar mədəni irsin qorunması, tanıdılması və davamlı istifadəsi istiqamətində mühüm vasitə kimi çıxış edir [2, s. 41–42]. Onlar ölkələr və şəhərlər arasında mədəni əməkdaşlığın formalaşmasına, mədəni dəyərlərin qorunmasına və turizm sahəsində dayanıqlı inkişafın təşviqinə böyük töhfə verirlər. Bu təşkilatlar arasında UNESCO-nun "Dünya irsi siyahısı" proqramı xüsusilə diqqətəlayiqdir və mədəni irsin beynəlxalq səviyyədə qorunması prosesinin ən parlaq nümunəsi hesab olunur [3, s. 45–47]. Bu proqram vasitəsilə qorunan obyektlər yalnız turizm baxımından cəlbedici deyil, həm də bəşəriyyətin ortaq mədəni sərvəti kimi qəbul edilir, milli və beynəlxalq səviyyədə mədəni brendin güclənməsinə xidmət edir [3, s. 49–50].

Azərbaycanın İçərişəhər, Qobustan və Şəki Xan Sarayı kimi abidələrinin UNESCO-nun Dünya irsi siyahısına daxil edilməsi ölkənin mədəni nüfuzunu artırmış, beynəlxalq tanınmasını gücləndirmiş və turizm potensialını yüksəltmişdir [3, s. 51–52]. Eyni zamanda, bu addımlar milli mədəni irsin qorunmasına, mədəni diplomatiyanın inkişafına və qlobal mədəni əməkdaşlığın təşviqinə xidmət edir. UNESCO-nun dəstəyi və beynəlxalq təcrübələr Azərbaycanın mədəni irsinin tanınması və dünya miqyasında təqdim olunması prosesini daha da sistemli və davamlı edir.

Bundan əlavə, Dünya Turizm Təşkilatı (UNWTO) və Birləşmiş Millətlər Təşkilatı (BMT) kimi beynəlxalq qurumlar da turizmin mədəni dayanıqlılıq, müxtəliflik və dinc əməkdaşlıq üçün mühüm rol oynadığını vurğulayırlar [2, s. 43–44]. Bu təşkilatların həyata keçirdiyi layihələr turizm vasitəsilə ölkələr arasında diplomatik əlaqələrin möhkəmlənməsinə, mədəniyyətlərarası əməkdaşlığın və qarşılıqlı hörmətin güclənməsinə xidmət edir. Beynəlxalq sərgilər, konfranslar və mədəni forumlar xalqlar arasında anlayışı dərinləşdirərək, turizmin qlobal mədəni inteqrasiyada oynadığı əvəzsiz rolu bir daha təsdiqləyir [6, s. 65–67].

Aparılmış təhlillər göstərir ki, ölkə, şəhər və təşkilat adları turizmin mədəni əsaslarını formalaşdıran ən mühüm elementlərdən biridir [1, s. 40–41]. Bu adlar yalnız coğrafi göstərici kimi çıxış etmir, həm də mədəniyyətin, tarixin, sosial identikliyin və milli brendin daşıyıcısı kimi funksiyanı yerinə yetirir [4, s. 83–84]. Onlar turistlərin ölkə və şəhərlər barədə ilk təsəvvürlərini formalaşdırır, emosional assosiasiyalar yaradır və mədəni dəyərlərin beynəlxalq səviyyədə təqdim olunmasına xidmət edir.

Adların məqsədyönlü idarə olunması, strateji istifadəsi və brendləşdirilməsi ölkələrin beynəlxalq imicinə, turizm gəlirlərinə, mədəni nüfuzuna və qlobal mədəni əməkdaşlıq səylərinə birbaşa təsir göstərir [2, s. 46–47]. Bu yanaşma həm milli identikliyin qorunmasını təmin edir, həm də ölkələrin turizm sektorunda rəqabət qabiliyyətini artıraraq, mədəni diplomatiya və beynəlxalq əlaqələr üçün mühüm platforma yaradır.

Gələcəkdə bu sahədə dövlət orqanları, turizm şirkətləri, beynəlxalq təşkilatlar və mədəni institutlar arasında əməkdaşlığın daha da gücləndirilməsi məqsədəuyğun sayılır [6, s. 68–70].

Bu əməkdaşlıq turizm siyasətinin planlaşdırılması, mədəni irsin qorunması və beynəlxalq brendlərin təşviqi sahəsində strateji yanaşmaların tətbiqinə imkan yaradacaq. Eyni zamanda, rəqəmsal platformalar, sosial media və onlayn kommunikasiya vasitələri mədəni brendlərin təşviqində, gənc nəsil arasında milli və mədəni dəyərlərin tanıdılmasında vacib rol oynayır. Bu proses turizmin mədəni diplomatiya funksiyasının daha effektiv formalaşmasına, ölkələrin beynəlxalq imicinin güclənməsinə və qlobal səviyyədə tanınmasına şərait yaradır [5, s. 55–57].

Belə yanaşma həm milli mədəni irsin qorunmasını təmin edir, həm də ölkələrin qlobal turizm bazarında rəqabət qabiliyyətini artırır. Eyni zamanda, mədəniyyətlərarası əməkdaşlıq və qarşılıqlı anlaşma möhkəmlənir, davamlı turizm inkişafı dəstəklənir və beynəlxalq səviyyədə mədəni brendlərin sistemli təqdimatı mümkün olur. Bu, həm iqtisadi, həm mədəni, həm də sosial aspektləri əhatə edən kompleks strategiyanın vacibliyini göstərir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi (2023). Turizm strategiyası və mədəni irs siyasəti. Bakı.
2. World Tourism Organization (UNWTO). (2022). Cultural Heritage and Sustainable Tourism. Madrid.
3. UNESCO. (2023). World Heritage List and Cultural Identity. Paris.
4. Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (2017). Marketing for Hospitality and Tourism. Pearson Education.
5. Hall, C. M. (2019). Cultural Heritage, Tourism and Regional Development. Routledge.
6. Azərbaycan Mədəniyyət Nazirliyi (2022). Mədəniyyət və kreativ sənayelərin inkişaf konsepsiyası. Bakı.

Leyla ƏLİZADƏ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
***filologiya üzrə fəlsəfə doktoru*, baş müəllim**
leyla.alizada@atmu.edu.az

QLOBALLAŞMA DÖVRÜNDƏ TURİZM SAHƏSİNDƏ RAST GƏLİNƏN SÖZ VƏ İFADƏLƏRİN ETİMOLOJİ CƏHƏTDƏN SEMANTİK TƏDQİQİ VƏ TƏRCÜMƏSİ PRİNSİPLƏRİ

Xülasə: *Məqalədə qloballaşma dövründə turizm sahəsində işlədilən termin və ifadələrin etimoloji və semantik xüsusiyyətləri, həmçinin onların tərcümə prinsipləri araşdırılmışdır. Müxtəlif dillərdə yaranmış terminlərin mənşəyi, semantik dəyişiklikləri və mədəni uyğunlaşma prosesi təhlil edilmişdir. Qloballaşmanın dilə təsiri və beynəlxalq turizm leksikasının formalaşması məsələləri nəzərdən keçirilmişdir.*

Nəticə etbarı ilə turizm sahəsində söz və ifadələrin etimoloji və semantik tədqiqi onların beynəlxalq səviyyədə düzgün aanlaşılmasını təmin edir. Etimoloji təhlil sözün mənşəyini, semantik tədqiqat isə müasir istifadəsini və kontekstual xüsusiyyətlərini ortaya çıxarır. Tərcümə prinsiplərinə riayət etməklə turizm terminlərinin qlobal səviyyədə düzgün istifadəsi və mədəniyyətlərarası dialoqun səmərəliliyini artırır. Bu tədqiqat həm tərcüməçilər, həm də dilçilər üçün turizm terminalogiyasının dərindən öyrənilməsi və beynəlxalq standartlara uyğun istifadəsi baxımından böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Açar sözlər: *Qloballaşma. Turizm terminləri, etimologiya, semantika, tərcümə prinsipləri, dil və mədəniyyət*

PRINCIPLES OF THE ETHYMOLOGICAL AND SEMANTIC STUDY AND TRANSLATION OF WORDS AND EXPRESSIONS ENCOUNTERED IN THE FIELD OF TOURISM DURING THE GLOBALIZATION ERA

Abstract: *The article examines the etymological and semantic features of terms and expressions used in the field of tourism during the globalization era, as well as their translation principles. The origin, semantic changes, and cultural adaptation processes of terms developed in various languages have been analyzed. The impact of globalization on language and the formation of international tourism lexicon have also been considered. The etymological and semantic study of words and expressions in the field of tourism ensures their accurate understanding at the international level.*

Etymological analysis reveals the origin of a word, while semantic research highlights its contemporary usage and contextual features. Adhering to translation principles enhances the correct global use of tourism terminology and improves the effectiveness of intercultural dialogue. This research is of great significance for both translators and linguists, as it facilitates a deeper understanding of tourism terminology and its alignment with international standards.

Keywords: *Globalization, tourism terminology, etymology, semantics, translation principles, language and culture.*

ПРИНЦИПЫ ЭТИМОЛОГИЧЕСКОГО И СЕМАНТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ И ПЕРЕВОДА СЛОВ И ВЫРАЖЕНИЙ, ВСТРЕЧАЮЩИХСЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Резюме: *В статье рассматриваются этимологические и семантические особенности терминов и выражений, используемых в сфере туризма в эпоху глобализации, а также принципы их перевода. Проанализированы происхождение терминов, семантические изменения и процессы культурной адаптации, возникающие при формировании терминов в различных языках. Также рассмотрено влияние глобализации на язык и формирование международной туристической лексики.*

Этимологическое и семантическое исследование слов и выражений в сфере туризма обеспечивает их правильное понимание на международном уровне. Этимологический анализ выявляет происхождение слова, тогда как семантическое исследование подчеркивает его современное использование и контекстуальные особенности. Соблюдение принципов перевода повышает корректность глобального использования терминологии туризма и улучшает эффективность межкультурного диалога. Данное исследование имеет большое значение как для переводчиков, так и для лингвистов, поскольку способствует более глубокому пониманию туристической терминологии и её соответствию международным стандартам.

Ключевые слова: *глобальный английский, заимствования, языки, сфера туризма, перевод, исследование*

GİRİŞ

Qloballaşma prosesi müasir dövrdə ölkələr arasında iqtisadi, siyasi, mədəni və social əlaqələrin genişlənməsinə səbəb olmuşdur. Bu proses turizm sahəsinə də əhəmiyyətli təsir göstərmişdir. Turizm yalnız iqtisadi gəlir mənbəyi olmaqla kifayətlənmir, həm də mədəniyyətlərarası dialoqun mühüm platforması kimi çıxış edir. Bu baxımdan turizm sahəsində istifadə olunan söz və ifadələrin etimoloji və semantik tədqiqi, onların müxtəlif dillərdə ekvivalentlərinin müəyyənləşdirilməsi elmi baxımdan əhəmiyyətlidir [2, s. 33-54].

Turizm terminologiyası üzrə aparılan tədqiqatlar əsasən üç istiqamətdə cəmləşir. Birincisi, etimoloji tədqiqatlardır ki, bu tədqiqatlar sözlərin mənşəyini və tarixi inkişafını öyrənir. [2, s. 36-40]. İkincisi, semantik təhlildir: burada söz və ifadələrin müxtəlif kontektlərdə mənalarının dəyişməsi və onların qloballaşma şəraitində istifadəsi araşdırılır [2, s. 40-50]. Üçüncüsü isə tərcümə prinsiplərinin araşdırılmasıdır ki, terminlərin digər dillərə adaptasiyası və beynəlxalq ekvivalenti bu istiqamətdə öyrənilir [1, s. 12-20].

Dil ünsiyyəti anlayışı müasir dövrdə dilçilər və tədqiqatçılar tərəfindən fərqli dönəmlərdə, dil janrlarında tədqiq edilmişdir. Lakin fikrimizcə, bütün bu tədqiqatlardan alınan dil ünsiyyətinin tərifi heç də onun aydın təsvirini vermir. BBC ingilis səyahət jurnalistikası korpusunda (BBC-travel corpus –BTC) aparılan təhlilə əsaslanan korpus analizi diqqət cəlb edən tədqiqatlardan biri hesab oluna bilər. Tədqiqatın əsas məqsədi turizm diskursunda dil ünsiyyəti anlayışının digər ənənəvi tədqiqat tendensiyasından kənara çıxaraq alınma sözlərin etimoloji və ya semantik təsnifatına əsaslanaraq təhlilinə üstünlük verməkdir. Bu məqsədlə tədqiqatda ingilis səyahət jurnalistikasında ekstralinqvistik və linqvistik amillərin təsiri ilə etimoloji, semantik və diskursiv mühit xüsusiyyətlərinin müəyyənləşdirilməsi yolu ilə alınma

sözlərin və ifadələrin istifadəsinin ətraflı təsvirini verməyə çalışılmışdır.

Araşdırmaya əsasən hər bir semantik kateqoriya üçün ən uyğun diskursiv istifadə söz və tərcümədir (NT). Belə ki, bu strategiya 55,9 %-lə alınma söz və ifadələrin daxil olduğu turizm mənşəli mətnlərdə daha effektiv və etibarlı strategiya hesab edilir. Söz və tərcümə vasitəsilə turizm mənşəli mətnin yazarı reklam olunan ərazinin dilindən alınmış əcnəbi elementlərin köməyi ilə turistləri və oxucuları həmin əraziləri fəth etməyə çağırır, eyni zamanda onları tanımadıqları bir şeyi tanış və arzuedilən etməkdən qoruyur [3, s.359]. Həmçinin reklam xüsusiyyətləri ilə yanaşı söz və tərcümə məsləhət funksiyası da daşıya bilər. Məsələn, onlar hər hansı bir ölkənin xüsusi adət, ənənə və mədəni aspektlərini izah etmək üçün istifadə olunarsa, bu zaman turistləri xəbərdar etmək və qorumaq, bununla da yanlış davranış və ya xüsusilə təhlükəli vəziyyətlərin qarşısını almaq məqsədi daşıya bilər.

Hər bir kateqoriyanın nəticələrinin müşahidəsi söz və tərcümə, dəyişiklik edilmiş söz və tərcümə bütün sahələr üzrə, xüsusilə də festival və yerli tədbirlər, yerli adət-ənənələr kimi mədəni sahələrdə ən çox rast gəlinən diskursiv istifadə kimi çıxış edir. Ən çox istinad olunan sahələr isə turistlərin ən çox məlumata ehtiyacı olan yer, obyekt, qida və içki kateqoriyaları hesab edilə bilər. Korpusdan götürülmüş məlumatlara əsasən aşağıdakı cümlələrlə fikrə aydınlıq gətirmək olar (Nümunə 3-6) [4, s.8]:

1. *Churches conduct mass at dawn, rich with aguinaldos (Puerto Rican Christmas carols)[…]* [Puerto Riko] [4, s.8]

2. *The islands' sheltered waters also attract chow lair (sea gypsies) who live in a village onshore […]* [Tayland] [4, s.8]

Bunun əksinə olaraq təmiz alınmaların faizi çox yüksək deyildir (cəmi 13,72 %). Bu korpusda rast gəlinən təmiz alınmalar (pure loans), əsasən, yer, heyvan, qida, içki və obyektlərlə bağlıdır. Aşağıdakı nümunədən də görmək olar ki, bu kateqoriyalar gündəlik və oxucuya tanış mövzularla bağlıdır [4, s.8]:

1. *Mealtimes are spent with Centre staff, most often Argentinean asado under the Patagonian stars.* [Argentina] [4, s.8]

2. *A hint of the Islamic influence still remains at Can Curreu, one of the island's first agroturismos when it opened in 1997 – the door handles on each of the 17 bedrooms are the shape of the hand of Fatima.* [İspaniya] [4, s.8]

Yuxarıda verilmiş nümunələrdə alınma sözün mənası açıq şəkildə verilməyib, lakin leksik çərçivədə kontekstdən asanlıqla başa düşülə bilir Məsələn, 1-ci cümlədə olan *mealtime* sözü *asado* sözünün qida və içki sektoruna aid olduğunu, 2-ci cümlədə *handles* və *bedrooms* sözü *agroturismos* sözünün yaşayış yeri olduğunu anlamağa kömək edir [4, s.20-32; 125].

Bəzi hallarda isə bu cür nümunələrdə təmiz alınmalar (PL) ya işləndiyi cümlədə söz və tərcümə strategiyası vasitəsilə izah olunur ya da növbəti cümlədə izahı verilir. Məsələn:

After sunset, there is a euphoric iftar, or meal, to break the fast, […] […] After an iftar of dates, soup or savoury snacks, people of all ages binge on sweets until the late-night feast – […] [Morokko] [4, s.9]

Bir elementi alınma olan sözlər (Loan Blends- LB) diskursiv korpusda 6,86 % təşkil edir. Bu sözlərə ən çox bitki və güllər, yerli adət və ənənələr, incəsənət, musiqi və ədəbiyyat, insanlar və obyektlər kimi semantik kateqoriyalarda rast gəlinir:

Barasti huts made from palm fronds were cool and easy to construct. [Dubay] [4, s.9]

Turizm terminlərinin etimologiyası çox vaxt latın, fransız və ingilis dillərinə ıasaslanır və

qloballaşma bu terminlərin universal qəbuluna şərait yaradır. Məsələn, "tourism " termini fransız "tour" sözündən törəmiş, sonra ingilis dilinə keçərək azərbaycan dilində "turizm" kimi istifadə olunmuşdur [5, s.48-50]. Həmçinin "hotel" latın "hospitale" sözündən yaranaraq fransız "hotel" və daha sonra azərbaycan dilində "hotel" kimi qəbul edilmişdir [2, s.41-43]. İngilis dilindəki "guide" sözü isə azərbaycan dilinə "bələdçi" kimi tərcümə olunmuşdur [1, s.13-14]. Bu cür etimoloji məlumatlar sözlərin tarixi köklərini və mənalarının ilkin formalarını müəyyən etməyə imkan verir. Semantik təhlil isə sözlərin müasir istifadəsini, kontekstual xüsusiyyətlərini və mənalarının genişliyini ortaya çıxarır [2, s.44-50].

Qloballaşma dövründə turizm sahəsində yeni terminlər yaranmış, mövcud sözlərin mənaları genişlənmiş və qlobal standartlar formalaşmışdır. Bu terminlərin təhlili zamanı əsas diqqət fonetik və məna uyğunluğunun qorunmasına, həmçinin beynəlxalq qəbul olunmuş konvensiyalara yönəldilir. Məsələn, "visa" latın "vita" sözündən yaranaraq ingilis dilində "visa" formasında, azərbaycan dilində isə "viza" kimi istifadə olunur."Resort" sözü ingilis dilindən azərbaycan dilinə birbaşa keçmişdir, turizm komplekslərini ifadə edir [5, s.50-51]. "Reservation" isə ingilis dilindən "rezervasiya" formasında tərcümə edilmişdir [5, s.52-54]. Bu təhlil göstərir ki, turizm terminlərinin tərcüməsi yalnız lüğət mənasına əsaslanmamalı, həm də funksional və mədəni kontekstə uyğun olmalıdır. Turizm terminlərinin mənşəyini araşdırmaq onların tarixini və inkişaf yolunu anlamaq baxımından vacibdir. "Hotel" termini fransız dilindəki "hôtel" sözündən gəlir və ilkin olaraq "saray tipli yaşayış yeri" mənasını ifadə edirdi. Zamanla bu söz "qonaqlar üçün məkan" mənasında işlədilməyə başladı. "Visa" sözü latın dilindəki "videre" – "görmək" felindən törəmişdir. Orta əsrlərdə bu termin bir şəxsin ölkəyə daxil olmasına icazə verən sənədi bildirirdi. "Guide" isə köhnə fransız dilindəki "guider" felindən yaranaraq "yol göstərmək" mənasını daşımışdır.

Terminlərin tərcüməsi zamanı bir neçə əsas prinsipə riayət olunur. Ekvivalensiya prinsipi sözün mənasının və funksiyasının dəqiq ötürülməsini təmin edir. Adaptasiya prinsipi terminlərin yerli dilin qrammatik və leksik xüsusiyyətlərinə uyğunlaşdırılmasının nəzərdə tutur [1, s. 12-14]. Konvensiya prinsipi isə beynəlxalq qəbul olunmuş terminlərin və standart formaların qorunmasını təmin edir [3, s. 39-40]. Bu prinsiplərə əməl edilmədikdə terminlər yalnış anlaşılır və beynəlxalq turizm sənəd və məlumatlarında səhvlər meydana çıxır. Tərcüməçi yalnız lüğəvi ekvivalenti seçməklə kifayətlənməməli, konteksti nəzərə almalıdır. Məsələn, "check –in" termini azərbaycan dilinə "qeydiyyat" kimi tərcümə oluna bilər, lakin hotel kontekstində "hotelə qeydiyyat" və ya "qonaq qeydiyyatı" daha uyğun olar. İkinci prinsip ekvivalentlikdir. Hər zaman tam ekvivalent tapmaq mümkün olmur, bu halda izahlı tərcümə istifadə olunur. Məsələn, "bed and breakfast" ifadəsi azərbaycan dilində "səhər yeməyi daxil olmaqla qalmaq" kimi açıqlanmalıdır.

Turizm broşürlərində, reklam mətnlərində və veb-saytlarda terminlərin düzgün tərcüməsi çox vacibdir. Məsələn, "all-inclusive" ifadəsi azərbaycan dilinə "hər şey daxil" kimi tərcümə olunur. Lakin bəzi hallarda bu ifadənin əhatə etdiyi xidmətlərin siyahısını əlavə etmək daha məqsədəuyğun olur. Digər bir nümunə "guest house" terminidir. Azərbaycan dilinə bəzən " qonaq evi" kimi tərcümə edilir, lakin bəzi hallarda bu termin "kiçik ailəvi hotel" mənasını daşıyır. Bu isə göstərir ki, terminlərin tərcüməsində kontekst mühüm rol oynayır.

NƏTİCƏ

Araşdırma göstərir ki, qloballaşma turizm sahəsində işlədilən terminlərin dünya dillərinə inteqrasiyasını sürətləndirmişdir. Bu terminlərin əhəmiyyəti etimoloji baxımdan qədim dillərə - latın, franslız və ingilis dillərinə söykənir. Semantik analiz sübut edir ki, terminlər zamanla məna genişlənməsinə, daralmasına və ya metaforik çalarlar qazanmasına məruz qalır. Tərcümə prinsipləri baxımından adekvatlıq, ekvivalentlik və mədəni adaptasiya əsas metodlar

hesab olunur. Beləliklə, turizm terminlərinin öyrənilməsi və düzgün tərcüməsi həm elmi, həm də praktik baxımdan zəruridir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism
2. Cohen, E. (2004). Contemporary Tourism: Diversity and Change. Elsevier.
3. Crystal, D. (2011). Language and the Internet. Cambridge University Press.
4. Gandin, S. Investigating Loan Words And Expressions in Tourism Discourse: A Corpus Driven Analysis on The BBC Travel Corpus: [Electronic resource] // European Scientific Journal, –January, – 2014. Vol. 10, No2, –p.1-17. URL:
5. Smith, M. K. (2010). Issues in Cultural Tourism Studies. Routledge.
6. Baker, M. (2018). In Other Words: A Coursebook on Translation. Routledge.
7. Dann, G. M. S. (1996). The Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective. CAB International.
8. Hall, C. M., & Tucker, H. (2004). Tourism and Postcolonialism: Contested Discourses, Identities, and Representations. Routledge.
9. Nida, E. A. (2000). Principles of Correspondence. In The Translation Studies Reader. Routledge.
10. Phipps, A. (2007). Learning the Arts of Linguistic Survival: Language, Tourism, Life. Channel View Publications.

Aybəniz QAZIBƏYOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
Filologiya üzrə fəlsəfə doktoru
aybaniz.gazibayova@atmu.edu.az

RƏSMİ TURİZM İNTERNET SAYTLARINDA İSTİFADƏ OLUNAN TƏRMİNLƏRİN AZƏRBAYCAN DİLİNƏ TƏRCÜMƏ USULLARI VƏ BUNUNLA BAĞLI PROBLEMLƏR

Xülasə: *Bu məqalə daha geniş tətbigi dilçilik və terminoloji tədqiqatları kontekstində rəsmi sosial platformalarında istifadə olunan ingilis mənşəli turizm terminlərinin Azərbaycan dilinə tərcuməsi üsullarını və çətinliklərini araşdırır.*

Tədqiqat turizm sahəsinə aid ixtisaslaşdırılmış terminologiyanın tərcüməsinə yönəlmiş nəzəri və tətbiqi yanaşmaları araştırır və terminoloji ekvivalentliyin dil, mədəniyyət və funksiya baxımından müxtəlif aspektlərini təhlil edilir.

Tədqiqat beynəlxalq ünsiyyətdə semantik dəqiqliyi və mədəniyyətlərarası aydınlığı təmin edilməsi üçün, Azərbaycan dilində turizm terminologiyasının sistematik şəkildə harmonizasiya və standatdlaşdırılmasının zərurliyini vurğulayır.

Açar sözlər: *turizm terminologiyası, mədəniyyətlərarası, Azərbaycan dili, tərcümə, rəqəmsal ünsiyyət, dilə uyğunlaşdırma, standartlaşdırma.*

METHODS OF TRANSLATING TERMINOLOGY USED ON OFFICIAL TOURISM WEBSITES INTO AZERBAIJANI AND THE RELATED PROBLEMS

Abstract: *This paper explores the translation of English tourism terminology used in official social sites into Azerbaijani, situating the issue within the broader field of applied linguistics and terminological studies.*

It explores theoretical and practical approaches to translating specialized vocabulary in tourism, analyzing linguistic, cultural, and functional aspects of terminological equivalence.

The study underscores the need for systematic harmonization and standardization of Azerbaijani tourism terminology to ensure precision and cross-cultural clarity in international communication.

Keywords: *tourism terminology, Azerbaijani language,translation, digital communication, linguistic adaptation, cross-cultural, standardization.*

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА ТЕРМИНОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ НА ОФИЦИАЛЬНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ИНТЕРНЕТ-САЙТАХ, НА АЗЕРБАЙДЖАНСКИЙ ЯЗЫК И ПРОБЛЕМЫ СВЯЗАННЫЕ С ЭТИМ

Резюме: *В данной статье рассматриваются способы и трудности перевода туристических терминов, используемых на официальных интернет-сайтах на азербайджанский язык, в контексте более широкой области прикладной лингвистики и терминологических исследований.*

В статье рассматриваются теоретические и практические подходы к переводу специализированной лексики в сфере туризма, анализируются лингвистические, культурные и функциональные аспекты терминологической эквивалентности.

В ходе анализа подчеркивается необходимость систематической гармонизации и стандартизации азербайджанской туристической терминологии на официальных интернет-сайтах для обеспечения точности и межкультурной ясности в международном общении.

Ключевые слова: *туристическая терминология, межкультурный, азербайджанский язык, перевод, цифровая коммуникация, языковая адаптация,*

стандартизация.

INTRODUCTION

Due to the globalization of travel and the proliferation of international partnership in the tourism industry, the study of tourism terminology has become increasingly important within the framework of applied linguistics. The expansion of intercultural communication intensified the need for accurate translation of specialized terms, making terminological equivalence a cornerstone of professional discourse. [1, p. 17].

This paper investigates the ways tourism-related words are expressed and localized in the Azerbaijani language with particular reference to official websites such as ***azerbaijan.travel, tourism.gov.az, tourismboard.az*** and those managed by regional tourism boards. They serve as the primary communication platforms presenting Azerbaijan's tourism potential to both local and international audiences.

Therefore, in the context of tourism, linguistic practices serve not merely to transmit information, but to cultivate destination identity and support soft-power strategies. [2, p.16].

Online reviews have emerged as a means for exchanging experiences, advice, evaluations of destinations and touristic services. Linguistic representation of tourism involves much more than direct translation; it encompasses cultural adaptation, terminology management, and the creation of a positive emotional appeal. Because English dominates international tourism discourse, Azerbaijani often borrows, adapts, or blends English and Russian terminology to describe modern travel phenomena [3, p. 3]. This interaction between local and global discourses raises key linquistic and cultural challenges : *how can borrowed terms remain comprehensible to local audiences without losing international meanng?; or how can the Azerbaijani language maintain consistency and stylistic quality across muptiple online sources?*

This paper explores these questions through three main dimensions:

Linguistic expression – how tourism concepts are expressed and structured in Azerbaijani.

Terminological challenges – issues of inconsistency, ambiguity, and borrowing.

Digital communication – the influence of online discourse and website design on language use.

The paper identifies two main categories of borrowed tourism terms:

Necessary borrowings, denoting new realities (***e.g., incentive tourism, charter, duty-free).***

Prestige borrowings, which replace existing Azerbaijani terms purely for stylistic or marketing reasons (***e.g., weekend tour*** instead of ***həftəsonu tur).***

The translation of specialized terminology differs from general translation in requiring both linguistic competence and subject-matter expertise. The accuracy of a translation depends on the translator's ability to preserve the conceptual content of the term while adapting it to the norms and conventions of the target language.

The research is based on four principal methods of term translation widely recognized in international practice:

Functional or cultural equivalence – selecting a term in the target language that fulfills the same function (e.g., ***tourist attraction →turist cazibə nöqtələri***, **sustainability→dayanıqlıq**).

Semantic calque – reproducing the meaning components of a terms while adapting to grammatical norms (***cultural heritage→ mədəni irs, press-releases→mətbuat relizləri).***

Structural calque – literal translation preserving structural **composition (*skyscraper → göydələn, self-quided tour→özünəbələd tur).***

Borrowing and transliteration – adopting the foreign term directly **(*check-in, charter, ski-pass, online reservation, FAQ (Frequently Asked Questions)***

In Azerbaijanian tourism vocabulary there are loanwords to the post-Soviet period, when new market structures and international tourism companies introduced unfamiliar concepts and products. The absence of preexisting Azerbaijani equivalents led to the wide spread adoption of English-derived terms through transcription or transliteration.

Examples include:

Invoice → hesab

Transfer → transfer

Hold → blok

This phenomenon illustrates how linguistic borrowing in tourism is driven not only by linguistic necessity but also by socio-cultural and psychological factors—particularly the tendency to view foreign words as more modern and prestigious. The translation of tourism terminology is not merely a linguistic operation but a cultural negotiation between languages. [4, p. 29].

Borrowing remains an indispensable tool for naming new phenomena, yet it must be guided by principles of terminological accuracy, functional adequacy, and cultural appropriateness. The paper explains that the choice of strategy depends on several factors: the presence of a native equivalent, the degree of cultural familiarity with the concept, and the communicative context of use. [5, p.16].

Another challenge involves morphological adaptation of borrowed terms. Plural and possessive forms like ***otellər, turların qiyməti, brendlər*** are commonly used, but their orthographic consistency varies. Moreover, the influx of hybrid English Azerbaijani expressions in online ads (e.g., ***super endirimli weekend turu***) risks eroding stylistic integrity. Linguists call for editorial oversight and gradual integration of acceptable forms into the normative lexicon [6, p. 29]. Some official websites in Azerbaijan, such as *azerbaijan.travel,* offer content in Azerbaijani, Russian, English, and sometimes Arabic or Chinese. [7, p. 19].

However, linguistic equivalence between language versions is rarely achieved. The Azerbaijani text often becomes a simplified translation of the English master version. This asymmetry undermines the prestige of the national language and can distort the meaning. True localization should consider cultural preferences.

The study calls for the creation of standardized terminological databases and the development of methodological guidelines for translators and educators in the field of tourism. Despite significant development, the tourism lexicon in Azerbaijani language faces challenges of inconsistency, ambiguity, and hybridization [8, p..19].

The inconsistencies may appear under several variants – ***otel, mehmanxana,*** or ***even hotel, turagent, səyahət agentliyi, turoperator*** and they may come from multiple sources: historical soviet influence, direct English borrowing, and the absence of an authoritative terminology database. This causes confusion not only among translators but also among readers, especially when comparing texts from different agencies or regions. Literal translation often fails to convey the emotional and cultural nuances of modern tourism marketing. For example, ***wellness retreat*** or ***boutique hotel*** express lifestyle and exclusive rather than simple accomodation types. Azerbaijani equivalents like ***sağlamlıq mərkəzi*** or ***kiçik otel*** lack the same connotation. Translators must therefore employ pragmatic equivalence, creating new expressions that match communicative intent rather than literal meaning – e.g., ***eksklusive istirahət məkanı (exclusive leisure destination***). The efforts towards standardization have begun.The Institute of Linguistics and the State Tourism Agency have proposed terminology lists, but implementation remains inconsistent across institutions [9, p.21].`Establishing an official bilingual glossary of tourism terminology would significantly improve coherence and reliability.

The digital media has revolutionized language functions in promotion and communication. Official tourism websites integrate textual, visual, and interactive elements, requiring that is clear, engaging , and SEO-friendly [10, p. 19]. Unlike printed brochures, online texts are designed for scanning rather than deep reading, influencing syntax, vocabulary, even

tone.

WEB designs impose limits: short sentences, keyword repetitions, and imperative mood. (***kəşf edin, Yaşayın, Səyahət edin)***. These imperative verbs successfully engage audiences but risk redundancy if overused. Additionally, automatic translation plugs-ins introduce errors that remain unnoticed without human editing. The presence of inconsistent typography (Latin vs Cyrillic remnants) also effects professionalism and readability.

Tourism websites serve dual audiences – domestic and international. [10, p. 19]. Domestic users expect authenticity and national pride; international readers look for clarity and trustworthiness. Effective localization requires balancing linguistic naturalness with cross-cultural intelligibility. The best examples on Azerbaijani tourism websites are those that merge poetic description with factual accuracy. ***E.g., "Land of Fire– where nature and culture meet",*** translated as ***Odlar Yurdu - təbiət və mədəniyyətin qovuşduğu diyar.***

Many Azerbaijani tourism Websites are first drafted in English and then trtanslated, often using automated tools or non-specialist trtanslators. This leads to syntactic interference, such as unnatural word order or overuse of passive voice.

For example, ***"The region is famous for being visited by tourists***" is translated as ***Bu region turistlər tərəfindən ziyarət olunması ilə məşhurdur*** – grammatically correct but stylistically heavy. A natural Azerbaijani version would be ***Bu region turistlərin sevimli məkanlardan biridir.***

As digital technologies transform interaction, online reviews emerge as a new linguistic genre of evaluative communication. The study analyses the morphological, lexical, and syntactic devices used by tourists to convey positive assessments, revealing the distinct stylistic and emotional features of this discourse. [11., p..23]. The article explores how tourists express evaluations in online reviews about Baku , situating this phenomenon within the broader development of internet-based communication in tourism.

The "online tourist review" is conceptualized as a distinct speech genre characterized by spontaneous expression, subjective evaluation, and deviation from standard syntactic and orthographic norms. [12, p. 19].

Positive evaluations are predominantly expressed through adjectives and adverbs carrying an affective or intensifying function (e***.g., "magnificent," modern and old, "splendid," "friendly," "clean," "very beautiful"***). [12, p.19]. Superlative forms are frequent and often combined with intensifiers such as очень, крайне, весьма ***("very," "extremely"***). This grammatical tendency underscores the reviewers' emotional engagement and desire to amplify praise. [13, p. 19]. On the lexical level, the author identifies several stylistic devices: metaphors, epithets, personification, comparisons, and periphrasis, all of which contribute to the expressiveness and imagery of the reviews. For example., ***beautiful city with a captivating blend of modern and historic architecture, excellent food, and hospitable people translated as müasir və tarixi cəlbedici harmoniyasına malik gözəl şəhər…***

Such language choices reveal how positive evaluations operate not only as descriptions but also as affective performances, transforming individual impressions into emotionally charged narratives that persuade and inspire.

The study demonstrates that the Azerbaijani language has shown remarkable adaptability in integrating global tourism terminology ühile preserving cultural idendity.

However, linguistic and practical challenges remain.

To address these issues, several recommendations are proposed:

to establish a national tourism terminology database managed jointly by linguists, translators, and tourism experts;

to incorporate tourism translation and localization modules into university language programs;

to implement editorial guidelines and quality control for all government and regional tourism websites;

to promote collaboration between linguists and marketing professionals to create

idiomatic, persuasive Azerbaijani content.

Such measures will not only improve linguistic quality but also strengthen Azerbaijan's international brand image as a culturally rich and linguistically confident destination.

The study contributes to the symbolic construction of Baku as a desirable and welcoming destination and to translation patterns from official tourism websites. It alsdo aims tocontribute to the broader discussion of language modernization, localization, and standardization in Azerbaijan's tourism communication.

Dynamic lexical adaptation has enriched Azerbaijani tourism vocabulary, but lacks codified standards.

Terminological inconsistency across institutions and websites undermines professional communication.

English	***Azerbaijani***
Tourism	*Turizm*
Destination	*Turizm istiqaməti*
Tourist Attraction.	*Turist məkanları*
Booking/Reservation.	*Rezervasiya/Sifariş*
Travel tips.	*Səyahət məsləhətləri*
Guided Tour	*Özünəbələd tur*
Frequently Asked Qustions.	*Tez-tez verilən suallar*
Press Releases	*Mətbuat relizləri*

REFERENCES

1 Aliyeva L. (2022). Language Policy and Terminological Development in Azerbaijan's Tourism Sector. Baku: National Academy of Sciences.

2 Dörnyei Z., Csizer K. The effects of intercultural contact and tourism on language attitudes and language learning motivation. Journal of Language and Social Psychology, 2005, vol. 24, iss. 4, pp. 327-357.

3 European Travel Commission (2021). Online Communication in Tourism Promotion. Brussels.

4 Hasanova R. (2021). Cultural Identity and Translation of Tourism Texts in Azerbaijani. Journal of Linguistic Studies, 12(3), 45–59.

5 Kərimov S. (2024). Terminology Management and Localization in the South Caucasus Languages. Baku State University Press.

6 State Tourism Agency of Azerbaijan (2023). National Tourism Strategy 2023–2030. Baku.

7. В. Г. Миронова. Terminology of International Tourism and Problems of Its Translation

8. Ministry of Culture of the Republic of Azerbaijan (2024). Terminology Guidelines for Tourism and Hospitality Texts. Baku.

9. Yusifzadeh N. (2020). Digital Communication and Localization in Azerbaijani Online Media. Baku State University Press

10. W.N. Long. Aspirant. Means and Methods of Expressing Positive Evaluation in Online Tourist Reviews about Moscow. State Institute of Russian language after A.S.Pushkin

11. Quliyeva A. (2022). Challenges in Translating Digital Marketing Content into Azerbaijani. Baku Linguistics Review, 8(2), 67–82. UNWTO (2023).

12. Potočnik Topler J. Language, discourse and communication in globalized tourism. Shlossman L., ed. Literature, language and culture influenced by globalization. Vol. 7. Vienna, "East West" Association for Advances Studies and Higher Education GmbH, 2015, pp. 51-61.

13. UN Academic Impacts, Digital discussions on Sustainable tourism

Samirə ƏMİROVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
filologiya üzrə fəlsəfə doktoru,
samira.amirova@atmu.edu.az

AZƏRBAYCAN VƏ İNGİLİS DİLLƏRİNDƏ ÇOXKOMPONENTLİ MARKETİNQ TERMİNLƏRİNİN FUNKSİONAL XARAKTERİSTİKASI

Xülasə: *Məqalədə müasir dövrdə qlobal iqtisadi diskursun leksik-semantik sistemində "marketinq" anlayışının çoxkomponentli terminlər vasitəsilə formalaşması və bu terminlərin ingilis və Azərbaycan dillərində funksional fəaliyyəti araşdırılır. Tədqiqatın məqsədi çoxkomponentli marketinq terminlərinin struktur, semantik və tərcümə xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirmək, həmçinin dil sistemlərində adaptasiya mexanizmlərini təhlil etməkdir. Müəyyən olunur ki, ingilis mənşəli marketinq terminləri Azərbaycan dilinə əsasən sintaktik kalka və semantik genişlənmə vasitəsilə daxil olur. Çoxkomponentli terminlərdə baş komponent (nüvə leksik vahid) semantik istiqamətin əsas daşıyıcısı kimi çıxış edir. Terminoloji sistemdə müşahidə olunan çoxfunksionallıq müasir iqtisadi münasibətlərin və dilin qarşılıqlı təsirinin nəticəsidir.*

Açar sözlər: *marketinq, termin, çoxkomponentli termin, funksional semantika, dil əlaqələri, tərcümə*

FUNCTIONAL CHARACTERISTICS OF MULTI-COMPONENT MARKETING TERMS IN AZERBAIJANI AND ENGLISH

Abstract: *The rapid development of global marketing and the influence of English as an international business language have led to the widespread formation and adaptation of multi-component marketing terms in various languages, including Azerbaijani. This paper explores the functional characteristics of such terms in English and Azerbaijani, focusing on their structure, semantics, and usage within professional discourse. The study highlights how linguistic and cultural factors influence the formation, translation, and functional roles of these terms in both languages.*

Keywords: *marketing, term, multi-component term, functional semantics, language relations, translation*

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МНОГОКОМПОНЕНТНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕРМИНОВ В АЗЕРБАЙДЖАНСКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Резюме: *Бурное развитие глобального маркетинга и влияние английского языка как международного языка бизнеса привели к широкому распространению и адаптации многокомпонентных маркетинговых терминов в различных языках, включая азербайджанский. В данной статье рассматриваются функциональные особенности таких терминов в английском и азербайджанском языках, анализируются их структура, семантика и особенности употребления в профессиональном дискурсе. Исследование выявляет влияние лингвистических и культурных факторов на формирование, перевод и функциональные роли данных терминов в обоих языках.*

Ключевые слова: *маркетинг, термин, многокомпонентный термин, функциональная семантика, языковые связи, перевод*

GİRİŞ

Qloballaşma və iqtisadi inteqrasiya prosesləri müasir dillərin leksik sisteminə birbaşa təsir göstərir. Bu təsir xüsusilə iqtisadiyyat, idarəetmə, maliyyə və marketinq kimi sahələrdə özünü daha qabarıq şəkildə göstərir. İngilis dili beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin əsas kommunikasiya vasitəsinə çevrildiyindən, onun terminoloji sistemi bir çox dillər üçün model xarakteri daşıyır.

Azərbaycan dilində marketinq sahəsinə aid terminlərin sürətli artımı, bir tərəfdən, qlobal iqtisadi tendensiyaların dilə təsirini, digər tərəfdən isə milli dilin bu təsiri adaptasiya etmə qabiliyyətini nümayiş etdirir. Bu prosesdə çoxkomponentli terminlər xüsusi rol oynayır; onlar konkret anlayışların daha dəqiq və sistemli ifadəsini təmin edir.

Çoxkomponentli marketinq terminlərinin funksional-semantik xüsusiyyətlərinin müəyyənləşdirilməsi həm nəzəri dilçilik, həm də tətbiqi terminologiya baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir ki, bu da tədqiqatın aktuallığını şərtləndirir.

Bu məqalədə qarşıya aşağıdakı məsələlərin araşdırılması məqsəd kimi qoyulmuşdur:

• Marketinq terminlərinin yaranma və mənimsənilmə xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirmək;

• İngilis dilində çoxkomponentli terminlərin struktur modellərini təsnifləşdirmək;

• Azərbaycan dilində bu modellərin ekvivalentlərini təhlil etmək;

• Terminlərin tərcümə və adaptasiya mexanizmlərini müəyyənləşdirmək;

• Funksional-semantik əlaqələri və çoxmənalılıq proseslərini araşdırmaq.

Nəzəri baza və ədəbiyyat icmalı

Araşdırmanın nəzəri əsasını terminologiya və funksional semantika sahəsində aparılmış klassik və müasir araşdırmalar təşkil edir. A.Axmanova (1969) terminləri "xüsusi elm sahəsini ifadə edən sabit leksik vahidlər" kimi xarakterizə edir [13]. V.Leyçik (1990) termin yaradıcılığının dil sistemində müstəqil struktur səviyyə təşkil etdiyini vurğulayır [19]. Yelmslevin (1960) "funksional semantika" nəzəriyyəsinə görə, terminlərin dildəki funksiyası yalnız semantik deyil, həm də mətn daxilindəki kommunikativ rolu ilə müəyyən olunur [15].

Müasir mərhələdə Kotlerin (2017) "Marketing Management" əsərində "marketinq" termini yalnız bazar fəaliyyəti deyil, həm də strateji idarəetmə və kommunikasiya sistemi kimi təqdim olunur [8]. Bu yanaşma dil sistemində terminlərin çoxmənalılığını izah etməyə imkan verir.

Metodologiya

Bu araşdırmada **müqayisəli-təhlil**, **struktur-semantik** və **funksional-linqvistik** metodlardan istifadə olunmuşdur. Empirik baza kimi "Oxford Dictionary of Business and Management" [10], "Cambridge Business English Dictionary" [3], eləcə də Azərbaycan dilində "İqtisadi terminlər lüğəti" [2] və "Maliyyə bazarları terminlərinin izahlı lüğəti"ndə [1] qeyd olunan terminlərdən 100-dən çox çoxkomponentli leksik vahid seçilmişdir. Terminlər formalaşma modelinə, sintaktik tipinə və semantik funksiyasına görə təsnif edilmişdir.

ƏSAS HİSSƏ

Müasir dilçiliyin xarakterik xüsusiyyətlərindən biri də dilçilərin dilin dinamik fəaliyyət aspektinə və onun fəaliyyət məsələlərinə müraciət etməsidir. Dil və reallıq arasındakı əlaqə məsələsi bir çox dilçiləri narahat etmişdir və bu gün də gənc tədqiqatçıların diqqətini cəlb edən dilçiliyin əsas suallarından biri olaraq qalır [16; 17; 18; 22].

Nitq fəaliyyətində semantik sistemliliyin öyrənilməsi bizi mətnlərdə terminlərin fəaliyyətinə diqqət yetirməyə sövq edir. Vaxtilə bu sualları O.S.Axmanova, B.N.Qolovin, V.P.Danilenko, A.F.Şiryayev, V.M.Leyçik kimi dilçilər öz əsərlərində terminologiyanın funksional aspektinin öyrənilməsi zəruriliyini və qanunauyğunluğunu qeyd etmişlər [13; 14; 19].

"Terminlər haqqında elm (terminologiya) təkcə terminlərin formalaşmasını deyil, həm

də terminlərin istifadəsini öyrənməlidir. O, real mətnlərdə - sənaye, texniki, elmi, biznes, ictimai-siyasi və s. real terminlərin necə işləndiyi ilə bağlı sistemli, geniş, əsaslı araşdırmalarla məşğul olmalıdır. Yalnız bu halda terminologiya terminlərin strukturu və fəaliyyəti haqqında həqiqi təsəvvür yaradacaq və terminlərin tipologiyasını əsaslandıra biləcək...” [14, s. 52].

V.M.Leyçikin fikrincə, yeni terminoloji sistemlərin formalaşması o zaman baş verir ki, müəlliflər öz yeni nəzəriyyə, ixtira və ya kəşf konsepsiyasını formalaşdırarkən ilk dəfə təqdim etdikləri terminlərin işləndiyi mətnləri tədqiq etsinlər. Belə mətnlərdə terminlər ideya və anlayışlarla birlikdə doğulur və bu, bizə belə qənaətə gəlməyə imkan verir ki, təsbit sferası və fəaliyyət dairəsi ilə yanaşı, terminlərin mövcudluğunun üçüncü sferası - nəzəriyyə sferası mövcuddur [15, s. 303; 19].

Bu tədqiqatda üçüncü terminlər sferası olan nəzəriyyə sferasının mövcudluğu araşdırılır. Onun bir vaxtlar əsası Yelmslev tərəfindən qoyulmuş, sonra isə V.M.Leyçikin əsərlərində öz təsdiqini tapmışdır. “Mətndə faktiki mövcud olan ingilisdilli terminlərin tədqiqi bizə onların yaradılması və istifadəsinin yeni əsas nümunələrini kəşf etməyə imkan verəcək” [19, s. 81].

İngilis dilində bu termin “marketinq, nəzəriyyə və təcrübə (böyükmiqyaslı satış) - marketing, theory and practice (large-scale selling)” mənasını verir [21, s. 382] və aşağıdakı mənaları ifadə edir: 1. satış, paylama. 2. marketinq (satış təşkilatı) elm sahə kimi [12, s.410].

Azərbaycan dilində bu termin aşağıdakı mənanı kəsb edir: “Marketinq – istehsal etdikləri malların satışını genişləndirmək məqsədi ilə bazarı öyrənmək və istehlak tələbinə aktiv təsir etmək üçün şirkətlər tərəfindən həyata keçirilən tədbirlər sistemidir” [2, s.258].

Müşahidələrimizə görə, bu terminin alınma prosesi əvvəlcə onun assimilyasiyası, sonra isə mənimsənilməsini nəzərdə tutan iki mərhələdən keçir. Qeyd etmək lazımdır ki, alınmanın ilk mərhələsində peşəkar mühitdə onun mənası aydınlaşdırılır, lakin hələ də onun tərifi və ya şərhi dəqiq verilmir, çünki “marketinq” anlayışının mahiyyətini alimlər və mütəxəssislər müxtəlif yollarla ifadə edirlər.

Marketinq termini (ingilis dilində) “bazar” deməkdir, buna görə də “marketinq” bazar funksiyası kimi tərcümə olunur: Marketing - the activity of presenting, advertising and selling a company’s products or services in the best possible way. (Marketinq - bir şirkətin məhsul və ya xidmətlərini ən yaxşı şəkildə təqdim etmək, reklam etmək və satmaq fəaliyyəti) [11].

Market- business or trade, or the amount of trade in a particular type of goods. Bazar-biznes və ya ticarət və ya müəyyən bir mal növü ilə ticarətin həcmi [10].

“Marketinq” termini “bazar” sözünə əsaslanır. Buna görə də ***marketinq*** **–** istehsal etdikləri malların satışını genişləndirmək məqsədi ilə bazarı öyrənmək və istehlak tələbinə aktiv təsir etmək üçün şirkətlər tərəfindən həyata keçirilən tədbirlər sistemi kimi başa düşülür [2, 238].

Bu nümunələr “marketinq” terminini bazar, bazar funksiyası və bazar mühitində iqtisadi idarəetmə ilə əlaqələndirir. Bu terminin digər tərifləri marketinq və satış arasındakı əlaqəni təsdiq edir, eyni zamanda akademik intizam kimi marketinqin əhatə dairəsi aydınlaşdırılır və genişləndirilir, yəni "marketinq" termini Azərbaycan dilində yeni mənalar qazanır. Beləliklə, marketinq sadəcə “satış” deyil.

Üçüncü qrup nümunə marketinqi “xüsusi sistem” kimi xarakterizə edir.

Axı marketinq sadəcə olaraq “... məqsədyönlü fəaliyyət sistemi” deyil, “düşüncə və davranış tərzi, davamlı hərəkət və daimi inkişafdır”. Marketinq çoxməqsədli və çoxfunksiyalı idarəetmə sistemidir. Müasir marketinq müəssisənin təchizatçıları ilə birgə ticarət fəaliyyətinin idarə edilməsinə kompleks və sistemli yanaşma təmin etmək üçün nəzərdə tutulmuşdur [8].

Buradan belə bir nəticə çıxır: a) marketinq “... məqsədyönlü fəaliyyət sistemidir”; b) marketinq “çoxməqsədli və çoxfunksiyalı idarəetmə sistemidir”; c) marketinq “müəssisənin tədarükçüləri ilə birgə ticarət fəaliyyətinin idarə edilməsinə kompleks və sistemli yanaşmadır”.

Azərbaycan dilində "marketinq" termininin mənimsənilməsi nümunələrinin təhlili onların hamısında bu anlayışın tərifl ərini ehtiva etdiyini göstərir. Məlumdur ki, ilk dəfə istifadə olunan və ya fərqli mənada istifadə olunan terminin çox vaxt tərifi olur. Nəticə etibarilə ingiliscə “marketinq” termininin Azərbaycan dilində müəyyənləşdirilməsi prosesi yeni terminoloji vahid

yaradır. "Marketinq" termininin Azərbaycan dilinin iqtisadi terminologiyasına mənimsənilməsini təsdiq edən və bu leksemin yeni məna və ya yeni konnotasiyaların formalaşmasında rol oynayan təfərrüatları (həm dar, həm də geniş kontekstdə) verən nümunələri araşdırmağı məqsədəuyğun hesab edirik.

Qlobal praktikada marketinq dərhal meydana çıxmadı. Qərbdə marketinqin müstəqil bir intizam kimi özünü təsdiqləməsi üçün vaxt lazım idi, sadəcə mal və xidmətlərin paylanmasından daha geniş və daha uzunmüddətli diqqət mərkəzindədir. Bir çox şirkətlərdə satış və marketinq arasındakı sərhəd qeyri-müəyyən olaraq qalır. Satış marketinqin bir hissəsi kimi, haqlı olaraq, ona tabe olmalıdır, lakin praktikada marketinq çox vaxt satış şöbəsi daxilində bir növ məsləhət xidməti kimi nəzərdən keçirilir. Bu vəziyyət marketinqin strateji mahiyyətinin dərk edilməməsinin nəticəsidir [8].

Son misalda "marketinq" "satış departamenti daxilində bir növ məsləhət xidmətidir", yəni marketinqin məqsədləri aydınlaşdırılır.

Reallıqda əmtəə istehsalının inkişafının müəyyən mərhələsində marketinq demək olar ki, bir çox ölkələrdə eyni vaxtda yaranmışdır, baxmayaraq ki, bu məsələdə ABŞ-ın aparıcı rolu danılmazdır. Marketinq artıq istehsalı olan inkişaf etmiş kapitalist cəmiyyətinə xasdır. XXI əsr təşkilatlarında marketinqin öz yeri var və bunlar sadəcə olaraq kiminsə şəxsi istəklərini əks etdirən sözlər deyil. Marketinqi ideal bazarla uzlaşdırmaq çətindir; yalnız alıcılar və rəqiblər öz seçimləri haqqında faydalı məlumatlara malik olmadıqda həqiqətən faydalıdır və təkliflər bir-birindən fərqli olduqda və ya ən azı alıcılar onların fərqli olduğunu qəbul etdikdə daha faydalı olur . "Marketinq" termini onun alınması zamanı bazarla sıx bağlı olduğu halda, peşəkar nitqdə qəbul edildikdə bu əlaqəyə yenidən baxılır, bunu sonuncu misal sübut edir. Belə hallar çox vaxt yeni leksik vahid yarananda baş verir [8].

Peşəyönümlü mətnlərdə "marketinq" termininin fəaliyyətində "sözün statikdən dinamikə necə keçdiyini görmək olar. O, təkcə obyektin (maddənin) deyil, həm də bir sözlə ifadə olunsa da, onun varlığının ötürücüsünə çevrilir...": marketinq "verilmiş obyektiv reallıq faktının ifadəsinə çevrilir; bu söz konkret kontekstdə ifadə olunur. Buradan belə nəticə çıxır ki, alınma söz cümləyə daxil edildikdə müxtəlif semantik çevrilmələrə qadirdir, çünki "dilin semantikası xüsusi milli qrupların mədəni unikallığını həssas şəkildə əhatə edir". Mənaların toplusu müxtəlif dillərdə dəyişir və bu baxımdan onlar, şübhəsiz ki, həm müvafiq dillərdə danışanların yaşadığı sosial-iqtisadi şərait, həm də danışanların praktik ehtiyacları ilə şərtlənən bir növ seçicilik nümayiş etdirirlər" [20, s.19].

Azərbaycan dilinin peşəkar nitqində mövcud olan mürəkkəb sözlər və terminoloji ifadələr ingilis dilindən birbaşa alınma və ya kalka yolu ilə keçir. Tədqiq olunan mürəkkəb terminlərin formalaşması iki şəkildə baş verir:

- *-re, -de, -mega* kimi beynəlxalq prefikslərin əlavə edilməsi yolu ilə. Məsələn: *remarketinq, demarketinq, meqamarketinq;*

Demarketinq – marketinqdə, mallara olan tələbatın, mövcud resurslar şəraitində onların istehsalı imkanlarının aşan səviyyəyə artımı ilə şərtləndirilən, davranış vəziyyəti və xəttidir [2, s.79].

Demarketing is the fact of marketing a product or service less, or of making a product or service seem less worth buying [4].

Remarketinq – əmtəəyə olan tələbin azalması şəraitində aparılan marketinq tədbirləri. [2, s.344].

Remarketing is to market a product or a service using a new or different method, or to market it to a different group of consumers [3].

Meqamarketinq – transmilli korporasiyaların bu və ya digər ölkənin bazarını ələ almaq üçün hazırladığı tədbirlər kompleksidir [2, s.240].

Asılı sözün ixtisarı ilə yaranan söz birləşmələri:

Telemarketinq – telefon vasitəsilə məhsul satışının təşkili.

Telemarketing is the advertising or selling of goods or services by phone [4].

"Marketinq" termini tez-tez yeni terminoloji vahidin əsas komponenti kimi başqa

sözlərlə birləşir. İkikomponentli terminlərin müxtəlif struktur modelləri var, ən çox işlənən modellərdən biri: *sifət + "marketinq"*dir. Bu modeldə üç konseptual qrup var. Hər bir konseptual qrup müəyyən edilərkən terminoloji birləşmələrin konseptual məzmunu və onların semantik quruluşu nəzərə alınmışdır.

Birinci qrupda *(satış marketinqi, funksional marketinq, informasiya marketinqi)* "marketinq" termini "inkişafın əsas istiqamətləri" mənasını ifadə edir. Birinci qrupa daxil olan anlayışlar müəyyən ardıcıllığı izləyir ki, bu da bu hadisələrin baş vermə vaxtı ilə bağlıdır.

İkinci konseptual qrup "xarici siyasət fəaliyyəti" mənası ilə bağlıdır. Buraya aşağıdakı terminoloji ifadələr daxildir: *ixrac marketinqi, idxal marketinqi, xarici ticarət marketinqi, xarici iqtisadi marketinq, beynəlxalq marketinq, qlobal marketinq*. Bu ifadələr ikinci konseptual qrupun mənalarını açır.

Üçüncü konseptual qrup "marketinq növlərinin" mənası ilə bağlıdır. Bu qrup ən çox təmsil olunur və *konversiya marketinqi, həvəsləndirici marketinq, inkişaf marketinqi, differensiallaşdırılmış marketinq, fərqlənməmiş marketinq, məhsulla differensial marketinq, şəbəkə marketinqi, birbaşa marketinq, televiziya marketinqi, bank marketinqi, sosial və etik marketinq, sığorta marketinqi, maliyyə marketinqi* kimi terminoloji ifadələri ehtiva edir.

Hər üç qrupun terminoloji ifadələri ümumi-spesifik münasibətlərə əsaslanan ümumi konsepsiyanın ifadəsi olan "marketinq" termini ilə bağlıdır. Onlar "marketinq" termini ilə çatdırılan mövzu və ya fenomenin əsas fərdi xüsusiyyətlərini qeyd edir [1].

Azərbaycan və ingilis dillərində ikikomponentli və üçkomponentli modellər mövcuddur. Bunlar ilk növbədə *ön, postpozisiya*, eyni vaxtda *ön söz və atributiv* tipli substantiv ifadələrdir. Hər iki dildə ən çox yayılmış marketinq terminləri aşağıdakı tipik modellərə uyğun olaraq formalaşan iki və üç komponentli terminlərdir:

• **N + N, Adj. + N**; *market capacity* (bazar tutumu*); final goods (hazır məhsul);*

• **N + N + N, Adj. + N + N:** *consumer's rights protection (*istehlakçı hüquqlarının müdafiəsi*), elements of promotion system* (təşviq sisteminin elementləri*); general conditions of delivery* (çatdırılmanın ümumi şərtləri).

Azərbaycan və ingilis dillərində çoxkomponentli terminlərin ümumiliyi ifadə etdikləri anlayışların oxşarlığında da aydın görünür.

Business plan (Biznes-Plan) – müəssisənin yaradılması və maliyyələşdirilməsi ilə əlaqədar, gələcək sahibkarlıq fəaliyyətinin bütün aspektləri barədə qabaqcadan xəbər verən sənəddir [2, s.57].

Çoxkomponentli terminlərin strukturu Azərbaycan dilinə daxil edilmişdir və çox vaxt ingilis dilinin sintaktik modelləri ilə üst-üstə düşür. Eyni zamanda, ingilis dilinin bir sıra çoxkomponentli terminləri Azərbaycan dilinin terminologiyasına daxil olarkən aşağıdakı struktur dəyişiklikləri müşahidə olunur:

• Komponentlərin sayında uyğunsuzluq, yəni iki komponent tərkibli ingilis termini iki, üç, dörd və ya beş komponentli modeldən istifadə olunmaqla Azərbaycan dilinə tərcümə edilə bilər: *contract maturity* (müqavilə müddəti və ya müqavilənin yerinə yetirilmə müddəti, *data plate* -məlumat lövhəsi və ya əsas parametrləri olan ad lövhəsi);

• İngilis mənbəsi ilə müqayisədə Azərbaycan ekvivalentində komponentlərin sırasının dəyişməsi: *stock in selling area – satış sahəsində mal qalığı*.

Yeni marketinq anlayışlarını ifadə edən bir sıra ingilis dilli terminoloji ifadələr azərbaycan dilinə keçir. Belə ifadələrdən biri də ingilis dilində "*direct marketing*" Azərbaycan dilində "birbaşa marketinq" və ya "vasitəçilərsiz satış" mənasını verir [12, s.410]. İngilisdilli termin Azərbaycan dilinə daxil olarkən yeni mənalar qazanır ki, onlardan biri də "interaktiv marketinq sistemi"dir. Beləliklə, ingilis dilində "birbaşa marketinq" termini Azərbaycan dilinə daxil olarkən ingilis prototipi ilə müqayisədə semantik xüsusiyyətlərini genişləndirir.

Birbaşa Marketinq Assosiasiyasına görə, "birbaşa marketinq" hər hansı bir bölgədə müəyyən bir reaksiya almaq və ya saziş bağlamaq üçün bir və ya bir neçə kommunikasiya alətindən istifadə edən interaktiv marketinq sistemidir. Buna görə də birbaşa marketinq birbaşa sifarişli marketinq də adlanır. Birbaşa marketinq - birbaşa reklam vasitəsilə marketinq - birbaşa

istehlakçılara birbaşa cavab vermək məqsədi ilə yönəldilmişdir [11].

Birbaşa marketinqin aşağıdakı formaları mövcuddur: *birbaşa poçt marketinqi; kataloq marketinqi; telemarketinq; televiziya marketinqi; elektron poçt* [8].

Birbaşa marketinqin formalarından biri televiziya marketinqidir. Televiziya marketinqi reklam vasitəsilə (cavab verən ilk istehlakçılar güzəştli şərtlər qazanır) və ya əlverişli qiymətlərlə ev satışı üçün xüsusi televiziya kommersiya kanallarından istifadə etməklə olan birbaşa marketinqdir.

"Birbaşa marketinq" terminini ehtiva edən nümunələri təhlil edərək, müxtəlif müəlliflərin bu anlayışı fərqli şərh etmək meylini qeyd edə bilərik. Güman edə bilərik ki, bu cür hadisələr yeni terminlər yarandıqda, yəni müxtəlif müəlliflər tərəfindən yeni nəzəriyyənin formalaşdırılması və təqdim edilməsi prosesi zamanı baş verir və yeni terminologiyanın ifadəsi şifahi nominativ vahidlər və ya şərhlər vasitəsilə baş verir.

Differensiasiya edilməmiş marketinq – marketinqdə bir vəziyyətdir, bu halda firma bir məhsulu bazarın bütün sektorlarına, seqmentlərinə yerləşdirir [2, s.83].

Kütləvi marketinq - bir anda bütün alıcılar üçün nəzərdə tutulmuş vahid məhsulun kütləvi istehsalı və marketinqi ilə xarakterizə olunan marketinq növüdür[6].

Hədəf marketinqi xüsusi bazar seqmentləri üçün hazırlanmış məhsulların istehsalı və marketinqi ilə xarakterizə olunan marketinq növüdür [5].

Sığorta marketinqi – rəqabət şəraitində sığortaçının fəaliyyətinin strategiya və taktikasının müəyyən edilməsi məqsədilə sığorta xidmətləri bazarının öyrənilməsidir [2, 373].

Bank marketinqi və *sosial-etik marketinq* kimi yeni iqtisadi terminlər anlayışı birinci halda şifahi nominativ vahidlə, ikinci halda isə təriflə ifadə olunur.

İqtisadi ədəbiyyatda bank marketinqinin çoxsaylı tərifləri mövcuddur. Bank marketinqi bank idarəçiliyinin bazara əsaslanan konsepsiyasıdır və yeni xidmətlərin inkişafı və ya mövcud xidmətlərin təkmilləşdirilməsi zamanı müştərilərin ehtiyaclarına diqqət yetirilməsidir. [9].

F.Kotler biznesin idarə edilməsinin beş konsepsiyasını müəyyən edir: istehsalın təkmilləşdirilməsi konsepsiyası, məhsulların təkmilləşdirilməsi konsepsiyası, kommersiya səylərinin intensivləşdirilməsi konsepsiyası, marketinq konsepsiyası və sosial-etik marketinq [8].

Təhlil əsasında bu qənaətə gəlmək mümkündür ki, "marketinq" termini Azərbaycan dilində bir neçə funksional müstəvidə işlənir:

1. İqtisadi funksiya: bazar fəaliyyəti, satış təşkili, reklam;

2. İdarəetmə funksiyası: strategiya, planlaşdırma, məhsul dövriyyəsi;

3. Kommunikativ funksiya: ictimai əlaqələr, brend imici, müştəri davranışı.

Beləliklə, termin yalnız iqtisadi deyil, həm də sosial-mədəni məna sahəsini əhatə edir. Bu, funksional semantikanın genişlənməsini təmin edir.

Beləliklə, təhlil göstərir ki, çoxkomponentli marketinq terminləri hər iki dildə **struktur paralellik** nümayiş etdirir, lakin **semantik istiqamətlənmə** milli dilin özünəməxsus sisteminə uyğun tənzimlənir. İngilis dilində terminlər daha çox **kompakt sintaktik konstruksiyalarla**, Azərbaycan dilində isə **analitik və izahlı strukturlarla** ifadə olunur.

Bu fərq dilin tipoloji xüsusiyyətləri ilə izah olunur: ingilis dili analitik, Azərbaycan dili isə aqqlütinativ quruluşa malikdir. Buna görə də Azərbaycan dilində çoxkomponentli terminlərin sayının artması dilin iqtisadi təfəkkürə uyğunlaşmasının göstəricisidir.

NƏTİCƏ

Tədqiq olunan terminoloji seqment daxilində üstünlük təşkil edən ekstralinqvistik şəraitdə iki dilin lüğətləri vahid leksik yeniliklər fondunda birləşir. Bu, Azərbaycan və ingilis dillərindəki terminlərin struktur və semantik xüsusiyyətlərində oxşarlıqların açıq şəkildə göründüyü ümumi terminoloji fondun yaradılmasına gətirib çıxarır. Bu, Azərbaycan bazar iqtisadiyyatının oxşar terminoloji sistemlərinə ingilis terminlərinin tam şəkildə alınması, həmçinin hər iki dilin terminoloji sistemlərində beynəlmiləlçiliyin olması ilə bağlıdır.

Azərbaycan və ingilis dillərində çoxkomponentli marketinq terminlərinin funksional xüsusiyyətləri linqvistik iqtisadiyyat, semantik dəqiqlik və mədəni uyğunlaşma arasında dinamik qarşılıqlı əlaqəni ortaya qoyur. İngilis dili innovasiyanın əsas mənbəyi kimi xidmət edir, Azərbaycan dili isə bu terminləri morfoloji və sintaktik modifikasiya yolu ilə mənimsəyib inteqrasiya edir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Maliyyə bazarları terminlərinin izahlı lüğəti. (2010). Bakı: Nurlar.
2. Mövsümov, C. C. (2011). *İqtisadi lüğət.* Bakı: Elm və təhsil.
3. Cambridge University Press. (n.d.). *Direct marketing.* In *Cambridge Business English Dictionary.* Retrieved October 30, 2025, from https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/direct-marketing?q=direct+marketing
4. Cambridge University Press. (n.d.). *Demarketing.* In *Cambridge Business English Dictionary.* Retrieved October 30, 2025, from https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/demarketing
5. Cambridge University Press. (n.d.). *Mass marketing.* In *Cambridge Business English Dictionary.* Retrieved October 30, 2025, from https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/mass-marketing
6. Cambridge University Press. (n.d.). *Niche marketing.* In *Cambridge Business English Dictionary.* Retrieved October 30, 2025, from https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/niche-marketing
7. Cambridge University Press. (n.d.). *Telemarketing.* In *Cambridge Business English Dictionary.* Retrieved October 30, 2025, from https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/telemarketing
8. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management.* Pearson Education.
9. National Institute of Bank Management (NIBM). (n.d.). *Bank marketing.* In *Marketing of Financial Services (Unit 3, PGDF_103).* Dr. Babasaheb Ambedkar Open University. Retrieved October 30, 2025, from https://baou.edu.in/assets/pdf/PGDF_103_slm.pdf
10. Oxford University Press. (n.d.). *Market.* In *Oxford Learner's Dictionaries.* Retrieved October 30, 2025, from https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/market
11. Oxford University Press. (n.d.). *Marketing.* In *Oxford Learner's Dictionaries.* Retrieved October 30, 2025, from https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/marketing
12. АРЭС (Аналитический Республиканский Экономический Сборник). (1981). *Экономика и управление предприятиями.* М.: Экономика.
13. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов . – М: УРСС: Едиториал УРСС, 1966.
14. Головин, Б. Н. (1972). *Введение в языкознание.* М.: Просвещение.
15. Ельмслев, К. А. (1960). *Лингвистика и языкознание.* М.: Наука.
16. Задорожный, В. П. (2001). *Формирование маркетинговых стратегий коммерческих банков.* К.: Наукова думка.
17. Кириллова, Е. А. (1989). *Маркетинг и коммуникации в банковской сфере.* М.: Финансы и статистика.
18. Кравченко, С. А. (2000). *Теоретические основы банковского маркетинга.* СПб.: Питер.
19. Лейчик, В. И. (1990). *Теория текста и языковая структура.* М.: Высшая школа.
20. Панфилов, В. П. (2001). *Маркетинговые стратегии в банках.* М.: Финансы.
21. Уссая, Л. П. (1984). *Социально-экономические аспекты маркетинга.* М.: Экономика.

22. Федосеева, Т. Н. (2003). *Банковский маркетинг и управление клиентскими отношениями.* Екатеринбург: УрГУ.

Mehriban ALLAHQULUYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
filologiya üzrə fəlsəfə doktoru, baş müəllim
mehriban.allahguluyeva@atmu.edu.az

TURİZM SAHƏSİ ÜZRƏ KADR HAZIRLIĞINDA MİLLİ İDENTİKLİK VƏ ƏDƏBİYYAT MƏSƏLƏLƏRİ: TURİZMDƏ DİLLƏRİN ROLU

Xülasə: *Azərbaycanda turizm sahəsində kadr hazırlığı prosesində milli-mədəni kimliyin qorunması və təşviqi məsələləri çox aktual bir mövzudur. Elmi tədqiqat işində turizm təhsilinin məzmununda milli komponentlərin yerini, onların tələbələrə təsirini və bu sahədə mövcud problemləri təhlil edir. Eyni zamanda, dünya təcrübəsinə nəzər salınaraq milli kimliyin qloballaşma şəraitində qorunması yolları göstərilir. Nəticə olaraq təklif olunur ki, milli-mədəni dəyərlərin turizm təhsilinə inteqrasiyası strateji vacib məsələdir və bu istiqamətdə kompleks yanaşma tələb olunur.*

Açar sözlər: *turizm təhsili, milli kimlik, mədəni irs, kadr hazırlığı, turizm siyasəti*

ISSUES OF NATIONAL IDENTITY AND LITERATURE IN TOURISM EDUCATION AND TRAINING

Abstract: *The issues of preserving and promoting national-cultural identity in the process of personnel training in the tourism sector in Azerbaijan are a very relevant topic. The scientific research analyzes the place of national components in the content of tourism education, their impact on students and existing problems in this area. At the same time, the ways of preserving national identity in the conditions of globalization are shown by looking at world experience. As a result, it is suggested that the integration of national-cultural values in tourism education is a strategically important issue and a comprehensive approach is required in this direction.*

Keywords: *tourism education, national identity, cultural heritage, personnel training, tourism policy*

ВОПРОСЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ И ЛИТЕРАТУРЫ В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Резюме: *Вопросы сохранения и развития национально-культурной идентичности в процессе подготовки кадров в сфере туризма в Азербайджане являются весьма актуальной темой. В научном исследовании анализируется место национальных компонентов в содержании туристического образования, их влияние на студентов и существующие проблемы в этой сфере. В то же время, на основе мирового опыта показаны пути сохранения национальной идентичности в условиях глобализации. В результате высказано предположение, что интеграция национально-культурных ценностей в туристическое образование является стратегически важным вопросом и в этом направлении требуется комплексный подход.*

Ключевые слова: *туристическое образование, национальная идентичность, культурное наследие, подготовка кадров, туристическая политика*.

GİRİŞ

Zaman dəyişir, texnologiyalar sürətlə inkişaf etsə də, mədəniyyətlər yaşadığı müddətdə xalqın kimliyi də yaşayır. Milli identiklik xalqın dil, din, adət-ənənə, tarix və mədəni dəyərlər

sistemi ilə bağlı olan özünüdərk formasıdır. Turizm sahəsində çalışan hər bir mütəxəssis bu kimliyi dərindən mənimsəməli, öz fəaliyyətində onu yaşatmalı və təbliğ etməlidir.

"Qloballaşmanın təsiri ilə dünyanın müxtəlif xalqları arasında mədəni sərhədlər zəifləməkdədir" **[6, s.3]** Belə bir şəraitdə hər bir xalqın öz milli-mədəni kimliyini qoruyaraq tanıtması böyük əhəmiyyət kəsb edir. Turizm isə mədəniyyətlərin qarşılıqlı təqdimatında əsas vasitələrdən biridir. "Azərbaycanda bu sahədə görülən işlərə baxmayaraq, turizm kadrlarının milli-mədəni dəyərlərlə bağlı bilik və bacarıqlarının artırılması aktual olaraq qalır." **[2, s.16]**

Əgər turizm işçisi öz xalqının kimliyini dərindən dərk etməzsə, onun təqdimatı da sönük olacaqdır. Turizm sahəsi isə bu kimliyi dünyaya tanıtmağın ən təsirli yollarından biridir. Məhz bu səbəbdən turizm bələdçiləri yalnız informasiya ötürən deyil, kulturoloji körpülər quran mütəxəssislərdir.

Turizm yalnız istirahət və əyləncə deyil, həm də mədəni öyrənmə, dəyərlərlə tanışlıq vasitəsidir. Azərbaycan kimi zəngin tarixi-mədəni irsə malik ölkədə turizmin inkişafı milli kimliyin beynəlxalq auditoriyaya təqdimatı baxımından strateji əhəmiyyət daşıyır. **[4. s. 5]** Bu baxımdan turizm və milli-mədəni kimlik müstəvisində qarşılıqlı əlaqənin mahiyyəti dövrümüz üçün vacib və aktual məsələlərdəndir.

Dünyada turizm təkcə gözəlliklə deyil, kimlik və orijinallıqla seçilir. Azərbaycan turizminin gücləndirilməsi üçün onun tarixi-mədəni təməli düzgün şəkildə təqdim olunmalıdır. Bu baxımdan mədəniyyət yönümlü tədris, ölkəmizin beynəlxalq turizm xəritəsində fərqlənməsini təmin edir. Milli-mədəni kimlik komponentləri dedikdə dil, folklor və şifahi ədəbiyyat, ənənəvi sənətkarlıq və tətbiqi incəsənət, xalq geyimləri, illi mətbəx, milli musiqi, rəqs, adət-ənənələr, mərasimlər və s. nəzərdə tutulur. Bu elementlərin düzgün təqdimatı üçün turizm kadrları həmin sahələr üzrə bilik və şüura sahib olmalıdırlar.

Hazırda Azərbaycanda bir neçə ali və orta ixtisas təhsili müəssisəsi turizm sahəsində kadr hazırlığı ilə məşğuldur. Bu təhsil müəssisələrində turizm menecmenti, bələdçilik, mehmanxana işi və digər ixtisaslar üzrə tədris aparılır. Lakin bəzi proqramlarda milli-mədəni irsin tədrisinə yetərli yer ayrılmır. Tədris prosesində əsasən beynəlxalq turizm praktikası və xidmət texnologiyalarına üstünlük verilir ki, bu da milli komponentlərin arxa plana keçməsinə səbəb ola bilir.

Azərbaycan zəngin və çoxşaxəli mədəni irsə malik ölkədir. Qafqazın bu qədim diyarı müxtəlif xalqların, tayfaların və mədəniyyətlərin qovşağında yerləşərək unikal bir etnoqrafik mozaika formalaşdırmışdır. Turizm bələdçisi bu mozaikanı tanımalı və onu turistlərə dərinliklə və doğru şəkildə təqdim etməyi bacarmalıdır. Belə bələdçi, turistə adi faktları deyil, ruh və dəyərlərlə yoğrulmuş məlumatı təqdim edir. Məsələn, turistlər üçün yalnız "dolma" deyil, dolmanın ailəvi paylaşma simvolu olması maraqlıdır. Yaxud bir xalçanın naxışlarındakı mesajlar onların təəccüb və heyranlığını doğurur.

Turizm bələdçisi sadəcə turisti müşayiət edən şəxs deyil. O, eyni zamanda mədəniyyət daşıyıcısı, xalqın kimliyini tanıdan nümayəndə, və ölkənin vizit kartı funksiyasını yerinə yetirir. Bu səbəbdən də bələdçilərin mədəni, tarixi və etnoqrafik biliklərinin geniş və sistemli olması olduqca vacibdir.

Azərbaycan qədim tarixə və zəngin mədəni irsə malik bir ölkədir. Hər bölgəmiz özünəməxsus adət-ənənələri, geyim tərzi, yemək mədəniyyəti və sənətkarlıq nümunələri ilə fərqlənir. Bu müxtəliflik Azərbaycanı maraqlı və rəngarəng bir turizm məkanı halına gətirir.

Praktiki dərslərin və seminarların birbaşa regionlarda — Şəki, Quba, Lənkəran, Ordubad və sair mədəni-tarixi ərazilərdə təşkili bu sahədə məlumatların dərinləşməsinə xidmət edəcəkdir.

Turizm bələdçiliyi üzrə təlimlərdə milli dəyərlərin təqdimatı üzrə simulyasiyalar və praktikumların keçirilməsi. Yerli folklor nümunələrinin (nağıllar, dastanlar, bayatılar) turizm məzmununda istifadəsi. Tələbələrin xalq ustaları və sənətkarlarla görüşlərinin təşkili.

Beynəlxalq təcrübədən öyrəniləcək nümunələr. Dünyada bir çox ölkə turizm kadrlarının hazırlığında milli-mədəni irsə xüsusi yer ayırır. Yaponiyada turizm bələdçiləri zen-budda mədəniyyəti, çay mərasimi, kimono geyimi və digər ənənələr üzrə təlim alırlar. Fransada

regionların şərabçılıq, memarlıq, sənətkarlıq tarixi mütləq şəkildə turizm təhsilinə daxil edilir. Türkiyədə turizm liseyləri və universitetlərində Osmanlı və Anadolu mədəniyyəti dərsləri proqramın əsas hissəsidir. Azərbaycanda da bu nümunələr əsasında milli kimliyə əsaslanan tədris strategiyaları hazırlanmalıdır.

Azərbaycanda turizm sahəsində kadr hazırlığında milli-mədəni kimliyin qorunması və təbliği məsələləri təkcə mədəni deyil, həm də strateji əhəmiyyət daşıyır. **[3, s.78]** Milli kimliyi tanıyan, onu sevən və təbliğ edə bilən turizm mütəxəssislərinin yetişdirilməsi üçün həm kurikulumlarda, həm də praktiki sahədə dəyişikliklər zəruridir. Bu istiqamətdə kompleks və sistemli yanaşma ölkənin turizm brendinin möhkəmlənməsinə mühüm töhfə verə bilər.

Zamanımızda qloballaşma prosesləri ilə paralel olaraq milli-mədəni kimliyin qorunması və onun dünya ictimaiyyətinə tanıdılması məsələsi xüsusilə əhəmiyyət kəsb edir. Bu baxımdan, turizm yalnız iqtisadi sektor kimi deyil, həm də mədəni-siyasi və mənəvi bir platforma kimi çıxış edir. Turizm bələdçiləri, menecerlər və turizm təşkilatçıları – bunların hər biri əslində bir kulturoloji elçidir.

Azərbaycan ədəbiyyatı milli identikliyi formalaşdıran və ifadə edən ən güclü mədəni dayaqlardan biridir. Füzulidən Cəlil Məmmədquluzadəyə, Mirzə Cəlildən Nizami Gəncəviyə, Məmməd Arazdan Bəxtiyar Vahabzadəyə qədər bütün klassiklərimiz milli düşüncəni, milli kimliyi və xalq obrazını ədəbi şəkildə ifadə etmişlər.

Turizm sahəsi üzrə təhsil alan tələbələrə Azərbaycan ədəbiyyatından nümunələr öyrədilməli, xüsusən aşağıdakı mövzularda mətnlər təhlil edilməlidir:

Yurd sevgisi və vətən obrazı. Azərbaycan ədəbiyyatında vətən obrazı milli kimliyin və turizm potensialının əsas dayaqlarından biridir. Bu mövzuda tələbələrə Səməd Vurğunun "Azərbaycan" poeması, Bəxtiyar Vahabzadənin "Gülüstan" poeması, eləcə də müasir şairlərin vətənpərvərlik ruhlu şeirləri tədris edilə bilər. Tələbələr vətənin coğrafi gözəlliklərini, tarixi məkanlarını, təbiətini və xalqın mənəvi bağlılığını bədii mətnlər vasitəsilə qavrayır. Ədəbiyyatda tərənnüm olunan dağlar, çaylar, şəhərlər, qalalar – turizm marşrutlarının əsas mövzularıdır. Məsələn, "Azərbaycan" poemasında Qarabağ, Şəki, Naxçıvan kimi bölgələrin obrazı həm vətən sevgisini, həm də turizm potensialını aydın göstərir.

Milli qəhrəmanlıq və mədəni irs. Azərbaycanın qəhrəmanlıq ənənələri və mədəni irsi turizmdə xüsusi çəkisi olan sahələrdəndir. "Kitabi-Dədə Qorqud" dastanı bu baxımdan ən vacib mənbələrdəndir. Tələbələr xalqın qəhrəmanlıq ideallarını, igidlik nümunələrini və qədim türk mədəniyyətini öyrənirlər Dastanda təsvir olunan məkanlar (Qobustan, Oğuz yurdu, Qafqaz dağları və s.), eləcə də igidlik motivləri (Basatın Təpəgözü öldürməsi, Salur Qazanın igidliyi) turizm marşrutlarında "mədəni irs" və "tarixi qəhrəmanlıq" mövzularının tanıdılmasına xidmət edir. Bundan başqa, UNESCO tərəfindən qeydə alınmış "Dədə Qorqud" irsi turizm baxımından beynəlxalq əhəmiyyət daşıyır.

Xalqın həyat tərzi, folklor və etnoqrafik elementlər. Azərbaycan xalq yaradıcılığı turizm üçün zəngin mədəni resursdur. Nağıllar, bayatılar, atalar sözləri, mərasim folkloru həm ədəbiyyat dərslərində, həm də turizm ixtisaslarında öyrədilməlidir. *Nağıllar:* "Tıq-tıq xanım", "Cırtdan", "Göyçək Fatma" kimi nağıllar xalqın məişətini, inanclarını, təbiətə münasibətini əks etdirir. Onların təhlili milli mədəniyyətin köklərini açır. *Bayatılar:* Qısa, lakin dərin məna daşıyan bayatılar xalqın sevincini, kədərini, təbiət sevgisini ifadə edir. Bayatılar həm də etnoqrafik-mədəni turizmin mövzu bazasını zənginləşdirir. *Mərasim folkloru:* xalq oyunları, Novruz mərasimləri, toy və yas adətləri turizm proqramlarında əyani şəkildə təqdim oluna bilər.

Turizm sahəsində təhsil alan tələbələrin Azərbaycan ədəbiyyatını öyrənməsi yalnız bədii-estetik bilik deyil, həm də mədəni irs turizmi, etnoqrafik turizm və vətənpərvərlik turizminin elmi əsaslarını formalaşdırır. **[1,s.33]** Belə yanaşma tələbələrə ölkəni xarici qonaqlara tanıdarkən bədii nümunələrdən istifadə etməyi, milli mədəniyyətin zənginliyini daha təsirli təqdim etməyi öyrədir.

Ədəbiyyat və turizm arasında qarşılıqlı əlaqə. Ədəbiyyat vasitəsilə Azərbaycanın bölgələri, şəhərləri, tarixləri və mədəniyyəti daha emosional, təsirli şəkildə təqdim oluna bilər. Məsələn:

• *Nizaminin Gəncəsi, Xaqaninin Şirvanı, Xurşidbanu Natəvanın Şuşası* – bunlar həm ədəbi məkanlar, həm də turizm obyektləridir.

• *Ədəbiyyat əsaslı turizm marşrutları* – "Nizami izi ilə", "Şuşa – mədəniyyətin beşiyi", "Dədə Qorqud yolu" kimi layihələr həm tarix, həm poeziya, həm də mədəniyyətin təqdimatında çox uğurlu alətlər ola bilər.

Bugün turizm sahəsində çalışanlar sadəcə informasiya ötürən texniki kadrlar yox, mədəniyyətin daşıyıcılarıdır. Onların təhsilində milli identiklik, ədəbi biliklər, mədəni duyum və estetik baxış sistemi olmalıdır.

Ədəbiyyat – xalqın ruhudur, turizm isə bu ruhu tanıdan vasitədir**.** Biz bu iki sahəni birləşdirərək həm milli dəyərlərimizi yaşada, həm də turizmimizin səviyyəsini yüksəldə bilərik.

NƏTİCƏ

Milli kimlik toplumun tarix, dil, ədəbiyyat, dinietnik ənənələr və ortaq dəyərlər əsasında formalaşmış kollektiv özünüidentifikasiya modelidir. Qloballaşma şəraitində kimliyin qorunması turizmdə "mədəni autentiklik" amilini önə çıxarır. Azərbaycanlı filosof və maarifçilərin XIXXX əsrlərdə apardıqları milli oyanış diskursu bu gün turizm kommunikasiyasında yenidən aktuallaşır.

Millimədəni kimliyin turizm kadrlarının hazırlığındakı rolu təkcə yerli dəyərlərin qorunması deyil, eyni zamanda beynəlxalq rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi deməkdir. Azərbaycanın strateji sənədləri buna siyasi iradə yaradır; lakin kurikulum səviyyəsində məqsədyönlü inteqrasiyaya, sənayetəhsil sinerjisinə və ölçülə bilən indikatorlara ehtiyac qalır. Tədqiqatın tapıntıları göstərir ki, sistemli islahatlar və innovativ tədris metodları ilə "milli olanı qlobal səviyyədə təqdim etmək" mümkündür.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Əliyev, A. (2017). Turizm və mədəniyyət: nəzəriyyə və praktika. Bakı: "Elm və təhsil".
2. Quliyeva, M. (2022). Azərbaycan milli kimliyinin təbliğində turizmin rolu. Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti Elmi Əsərləri, № 3, s. 15–28.
3. Məmmədova, R. (2019). Milli-mədəni dəyərlərin qorunması və gənclərdə kimlik şüurunun formalaşması. "Elmi axtarışlar", İctimai Elmlər Seriyası, № 2, s. 75–82.
4. Azərbaycan Respublikasının Turizm Strategiyası 2022–2026. Azərbaycan Respublikası Dövlət Turizm Agentliyi, rəsmi sənəd.
5. UNESCO (2020). Culture and Tourism: Policy guidelines for cultural heritage in tourism education. Paris.
6. Smith, M.K. & Robinson, M. (2006). Cultural Tourism in a Changing World: Politics, Participation and (Re) presentation. Channel View Publications.

Ülviyyə BAXŞƏLİYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment, Universiteti,
filologiya üzrə fəlsəfə doktoru, baş müəllim
ulviyya.bakhshaliyeva@atmu.edu.az

TURİZM SAHƏSİ ÜZRƏ MÜTƏXƏSSİSLƏRDƏ DİL BACARIQLARININ FORMALAŞMASI: RUS DİLİ MƏRKƏZDƏ

Xülasə: *Məqalədə turizm sənayesi mütəxəssislərinin peşəkar hazırlığında rus dilinin əhəmiyyəti, eləcə də tələbələrdə zəruri dil bacarıqlarını inkişaf etdirən peşəkar yanaşmaların metodologiyası təhlil edilir. Tədrisin kommunikativ yönümlü olmasına, layihə texnologiyalarından istifadəyə, orijinal materiallarla işləməyə və rəqəmsal alətlərdən istifadəyə də diqqət yetirilir. Məqalədə tipik ünsiyyət vəziyyətləri, peşəkar klişelər və bacarıqların ardıcıl formalaşdırılması sxemləri verilir və beynəlxalq təcrübənin istifadəsinin üstünlüklərindən bəhs olunur. Tədqiqatın nəticələri turizm mütəxəssislərinin hazırlanması üçün tədris kursları və metodik materialların hazırlanması üçün əsas ola bilər.*

Açar sözlər: *Rus dili, turizm, peşəkar kompetensiya, kommunikativ yanaşma, layihə metodu, İKT, rus dilinin tədrisi, mədəniyyətlərarası kommunikasiya, autentik materiallar*

DEVELOPING LANGUAGE SKILLS IN TOURISM INDUSTRY SPECIALISTS: FOCUS ON THE RUSSIAN LANGUAGE

Abstract: *The paper is devoted to analyzing the importance of Russian language in the professional training of specialists in the tourism industry, as well as to the methodology of professional approaches that help students develop the necessary language skills. It is also focused on the communicative orientation of teaching, the use of project-based technologies, working with authentic materials, and the application of digital tools. The article provides examples of typical communication situations, professional clichés, and step-by-step skill-formation models, and discusses the advantages of using international experience. The results of the study can serve as a basis for developing training courses and methodological materials for preparing tourism specialists.*

Keywords: *Russian language, tourism, professional competence, communicative approach, project-based method, ICT, teaching Russian, intercultural communication, authentic materials*

ФОРМИРОВАНИЕ ЯЗЫКОВЫХ НАВЫКОВ У СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ ТУРИЗМА: РУССКИЙ ЯЗЫК В ФОКУСЕ

Резюме: *Работа посвящена анализу значения русского языка в деле профессиональной подготовки специалистов туристической отрасли, а также методике профессиональных подходов, формирующих у студентов необходимые языковые навыки. Также уделено внимание коммуникативной ориентации обучения, использованию проектных технологий, работе с аутентичными материалами и использованию цифровых инструментов. В статье даются примеры типовых ситуаций общения, профессиональных клише и схемы последовательного формирования навыков, говорится о преимуществах использования международного опыта. Итоги исследования могут служить основой при разработке учебных курсов и методических материалов для подготовки специалистов туризма.*

Ключевые слова: *Русский язык, туризм, профессиональная компетенция, коммуникативный подход, проектный метод, ИКТ, обучение русскому языку, межкультурная коммуникация, аутентичные материалы.*

Актуальность исследования обусловлена возрастающей ролью современной индустрии туризма как одной из ведущих отраслей мировой экономики и потребностью в квалифицированных кадрах, способных осуществлять профессиональное общение с представителями различных стран. В условиях расширяющегося международного сотрудничества, мобильности населения и активного взаимодействия в туристической сфере владение иностранными языками становится необходимым условием успешной профессиональной деятельности. Среди наиболее востребованных языков особое место занимает русский язык — в первую очередь благодаря устойчивым туристическим потокам из России, стран СНГ и ряда регионов Восточной Европы и Азии.

Русский язык является связующим звеном в обслуживании туристов из России, Казахстана, Беларуси и других стран постсоветского пространства. Значительную часть туристов во многих популярных туристических направлениях (Турции, Египте, ОАЭ, Грузии, Азербайджане, Болгарии и др.) составляют те, которые владеют только русским языком. Следовательно, специалисты, работающие с международными клиентами, должны уметь вести профессиональное общение на русском языке как в формальных, так и в повседневных ситуациях обслуживания.

Цель исследования заключается в определении значимости русского языка для специалистов, работающих в сфере туризма, а также в описании методических принципов формирования профессионально ориентированных языковых навыков.

В соответствии с поставленной целью обозначены следующие **задачи исследования**:

1. Определить роль русского языка в международной туристической индустрии.
2. Рассмотреть и охарактеризовать профессиональные ситуации общения на русском языке.
3. Оценить существующие подходы и методы преподавания русского языка как иностранного в туристической сфере.
4. Указать основные проблемы и пути их решения в процессе языковой подготовки специалистов.
5. Изучить успешный опыт вузов и образовательных программ в СНГ и за рубежом.

Объектом исследования является процесс формирования языковых навыков у специалистов туристической сферы.

Методика профессионально ориентированного обучения русскому языку будущих специалистов сферы туризма составляет **предмет исследования**.

Методы исследования включают изучение научной литературы, сопоставление различных методик обучения, наблюдение за процессом обучения и обобщение практического опыта образовательных учреждений.

Практическая значимость работы заключается в возможности применения её положений и выводов при создании учебных программ, разработке методических пособий и организации курсов русского языка для специалистов туризма.

Русский язык занимает одно из ведущих мест в сфере международного туризма. По данным Всемирной туристической организации, туристы из России стабильно входят в десятку крупнейших мировых туристических потоков [1, стр.45]. Вследствие этого страны, принимающие российских и русскоязычных туристов, заинтересованы в подготовке специалистов, владеющих данным языком.

Так, в Турции и Египте разработаны специальные обучающие курсы для сотрудников гостиниц и ресторанов, ориентированные на базовые навыки общения на русском языке. В Азербайджане и Грузии экскурсоводы и гиды в обязательном порядке должны владеть русским языком, так как значительная часть иностранных туристов прибыла именно из стран СНГ. О значении владения русским языком не раз говорил в своих выступлениях президент Азербайджана Ильхам Алиев. Он отмечал, что в последние годы наблюдается стабильный рост количества посещающих Азербайджан

российских туристов. Среди многих других факторов это происходит в том числе и потому, что они чувствуют себя комфортно в языковом плане, не встречаются с языковыми барьерами [2].

Кроме того, русский язык выполняет функцию межнационального общения не только с туристами из России, но и с приезжими из Казахстана, Узбекистана, Грузии, Кыргызстана. И они, в частности, используют этот язык в качестве средства коммуникации не только с принимающей стороной, но и друг с другом.

Таким образом, владение русским языком становится не только конкурентным преимуществом, но и объективной необходимостью для работников сферы туризма.

Современный рынок труда предъявляет высокие требования к специалистам туристической отрасли. Компетенции, связанные с владением русским языком, позволяют расширять спектр услуг, привлекать новых клиентов и повышать уровень сервиса. Как отмечает Л. В. Щерба, “язык есть не только средство общения, но и инструмент культурного и профессионального взаимодействия” [3, стр.25].

Владение русским языком обеспечивает:

- возможность устанавливать прямой контакт с клиентами без посредников;
- формирование роста доверия и лояльности со стороны туристов;
- укрепление имиджа организации как международной и клиентоориентированной;
- расширение профессиональных перспектив для самих работников.

Таким образом, профессиональные компетенции в области русского языка становятся важнейшим условием конкурентоспособности туристических компаний и отдельных специалистов.

Таблица 1. Речевые клише для работников туризма на русском языке

Ситуация общения	**Примеры речевых клише**
Приветствие и знакомство	«Добро пожаловать!», «Рады вас видеть», «Позвольте представиться»
Регистрация в гостинице	«Ваш паспорт, пожалуйста», «Сколько ночей вы планируете провести?», «Вот ключ от вашего номера»
Работа в ресторане	«Что будете заказывать?», «Рекомендую наше фирменное блюдо», «Что желаете из напитков?»
Проведение экскурсий	«Перед нами находится…», «Обратите внимание на…», «Мы сделаем остановку через 10 минут»
Урегулирование конфликтов	«Приносим извинения за причинённые неудобства», «В кратчайшие сроки мы постараемся решить вашу проблему», «Спасибо за понимание»
Консультация в турфирме	«Какое направление вас интересует?», «Уточните, пожалуйста, даты поездки», «Мы можем предложить вам специальные предложения»

Формирование языковых навыков у будущих специалистов в туризме предполагает не только усвоение грамматических и лексических структур, но и овладение профессионально ориентированной речью, необходимой для выполнения должностных обязанностей.

Главной целью обучения русскому языку будущих работников туристической сферы является развитие **коммуникативной и профессиональной языковой компетенции**.

К основным задачам обучения относятся:

- расширение словарного запаса по тематике туризма;
-формирование умений использовать речевые клише в типичных ситуациях профессионального общения;

- развитие навыков ведения диалогов (переговоров, консультаций, экскурсий);
- формирование межкультурной компетенции;
- освоение письменных форм коммуникации (электронная переписка, оформление договоров, заполнение регистрационных форм).

Таким образом, обучение должно носить комплексный характер и ориентироваться на реальные условия профессиональной деятельности.

В современном методическом пространстве выделяются несколько ключевых принципов обучения русскому языку в профессиональном контексте:

1. При принципе коммуникативной направленности приоритетом является не формальное изучение правил, а практическое использование языка, то есть языковые явления изучаются через реальные коммуникативные задачи. Следует отметить, что главная задача преподавателя при использовании данного метода заключается в том, чтобы сделать процесс обучения функциональным.

2. Принцип профессиональной релевантности предполагает обучение, строящееся на ситуациях, близких к будущей работе студента. Это использование ситуаций обслуживания, регистрации, консультаций, экскурсий и т.д.

3. Принцип межкультурной интеграции включает в себя сведения о культурных особенностях общения, разъяснение норм поведения, характерных для русской коммуникативной культуры.

4. В основе принципа аутентичности материалов лежит использование реальных русских текстов туристического сектора и извлечение из них профессионально значимой информации. В качестве учебного материала используются путеводители, сайты отелей, меню кафе, ресторанов, выполняются задания, способные имитировать будущую профессию.

5. Принцип интеграции теории и практики заключается в сочетании лексики, грамматических упражнений и ролевых игр.

Данные принципы обеспечивают практическую направленность обучения и делают его максимально приближенным к будущим условиям работы.

Для успешного освоения профессиональной речи студентами необходимо поэтапное обучение.

Первым этапом является базовый этап, который включает в себя освоение алфавита, фонетики и базовой грамматики и изучение повседневной лексики. Следующий этап – **общекоммуникативный.** В этот этап входит формирование диалогических умений в бытовых ситуациях, упражнения на понимание устной и письменной речи. Третьим этапом идёт п**рофессионально-ориентированный этап.** На данном этапе важным является освоение терминологии и клише туристической сферы, а также ситуационные диалоги: бронирование, регистрация, экскурсия. Особенно интересным для студентов может оказаться и**нтеграционный этап. Здесь выполняются практические задания, проводится** работа с аутентичными материалами**,** ролевые игры, проекты, моделирование рабочих ситуаций. В п**рактический этап** включают в себя стажировки, экскурсионная практика, общение с носителями. Важной частью данного этапа является контроль и самооценка уровня владения языком.

Невозможно переоценить роль преподавателя в процессе обучения. Он выполняет функции организатора, консультанта и фасилитатора. Задача преподавателя – не только передать знания, но и создать условия для самостоятельного освоения языка студентами. Важно, чтобы процесс обучения был интерактивным, включал обратную связь и мотивировал студентов к активному использованию русского языка.

Особое внимание следует уделять межкультурным различиям. Так, в русскоязычной среде приветствие и обращение к клиенту строится по определённым моделям, которые могут отличаться от норм других культур. Знание этих различий

помогает избежать недоразумений и способствует формированию положительного имиджа организации.

Важным в методике формирования языковых навыков является **коммуникативный подход,** который составляет основу обучения русскому языку как иностранному в профессиональном контексте. Его ключевая особенность — ориентация на **реальные ситуации общения**.

Студенты работают с диалогами, имитирующими повседневные и профессиональные ситуации: регистрация в гостинице, оформление тура, проведение экскурсии, общение с клиентом при возникновении проблемы.

Применение коммуникативного подхода позволяет развивать беглость речи, формировать устойчивые речевые обороты, повышать уверенность студентов при общении на русском языке.

Ролевые игры и симуляции моделируют **конкретные профессиональные ситуации**, что обеспечивает практическое закрепление навыков.

Примеры ролевых игр:

- “Гость – администратор гостиницы”;
- “Турист – гид на экскурсии”;
- “Клиент – сотрудник турфирмы при урегулировании конфликта”.

Такие упражнения развивают **умение быстро ориентироваться в диалоге**, корректно использовать речевые клише и применять лексико-грамматические структуры в профессиональной сфере.

Таблица 2. Типичные коммуникативные ситуации в туризме

Ситуация	**Основная цель общения**	**Речевые действия студента**
Консультация в турфирме	Подобрать тур под запрос клиента	Информирование об имеющихся маршрутах, уточнение пожеланий клиента, расчет стоимости
Регистрация в гостинице	Обеспечить заселение клиента	Запрос документов, объяснение правил, выдача ключей
Проведение экскурсии	Обеспечить информативное и интересное сопровождение туристов	Описание достопримечательностей, ответы на вопросы, поддержание внимания
Работа в ресторане	Обслуживание и рекомендации блюд	Прием заказа, предложение напитков, объяснение состава блюд
Продажа дополнительных услуг	Увеличение объема услуг и удовлетворение потребностей клиента	Предложение экскурсий, дополнительных мероприятий, пакетов услуг
Урегулирование конфликтной ситуации	Сохранить доверие и удовлетворенность клиента	Извинение, предложение решения проблемы, контроль реакции клиента

Коммуникативная модель профессионального общения в туризме позволяет студентам систематизировать процесс общения и последовательно применять речевые навыки в профессиональной деятельности.

1. **Инициатор общения** – клиент (турист) или сотрудник турфирмы/гостиницы.
2. **Передача сообщения** – устная, письменная, электронная коммуникация.
3. **Реакция получателя** – ответ, уточнение, просьба о повторении.
4. **Использование профессиональных клише и терминологии** – гарантирует корректность и точность общения.
5. **Коррекция и обратная связь** – исправление ошибок, уточнение информации, подтверждение понимания.

В итоге применение коммуникативного подхода, ролевых игр, работы с аутентичными материалами и проектного метода формирует у студентов **профессиональные навыки общения на русском языке,** что обеспечивает их готовность к реальной работе в туристической сфере.

Важной составляющей в процессе обучения языку является работа с аутентичными материалами, например, использование реальных текстов:

- Меню ресторанов;

- Путеводители и буклеты;

- Сайты отелей и турфирм;

- Электронные бронирования.

Это позволяет студентам погружаться в языковую среду и учиться извлекать информацию, необходимую в профессиональной деятельности.

Рядом преимуществ также обладает проектная деятельность. Она способствует интеграции всех видов речевой активности: говорение, письмо, чтение и аудирование. Примерами проектов могут служить:

- создание виртуального тура;

-подготовка экскурсионного маршрута для иностранной аудитории;

-проведение интервью с представителями туристической отрасли.

Проектная методика способствует развитию креативного мышления, навыков работы в команде и применению языка в реальных ситуациях.

Вышеприведённые методы дают возможность интегрировать теоретические знания и практические умения, адаптировать студентов к типовым и нестандартным профессиональным ситуациям, а также повысить мотивацию к изучению языка через имитацию реальных рабочих процессов.

Несомненно, что большую роль в формировании языковых навыков играют информационно-коммуникационные технологии. Современные информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) значительно расширяют возможности преподавания русского языка для специалистов туризма. Они обеспечивают интерактивность, разнообразие учебных материалов и возможность самостоятельной работы студентов вне аудитории. Следует отметить ключевые направления применения ИКТ. Это обучающие видео и аудиоматериалы, онлайн-платформы и приложения (Duolingo, Quizlet, LingQ, Quizlet), мультимедийные курсы, платформы Google Meet и Zoom для общения с носителями языка, виртуальные экскурсии и др.

По мнению Н.Н. Беляевой, «цифровые технологии позволяют создавать условия максимально приближенные к реальной языковой среде, что повышает мотивацию и эффективность обучения» [4, стр. 34].

Применение ИКТ даёт следующие возможности: создание интерактивной среды, приближённой к реальной работе, индивидуализация обучения (студент работает в собственном темпе), использование разнообразных форматов материалов (видео, аудио, презентации, онлайн-тесты), организация дистанционного взаимодействия с носителями языка, контроль и самопроверка с помощью онлайн-платформ.

Таким образом, ИКТ становятся **неотъемлемой частью современного обучения русскому языку для туристической сферы**, обеспечивая динамичное и мотивирующее обучение.

Таблица 3. Сравнение методов преподавания РКИ

Метод	**Основные характеристики**	**Преимущества**	**Ограничения**
Коммуникативный	Диалоги, ролевые игры, практические упражнения	Развитие беглости речи, практическая ориентация	Требует высокой вовлечённости студентов

Метод	Основные характеристики	Преимущества	Ограничения
Проектный	Создание виртуальных туров, подготовка маршрутов	Интеграция всех видов речевой деятельности, командная работа	Требует больше времени и ресурсов
Работа с аутентичными материалами	Использование меню, буклетов, сайтов отелей	Погружение в реальную среду, развитие навыков чтения	Не всегда доступно в учебных условиях
ИКТ и онлайн-платформы	Приложения, видеоуроки, интерактивные задания	Мотивация, самостоятельная работа, интерактивность	Необходимость техники и интернета

В процессе обучения русскому языку преподаватели сталкиваются с определёнными проблемами, которые мешают более успешному овладению профессиональными навыками общения на этом языке.

Отсутствие специализированных учебников - одна из ключевых проблем обучения русскому языку в сфере туризма. Большинство существующих материалов рассчитано на общий уровень владения языком и не учитывает специфики туристической отрасли. Для разрешения этой проблемы преподаватели Азербайджанского университета туризма и менеджмента разрабатывают авторские учебные и методические пособия. Также возможными решениями данной проблемы могло бы быть создание сетевых платформ с тематическим контентом по туризму и внедрение электронных ресурсов, включающих аудио- и видеоматериалы с профессиональными диалогами.

Следует отметить, что осложняет организацию учебного процесса также и разный уровень владения русским языком. Использование **модульного подхода**, при котором задания подбираются в зависимости от уровня группы, индивидуальные консультации и корректировка заданий под потребности каждого студента, формирование учебных групп по уровню владения языком для более эффективного взаимодействия могли бы помочь устранению этой проблемы.

Недостаток контакта с носителями или ограниченное время на профессиональное общение замедляет процесс обучения. Поэтому одним из ключевых факторов успешного освоения языка является практика. Просмотр фильмов, чтение литературы и работа с аутентичными материалами на русском языке, стажировки и практика в туристических компаниях, онлайн-консультации с носителями языка, участие в международных проектах и летних школах могут способствовать более успешному усвоению языка.

Хорошие возможности в процессе овладения иностранным языком может использование опыта вузов других стран. Русский язык традиционно остаётся **языком межнационального общения и делового туризма в странах СНГ.** Так, например, в ряде университетов стран СНГ (например, Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ, Москва), Казахский национальный университет имени аль-Фараби (КазНУ), Туркестанский университет, Самаркандский институт экономики и сервиса) изучается **русский для делового и туристического общения.** В данных вузах используется **практико-ориентированная модель**: экскурсионные тренинги, стажировки в туристических компаниях, работа с русскоязычными клиентами, **используются разные методы, в том числе** игровые технологии, кейс-методы, работа с реальными документами (бронирования, меню, путеводители)**,** экскурсионная практика и т.д.

Международный опыт показывает, что наибольшей эффективностью обладают программы, основанные на коммуникативно-профессиональном и культурологическом подходах. Так, в университетах Китая, Вьетнама и стран Восточной Европы активно внедряются курсы «Русский язык для туризма», где язык осваивается через моделирование реальных профессиональных ситуаций: бронирование номеров, регистрация в гостинице, сопровождение экскурсии, обслуживание в ресторане.

Характерной особенностью таких программ является использование **методов ситуативного моделирования и ролевых игр**, позволяющих студентам применять лексико-грамматические конструкции в контексте профессиональных задач. В вузах Чехии и Польши эффективно применяется интегрированный подход CLIL (Content and Language Integrated Learning), при котором обучение русскому языку сочетается с изучением профильных дисциплин туризма. В китайских и вьетнамских университетах широкое распространение получили **проектные формы обучения,** включающие создание презентаций туристических маршрутов и видеогидов на русском языке. Кроме того, значительное внимание уделяется **культуроведческому компоненту**, формирующему представления о нормах речевого поведения, традициях гостеприимства и культурных реалиях России.

Использование международного опыта позволяет вузам, реализующим программы по туризму и сервису, совершенствовать методику преподавания русского языка, ориентируя её на реальные коммуникативные потребности будущих специалистов. Наиболее перспективным направлением является разработка **модульных курсов** «Русский язык для профессиональных целей», включающих тематические блоки «Русский язык в гостинице», «Русский язык на экскурсии», «Русский язык в сфере обслуживания». Внедрение таких программ способствует формированию межкультурной компетенции, развитию навыков делового общения и повышению конкурентоспособности выпускников на международном рынке туристических услуг. Преимущества использования международного опыта даёт усиление мотивации студентов, закрепление профессиональной лексики и речевых моделей, развитие навыков межкультурного общения, возможность применения знаний на практике в реальных ситуациях.

Примером может служить участие студентов в разработке туристических маршрутов для русскоязычных туристов в разных странах Европы, что позволяет не только отработать речевые навыки, но и изучить особенности организации туристической деятельности в международной среде.

В заключение нужно отметить, что владение русским языком является **ключевым фактором профессиональной компетенции** специалистов туристической сферы. Анализ теоретических и практических аспектов обучения показал, что эффективное формирование языковых навыков возможно при условии интеграции нескольких методических подходов: коммуникативного, проектного, работы с аутентичными материалами и применения ИКТ.

Таким образом, исследование данной темы приводит к следующим выводам:

1. Русский язык играет важную роль в международной туристической индустрии, особенно в странах СНГ и популярных туристических направлениях.

2. Компетенции в области русского языка повышают конкурентоспособность специалистов, расширяют спектр услуг и укрепляют имидж организаций.

3. Методика обучения должна быть профессионально ориентированной, включать ролевые игры, проекты и работу с аутентичными материалами.

4. Использование информационно-коммуникационных технологий делает процесс обучения интерактивным, мотивирующим и приближённым к реальной языковой среде.

5. Основные проблемы обучения – отсутствие специализированных учебников, разный уровень подготовки студентов и недостаток языковой практики – могут быть

решены с помощью модульного подхода, стажировок и разработки авторских методических материалов.

6. Успешные программы вузов СНГ и международные проекты подтверждают эффективность комплексного подхода и практическую значимость подготовки специалистов.

Таким образом, формирование языковых навыков у будущих специалистов туристической отрасли требует системного, практико-ориентированного подхода, интегрирующего современные технологии и реальные профессиональные ситуации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Всемирная туристическая организация (UNWTO). Tourism Highlights, 2022 Edition. – Мадрид: UNWTO, 2022. С. 45.
2. https://caliber.az/post/russkij-yazyk-v-azerbajdzhane-ne-galochki-radi
3. Щерба Л.В. Язык и культура общения. – СПб.: Питер, 2018. – 240 с.
4. Беляева Н.Н. Современные информационно-коммуникационные технологии в обучении иностранным языкам. – М.: Изд-во “Просвещение”, 2020. – 210 с.
5. Кузнецова Т.В. Профессионально ориентированное обучение русскому языку как иностранному. – М.: Академия, 2019.
6. Иванова Е.А., Петров С.В. Русский язык в туризме: теория и практика. – Казань: Казанский университет, 2021.
7. Мартынова О.В. Методы формирования коммуникативных навыков в РКИ для профессиональных целей. – М.: Наука, 2020.
8. Еремина А.А. Межкультурная коммуникация в профессиональной деятельности туриста. – СПб.: Речь, 2021.
9. Лебедева Е.А. *Русский язык для туризма: учебное пособие.* — СПб.: Златоуст, 2021.
10. Zhang Y. “Teaching Russian for tourism in China: communicative-situational model”, *Journal of Language and Culture*, 2020.
11. Bartková M. “Russian as a Foreign Language for Tourism Students in Central Europe”, *Acta Universitatis Carolinae Philologica*, 2021.
12. Материалы Международного конгресса преподавателей РКИ (МГУ, 2023): секция “Русский язык в профессиональных целях”.

Təranə KAZIMOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
doktorant
tarana_kazimova@inbox.ru

MÜASİR RUS DİLİNDƏ "РОДИНА (VƏTƏN)" KONSEPTİNİN VERBALLAŞMA XÜSUSİYYƏTLƏRİ

Xülasə: *Bu istiqamət üzrə apardığımız araşdırmaların fundamental özəyini filologiya elm sahəsinin koqnitiv dilçilik, leksik- seminatika və konseptual analiz istiqamətləri təşkil edir. Məqalədə "Родина" anlayışının rus dilində hansı sözlər, ifadələr və məcazlarla ifadə olunduğu, bu konseptin rus mədəniyyətində və dil şüurunda necə təzahür etdiyi və müasir dövrdə bu anlayışın semantik məzmununda hansı dəyişikliklər baş verdiyi sistemli şəkildə tədqiq olunmuşdur.*

Açar sözlər: *Dilçilik, vətən konsepti, verballaşma, dil nəzəriyyəsi, leksik-semantik analiz.*

VERBALIZATION FEATURES OF THE CONCEPT "РОДИНА" IN MODERN RUSSIAN

Abstract: *The core of our research in this field is grounded in such branches of philology as cognitive linguistics, lexical semantics, and conceptual analysis. The article systematically investigates which words, expressions, and metaphors are used in the Russian language to verbalize the concept of "Родина" how this concept is manifested in Russian culture and linguistic consciousness, and what semantic transformations it has undergone in the modern period.*

Keywords: *Linguistics, homeland concept, verbalization, language theory, lexical-semantic analysis.*

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА "РОДИНА" В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Резюме: *Основу проведённого нами исследования составляют такие направления филологической науки, как когнитивная лингвистика, лексическая семантика и концептуальный анализ. В статье системно рассматриваются слова, выражения и метафоры, используемые в русском языке для вербализации концепта "Родина" анализируется его проявление в русской культуре и языковом сознании, а также те семантические трансформации, которые данный концепт претерпел в современный период.*

Ключевые слова: *лингвистика, концепт "Родина", вербализация, теория языка, лексико-семантический анализ.*

GİRİŞ

Müasir dövrdə struktur dilçilik özünün spesifik xüsusiyyətləri ilə seçilir. Bildiyimiz kimi dilin əsas funksiyalarından biri xalqın milli-mənəvi dəyərlərini, dünyagörüşünü və tarixi yaddaşını əks etdirməkdir. Hər bir dil öz daşıyıcılarının mədəniyyətini və sosial təcrübəsini konseptlər vasitəsilə ifadə edir. Bu baxımdan "vətən" anlayışı xüsusi semantik və mədəni yüklü konseptlərdən biridir. "*Родина* (vətən)" konsepti yalnız coğrafi məkanı deyil, həm də insanın mənəvi bağlılığını, milli kimliyini və mənsubiyyət hissini ifadə edir. Rus dilində "*Родина* (vətən)" anlayışının konseptual və leksik təzahürlərinin öyrənilməsi həm kognitiv

dilçilik, həm də mədəni dilçilik baxımından mühüm əhəmiyyət daşıyır. Çünki bu anlayış rus xalqının milli identikliyinin formalaşmasında və kollektiv şüurda mühüm yer tutur. Müasir rus dilində "*Родина*" konseptinin ifadəsi təkcə "*родина*", "*отечество*", "*страна*" kimi birbaşa leksik vahidlərlə məhdudlaşmır; bu konsept müxtəlif frazeoloji birləşmələrdə, metaforik strukturlarda və publisistik üslubda da özünü göstərir.

Məqalənin obyekti

Müasir rus dilində "*Родина* (vətən)" konsepti və onun dil sistemində, yəni leksik, frazeoloji, semantik və diskurs səviyyələrində ifadə olunma formalarıdır. Məqalənin predmeti isə rus dilində "*Родина*" (vətən) konseptinin verballaşma vasitələri, yəni bu konsepti ifadə edən sözlər, ifadələr, metaforalar, frazeologizmlər, mətn strukturları və onların semantik-pragmatik xüsusiyyətləridir.

Tədqiqatın əsas hissəsi

Məqalədə tədqiq olunan əsas anlayışlardan biri də konsept anlayışıdır ki, onun mənası insanın mənəvi dünyasında mədəniyyətin əsas vahididir, dil vasitəsilə ifadə olunan mədəni mənaların sıxlaşmış formasıdır. Konseptin verballaşması isə mənəvi məzmunun dil formasına çevrilməsi prosesidir deməkdir. İlk öncə onu qeyd edək ki, tədqiqatın aktuallığı ondan ibarətdir ki, qloballaşma şəraitində milli dəyərlərin və vətənpərvərlik anlayışının dil vasitəsilə təzahür formalarının araşdırılması həm elmi, həm də sosial baxımdan zəruridir. "*родина*" (vətən) konseptinin müasir rus dilində semantik və konseptual təhlili həmin anlayışın zamanla necə transformasiyaya uğradığını, hansı yeni mənalandırma çalarları qazandığını müəyyənləşdirməyə imkan verir. Məqalənin məqsədi "*родина*" (vətən) konseptinin rus dilindəki konseptual məzmununu və onun leksik ifadə vasitələrini müəyyənləşdirmək, bu anlayışın dil sistemindəki yerini və funksional-semantik xüsusiyyətlərini təhlil etməkdən ibarətdir.

Məqaləni mənbəşünaslıq baxımdan tədqiq etsək qeyd edə bilərik ki, Е.С. Кубрякова (2004) və З.Д. Попова, И.А. Стернин (2007) əsərlərində konsept anlayışının dil sistemində formalaşması, konseptual məkanın strukturu və insan şüurundakı biliklərin dil vasitəsilə kodlaşması məsələləri əsaslandırılır. Bu müəlliflərin fikirləri "*родина*" (vətən) konseptinin həm kognitiv, həm də leksik aspektlərinin tədqiqi üçün nəzəri baza yaradır.

Həmçinin, В.И. Карасик (2002) "языковой круг" modelində dil, şəxsiyyət və mədəniyyət münasibətlərini açır. Onun konseptual yanaşması "родина (vətən)" kimi emosional və mədəni yüklü anlayışların dil sistemində necə aktuallaşdığını izah etməyə kömək edir.

Д.С. Лихачёв (1992) "О родине, народе и языке" əsərində "родина (vətən)" anlayışını milli mədəniyyətin mənəvi dayağı kimi izah edir. Bu əsər tarixi və ideoloji aspektlər baxımından vacibdir [2].

Т.А. Чернышова (2018) müasir rus dilində "родина (vətən)" konseptinin semantik strukturunu, onun sinonimlərini və emosional çalarlarını təhlil edir. O, xüsusilə publisistik üslubda "родина (vətən)" anlayışının dəyişən mənalarını göstərir [4].

И.Н. Горелов (2015) isə "родина (vətən)" obrazının rusların dil şüurunda necə formalaşdığını psixolinqvistik aspektdə araşdırır, bu da konseptin idrak səviyyəsində təzahürünü izah etməyə imkan verir [6].

А. Вежбицкая (1996, 1997) mədəniyyətlərarası semantika nəzəriyyəsində "ключевые слова культуры" anlayışını irəli sürür. Onun fikrincə, "родина" konsepti rus mədəniyyətinin "emosional açar sözlərindən" biridir [5].

Н.А. Соколова (2020) "milli identiklik" anlayışını müasir rus diskursunda təhlil edir və "родина" konseptinin dövlətçilik və vətəndaşlıq ideyaları ilə əlaqəsini göstərir.

О.В. Григорьева (2019) müasir mediada "patriotizm" və "родина (vətən)" anlayışlarının diskursiv xüsusiyyətlərini araşdırır, bu da məqalə mövzusu ilə birbaşa səsləşir [7].

R. Əliyeva (2018) və G. Quliyeva (2020) kognitiv dilçilikdə konsept və milli-mədəni komponentin ifadə formalarını Azərbaycan dilçilik müstəvisində təhlil edirlər. Onların nəzəri fikirləri rus dili materiallarının oxşar istiqamətdə analizinə metodoloji əsas yaradır [9, 10].

Filologiya üzrə fəlsəfə doktoru F.Ş. Mahmudova qeyd edir ki, ölkəmizdə vətənpərvərlik

diskursu XIX əsrin sonlarına təsadüf edir. Azərbaycanda vətənpərvərliyin formalaşmasında M.Ə. Rəsulzadənin əsərləri xüsusi önəm kəsb edir.

Praqmatik baxımdan "родина (vətən)" konseptinin verballaşması nitq aktının məqsədlərindən asılı olaraq müxtəlif funksiyaları yerinə yetirir. Motivasiyaedici-fəallaşdırıcı funksiya vasitəsilə "родина (vətən)" anlayışı emosional təsir gücünü artırır, kollektiv davranışların istiqamətləndirilməsinə şərait yaradır. Legitimasiyalaşdırıcı funksiya dövlət siyasətinin əsaslandırılması üçün ideoloji çərçivə formalaşdırır və konseptin ideoloji diskursda aktiv istifadəsinə səbəb olur. İnteqrativ funksiya isə cəmiyyət daxilində identiklik hissinin möhkəmləndirilməsinə xidmət edir. Bu sahələrdə istifadə olunan leksika əsasən yüksək emosional yüklənmə ilə seçilir və konseptin sakral-estetik məna qatlarını gücləndirir.

Beləliklə, müasir rus dilində "родина (vətən)" konseptinin verballaşması çoxkomponentli semantik struktura əsaslanır və həm emosional-psixoloji, həm də rəsmi-ideoloji səviyyələrdə özünü göstərir. Konseptin dil faktları vasitəsilə aktuallaşması metaforik modellər, kulturoloji kodlar, tarixi yaddaş elementləri və kommunikativ məqsədlərin təsiri ilə formalaşır. Müasir rus cəmiyyətində "родина (vətən)" anlayışının ideoloji və mədəni baxımdan yüksək dərəcədə aktuallığı onun dil sistemində və müxtəlif diskurs növlərində zəngin və çoxşaxəli şəkildə təzahür etməsi ilə nəticələnir.

NƏTİCƏ

Təhlil göstərir ki, "родина (vətən)" konsepti rus dilində çoxlaylı semantik struktura malikdir və həm tarixi, həm emosional, həm də ideoloji səviyyədə formalaşmışdır. Müasir rus dilində bu anlayış kognitiv, diskursiv və mədəni aspektlərdə öyrənilir. Təqdim olunan mənbələr bu istiqamətlərin hər birini əhatə etməklə tədqiqat üçün həm nəzəri, həm də praktik əsas yaradır. Bu sahə üzrə gələcəkdə yerli və beynəlxalq təcrübələr əsasında daha ətraflı araşdırmaların aparılması məqsədəuyğundur.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Бартминьский, Е. Языковой образ мира: Очерки по этнолингвистике. – М.: Индрик, 2009.
2. Лихачёв, Д.С. О родине, народе и языке. – СПб.: Logos, 1992.
3. Горелов, И. Н. Образ Родины в русском языковом сознании. // Вопросы языкознания, 2015. – №3. – S. 42–50.
4. Чернышова, Т. А. Концепт «родина» в современной русской картине мира. – М.: МГУ, 2018.
5. Вежбицкая, А. Язык. Культура. Познание. – М.: Русские словари, 1996.
6. Соколова, Н.А. Концепты национальной идентичности в современном русском языке. – М.: Флинта, 2020.
7. Григорьева, О. В. Патриотизм и образ Родины в современной русской прессе. // Филологические науки, 2019. – №2.
8. Зализняк, А.А., Левонтина И. Б., Шмелёв А. Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира. – М.: Языки славянской культуры, 2005.
9. Əliyeva R. Konsept və konseptual məkan anlayışı müasir dilçilikdə. — Bakı: ADU nəşriyyatı, 2018.
10. Quliyeva G. Kognitiv dilçilikdə milli-mədəni komponentin təzahürü. — Bakı: Elm və təhsil,-2020.

Xəyyam ABBASOV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
baş müəllim
khayyam.abbasov@atmu.edu.az

SİNTAKTİK ÜSUL İLƏ YARANAN AZƏRBAYCAN MƏNŞƏLİ TURİZM-HOTELÇİLİK TERMİNLƏRİ

Xülasə: *Turizm terminlərinin öyrənilməsinə həsr edilmiş bu məqalədə Azərbaycan mənşəli turizm-hotelçilik terminləri araşdırılmışdır. Tədqiqat üçün turizm və hotelçilik terminləri seçilib götürülmüş və seçilmiş material sintaktik üsulla təhlil edilmişdir. Materiallar üzərində müşahidələrdən aydın olur ki, mövcud turizm terminlərinin çoxu alınma sözlərdir. Bu sözlərin Azərbaycan dilində qarşılığı kalka üsulu ilə verilmişdir. Bu üsul terminlərin dilimizə inteqrasiyası üçün yetərli deyil. Ona görə də termin ehtiyatlarının təmin edilməsi üçün digər üsullardan da istifadəyə və onların elmi təhlilinə ehtiyac vardır. Təqdim etdiyimiz araşdırmada turizm terminlərinin Azərbaycan dili hesabına təmin edilməsində sintaktik üsulun yeri, rolu və əhəmiyyəti aydınlaşdırılır. Bu istiqamətdə atılan addımlar öyrənilib və bu üsulun daha geniş şəkildə tətbiqi məsələsi üçün araşdırmalar aparılıb.*

Açar sözlər: *Azərbaycan, turizm, hotelçilik, termin, sintaktik, üsul.*

TOURISM AND HOSPITALITY TERMS OF AZERBAIJANI ORIGIN FORMED SYNTACTICALLY

Abstract: *This article, devoted to the study of tourism terminology, examines tourism and hotel terms of Azerbaijani origin. Tourism and hotel terms were selected for the study, and the selected material was analyzed using the syntactic method. Observations of the materials reveal that most existing tourism terms are borrowed words. The equivalent of these words in Azerbaijani is provided by the Kalka method. This method is insufficient for integrating these terms into our language. Therefore, to provide terminological resources, it is necessary to use other methods and their scientific analysis. This study examines the place, role, and significance of the syntactic method in providing tourism terms through the Azerbaijani language. The steps taken in this direction are examined, and research is conducted on the wider application of these methods.*

Keywords: *Azerbaijan, tourism, hospitality, term, syntactic, method*

ТУРИСТИЧЕСКИЕ И ГОСТИНИЧНЫЕ ТЕРМИНЫ АЗЕРБАЙДЖАНСКОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ, ОБРАЗОВАННЫЕ СИНТАКСИЧЕСКИМ СПОСОБОМ

Резюме: *В данной статье, посвященной изучению туристической терминологии, рассматриваются туристические и гостиничные термины азербайджанского происхождения. Для исследования были отобраны туристические и гостиничные термины, а отобранный материал был проанализирован с помощью синтаксического метода. Из наблюдений над материалами видно, что большинство существующих туристических терминов являются заимствованными словами. Эквивалент этих слов в азербайджанском языке даёт метод калка. Этого метода недостаточно для интеграции терминов в наш язык. Поэтому для обеспечения терминологических ресурсов необходимо использовать другие методы и их научный анализ. В представленном нами исследовании выясняются место, роль и значение синтаксического метода в обеспечении терминов туризма посредством азербайджанского языка. Изучены шаги, предпринятые в этом направлении, и проведены исследования по вопросу более широкого применения этих методов.*

Ключевые слова: *Азербайджан, туризм, гостиприимство, термин,*

синтаксический, метод.

GİRİŞ

Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişaf etməkdə olan sahələrindən biri kimi turizm müxtəlif aspektlərdən öyrənilir. Belə aspektlərdən biri də turizmdə dillərin rolu ilə bağlı istiqamətdir. Bu istiqamət turizmin iniişafına müsbət tərsir göstərən amillərdən biri kimi qiymətləndirilməkdədir. Çünki dünyanın müxtəlif dillərində danışan turistlərlə onların öz dillərində və ya onlarn yaxşı bildikləri bir dildə ünsiyyət qurmaq turislərin rahat kommmunikasiya imkanlarının təmin edilməsi baxımından çox önəmlidir. Özünü rahat kommunikasiya mühitində hiss edən turist gəldiyi ölkədən məmnuniyyət duyur və xöş təəəsüratlarla ayrılır. Bu baxımdan turizm məhsulları içərisində dilin və kommunikatv vasitələrin vacib bir yeri vardır. Belə bir turizm məhsulunun keyfiyyətli şəkildə təqdim edilməsi üçün kommunikativ vasitələrin inkişaf etdirilməsi, dillərin öyrənilməsi və dildəki sahə ilə bağlı terminlərin tədqiqi aktual sayılmaqdadır.

Turizm terminlərinin bir çoxu müxtəlif dillərdə ortaq bir leksika formalaşdırır. Belə bir leksik ehtiyat kommunikasya şəraitini xeyli dərəcədə asanlaşdırır. Ortaq turizm leksikasının yaradılması birbaşa terminlərlə bağlıdır. Belə terminlər isə müxtəlif dillərə aid olan sözlərdən formalaşır. Bir çox turizm terminləri Avropa mənşəlidir. Yəni bu terminlər Avropa dillərindən alınmışdır. Terminlərin alınması prosesi sözü alan dilin qrammatik qaydalarına uyğunlaşaraq lüğətə daxil olur. Bu prosesdə linqvist yanaşamaları, tyerminlərlə işləmək qaydaları, termin yaradıcılığı üçün mövcud üsulların tətbiqi əhəmiiətli məsələ kimi qarşıya çıxır.

Azərbaycan dilində mövcud olan və yeni yaradılan turizm terminləri müxtəlif üsullarla formalaşır və lüğət ehtiyatlarına daxil olur. Belə üsullar içərisində semantik, morfoloji və sintaktik üsulların xüsusi yeri vardır. Kalka yolu ilə yaradılan terminlər də geniş yayılmışdır. Qeyd edilən üsullar işərisində sintaktik üsulun imkanları nisbətən genişdir. Bu üsulla termin yaradıcılığı genişlənir və dilimizin turizm terminologiyası öz imkanları daha da artırmış olur.

Termin yaradıcılığında sintaktik üsulun yeri və rolu böyükdür. Bu üsulla dil turizm terminologiyası sahəsində leksik yolla ifadə edə bilmədiyi terminləri də təqdim edə bilir. Ona görə də termin yaradıcılığında sintaktik üsulun imkanları geniş öyrənilməlidir.

Araşdırmamızda termin yaradıcılığında sintaktik üsulun imkanlarından bəhs etməklə yanaşı vu üsulun inkişaf etdirilməsinin zəruriliyi də vurğulanmışdır. Çünki bu üsulla yaradılan terminlərin öyrənilməsindən gəldiyimiz qənaətlər də sintaktik üsulun imkanlarının geniş olduğunu göstərməkdədir.

Azərbaycan mənşəli turizm-hotelçilik terminləri. Turizm leksik qatın Azərbaycan dilinin daxili imkanları hesabına zənginləşməsi.

Turizm leksik vahidlərinin və terminlərin dilimizin daxili imkanları hesabına zənginləşməsində, bütövlükdə dilin lüğət tərkibinin zənginləşməsində özünü göstərən aşağıdakı üsullar aparıcı rol oynayır və turizm termin yaradıcılığının əsasını təşkil edir.

a) Semantik üsul,
b) morfoloji üsul,
c) sintaktik üsul,
d) kalka üsulu

c) Sintaktik üsul. Sintaktik üsulla turizm terminlərinin düzəldilməsi müasir Azərbaycan dilinin söz yaradıcılığı sistemində xüsusi rolu olan üsullardandır. Bu yolla dilimizin lüğət tərkibinin zənginləşmə prosesinin tarixi çox qədimdir və həmin proses bu gün daha sistemli əhatəli xarakter almışdır. " söz yaradıcılığı prosesinin ən qədim növlərindən biri olan bu qayda müasir Azərbaycan ədəbi dili leksikasının inkişafında da böyük rol oynayır"[1,s.204] və termin yaradıcılığında da bu qayda mühüm yer tutmuşdur. Bu günkü ədəbi dilimizin terminoloji sisteminin müşahidəsi və təhlili göstərir ki, elm və texnikanın mürəkkəb sahələrinə aid terminlərin formalalaşmasında da sintaktik üsul xüsusi əhəmiyyət daşıyır.

Sintaktik üsulla söz yaradıcılığı dedikdə daha cox mürəkkəb sözlərin yaranması başa düşülür. Lakin turizm və hotelçilik terminlərinin sintaktik üsulla formalaşması zamanı mürəkkəb sözlərdən daha çox söz birləşmələrinə müraciət olunur ki, bu da səbəbsiz deyildir. Çünki mürəkkəb sözlərin yaranması dildə tarixi bir proses olmaqla onu sabitləşməsi üçün uzun zaman lazım gəlir və indi artıq sabitləşmiş mürəkkəb sözlərin də müəyyən tarixi dövrlərdə söz birləşmələrinin forma və məzmununa uyğun gəldiyi məlumdur. Başqa sözlə desək, mürəkkəb sözlər tarixən söz birləşmələrinin inkişafı, onların sabitləşərək bir vurğu altına düşməsi nəticəsində meydana çıxmışdır. "Təsadüfi deyildir ki, mürəkkəb sözlər komponentlərin formasına, birləşmə xüsusiyyətlərinə və qrammatik əlamətlərinə görə sözbirləşmələrinə uyğun şəkildə qurulur".[6,s.44]

"Dilçilik ədəbiyyatında sintaktik üsulla söz yaradıcılığından bəhs edən tədqiqatcıların əksəriyyəti, əsasən, mürəkkəb sözlərin yaranması haqqında məlumat verir, bu zaman iki və ya daha artıq sözün birləşərək bir dil vahidi kimi formalaşmasından və bu sözlərin bir vurğu altında tələffüz olunmasından danışırlar".[1,s.204, 3,s.390] Lakin bir çox sahə terminalogiyasında olduğu kimi, turizm anlayışları ifadə edən terminlərində əksəriyyəti hələ söz birləşmələri şəkilində özünü göstərir ki, bu da onların yeni formalaşmaqda olduğunu göstərir. Sözlərin birləşərək söz birləşməsi mürəkkəb söz istiqamətində inkişafını və bir çox söz birləşmələrinin nominativ xarakter daşıyaraq bir məna ifadə etdiyini nəzərə aldıqda sintaktik yolla yaranan sözlərin, eyni zamanda, söz birləşmələrinin bir çox növünüdə əhatə etdiyini söyləmək mümkündür.

Sintaktik üsulla termin yaradıcılığı problemlərini araşdıran dədqiqatçıların bəziləri bu xüsusiyyəti nəzərə almadıqları üçün sintaktik üsulun məhdud sayda özünü göstərdiyini qeyd edirlər. Azərbaycan dilində terminalogiya məsələlərini ətraflı şəkildə tədqiq etmiş və bu sahədə dəyərli araşdırmalar aparmış prof.M.Qasımov yazır: "İndiyədək bu üsulla Azərbaycan dilində coxlu miqdarda termin yaranmışdır. Lakin nisbət etibarilə götürdükdə sintaktik üsul termin yaradıcılığında məhdud sahəni əhatə edir."[2,s.130] Doğrudur, əgər sintaktik yolla söz yaradıcılığı dedikdə ancaq mürəkkəb sözlər nəzərə alınsa, professorun bu fikrinə etiraz etmək mümkün deyildir. Lakin bir çox yeni formalaşan terminoloji sahələrdə, o cümlədən turizm terminoloji sahəsində bu üsulla yaranan terminoloji vahidlərin hələ mürəkkəb söz şəkilində tam formalaşmadığını və söz birləşməsi şəkilində fəaliyyət göstərdiyini nəzərə alsaq, sintaktik yolla söz yaradıcılığı prosesinin söz birləşmələrinə də aid edilməsi vacibliyi meydana çıxır. Çünki "istər sadə termin, istər mürəkkəb strukturlu dil vahidi, istərsə də söz birləşməsindən ibarət olan turizm termini işarəvilik baxımından eyni funksiyanı yerinə yetirir",[4,s.75] bir məfhum ifadə edir. Buna göərə də Azərbaycan dilinin bir çox terminoloji sahələrində terminlərin söz birləşmələri şəkilində formalaşmasını və bu strukturlu dil vahidlərinin, süsusilə son dövrlərdə sabitləşməyə başlayan turizm və hotelçilik terminologiyasında daha çox özünü göstərdiyini müşahidə etmək mümkündür. Bir çox anlayışların məhz söz birləşmələri şəkilində formalaşan terminlərlə ifadə olunduğunu müşahidə edən bəzi araşdırıcılar çox doğru olaraq, sintaktik üsulla yaranan terminlərin mürəkkəb termin və termin-söz birləşmələri şəkilində qruplaşdırılmasının vacibliyini önə çəkir və onlar arsındakı fərqləri və oxşar cəhətləri müəyyənləşdirməyə çalışır. Tədqiqatçı araşdırdığı terminoloji sahənin dil materiallarını təhlil edərək bu nəticəyə gəlir ki, "Fizika-riyaziyyat terminlərinin mühüm bir hissəsini sintaktik üsulla əmələ gələn terminlər təşkil edir. Bu isə mürəkkəb proseslərin, hadisələrin ifadə forması olmasından irəli gəlir."[5,s.100] Biz də Azərbaycan dilində xeyli miqdarda mürəkkəb strukturlu sözlərdən və söz birləşmələrindən ibarət turizm terminlərinin mövcudluğunu qeyd edirik. Əlbəttə, qədim tarixə malik olan, tarixin demək olar ki, bütün dövrlərində milli dildə öyrənilən, tədris və tədqiq olunan fizika-riyaziyyat terminologiyası sahəsində sintaktik üsulla yaranan terminlər müəyyən miqdarda özünü göstərirsə, milli dildə istifadə olunmayan, tədqiq və tədris edilməyən və son dövrlərdə sürətli inkişafı ilə seçilən turizm-hotelçilik terminalogiyası sahəsində bu üsulla yaranan terminlərin daha çox olması məntiqidir. Buna rəvac verən amillərdən biri də xx əsrin sonlarında, müstəqillik əldə etdikdən sonra, tikilmiş cox saylı hotellər və qış-yay turizm kompleksləri, buraya gətirilməş turizmdə istifadə olunan avadanlıqlar, ölkəyə güclü turist

axını,turizm sahəsində aparılan tətqiqatlar, turizm sahəsinin çoxşaxəliliyinin dil faktları ilə ifadə olunması, mürəkkəb xassəli anlayışların adına uyğun çoxkomponentli formalaşması olmuşdur. Bunun nəticəsidir ki, nisbətən daha çox turizm termini əhatə edən "Azərbaycanca-ingiliscə turizm lüğət"ində əks olunan terminlər içərisində çoxkomponentli terminlər çoxluq təşkil edir. Maraqlıdır ki bu terminlərin, demək olar ki, əksəriyyəti ingilis dilindən, əsasən, kalka üsulu ilə dilimizə çevrildiyindən ingilis dili faktlarına uyğun olaraq Azərbaycan dilində də söz birləşmələri şəkilində reallaşmış və terminlər çoxkomponentli söz birləşmələri vasitəsilə ifadə olunmuşdur.

Müasir Azərbaycan dilində turizm terminlərinin həm mürəkkəb söz, həm də söz birləşmələri şəkilində formalaşmış dil vahidləri ilə ifadə oluna bildiyini və bu dil vahidlərinin əmələ gəlməsinin dilimizin ümumi qrammatik qanunlarına əsaslandığını nəzərə alaraq sintaktik üsulla yaranan turizm terminlərini iki qrupa bölmək olar: mürəkkəb turizm terminləri və söz birləşməsi şəkilində olan turizm terminləri. Bu dil vahidlərinin oxşar və fərqli cəhətləri, əsas xüsusiyyətlərinin araşdırılması Azərbaycan dilçiliyində ayrıca tədqiqat obyekti olduğu üçün bu məsələyə geniş diqqət yetirmədən təkcə onu qeyd etmək olar ki, bunların hər ikisi qrammatik və məntiqi qanunlar əsasında formalaşır. Lakin ifadə etdikləri mənalarına, xüsusən vurğularına görə bu dil vahidləri bir birindən fərqlənirlər. İsmi birləşmələr şəkilində formalaşan söz və söz birləşmələri arasında isə semantik məzmun baxımından çox az fərqlər müşahidə olunur. Ona görə də sintaktik üsulla yaranan turizm terminlərindən danışarkən mürəkkəb strukturlu turizm termini səciyyəli sözlərdən azacıq məlümat verməklə daha çox turizm termini səciyyəli söz birləşmələri və onların termin kimi struktur-semantik xüsusiyyətlərindən bəhs etmək daha məqsədə uyğundur.

Məlumdur ki, terminlərin çoxkomponentli dil vahidləri ilə ifadə olunması terminlərə verilən əsas tələblər baxımından (terminlər sadə, azsözlü olmalıdır ki, işləkliyi asan olmaqla daha tez yadda qalsın) o qədərdə məqsədə uyğun deyildir. Lakin cəmiyyətin inkişafı onun elm və texnikasının da müxtəlif sahələrinin inkişafına şərait yaradır. Bu baxımdan turizm elminin inkişafı, turizm məfhum və anlayışlarının daha mürəkkəb funksiya daşıması, bu və ya digər turizm anlayış və məfhumların sadə sözlə adlandırılmasının mümkünsüzlüyü dildə termin-söz birləşmələrinin kəmiyyətcə daha çox, strukturca rəngarəng növlərinin yaranmasını şərtləndirir. Cünki cəmiyyət inkişaf etdikcə daha mürəkkəb, çoxfunksiyalı və çoxsahəli xarakterə malik turizm və hotelçilikdə istifadə olunan əşya, avadanlıq və əşyalar meydana çəxər ki, bunların dil vahidləri ilə adlandırılması da, məntiqi olaraq, çoxkomponentli terminlər vasitəsi ilə mümkün olur. Bu cür çoxkomponentli terminlər isə dildə daha çox söz birləşmələri şəkilində formalaşır.

Dilçilikdə söz birləşmələrinə müxtəlif baxış bucağından yanaşaraq tərif verilib, onun bir-birindın fərqli xarakterik xüsusiyyətləri qeyd olunmuşdur. Rus dilçiliyində söz birləşmələrinin " Əşya, hərəkət, əlamət və s. ifadə edən iki müstəqil mənalı sözün sintaktik-semantik cəhətdən birləşərək vahid, bütöv məna bildirməsi" və ya " iki və daha çox sözün nitqdə və mənaca birləşməsi" və yaxud daha geniş şəkildə -" iki və ya bir neçə sözün məntiqi və formal baxımdan birləşərək bir bütöv məna ifadə etməsi söz birləşməsi adlanır".və s. kimi izahı verilmişdir. "Azərbaycan dilçiliyində də bu məsələni professor Y. Seyidov köklü şəkildə tədqiq etmiş və monoqrafik şəkildə nəşr etdirmişdir". [6,s.40-49] Tədqiqatçıların əksəriyyəti söz birləşmələrinin iki və daha çox sözün formal-sintaktik və daxili-semantik baxımdan birləşərək bir məfhum ifadə etməsi, əsas sözün ifadə etdiyi anlayış və məfhum haqqında daha geniş melumat vermesinə xidmət etdiyini qeyd edir və bu fikirdə yekdil olurlar.

Dilimizin turizm-hotelçilik terminologiyası sahəsində təzəcə başlayan sabitləşmə və unifikasiya prosesi davam etdikcə daha müxtəlif formal-məntiqi xüsusiyyətli turizm- söz birləşmələrinin yaranacağı şübhəsizdir. Gələcək tədqiqatlarda, təbii ki, yeni formalaşan termin-söz birləşmələrinin də nəzərə alınacağına, onların xüsusiyyətlərinin araşdırılacağına şübhə etmirik.

NƏTİCƏ

Azərbaycan dilində termin yaradıcılığı üzərində apardığımız müşahidələrdən aydın olur ki, dilimizdəki turizm və otelçilik terminlərinin bir qismi sintaktik üsulla yaradılmışdır. Termin yaradıcılığı üçün geniş potensialı olan sintaktik üsulun daha iri həcmli tədqiqtlara cəlb edilməsini vacib hesab edirik. Milli turizm terminologiyamızın imkanalrının genişləndirilməsi üçün sintaktik üsul özünün müxtəlif aspektləri ilə birlikdə öyrənilməlidir. Bununla yanaşı bu üsulla yaradılmış mövcud terminlərin lüğətlərinin hazırlanmasına və təhlilinə də ehtiyac vardır. Belə bir təhlil terminologiya tədqiqatı üçün əhəmiyyətli material verə bilər.

Dilimizdə sintaktik üsulla termin yaradıcılığının araşdırılması bizə həm termin yaratma qanunauyğunluqlarını aşkarlamağa və müəyyənləşdirməyə imkan verər, həm də termin yaradıcılığı sahəsində gələcək perspektivləri aydınlaşdırmağa yardım edər.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1.Cəfərov S. Müasir Azərbaycan dili (leksika) "Maarif" nəşr.,Bakı,1970, səh.160, 204,
2.Qasımov M. Azərbaycan dili terminologiyasının əsasları. "Elm" nəşr,. Bakı, 1973, səh.130.
3.Qurbanov A. Müasir Azərbaycan ədəbi dili. "Maarif" nəşr.,Bakı,1985, səh.389, 390.
4.Məmmədli Y. Azərbaycan dilinin hərbi leksikası. Bakı universiteti nəşr., Bakı, 1997, səh.75
5. Sadıqova S. Azərbaycan dilində fizika-riyaziyyat terminlərinin formalaşması və inkişafı, "Elm" nəşr,. Bakı, 1997, səh.100.
6.Seyidov Y.Azərbaycan ədəbi dilində söz birləşmələri, "Maarif" nəşr,. Bakı, 1966,səh.44, 40-49.

İrina UÇAYKİNA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
baş müəllim
Irina.uchaykina@atmu.edu.az

İNGİLİS DİLİ ÖYRƏNMƏK ÜÇÜN MOTİVASİYANIN ARTIRILMASI VASİTƏSİ KİMİ LİNQVİSTİK VƏ MƏDƏNİ MATERİAL

Xülasə: *Bu məqalə dil və mədəniyyət materiallarından istifadənin əhəmiyyətini araşdırır. Düzgün materiallar ingilis dilini öyrənmək üçün motivasiyanı artırır. Dərslər zamanı istifadə olunan müxtəlif texnika və üsullar nümayiş etdirilir.Bu materiallar təlim prosesi ni daha cəlbedici və mənalı edir. Bu, dilin daha yaxşı başa düşülməsinə, ünsiyyət bacarıqlarının inkişafına və mədəniyyətlərarası səriştənin inkişafına kömək edir.*

Açar sözlər: *motivasiya, təkmilləşdirmə, öyrənmə, anlama, inkişaf, bacarıqlar, formalaşma, səriştə.*

LINGUISTIC AND CULTURAL MATERIAL AS A MEAN OF INCREASING MOTIVATION FOR LEARNING ENGLISH

Abstract: *This article explores the importance of using linguistic and cultural materials. The right materials increase motivation to learn English. Various techniques and methods used during lessons are demonstrated. These materials make the learning process more engaging and meaningful.This promotes better understanding of the language, the development of communication skills, and the formation of intercultural competence.*

Keywords: *motivation, improvement, learning, understanding, development, skills, formation, competence.*

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И СТРАНОВЕДЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ МОТИВАЦИИ К ИЗУЧЕНИЮ АНГЛИЙСКОГО

ЯЗЫКА

Резюме: *В данной статье рассматривается важность использования лингвистических и страноведческих материалов. Правильно подобранные материалы повышают мотивацию к изучению английского языка. Демонстрируются различные техники и методы, используемые на уроках. Эти материалы делают процесс обучения 7thболее интересным и содержательным. Это способствует лучшему пониманию языка, развитию коммуникативных навыков и межкультурной компетентности.*

Ключевые слова: *мотивация, совершенствование, обучение, понимание, развитие, навыки, формирование, компетентность.*

INTRODUCTION

The project of cultural scientific readings "Highly cultured citizen of Azerbaijan", which started in Baku as part of the initiative of the Association of Culture of Azerbaijan "Simurg", is not just another event in the cultural life of the country. This is an ambitious project that lays the foundation for the formation of a new model of civil society, where each individual is considered a strategic resource and a driving force for the sustainable development of Azerbaijan. Its depth and significance are emphasized by the direct assistance of the Heydar Aliyev Foundation, which in itself makes the project a national priority.

The historical context in which this project fits is unique. Azerbaijan has entered a new era after the restoration of territorial integrity and the proclamation of a new development strategy under the leadership of President Ilham Aliyev.At the center of this strategy is the idea of a citizen who not only follows cultural traditions, but becomes their conscious custodian, innovator, and bearer of universal values.

The target audience includes officials, teachers, journalists, museum workers, medical institutions and other key areas. Each of these groups, as a structural element of human capital, becomes the object of the formation of a highly cultured citizen – a concept that fundamentally changes the approach to the development of society.Educational trainings, lectures, and cultural master classes are aimed at equipping participants with knowledge of cultural values, cultural genesis, intellectual and professional ethics, and legal and managerial culture. It is especially interesting that the educational process is accompanied by cultural surveys – an approach that allows us to measure the level of perception of new knowledge and adapt materials to the real needs .

Plans to expand the project to regions, covering educational institutions, business structures, transport organizations and other areas indicate its national scale. The Azerbaijani model of forming a highly cultured citizen claims to be universal, offering a solution to global challenges through local initiatives.

The restoration of the territorial integrity of our country became a new beginning not only in the political but also in the culture and especially in the education

Taking into account all these factors and requirements, it is necessary to comprehend modern trends and approaches in education. Namely, to review the educational materials offered to students. First of all, we are talking about linguistic and cultural discourse.

THE MAIN BODY

The motivational base of a foreign language learner is based on psychological and physiological sciences about man, has its own conceptual apparatus. There is a certain sequence of formation of the learner's motive.

There are many approaches to motivating schoolchildren to study a foreign language. The most effective approach depends on the needs and goals of the students, as well as on the context of the learning environment [1,2, 3].

In general, linguacognitive motivation consists of the degree of interest of students in

studying the verbal aspect of a foreign language, that is, its sign component.The aim of the article is to study the features of using linguistic and cultural material as a means of development in foreign language lessons. Presentation of the main material of the article. Since motivation is divided into several types, has its own classification structure and cannot be considered as a single-aspect concept, it would be logical to conclude that there is only a certain list of types of motivation that take place in the process of learning and mastering a foreign language. Let us turn to the consideration of types of motivation.

1. Communicative motivation – is understood as a manifestation of initiative to ensure verbal and non-verbal communication, which, in turn, requires mastering a foreign language.

2. Linguistic and cognitive motivation – is based on the need of students to study new or more complex language forms and constructions.

3. Cognitive and educational motivation – is a consequence of the students' need for self-development, expanding the horizons of their existing knowledge of the language and its culture.

4. Instrumental motivation – arises in students as a result of a formed state of satisfaction from the work performed, for example, work in class, or after completing assignments.

5. Intellectual-developmental motivation – is a consequence of the student's need to improve his intellectual skills.

6. Professional-pedagogical motivation – this type of motivation is a consequence of the need to master pedagogical science, the desire to be a future teacher of a foreign language and master its professional culture of personality.

7. Emotional motivation is a type of motivation caused by the need to obtain new emotions from the process of mastering a foreign language.

8. Ambition motivation is a type of motivation caused by the need to master foreign languages, the goal in the context of which is to obtain a prestigious position in society as a result of the knowledge acquired.

9. Identification motivation – involves the learner's need to identify themselves with a social group or a specific person.

10. Pragmatic motivation – this type of motivation is caused by the learner's need to move to the country of the language being studied, start their career there, and live there for the future.

11. Duty motivation – caused by a sense of duty in the student – to a higher educational institution, to the country, family or other socially determined factors [5, 7]. The need to include linguistic and cultural studies in the school English language curriculum is due to the state order to develop the ability for intercultural communication.

These functions include: Personal development is one of the main goals in teaching a foreign language. Teaching the culture of the country of the language being studied helps develop the desire to participate in intercultural communication.Linguistic and cultural studies refer to language facts that reflect cultural features, which arouses interest in students and increases motivation to study a foreign language in general. The main tasks of using linguistic and cultural studies material are related to the social functions of language. Such functions include:

1. Communicative – direct adequate communication between the learner and the native speaker, possible only with general background knowledge. This leads to the first task of linguistic and regional studies – to give students the necessary information about the culture and life of the people to carry out the communicative act.

2. Cumulative or accumulative – reflection of reality and preservation of information about it in the language. Accordingly, the second task is the acculturation of the student, that is, his introduction to the norms and values of a foreign culture.

3. Cognitive – also known as epistemological or cognitive – knowledge of reality through language. Thus, the third function of linguistic and regional studies is the

implementation in the educational process of the ability to secondary (philological) knowledge of the world.

4. Nominative – implementation of nomination, i.e. endowing previously studied phenomena and objects with a name. Hence the next task – development of the ability to carry out morphemic and word-formation analysis for a deeper understanding of the vocabulary and grammar of the language.

5. Directive – also known as emotional-expressive and aesthetic – endowing words with metaphorical or symbolic meanings when evaluating. The associations that arise in native speakers when nominating can significantly different from those that arise in those studying this language. That is why the fifth task of linguistic and cultural studies is the formation of a new value system, as well as a positive attitude towards foreign culture and life. From the above it follows that all the tasks of linguistic and regional studies are aimed at studying the most important linguistic units containing information about the culture and life of other countries, developing a deep understanding of the language, introducing students to a foreign culture, and developing communicative competence.

Learning a language for communication on topics that are close and interesting to them [4,5]. It follows that linguistic and cultural material is a means of increasing motivation to study not only a foreign language, but also one's specialty by involving background knowledge in the educational process [6]. The characteristic features of linguistic and cultural material are:

1. Authenticity – reflection of the realities in which native speakers live;
2. Relevance – significance of information for students;
3. Typicality – presence of certain patterns of lexical structures.

As can be seen from the above, linguistic and cultural material should be understood as authentic, relevant and typified information that serves as motivation for continuing cognitive activity, and also acts as a source of knowledge about the reality in which native speakers live. Regarding the forms that linguistic and cultural material takes, the following types are distinguished:

1. Video materials (authentic videos, live broadcasts on YouTube and Twitch, films, TV series, animated films, reality and talk shows, theatrical productions, etc.);
2. Audio materials (authentic songs, podcasts, radio broadcast recordings, etc.);
3. Authentic and adapted texts (fiction and non-fiction);
4. Visual materials (fine art, illustrations, photographs, comics, etc.) [7].

Oral forms stand separately: proverbs, sayings, English humor (based on wordplay) [8]. All of the above convinces us that at present information containing a linguistic and cultural component is widely distributed and presented in various forms.

It should be suggested the following methods:

1. Thematic – direct systematization, dividing information into topics and including it in educational texts.
2. Linguistic – focus on studying lexical units within adapted and authentic texts.
3. Situational – presenting information about the features of verbal and non-verbal communication when creating a specific communication situation.

After working with thematic exercises, the moment comes to check the acquired knowledge. To assess students' understanding of linguistic and cultural information, the teacher can use various forms of control:

1. Questions about the content.
2. Searching the map for geographical names found in the material.
3. Brief retelling or story about what impressed or was remembered.
4. Assessing the correctness of a number of sentences containing information from the material.
5. Taking the test.
6. Composing and solving crosswords using new vocabulary containing a linguistic and regional component.

7. Quiz.

8. A mini-essay on a specific topic related to the content of the linguistic and cultural studies material.

9. Group project.

10. Academic discussion.

The teacher's work with linguistic and cultural studies material may include the following stages:

1 Selecting types that correspond to the objectives of the curriculum.

2. Searching for suitable materials taking into account the three main characteristics of linguistic and cultural studies material.

3. Selecting the information found in accordance with the criteria suitable for a specific situation.

4. Analysis of linguistic and cultural materials from the point of view of practical application.

5. Presentation of selected information.

6. Description of what is shown in the picture.

7. Composing a story based on a proverb.

8. Monitoring understanding and assimilation of the studied material [9].

The development of linguistic and cultural competence directly depends on how well it is selected and what forms of control the teacher uses.

CONCLUSION

Summarizing the above, linguistic and cultural material contributes to the formation of linguistic and cultural competence, is a means of increasing cognitive motivation, is distinguished by its relevance, typicality and authenticity, and also exists in four main types: video materials, audio materials, texts

It is also necessary to remember that working with linguistic and cultural studies material includes searching, selecting, evaluating, presenting and checking the assimilation of information containing a linguistic and cultural studies component [10]. If you do not pay due attention to this, you should not if attention is not paid to each of the listed points, students will have problems with mastering linguistic and cultural information and, consequently, the process of developing communicative competence will slow

The analysis of non-equivalent, connotative and background vocabulary showed that their study is a priority for understanding foreign culture and life, and also that when mastering them, students may encounter difficulties that in the future will lead to misunderstandings in conversation with native speakers and possibly provoke a conflict [11].

Each linguistic and cultural unit is unique in its own way and therefore it is necessary to approach the selection of methods of interaction with these components more carefully.

REFERENCES

1. Akhmet'yanova, A.A. Linguistic and cultural material as a means of increasing motivation in learning a foreign language . – Kazan branch of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Volga State University of Water Transport", 2021. – P. 10-152.

2. Akhtemova, N.Yu. Motivation of students' activities in English lessons / N.Yu. Akhtemova // Humanitarian scientific research. – 2018. – No. 8 (84). – P. 4. 3.

3. Borichevskaya, E.M. Ways to increase motivation in English lessons / E.M. Borichevskaya // Bulletin of Donetsk Pedagogical Institute. -2018. – No. 3. – P. 208

4. Volodina, M.A. The Impact of the Introduction of Conversational Vocabulary in English Lessons on the Level of Motivation for Learning in High School / M.A. Volodina, I.V. Plaksina // Bulletin of Science and Education. – 2020. – No. 11-3 (89). – P. 60-64 5.

5. Vorokhobov, A.V. Theoretical Aspects of the Practice of Implementing a Virtual Educational Environment / A.V. Vorokhobov, E.V. Plisov // Bulletin of Minin University. – 2023. – Vol. 11. – No. 3, - P. 5.
6. Kalentieva, I.N. Using ICT in English lessons as a way to increase motivation of students in secondary school / I.N. Kalentieva // Pedagogy: traditions and innovations: Proceedings of the X International scientific. Conf. – Kazan: Young scientist, 2018. – P. 71-73
7. Karakozova, E.N. Foreign language information activity of a student of a technical university / E.N. Karakozova, A.N. Shamov // Bulletin of Minin University. – 2023. – Vol. 11. – No. 1, - P. 4.
8. Pushkareva, I.A. Regional studies material as a basis for implementing the linguistic and regional studies approach in the process of teaching a foreign language / I.A. Pushkareva // Theory and practice of social and humanitarian sciences. – 2019. – No. 3 (7).
9. Степанова, А.В. Развитие социокультурной компетенции на уроках английского языка в старшей школе посредством аутентичного песенного дискурса / А.В. Степанова, А.В. Филькова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2023. - №1-4. – С. 184-190
10. Kaufmann, S. The Linguist a Personal Guide to Language Learning / S. Kaufmann. – Canada: The Linguist Institute. -2003.
11. Linguistic and regional studies material as a means of increasing motivation to learn a foreign language / S.S. Sklyar // Psychology and pedagogy: methods and problems of practical application. – 2009. – No. 6

Aidə ŞƏBİYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
baş müəllim
aida.shabiyeva@atmu.edu.az

İNGİLİS DİLİNDƏ İNKARLIQ BİLDİRƏN PREFİKSLƏRİN LEKSİK SEMANTİK TƏHLİLİ

Xülasə: *İngilis dilində inkarlıq bildirən prefikslər morfoloji, fonoloji və semantik səviyyədə zəngin bir sistem formalaşdırır. Onların leksik-semantik təsnifatı tərcüməçi və dilçi üçün həm nəzəri, həm praktiki əhəmiyyət daşıyır: doğru prefiks seçimi məna, stil və kommunikativ məqsədin qorunmasına xidmət edir. Bu məqalə ingilis dilində inkarlıq bildirən prefikslərin təhlilinə həsr olunub. Tədqiqatda "un-", "in-", "im-", "il-", "ir-", "non-" və "dis-" prefikslərinin quruluşu və mənaca funksiyaları araşdırılır. İnkarlıq sisteminin inkişafı və tərcümə zamanı yaranan semantik fərqlər də nəzərdən keçirilir. Məqalə dilin struktur və mənaca xüsusiyyətlərini dərindən anlamağa, eləcə də tərcümə və ünsiyyət sahəsində tətbiqi baxımdan yeni imkanlar açmağa xidmət edir.*

Açar sözlər: *inkarlıq, prefikslər, mənfi ifadə, tərcümə*

LEXICAL-SEMANTIC ANALYSIS OF NEGATIVE PREFIXES IN THE ENGLISH LANGUAGE

Abstract: *In the English language, negative prefixes form a rich system at the morphological, phonological, and semantic levels. Their lexical-semantic classification has both theoretical and practical significance for translators and linguists: choosing the correct prefix helps preserve meaning, style, and communicative purpose. This article is devoted to the analysis of negative prefixes in English. The study examines the structure and semantic functions of the prefixes "un-", "in-", "im-", "il-", "ir-", "non-", and "dis-". It also explores the development of the negation system and the semantic differences that arise during translation. The paper aims to deepen the understanding of the structural and semantic features of the language and to open new possibilities for practical application in translation and communication.*

Key words*: negation, prefixes, negative meaning, translation, comparative analysis*

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОТРИЦАТЕЛЬНЫХ ПРЕФИКСОВ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Резюме: *В английском языке отрицательные префиксы формируют богатую систему на морфологическом, фонологическом и семантическом уровнях. Их лексико-семантическая классификация имеет как теоретическое, так и практическое значение для переводчиков и лингвистов: правильный выбор префикса способствует сохранению смысла, стиля и коммуникативной цели. Данная статья посвящена анализу отрицательных префиксов в английском языке. В исследовании рассматриваются структура и семантические функции префиксов "un-", "in-", "im-", "il-", "ir-", "non-" и "dis-". Также изучается развитие системы отрицания и семантические различия, возникающие при переводе. Работа направлена на глубокое понимание структурных и смысловых особенностей языка, а также открывает новые возможности для практического применения в области перевода и коммуникации.*

Ключевые слова: *отрицание, префиксы, отрицательное значение, перевод*

GİRİŞ

İngilis dilində inkarlıq (negation) müxtəlif çeşidli morfemlər vasitəsilə ifadə olunur; bunların önəmli qrupunu isə leksikal prefikslər təşkil edir (məsələn, un-, in-, im-, il-, ir-, non-, dis-). Bu prefikslər leksik kökə qoşularaq onun məna polarlığını dəyişdirir — bəzən müstəsna əks mənanı, bəzən isə məna üzrə istisna və ya ixtilaflı variantı yaradır. Məqalənin məqsədi bu prefikslərin morfoloji konstruksiyası, leksik-semantik təsnifatı, fonoloji assimilasiya qanunları və tərcümə zamanı ortaya çıxan çətinlikləri leksik-semantik prizmadan təhlil etməkdir.[1, s.125-126]

Teoretik əsaslar və terminologiya

Leksik-semantik yanaşma prefikslərin nəinki formal quruluşunu, həm də onların mənaya gətirdiyi spesifik dəyişiklikləri — komplementar əks (complementary opposite), kontrar əks (contrary opposite), privativlik (privative) və subkategoriyaları — ayırmağı tələb edir. Bundan başqa, prefiksin tarixi mənşəyi (Germanic vs. Latin/Greek) və onun məhsuldarlığı (productivity) prefiksin istifadəsini və məna diapazonunu müəyyən edir.[1,s.125-126]

İngilis prefikslərinin paylanması

Ən geniş yayılmış inkarlıq prefiksləri aşağıdakılardır: un-, in- (və onun assimilə olunmuş variantları im-, il-, ir-), dis-, non-, eləcə də daha məhdud istifadəli a-, anti-, de- və sair. Germanic mənşəli un- adətən geniş spektrdə (adjektiv, fel, isim) istifadə olunur və məhsuldarlığı yüksəkdir. Latin mənşəli in- və onun variantları səslə uyğunluq səbəbindən assimilə olunur: im- [b, p], il- [l], ir- [r] ilə birləşir. dis- prefiksi isə çox vaxt hərəkətin və ya vəziyyətin tərsinə çevrilməsini bildirir və fel köklərində məhsuldar sayılır. non- isə daha çox terminoloji və rəsmi kontekstlərdə istifadə olunur və "complete negation" yox, daha çox "lack of property/characteristic" kimi oxunur.[2, s.200]

2. Leksik-semantik kateqoriyalar

İnkarlıq bildirən prefikslərin semantik analizində onların sözə verdiyi mənanın növünə əsasən aşağıdakı təsnifat aparmaq mümkündür:

2.1. Antonomik əkslik

Bu zaman yeni söz ilkin sözün əksi olur. Bu kateqoriyaya aşağıdakı nümunələr daxildir:

logical – illogical,

legal – illegal,

moral – immoral.

2.2. Yoxluq bildirən semantika

Bu sözlərdə müəyyən bir keyfiyyətin və ya obyektin mövcud olmaması vurğulanır:

nonexistent – mövcud olmayan,

nonparticipant – iştirak etməyən,

nonissue – əhəmiyyətli olmayan məsələ.

2.3. Pozulma və ya ləğv etmə

Bu zaman söz kökündəki hərəkətin və ya vəziyyətin pozulması və ya geri qaytarılması semantikası formalaşır:

connect – disconnect,

agree – disagree,

trust – distrust.

Bu cür prefiksli sözlərdə bəzən semantik dəyişikliklər də müşahidə olunur. Məsələn, disinterested və uninterested sözləri oxşar görünsə də, mənaca fərqlidirlər.

Uninterested – maraq göstərməyən,

Disinterested – qərəzsiz, obyektiv [7, s.55].

3. Tarixi və etimoloji faktorlar

İnkarlıq bildirən prefikslərin bəziləri Germanik, bəziləri isə Latın mənşəlidir. Məsələn, "un-" əsasən Germanik sözlərə əlavə olunur, "in-", "il-", "im-" və "ir-" isə Latın mənşəli sözlərdə istifadə olunur:

unknown (Germanik),

illegal (Latın).
Bu, həm də onların hansı kontekstdə istifadə oluna biləcəyini müəyyənləşdirir. Akademik və elmi mətnlərdə Latın mənşəli prefikslərin daha çox istifadə olunduğu müşahidə olunur [6, s.81].

4. Semantik dəqiqlik və stilistik fərqlər

Hər bir mənfi prefiksin verdiyi semantik çalar fərqlidir. Bu səbəbdən prefikslərin seçimində təkcə qrammatik uyğunluq deyil, həm də stilistik və kontekstual dəqiqlik nəzərə alınmalıdır.
Məsələn:

unacceptable – qəbulolunmaz (ümumi mənfi dəyər),

inadmissible – hüquqi və ya formal olaraq qəbulolunmaz (rəsmi və hüquqi kontekst).

Bu fərqlər İngilis dilində söz seçimində yüksək dəqiqlik tələb edir və xüsusilə tərcümə və akademik yazıda mühüm əhəmiyyət daşıyır [5, s.88].

Prefikslərin semantik təsiri baxımından aşağıdakı əsas tiplər ayırd edilir:

Komplementar əks (e.g., un-happy vs. happy): burada prefiks kökün məna-polarlığını tam əks etdirir.

Kontrar əks (e.g., dis-agree vs. agree): qarşıdurma və ya fərqlilik vurğulanır.

Privativ və ya çatışmazlığı ifadə edən (e.g., non-existent): obyektin və ya xüsusiyyətin olmamasını göstərir; tez-tez terminoloji istifadə.

İş və ya hərəkətin tərsini bildiriş (morphosemantic: de-/dis-): fel əsaslı formalaşmada rast gəlinir (məsələn, disassemble, deactivate — burada mənanın "geri çevirmək / ləğv etmək" çalarları var).

Bu fərqləndirmə tərcümə və leksik seçimin düzgünlüyü üçün vacibdir — eyni "inkar" səviyyəsi müxtəlif prefikslər vasitəsilə fərqli kommunikativ effekt yarada bilər.[1,s.126-127])

Fonoloji uyğunlaşma və allomorfizm

Latın mənşəli in- prefiksinin im-, il-, ir- kimi variantlara assimilə olunması fonoloji şəraitə əsaslanan allomorfizm nümunəsidir; yəni prefiksin sonluq səsləri kökün başlanğıc səsi ilə uyğunlaşaraq tələffüzü asanlaşdırır. Digər prefikslər (məsələn, un- və non-) klassik olaraq dəyişməz qalır. Fonoloji adaptasiyalar həm morfoloji sərhədlərin, həm də tarixi dil dəyişmələrinin izahında mühüm rol oynayır.[3, s.35])

Azərbaycanca inkarlıq vasitələri ilə müqayisə (qısa)

Azərbaycanca inkarlıq əsasən sintaktik-morfoloji yollarla ifadə olunur: fel şəkilçiləri (-maz/-məz), predikativ hissədəki xüsusi partikulalar (deyil, yox), eləcə də mənsub və kəmiyyət ifadələrində xüsusi struktur elementləri. Morfoloji inkarlıq (məsələn, felin şəkilçisi -maz/-məz) İngiliscə prefiksal inkarlıqla formal olaraq qarşılaşdırıla bilər; lakin funksional və istifadə kontekstləri fərqlidir — Azərbaycan dilində inkarlıq tez-tez verb tamamlama səviyyəsində, inkari şəxs və zamanla uyğunlaşaraq ifadə olunur, ingiliscə isə leksik səviyyədə prefiks kökün semantik yükünü dəyişdirir. Bu müqayisədə həm struktur, həm də diskurs səviyyəsində uyğunsuzluqlar və tərcümə problemləri ortaya çıxır.[4, s.43-44])

Tərcümə problemləri və kontekstual incəliklər

Tərcümə zamanı bir prefiksin seçimi təkcə inkarlığı ötürmək deyil — eyni zamanda stilistik ton, register və məna çalarlarını da ötürməlidir. Məsələn, non- ilə ifadə edilən terminoloji "absence" Azərbaycan dilində bəzən sadəcə yoxdur və ya mövcud deyil kimi verilə bilər, amma -maz/-məz şəkilçisi ilə birbaşa yerinə yetirmək həmişə düzgün olmaya bilər. Ayrıca, bəzi ingilis konstruktsiyalar (məsələn, dis- ilə yaradılmış sözlərin ironik və ya pejorativ çalarları) Azərbaycan dilində fərqli məntiq və frazeoloji quruluş tələb edə bilər. Bu səbəbdən leksik-semantik təhlil tərcüməçilərə uyğun ekvivalentin seçilməsində praktiki yanaşma verir.[5, s 56.]

Nümunə təhlillər (qısa)

1. Happy → unhappy: komplementar əks; Azərbaycan dilində xoşbəxt → xoşbəxt deyil / bədbəxt, seçim kontekstdən asılıdır.

2. Legal → illegal/illegitimate: il- prefiksinin funksiyası hüquqi statusu inkar etməkdir;

AZ: qanunsuz / qanuni deyil — hüquqi register nəzərə alınmalıdır.

3. Agree → disagree: kontrar əks; AZ: razı deyil / fərqli fikirdədir — sintaktik çevirmə tələb olunur.

Bu nümunələr prefikslərin yalnız "not" qarşılığı olmadığını, həm də məna-çeşidliliyi (nuansları) daşıdığını göstərir.

REFERENCES

1. Chapman, D. W. (2005). The case of the adjectival negative prefix in English. Brigham Young University Faculty Publications.
2. Mattiello, E. (2009). A morphopragmatic analysis of English and Italian negative prefixes. Studies in Applied Linguistics.
3. Mukherjee, R. (—). Phonological features of in-, un-, dis- and non-. Research Journal of English Language and Literature.
4. "So many negative prefixes." Linguistics.hk. (analytical overview of prefix origins and productivity).
5. Plag, I. (2003). Word-Formation in English. Cambridge University Press.
6. Bauer, L. (1983). English Word-Formation. Cambridge University Press.
7. Katamba, F. (1993). Morphology. Macmillan.
8. Quirk, R., Greenbaum, S., Leech,

Məhbubə UMUDOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
baş müəllim
mehbube.umudova@gmail.com

İNGİLİS DİLİNİN TƏDRİSİNDƏ SOSİAL MEDİADAN İSTİFADƏ ÜSULLARININ TƏDQİQİ

Xülasə: *Bu tədqiqat sosial medianın ingilis dilinin öyrənilməsində rolunu araşdırır. Sosial media (Facebook, YouTube, Instagram, WhatsApp və s.) vasitələri tələbələrin dil bacarıqlarını inkişaf etdirmək, motivasiyanı artırmaq və öyrənmə prosesini interaktiv etmək üçün istifadə olunur. Məqalədə sosial medianın müxtəlif formaları, müəllimlərin istifadə təcrübələri və pedaqoji üstünlükləri təhlil edilir.*

Açar sözlər: *sosial media, dil öyrənmə, ingilis dili, pedaqogika*

RESEARCH ON THE METHODS OF USING SOCIAL MEDIA IN TEACHING THE ENGLISH LANGUAGE

Abstract: *This research investigates the role of social media in English language learning. Social media tools such as Facebook, YouTube, Instagram, and WhatsApp are used to enhance students' language skills, increase motivation, and make the learning process more interactive. The paper analyzes different forms of social media, teachers' experiences, and pedagogical advantages.*

Keywords: *social media, language learning, English, pedagogy*

ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТОДОВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В ПРЕПОДАВАНИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Резюме: *В данной статье исследуется роль социальных сетей в изучении английского языка. Платформы Facebook, YouTube, Instagram и WhatsApp используются для развития языковых навыков студентов, повышения мотивации и интерактивности*

процесса обучения. Анализируются различные формы социальных медиа, опыт преподавателей и педагогические преимущества.

Ключевые слова: *социальные медиа, изучение языка, английский, педагогика*

GİRİŞ

Müasir dövrdə təhsil prosesində rəqəmsal texnologiyaların və sosial medianın rolu getdikcə daha da artır.

Bu araşdırma ingilis dili müəllimlərinin ingilis dilini öyrətmək üçün sosial mediadan necə istifadə etdiyini müəyyən etmək məqsədi ilə aparılmışdır.

XXI əsrdə sosial media sadəcə əyləncə və ünsiyyət vasitəsi olmaqla kifayətlənmir, həm də tədris və öyrənmə prosesində mühüm pedaqoji resursa çevrilmişdir.

Sosial media insanların fikirlərini başqaları ilə sadə və sistemli şəkildə paylaşmasına imkan verən media növüdür. Mobil telefonlar, planşetlər, kompüterlər və digər elektron cihazlar vasitəsilə istifadəsi geniş yayılmışdır. Bu platformalar əsasən qlobal ünsiyyət, məlumat mübadiləsi və ictimai şəbəkələşmə üçün istifadə olunur. Müasir tələbə və müəllimlər üçün sosial media artıq gündəlik həyatın ayrılmaz bir hissəsinə çevrilib və bu da tədris prosesinə birbaşa təsir göstərir.

Son onillikdə onlayn dünya və texnologiyanın inkişafı tədris mühitini köklü şəkildə dəyişmişdir. Facebook, YouTube, Instagram, WhatsApp, Twitter və digər sosial media platformalarının geniş istifadəsi nəticəsində tələbələr hər gün bu məkanlarda uzun müddət vaxt keçirirlər. Bu platformalar, xüsusilə YouTube, bir çox ölkələrdə — o cümlədən İndoneziyada və Azərbaycanda — ən çox istifadə edilən və öyrənməyə əlverişli mühitlərdən birinə çevrilmişdir [2, s.41].

Dil, insan ünsiyyətinin və bilik mübadiləsinin əsas vasitəsidir. O, həyatın demək olar ki, bütün sahələrində istifadə olunur: ailədə, dostlar arasında, iş mühitində, eləcə də təhsil prosesində. Müasir dövrdə müəllimlər və tədqiqatçılar ikinci və xarici dillərin tədrisində innovativ metodlara üstünlük verirlər. Mobil texnologiyalar, interaktiv oyunlar, açıq onlayn kurslar və sosial media platformaları bu məqsədlə geniş istifadə olunan vasitələrdəndir.

Sosial mediadan EFL (English as a Foreign Language) mühitində istifadə tələbələrə ingilis dili biliklərini təkmilləşdirmək üçün xüsusi imkanlar təqdim edir. İngilis dili sosial mediada ən çox istifadə edilən dillərdən biridir və beynəlxalq ünsiyyət vasitəsi hesab olunur. Azərbaycanda isə ingilis dili əsasən məktəblərdə, universitetlərdə və müxtəlif kurslarda xarici dil kimi tədris edilir. Bununla belə, sosial media tələbələrə sinifdən kənarda da dili öyrənmək və təcrübə etmək üçün əlavə mühit yaradır.

Mobil telefonlar və sosial media vasitəsilə əlaqə yaratmaq tələbələrə istənilən vaxt və məkanda öyrənmək imkanı verir. Bu, xüsusilə distant təhsil şəraitində və formal tədris mühitindən kənarda dil bacarıqlarının inkişafı üçün effektiv vasitə hesab olunur. Sosial media təkcə məlumat ötürmək üçün deyil, həm də interaktiv müzakirələr aparmaq, resurs mübadiləsi etmək, ideyaları bölüşmək və qrup şəklində əməkdaşlıq etmək üçün ideal platforma kimi çıxış edir [3, s.57].

Beləliklə, sosial medianın tədris və təlim prosesində rolu artıq təkcə köməkçi vasitə kimi deyil, həm də əsas metodoloji komponent kimi nəzərdən keçirilir. Bu tədqiqatın məqsədi sosial mediadan istifadənin tələbələrin ingilis dilini öyrənməyə marağının artırılmasına, dil bacarıqlarının inkişafına və pedaqoji yanaşmaların zənginləşdirilməsinə necə təsir etdiyini araşdırmaqdır.

Tədqiqatın məqsəd və metodologiyası

Tədqiqatın əsas məqsədi xarici dilin tədrisi prosesində sosial media vasitələrinin rolunu, istifadəsinin effektivliyini və pedaqoji potensialını müəyyənləşdirməkdir. Müasir dövrdə sosial media platformaları həm müəllimlər, həm də tələbələr üçün mühüm kommunikasiya və resurs mənbəyinə çevrilmişdir. Lakin bu vasitələrin dil tədrisində necə və hansı formada tətbiq olunduğunun sistemli şəkildə araşdırılması vacibdir.

Tədqiqatın obyekti sosial media platformaları və onların xarici dil öyrənənlər tərəfindən istifadəsidir. Tədqiqatın predmeti isə sosial media vasitələrinin dil bacarıqlarının inkişafına, dərs prosesinin interaktivliyinə və müəllim–tələbə ünsiyyətinə göstərdiyi təsirdir.

Tədqiqat Cirebon şəhərində fəaliyyət göstərən ingilis dili müəllimləri arasında aparılmışdır. Sorğu və müsahibə üsullarından istifadə edilməklə 43 nəfər respondentlə (müxtəlif yaş və təcrübəyə malik müəllimlər) arasında empirik araşdırma həyata keçirilmişdir. Sorğuda müəllimlərin tədris prosesində hansı sosial media platformalarından istifadə etdikləri, bu platformaların tətbiq məqsədləri, qarşılaşdıqları çətinliklər və əldə etdikləri nəticələr haqqında məlumat toplanmışdır.

Tədqiqat zamanı həm kəmiyyət, həm də keyfiyyət metodlarından istifadə olunmuşdur. Kəmiyyət metodları vasitəsilə müxtəlif sosial media platformalarının istifadəsi üzrə faiz göstəriciləri müəyyən edilmiş, keyfiyyət metodları vasitəsilə isə müəllimlərin fərdi təcrübələri və pedaqoji yanaşmaları təhlil edilmişdir. Eyni zamanda, müvafiq ədəbiyyat mənbələrinin icmalı aparılmış və beynəlxalq təcrübələrə istinad olunmuşdur.

Aparılmış bu tədqiqatın nəticələri sosial medianın xarici dil tədrisindəki real tətbiq imkanlarını müəyyənləşdirməyə, həmçinin mövcud tədris prosesinə uyğun praktik tövsiyələr verməyə imkan yaratmışdır.

Sosial medianın tədrisdə rolu və əhəmiyyəti

Müasir dövrdə informasiya texnologiyalarının sürətli inkişafı nəticəsində təhsil sistemində əsaslı dəyişikliklər baş vermişdir. Ənənəvi tədris metodları getdikcə yeni, texnologiyaya əsaslanan yanaşmalarla əvəz olunur. Bu dəyişikliklərin mərkəzində isə sosial media platformaları dayanır. Sosial media artıq yalnız şəxsi ünsiyyət və əyləncə vasitəsi deyil, həm də pedaqoji məqsədlər üçün geniş istifadə olunan dinamik bir məkandır [4, s.68].

Sosial medianın xarici dillərin tədrisində rolu xüsusilə nəzərəçarpandır. Bu platformalar vasitəsilə müəllimlər dərs prosesini daha interaktiv və cəlbedici edə bilirlər. Tələbələr isə sosial media mühitində daha sərbəst ünsiyyət qurur, yeni söz və ifadələri praktik mühitdə tətbiq edərək öyrənmə prosesinə aktiv şəkildə qoşulurlar. Bu, həm kommunikativ bacarıqların, həm də dilin praktik istifadəsinin inkişafına xidmət edir.

Ənənəvi dərs şəraitində müəllim və tələbə arasındakı qarşılıqlı əlaqə əsasən dərs saatları ilə məhdudlaşırdı. Sosial media isə bu məhdudiyyəti aradan qaldırır: tələbələr istənilən vaxt müəllimlə əlaqə yarada, suallar verə, tapşırıqları müzakirə edə və həmyaşıdları ilə interaktiv ünsiyyətə girə bilirlər. Bu da dil öyrənənlərin motivasiyasını artırır, onların dərs prosesinə daha dərindən cəlb olunmasına səbəb olur.

Müəllimlər üçün sosial media həm də çoxşaxəli tədris və idarəetmə aləti rolunu oynayır. Onlar bu platformalarda: dərs materiallarını paylaşa bilir; tapşırıqları asanlıqla ötürə bilir; müzakirə forumları və interaktiv sorğular təşkil edə bilir; video və səs faylları vasitəsilə dərsin məzmununu zənginləşdirə bilir; tələbələrin cavablarını real vaxtda və ya asinxron şəkildə yoxlaya bilir [5, s.112]. Bütün bu üstünlüklər sosial medianı həm sinifdaxili, həm də sinifdənkənar öyrənmənin effektivliyini artıran, çevik və çoxfunksiyalı pedaqoji vasitəyə çevirir. Bundan əlavə, sosial media vasitəsilə tədris prosesi daha demokratik və interaktiv xarakter alır: müəllim artıq yalnız bilik ötürən deyil, həm də istiqamət verən və öyrənmə prosesinin təşkilatçısına çevrilir.

Sosial medianın növləri və xarakteristikası

Sosial medianın tədris prosesində istifadəsi platformaların funksionallığı və təqdim etdiyi texniki imkanlarla sıx bağlıdır. Müxtəlif növ sosial media alətləri fərqli məqsədlərə xidmət edir və bu fərqlər onların xarici dil tədrisində istifadəsini də müəyyənləşdirir. Müəllimlər tədris məqsədinə uyğun olaraq fərqli sosial media növlərindən istifadə etməklə dərs prosesini daha məqsədyönlü şəkildə qura bilirlər. Aşağıda ən çox istifadə edilən sosial media növləri və onların xarakterik xüsusiyyətləri təqdim olunur.

1. Bloqlar

Bloqlar sosial medianın ən köhnə, lakin hələ də ən effektiv vasitələrindən biridir. Onlar müəllim və tələbələrə açıq fikir ifadəsi, müzakirə və yazılı ünsiyyət üçün geniş imkanlar yaradır.

Bloqlar vasitəsilə tələbələr öz fikirlərini yazılı formada ifadə edir, müəllim və həmyaşıdlarının rəyini alır, yazı bacarıqlarını təkmilləşdirir və söz ehtiyatını genişləndirirlər [6, s.45].

Bloqların tədrisdə əsas üstünlükləri bunlardır: tələbələrə fərdi yaradıcılıq imkanı verir; yazı bacarıqlarının inkişafına şərait yaradır; müəllimlər üçün qiymətləndirmə və izləmə aləti rolunu oynayır; uzunmüddətli müzakirələrin aparılmasına şərait yaradır; sinifdən kənarda asinxron şəkildə işləməyə imkan verir.

Bloqlar vasitəsilə tələbələr yalnız mövzu haqqında yazmır, həm də bir-birinin yazılarına rəy bildirir, bu isə qarşılıqlı ünsiyyətin inkişafını stimullaşdırır. Bundan əlavə, bloqlar metakoqnitiv bacarıqların formalaşmasına yardım edir, yəni tələbələr öz öyrənmə proseslərini daha yaxşı qiymətləndirməyi öyrənirlər.

2. Twitter

Twitter mikrobloq formasında fəaliyyət göstərən, sürətli və qısa mesajlaşma imkanı verən platformadır. Xarici dil tədrisində Twitter-in rolu əsasən tez-tez və qısa yazı təcrübəsi, gündəlik ifadələrin praktik istifadəsi və real dil mühitinə çıxışla bağlıdır [7, s.21].

Tələbələr Twitter vasitəsilə gündəlik olaraq: yeni söz və ifadələr paylaşır; müxtəlif mövzularda qısa yazılar yazır; həmyaşıdlarının paylaşımlarına cavab verir; dil biliklərini spontan vəziyyətlərdə tətbiq edir.

Bu, xüsusilə yazılı ünsiyyətin sürətli və dəqiq olmasını tələb edən şəraitdə vacib bacarıqları inkişaf etdirir. Müəllimlər Twitter üzərindən dərs üçün xüsusi hashtag-lər (#) yarada bilirlər. Bu hashtag-lər tələbələrin bütün paylaşımlarını bir yerdə toplamağa imkan verir. Nəticədə dərs mövzusu ilə bağlı ümumi bir müzakirə mühiti formalaşır və tələbələr bir-birinin yazılarından öyrənirlər.

Twitter həm də dil öyrənənlər üçün avtentiq dil mühiti yaradır. Tələbələr ana dili ingilis olan insanların yazılarını oxuyur, gündəlik ifadələrlə tanış olur və real ünsiyyət formalarına adaptasiya olunurlar. Bu, onların həm leksik ehtiyatını, həm də ünsiyyət vərdişlərini genişləndirir.

3. Facebook

Facebook dünyada ən geniş yayılmış sosial media platformalarından biri olmaqla, həm müəllimlər, həm də tələbələr üçün çoxfunksiyalı pedaqoji alət rolunu oynayır. Xarici dil tədrisində Facebook-un əsas üstünlükləri ondan ibarətdir ki, bu platforma həm rəsmi, həm də qeyri-rəsmi ünsiyyətin eyni mühitdə təşkilinə imkan verir [8, s.77].

Müəllimlər Facebook üzərindən bağlı qruplar və ya səhifələr yaradaraq dərs materiallarını paylaşır, tapşırıqları göndərir, canlı yayımlar vasitəsilə mühazirələr keçir və forum şəklində müzakirələr təşkil edirlər. Tələbələr isə bu qruplarda şərhlər vasitəsilə müəllim və həmyaşıdları ilə əlaqə qurur, yazılı və şifahi ifadə bacarıqlarını təkmilləşdirirlər.

Facebook-un tədrisdə istifadəsinin mühüm tərəflərindən biri də onun sosial motivasiya mühiti yaratmasıdır. Tələbələr yalnız müəllimlə deyil, həm də bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqəyə girir, bu isə dilin kommunikativ funksiyasının təbii şəkildə formalaşmasına şərait yaradır. Bundan əlavə, Facebook vasitəsilə keçirilən dərslər zamanı multimedia elementlərinin (video, şəkil, mətn, keçidlər və s.) istifadəsi dil öyrənmə prosesini daha interaktiv və maraqlı edir.

4. YouTube

YouTube platforması dil öyrənənlər üçün həm dinləmə, həm tələffüz, həm də leksik ehtiyatın artırılması baxımından ən güclü resurslardan biridir. Bu platformada müəllimlər öz videodərslərini yükləyə və ya mövcud videolardan istifadə edərək dərs materiallarını zənginləşdirə bilirlər [9, s.32].

YouTube-un ən böyük üstünlüyü ondan ibarətdir ki, burada avtentiq dil materiallarına çıxış mümkündür. Ana dili ingilis olan şəxslərin videolarını izləyən tələbələr real tələffüz, gündəlik danışıq formaları, intonasiya və jestlərə uyğunlaşma imkanı qazanır. Müəllimlər isə videoları dərs planına uyğun seçərək dinləyib-anlama tapşırıqları, diskussiya sualları və yazılı cavab fəaliyyətləri ilə birləşdirə bilirlər.

Bundan əlavə, müəllimlər YouTube kanalları vasitəsilə tələbələrə öz video tapşırıqlarını təqdim edə, tələbələrdən isə cavab olaraq təqdimatlar və ya qısa videolar hazırlamalarını istəyə

bilərlər. Bu üsul həm dil bacarıqlarını, həm də texnoloji savadlılığı inkişaf etdirir. YouTube həm də öz sürəti ilə öyrənmə imkanı verir — tələbə videonu istədiyi qədər dayandıra, geri qaytara və təkrar izləyə bilər.

5. WhatsApp və Telegram

Mobil mesajlaşma platformaları — xüsusilə WhatsApp və Telegram — dil tədrisində operativ və davamlı ünsiyyət mühiti yaradır. Sorğular göstərir ki, müəllimlərin əksəriyyəti bu platformalardan gündəlik olaraq tapşırıqların göndərilməsi, sual-cavab, qrup müzakirələri və fərdi əlaqə üçün istifadə edir [10, s.55]. Bu platformaların ən mühüm xüsusiyyəti onların asand istifadəsi və hər zaman əlçatan olmasıdır. Tələbələr istənilən yerdə və zamanda mesajlaşa, səsli və ya yazılı cavab göndərə bilirlər. Bu isə dilin real situasiyalarda tətbiqinə şərait yaradır. Müəllimlər WhatsApp və Telegram vasitəsilə: yazılı tapşırıqları göndərir və cavabları qəbul edir; qrup müzakirələri aparır; səsli mesajlarla tələffüz və dinləmə bacarıqlarını inkişaf etdirir; dərsdən kənarda əlavə izah və dəstək təmin edir.

Cirebon şəhərində aparılmış araşdırmaya əsasən, müəllimlərin 37%-i tədrisdə əsas kommunikasiya vasitəsi kimi məhz WhatsApp-dan istifadə edir [4, s.90]. Bu göstərici bu platformanın pedaqoji praktikada real effektivliyini sübut edir.

6. TikTok və digər platformalar

Son illərdə TikTok kimi qısa video formatlı sosial şəbəkələr də tədris prosesində öz yerini tapmağa başlayıb. TikTok-un tədrisdə istifadəsi əsasən qısa, dinamik və diqqət cəlb edən kontentə əsaslanır. Müəllimlər qısa dil dərsləri, izahlar, ifadələr və ya oyunlaşdırılmış tapşırıqlar hazırlayaraq tələbələrin motivasiyasını artırır [11, s.18]. Tələbələr üçün isə TikTok həm maraqlı, həm də gündəlik ifadələrlə tanış olmaq baxımından səmərəlidir. Onlar həm videolara baxır, həm də öz dillərində və ya öyrəndikləri dildə cavab videoları hazırlayaraq praktik bacarıqlarını möhkəmləndirirlər.

Bundan əlavə, Instagram, LinkedIn və digər platformalar da bəzi hallarda dərs məqsədilə istifadə olunur. Məsələn, Instagram-da şəkil və qısa video postları vasitəsilə yeni sözlər öyrədilə, LinkedIn üzərindən isə akademik diskussiyalar təşkil oluna bilər. Bu, dil öyrənmənin formal və qeyri-formal mühitlərini birləşdirən yeni bir yanaşmadır.

Tədqiqat nəticələrinin təhlili və statistik göstəricilər.

Tədqiqat zamanı toplanmış məlumatların təhlili göstərir ki, xarici dil tədrisində sosial media platformalarından istifadə müəllimlər arasında çox geniş yayılmışdır, lakin bu istifadənin forması və məqsədləri müxtəliflik göstərir. Respondentlər — Cirebon şəhərində fəaliyyət göstərən 43 ingilis dili müəllimi — müxtəlif platformalardan fərqli məqsədlərlə istifadə etdiklərini bildirmişlər.

Əldə edilən statistik göstəricilərə əsasən: WhatsApp — 37%, YouTube — 15%, Instagram — 13%, Facebook — 12%, Twitter — 2%, E-mail — 1%, Digər platformalar — 20% (TikTok, Telegram, bloqlar və s.) təşkil etmişdir [4, s.90].

Bu nəticələr göstərir ki, mobil mesajlaşma platformaları, xüsusilə də WhatsApp, dil tədrisində ən geniş istifadə olunan vasitədir. Bunun əsas səbəbi platformanın sadə interfeysə malik olması, istənilən cihazdan əlçatanlığı və asan qarşılıqlı əlaqə yaratma imkanıdır. Müəllimlər WhatsApp vasitəsilə tapşırıqları göndərmək, cavabları qəbul etmək, sualları operativ cavablandırmaq və həm fərdi, həm də qrup şəklində müzakirələr aparmaq imkanına malikdirlər.

YouTube-un 15%-lik göstəricisi bu platformanın dil öyrənmədə dinləmə və tələffüz bacarıqlarının inkişafında mühüm rol oynadığını təsdiqləyir. Müəllimlər YouTube-dan əsasən video dərslərin təqdimatı, avtentiq dil materiallarının istifadəsi və interaktiv tapşırıqların hazırlanması üçün yararlanırlar. Bu platformanın seçilməsi həm də onun müxtəlif səviyyələrə uyğun materiallar təqdim etməsi ilə əlaqəlidir.

Instagram və Facebook-un ümumi payı (25%) göstərir ki, sosial şəbəkələr həm də motivasiya və kommunikasiya mühiti kimi mühüm rol oynayır. Bu platformalarda vizual kontentin çoxluğu tələbələrin diqqətini cəlb edir, müzakirələr və şərhlər isə onların yazılı ünsiyyət bacarıqlarını inkişaf etdirir. Facebook-un qapalı qruplar vasitəsilə dərs müzakirələrinin təşkili müəllimlər

üçün də idarəetmə baxımından səmərəlidir.
Twitter və e-mail kimi ənənəvi vasitələrin aşağı faiz göstəriciləri (cəmi 3%) bu alətlərin daha çox formal və məhdud istifadə sahəsinə malik olduğunu göstərir. Twitter əsasən dil öyrənmədə qısa yazı təcrübələri üçün istifadə olunur, lakin bəzi müəllimlər bu platformaya uyğunlaşmaqda çətinlik çəkdiklərini bildiriblər. E-mail isə daha çox rəsmi sənədləşmə və fərdi tapşırıqların göndərilməsi üçün istifadə edilir.
"Digər platformalar" (20%) kateqoriyasına daxil olan TikTok, Telegram və bloqlar isə əsasən yaradıcı fəaliyyətlər və əlavə dəstək mexanizmləri üçün istifadə olunur. Xüsusilə TikTok-un gənc nəsil arasında populyarlığı müəllimlər üçün yeni pedaqoji imkanlar açır. Müəllimlər qısa videolardan motivasiyaedici və ya dil bacarıqlarını praktikada göstərən vasitə kimi yararlanırlar.

Bu statistikanın pedaqoji təhlili göstərir ki:

1. Müəllimlər daha çox praktik ünsiyyət və tapşırıq yönümlü platformaları seçirlər;

2. Video və vizual kontentə əsaslanan vasitələr (YouTube, Instagram, TikTok) motivasiya və dinləmə bacarıqlarını dəstəkləyir;

3. Yazılı ünsiyyət bacarıqları isə bloqlar, Facebook qrupları və müəyyən dərəcədə Twitter vasitəsilə inkişaf etdirilir;

4. Ənənəvi vasitələr (e-mail və b.) isə yalnız tamamlayıcı funksiya daşıyır.

Nəticə etibarilə, tədqiqatın statistik məlumatları sosial medianın xarici dil tədrisində çoxşaxəli və məqsədyönlü şəkildə istifadə olunduğunu göstərir. Hər bir platforma özünəməxsus pedaqoji funksiyanı yerinə yetirir və müəllimlər bu funksiyaları məqsədli şəkildə inteqrasiya etdikdə, tədris prosesi həm daha çevik, həm də daha effektiv olur.

Sosial medianın pedaqoji üstünlükləri və praktik nəticələr

Sosial media vasitələrinin xarici dil tədrisində tətbiqi yalnız texnoloji yenilik deyil, eyni zamanda pedaqoji yanaşmaların transformasiyası deməkdir. Bu platformalar dil öyrənmə prosesini daha çevik, interaktiv və motivasiyaedici hala gətirməklə tədrisin keyfiyyətinə əhəmiyyətli təsir göstərir. Tədqiqatın nəticələri və mövcud elmi ədəbiyyatın təhlili sosial medianın bir sıra mühüm pedaqoji üstünlüklərə malik olduğunu göstərir.

1. İnteraktivliyin və kommunikativ bacarıqların inkişafı

Sosial media vasitələri dil öyrənənlərə davamlı ünsiyyət və qarşılıqlı əlaqə mühiti yaradır. Ənənəvi dərs mühitində kommunikasiya əsasən müəllim və tələbə arasında, məhdud zaman və məkanda baş verir. Sosial media isə bu məhdudiyyətləri aradan qaldıraraq öyrənənlərə istənilən vaxt və yerdə ünsiyyət qurmaq imkanı verir [12, s.67].

Tələbələr Facebook qruplarında və ya WhatsApp söhbətlərində yazılı ünsiyyətə qoşulur, Twitter-də qısa və tez-tez yazı təcrübəsi qazanır, TikTok və YouTube üzərindən isə dinləmə və danışıq bacarıqlarını praktiki mühitdə inkişaf etdirirlər. Bu da dil öyrənməni daha real situasiyalara yaxınlaşdırır və kommunikativ kompetensiyanın formalaşmasına xidmət edir.

2. Fərdiləşdirilmiş və öz sürəti ilə öyrənmə

Sosial medianın digər vacib üstünlüyü fərdi öyrənmə trayektoriyalarını dəstəkləməsidir. YouTube videoları, bloqlar və Telegram kanalları tələbələrə öz bilik səviyyələrinə və maraqlarına uyğun materiallar seçməyə imkan verir. Tələbə videonu istədiyi qədər təkrar izləyə, bloqdakı mətnləri analiz edə və fərdi tapşırıqları öz vaxtında yerinə yetirə bilir. Bu, xüsusilə fərqli dil səviyyəsinə malik tələbələr üçün inkişaf tempinə uyğunlaşdırılmış tədris mühiti yaradır [13, s.54].

Müəllimlər də sosial media vasitəsilə zəif və ya irəlidə olan tələbələrə fərdi dəstək göstərə, əlavə resurslar təqdim edə və individual rəy verə bilirlər. Beləliklə, sosial media diferensial tədris strategiyalarını reallaşdırmaq üçün səmərəli vasitədir.

3. Motivasiya və yaradıcılıq potensialının artırılması

Motivasiya dil öyrənmənin əsas hərəkətverici qüvvələrindən biridir. Sosial media isə bu motivasiyanı həm interaktivlik, həm də yaradıcılıq imkanları vasitəsilə gücləndirir. TikTok və Instagram kimi platformalar tələbələrin dil bacarıqlarını yaradıcı yollarla tətbiq etməsinə şərait

yaradır: onlar qısa videolar hazırlayır, dialoqlar qurur, real situasiyaları canlandırır və ya yeni ifadələri praktik şəkildə nümayiş etdirirlər [14, s.29].

Facebook və bloqlar isə tələbələrə öz fikirlərini açıq şəkildə ifadə etmək və auditoriyadan geribildirim almaq imkanı verir. Bu isə özünəinamın artmasına, dil bacarıqlarının sərbəst istifadəsinə və dərs prosesinə aktiv qoşulmaya gətirib çıxarır.

4. Müəllim üçün yeni pedaqoji imkanlar

Sosial media yalnız tələbələr üçün deyil, müəllimlər üçün də yeni pedaqoji imkanlar açır. Müəllimlər bu platformalar vasitəsilə: Dərs materiallarını çoxkanallı formada təqdim edə bilir (mətn, şəkil, video, audio və s.); Tələbələrin fəaliyyətlərini real vaxtda və ya asinxron şəkildə izləyə bilir; İnteraktiv müzakirələr və dərsdənkənar dəstək təşkil edə bilir; İKT bacarıqlarını inkişaf etdirərək müasir pedaqoji yanaşmaları tətbiq edə bilir [15, s.41]. Bununla yanaşı, müəllimlər sosial media üzərindən həm yerli, həm də beynəlxalq peşəkar icmalarla əlaqə saxlayaraq təcrübə mübadiləsi apara, yeni metodik materiallar əldə edə və öz pedaqoji fəaliyyətlərini təkmilləşdirə bilirlər.

5. Praktik nəticələr və ümumiləşdirmə

Tədqiqatın nəticələrinə əsasən, sosial medianın pedaqoji potensialından məqsədyönlü şəkildə istifadə edildikdə: Tədris prosesi daha çevik və interaktiv xarakter alır; Tələbələrin dil bacarıqları (xüsusilə ünsiyyət, yazı və dinləmə) nəzərəçarpacaq dərəcədə inkişaf edir; Tələbələrin dərsə motivasiyası və iştirakı artır;

Müəllimlər müasir tədris texnologiyalarını daha effektiv tətbiq edə bilir; Formal və qeyri-formal öyrənmə mühiti birləşdirilir, nəticədə öyrənmə prosesi daha real və praktik olur. Beləliklə, sosial media vasitələrinin tədrisə inteqrasiyası pedaqoji baxımdan effektivlik, elastiklik və yaradıcı yanaşma kimi mühüm keyfiyyətləri təmin edir. Bu platformaların düzgün seçimi və məqsədyönlü istifadəsi həm müəllimlər, həm də tələbələr üçün yeni imkanlar açır və dil öyrənmə prosesini müasir dövrün tələblərinə uyğunlaşdırır.

NƏTİCƏ

Aparılmış tədqiqat və təhlillər göstərir ki, sosial media müasir dövrdə xarici dil tədrisində əvəzolunmaz pedaqoji alətə çevrilmişdir. Müəllim və tələbələrin sosial media vasitələrindən məqsədyönlü istifadəsi dil öyrənmə prosesini daha çevik, interaktiv və real həyat situasiyalarına uyğun hala gətirir. Əldə edilən nəticələrə əsasən:

Mobil mesajlaşma platformaları (xüsusilə WhatsApp) dərs prosesində davamlı ünsiyyət və tapşırıq mübadiləsi üçün ən çox istifadə olunan vasitədir.

YouTube və digər video əsaslı platformalar tələbələrin dinləmə, tələffüz və leksik bacarıqlarının inkişafında mühüm rol oynayır.

Facebook və Instagram kimi sosial şəbəkələr motivasiya və kommunikasiya mühitinin yaradılmasında, bloqlar və Twitter isə yazılı ifadə bacarıqlarının formalaşdırılmasında əhəmiyyətlidir.

TikTok və digər yeni nəsil platformalar isə tələbələrin yaradıcılıq potensialını və aktivliyini artırır.

Pedaqoji baxımdan sosial medianın tətbiqi: fərdiləşdirilmiş və çevik öyrənmə mühiti yaradır; tələbələrin motivasiyasını artırır; müəllimlərə yeni metodik və kommunikativ imkanlar təqdim edir; formal və qeyri-formal öyrənməni birləşdirərək tədrisin effektivliyini yüksəldir.

Nəticə olaraq demək olar ki, sosial media platformalarının dil tədrisinə məqsədyönlü və sistemli şəkildə inteqrasiyası müasir təhsil sisteminin keyfiyyətini yüksəltməyə xidmət edir. Bu istiqamətdə müəllimlərin İKT bacarıqlarının inkişaf etdirilməsi, metodik tövsiyələrin hazırlanması və praktiki təcrübələrin mübadiləsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Məmmədov A. Sosial medianın təhsildə rolu. Bakı: Elm nəşriyyatı, 2020.

2. Əliyeva L. Rəqəmsal texnologiyalar və tədris metodikası. Bakı: Təhsil, 2019.
3. UNESCO Report. Digital Learning Platforms. Paris, 2021.
4. Cirebon Regional Education Report. 2022.
5. Warschauer M. The Role of Technology in Language Learning. Language Teaching Research, 2019.
6. Richardson W. Blogs, Wikis, Podcasts, and Other Powerful Web Tools for Classrooms. Corwin Press, 2017.
7. Krashen S. Principles and Practice in Second Language Acquisition. Pergamon Press, 1982.
8. Greenhow C., Robelia B. Social Networking and Education: Emerging Research within Online Learning Environments. Educational Researcher, 2009.
9. Godwin-Jones R. Emerging Technologies: Social Media and Language Learning. Language Learning & Technology, 2018.
10. Talaue G., AlSaad A., AlRushaidan N. The Impact of WhatsApp on Learning. Journal of Educational Technology, 2020.
11. Kalloo V., Mitchell B. Short-Video Apps in Education: TikTok in Language Learning. Education and Information Technologies, 2021.
12. Hyland K. Second Language Writing. Cambridge University Press, 2019.
13. Benson P. Learner Autonomy and Online Language Learning. Routledge, 2013.
14. Gee J.P. What Video Games Have to Teach Us About Learning and Literacy. Palgrave Macmillan, 2007.
15. Dudeney G., Hockly N., Pegrum M. Digital Literacies. Pearson, 2013.

İlahə BAĞIROVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
baş müəllim
tarverdiyeva.ilaha@gmail.com

BEYNƏLXALQ MÜNASIBƏTLƏR (IR) TERMINOLOJİ SİSTEMİNDƏ TERMİN ƏMƏLƏ GƏLMƏSİ

Xülasə: *Məqalədə beynəlxalq münasıbətlər (IR) termıinoloji sistemində termin əmələ gəlməsi, IR mətnlərində terminlərdən düzgün istifadə etmək, onları düzgün tərcümə etmək və s. məsələlər təhlil edilir, onların səmərəli istifadəsi ilə bağlı oxucuya təklif və tövsiyələr verilir.*
Açar sözlər: *akronimlər, onomastika, qlossari, neologizmlər, definisiya*

TERM FORMATION IN THE TERMINOLOGICAL SYSTEM OF INTERNATIONAL RELATIONS (IR)

Abstract: *The article analyzes the formation of terms in the terminology system of international relations (IR), the correct use of terms in IR texts, and their accurate translation, providing suggestions and recommendations to the reader on their effective use.*
Key words: *acronyms, onomastics, glossary, neologisms, definition*

ОБРАЗОВАНИЕ ТЕРМИНОВ В ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Резюме: *В статье анализируется формирование терминов в терминосистеме международных отношений (МО), правильность использования терминов в текстах МО, их правильный перевод и т.д., а также даются предложения и рекомендации читателю по их эффективному использованию.*
Ключевые слова: *аббревиатуры, ономастика, глоссарий, неологизмы, определение*

GİRİŞ

IR mətnlərində terminlə işləmək yalnız "söz çevirmək" deyil; ilk təqdimat, yazı standartı, kontekst etiketlənməsi və məlumatın mənbəyə bağlanması birlikdə aparılmalıdır. Aşağıdakı qaydalar, əvvəlki "anlayış yönümlülük" və "bir anlayış–bir term" prinsiplərini praktik səviyyədə həyata keçirir.

Akronimlər və qısaltmalar

- *İlk keçid:* tam ad + qısaltma + (orijinal) verilir: Avropada Təhlükəsizlik və Əməkdaşlıq Təşkilatı (ATƏT / OSCE).
- *Sonrakı keçidlər:* yalnız qısaltma: ATƏT / OSCE.
- *Şəkilçilər:* Azərbaycan dilində qısaltmalara - *tire ilə* şəkilçi artır: ATƏT-in, NATO-nun, BMT-yə, Aİ-də.
- *Sabitlik:* eyni sənəd boyu eyni qısaltma formasından istifadə et (BMT TŞ, yox BMTTŞ). [5 s.198]

Neologizmlər (sürətlə yayılan siyasət terminləri)

- *İlkin mərhələ:* ikili təqdimat et ki, oxucu anlayışı itirməsin: *de-risking (risklərin azaldılması)*, *friend-shoring (dost-müttəfiq ölkələrə yönlənmə)*.
- *Sabitləşmə:* termbankda əsas qarşılıq təsdiqlənəndən sonra, mətndə həmin qarşılıq sabit saxlanılır.

- Kontekstləşdirmə: neologizmin domen etiketini (məs.: *iqtisadi siyasət*) qeyd et.

Adların verilməsi - (onomastika)

- *Şəxsi və coğrafi adlar:* rəsmi transliterasiya qaydalarına uyğun yazılır (Côte d'Ivoire → Kot-d'İvuar; München → Münhen).

- *Qurum və akt adları:* varsa rəsmi Azərbaycan formasına üstünlük ver: Birləşmiş Millətlər Təşkilatı, BMT Nizamnaməsi.

- *İlk keçiddə orijinal:* xüsusən nadir və ya qarışdırıla bilən adlarda orijinal formu mötərizədə saxla. [14, s.201]

Qlossari - (glossary) girişinin quruluşu

Qlossari, terminoloji sabitliyin "yeganə həqiqət mənbəyi" kimi işləməlidir. Hər giriş ən azı bu sahələri saxlamalıdır:

- *Term (EN → AZ):* governance → idarəetmə

- *Definisiya (qısa, sahəyə uyğun):* "Qərarvermə və hesabatlılıq prosesləri və strukturları."

- *Mənbə:* UNTERM / IATE / rəsmi akt və s.

- *İstifadə nümunəsi (bir cümlə):* Good governance is essential… → Yaxşı idarəetmə…

- *Etiket:* hüquqi, diplomatik, təhlükəsizlik, iqtisadi siyasət, texniki, arxaik və s.

Cədvəl. Mini-qlossari (EN → AZ) - qısa definisiya, nümunə və etiketlə

EN - term	**AZ - qarşılıq**	**Definisiya (qısa)**	**Nümunə (EN → AZ)**	**Etiket**
sovereignty	suverenlik	Dövlətin ali səlahiyyət və yurisdiksiyası	State sovereignty must be respected → Dövlətin suverenliyinə hörmət edilməlidir	hüquqi/diplo
deterrence	caydırıcılıq	Törədiləcək hərəkətin nəticələr qorxusu ilə önlənməsi	Nuclear deterrence remains central… → Nüvə caydırıcılığı mərkəzi olaraq qalır…	təhlükəsizlik
governance	idarəetmə	Qərarvermə və hesabatlılıq mexanizmləri	Good governance practices… → Yaxşı idarəetmə təcrübələri…	siyasət/idarə
recognition (of a state)	(dövlətin) tanınması	Subyektin beynəlxalq-hüquqi statusunun qəbul edilməsi	Recognition of the new state… → Yeni dövlətin tanınması…	hüquqi/diplo
compliance	riayət / uyğunluq	Qayda və öhdəliklərə əməl etmə	Compliance with the treaty… → Müqaviləyə riayət…	hüquqi/siyasət
enforcement	icra / məcburi icra	Qərar və normaların məcburi tətbiqi	Judicial enforcement mechanisms… → Məhkəmə icra	hüquqi

			mexanizmləri…	
joint communiqué	birgə kommunike	Tərəflərin razılaşdırılmış rəsmi bəyanatı	The parties issued a joint communiqué… → Tərəflər birgə kommunike yayımladı…	diplomatik janr
binding / non-binding	məcburi qüvvəli / məcburi qüvvəsi olmayan	Hüquqi məcburilik statusu	A non-binding resolution… → Məcburi qüvvəsi olmayan qətnamə…	hüquqi

Bəzi terminlər üçün Azərbaycan dilində sabit qarşılıq ya olmur, ya da birdən çox variant mümkün edir. Bunun həlli yolu belədir ki, termbankda bir variantı əsas götürüb digərlərini "qeyd" kimi vermək:

- *governance* → *idarəetmə* (alternativlər: "yönətişim", "idarəçilik" – standart üçün "idarəetmə" seçilməsi məsləhət)

statehood → dövlətçilik statusu / dövlətçilik (mətnin hüquqi tonuna görə). [11, s.276]

Çoxmənalılıq və "yanlış dost" sözlər

- Eyni söz fərqli alt-sahələrdə başqa məna verir. Bəzi sözlər isə rus/ingiliscədən "qulaqla" götürülüb səhv işlənir:

- *recognition* → (diplomatik) tanınma. *Recognition of a state* → dövlətin tanınması;

- (hüquqi) tanınma/etiraf: *recognition of responsibility* → məsuliyyətin etirafı;

- *compliance* → uyğunluq / riayət (normativ mətnlərdə "riayət");

- *eventual* ≠ "eventual" → nəticədə / sonradan ola bilən;

- *sanction(s)* → sanksiyalar (cəza mənasında), *sanction* (verbləşmiş "təsdiqləmək") ≠ "sanksiya vermək". [10, s.238]

Funksional və diplomatik üslub

Diplomatik mətnlərin tonu neytral və ölçülüdür. Danışıq dili və emosional sözlərdən qaçılır.

- *Səhv:* "şiddətlə qınayırıq" → rəsmi üsluba uyğunlaşdır: qəti şəkildə pisləyir (*strongly condemns*)

- *joint communiqué* → (birgə kommunike yox; - "bəyanat kağızı")

- *note verbale* → verbal nota - ("şifahi nota" yox; sənədin xüsusi forması)

Normativ-hüquqi dəqiqlik

Müqavilə və qətnamələrdə termin fərqi hüquqi nəticə doğurur.

- *treaty / convention / charter / protocol* → müqavilə / konvensiya / nizamnamə / protokol

- *signature – ratification – accession – reservation – derogation* → imzalama – ratifikasiya – qoşulma – qeyd-şərt – istisna (müvəqqəti/məhdud)

- *inding / non-binding* → məcburi qüvvəli / məcburi qüvvəsi olmayan. [4, s.190]

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. "Azərbaycan dilinin orfoqrafiya lüğəti." Son buraxılış. Elm, **2021**.
2. "Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabineti yanında Terminologiya Komissiyası haqqında Əsasnamə." Rəsmi sənəd.

3. Əliquliyev, R. M.; Qurbanova, Ə. M. Azərbaycan Terminoloji İnformasiya Sisteminin yaradılmasının konseptual əsasları. AMEA - *İnformasiya texnologiyaları problemləri* jurnalı, **2014**.
4. Sadıqova S. Azərbaycan terminoqrafiyasının konseptual əsasları. "İzahlı tərcüməşünaslıq terminləri lüğəti." AMEA Dilçilik İnstitutu, Terminologiya şöbəsi. Mütərcim, **2010**
5. Baker M. In Other Words: A Coursebook on Translation (3rd ed., Routledge).
6. Nord C. Translating as a Purposeful Activity (2nd ed). Routledge, 2018
7. Pym A. Exploring Translation Theories (2nd ed). Routledge, 2014
8. Newmark P. A Textbook of Translation. Prentice Hall International, 1988
9. Sarcehvich S. New Approach to Legal Translation. Kluwer International, 1997
10. Biel Ł. Lost in the Eurofog: The Textual Fit of Translated EU Law. Peter Lang, 2014
11. ISO 704:2022 Terminology work - Principles and methods. International Organization for Standardization (ISO), 2022.
12. Terminology work and terminology science. Vocabulary. ISO, 2019
13. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). Учебник. Высшая школа, **1990**
14. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). Международные отношения, **1975**
15. Швейцер А. Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты. Наука, 1988.

Almaz ZÖHRABOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
baş müəllim
almaz.zohrabova@atmu.edu.az

TURİZM BƏLƏDÇİLƏRİNİN MƏDƏNİ NİTQİNİN FORMALAŞDIRILMASI YOLLARI

Xülasə: *Nitq mədəniyyəti milli mədəniyyətin ayrılmaz tərkib hissəsidir.Xalqın hər bir nümayəndəsi kimi, turizm sahəsində fəaliyyət göstərən turizm bələdçiləri də nitq mədəniyyətinə dərindən yiyələnməlidirlər.*

Məqalədə aparılan araşdırmalar nəticəsində bu qənaətə gəlirik ki, bələdçinin yüksək nitq mədəniyyəti onun peşəkarliq səviyyəsinin göstəricisidir.Turizm bələdçiləri həm yerli,həm də gəlmə turistlərlə informasiya mübadiləsində olduqlarına görə daima öz nitqlərini zənginləşdirməyə çalışmalıdırlar.

Yalnız mədəni nitqin tələblərinə cavab verən nitq ilə turistlərə keyfiyyətli xidmət göstərmək mümkündür.

Açar sözlər: *turizm sənayesi, turizm bələdçiləri, bələdçinin intellektual səviyyəsi, mədəni nitqin tələbləri, nitqin zənginliyi, ədəbi dilin normaları.*

WAYS TO DEVELOP TOURIST GUIDES' ORAL COMMUNICATION SKILLS

Abstract: *Oral communication skills are inextricably linked to the national culture. Like other people employed in domains of the economy, involving a lot of speaking, tourist guides are expected to possess strong oral communication skills.*

The findings of the research, which is the subject of this article, indicate that the strength of tourist guides' oral communication skills is directly correlated to the level of their professionalism. Given tourist guides are in a regular information exchange with local and foreign tourists, they are in a constant need to improve their speaking skills.

Delivering tourists a quality service is conditional on having strong oral communication skills.

Keywords: *tourism industry, tourist guides, tourist guide's intellectual capacity, requirements for effective communication, speech with rich vocabulary, norms of literary language.*

ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРНОЙ РЕЧИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ГИДОВ

Резюме: *Культура речи является неотъемлемой частью национальной культуры. Как и каждый представитель народа, туристические гиды, работающие в сфере туризма, должны глубоко владеть культурой речи. В результате исследований, проведенных в рамках данной статьи, мы приходим к выводу, что высокий уровень культуры речи гида является показателем его профессионализма. Поскольку туристические гиды постоянно обмениваются информацией как с местными, так и с иностранными туристами, они должны всегда стремиться обогащать свою речь. Только речь, отвечающая требованиям культуры, позволяет предоставлять туристам качественные услуги.*

Ключевые слова: *туристическая индустрия, туристические гиды, интеллектуальный уровень гида, требования к культурной речи, богатство речи, нормы литературного языка.*

GİRİŞ

"Azərbaycan xalqının dili onun milli varlığını müəyyən edən başlıca amillərdəndir".
(Ulu öndər Heydər Əliyev)

Son illərdə prezident İlham Əliyev tərəfindən turizm sahəsinə göstərilən diqqət və qayğı nəticəsində Azərbaycan perspektivli turizm ölkəsinə çevrilib. Ölkəmizin turizm coğrafiyası genişlənərək yüksələn xətt üzrə inkişaf etməkdədir. Günü-gündən inkişaf edən respublikanın iqtisadiyyatında turizm sektoru ən qabaqcıl sahələrdən birinə çevrilib. Turizm inkişaf sürətinə və gəlirlərə görə iqtisadiyyatın əksər sahələrini üstələyərək neft və neft məhsulları ticarəti və avtomobil satışından sonra üçüncü yeri tutur.

Turizmin sosial və iqtisadi əhəmiyyəti böyükdür.

Bu sahənin sosial əhəmiyyəti bundan ibarətdir ki, əhalinin maariflənməsinə, bunun nəticəsində cəmiyyətdə mədəni əlaqələrin genişlənməsinə, turizmin inkişaf etdiyi ərazilərdə tarixi obyektlərin qorunmasına marağı artırır.

Turist axınlarının həcmi turizmin əsas iqtisadi göstəricisi hesab olunur. Turist axınlarının çoxalması istehsal və xidmət sahələrinin inkişafına müsbət təsir göstərir, büdcə daxil olmalarını artırır, əldə edilmiş valyuta axınları ilə xarici ticarət balansına həlledici təsir göstərir. Əhalinin məşğulluq səviyyəsi artır. Bu da əhalinin gəlirlərinin artmasına səbəb olur.

Turizm üzrə rəqabətqabiliyyətlilik siyahısında Azərbaycan 148 ölkə arasında 39-cu yerdə qərarlaşmışdır. Ümumdünya Səyahət və Turizm Şurasının hesabatına əsasən Azərbaycan 2010-2016-cı illərdə turizmin sürətlə inkişaf etdiyi 10 ölkə arasına daxil olmuşdur. Ölkənin turizm sahəsinin təqdim etdiyi xidmətlərin keyfiyyət səviyyəsinin beynəlxalq standartlara uyğunluğunun təmin edilməsi istiqamətində görülən işlər davamlı olaraq həyata keçirilir. Azərbaycan turizminin dünya turizm xidmətləri bazarında artırılmasına xüsusi diqqət göstərilir. Turizm sahəsinə yerli və xarici investisiyaların cəlb edilməsi, turizmin müxtəlif növlərinin inkişaf etdirilməsi, turizm xidməti müəssisələri və hotellər şəbəkəsinin genişləndirilməsi, buradakı xidmət səviyyəsinin dünya standartlarına uyğunlaşdırılması istiqamətində ardıcıl və mühüm işlər görülür.

Azərbaycanda turizm sektorunda göstərilən xidmətlərin keyfiyyət baxımından da təkmilləşdirilməsi, turistlərin məmnunluq səviyyəsinin artırılmasına nail olmaq üçün xüsusi kadrların hazırlanması prosesi vacib məsələlərdən biridir. Respublikamızda fəaliyyət göstərən bir sıra ali məktəblərdə, o cümlədən Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetində

gələcəkdə turizm sahəsində çalışacaq ixtisaslı kadrların hazırlanmasına xüsusi diqqət yetirilir.

Hər il Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetini bitirən yüzlərlə ixtisaslı məzunlar arasında turizm bələdçiləri xüsusi yer alırlar. İstər daxili, istərsə də xarici turistlərlə işləyən turizm bələdçiləri yüksək peşakarlıq qabiliyyətinə, vərdiş və bacarıqlarına malik olmalıdırlar. Ölkə daxilində vətənimizi layiqincə təmsil etmək, tanıtmaq, turistləri cəlb etmək sahəsində turizm bələdçiləri əsas rol oynayırlar.

Ölkəyə gələn turistlərə yüksək standartlara uyğun xidmətin göstərilməsi bir çox faktorlardan asılıdır. Bu baxımdan turizm-ekskursiya işinin təşkilində turizm bələdçilərinin rolu çox böyükdür. Ekskursiya xidmətinin keyfiyyəti bələdçilərin peşə hazırlığından çox asılıdır. Ekskursiya bələdçisi tədbirin əsas təşkilatçısı və icraçısı olur.

Azərbaycanda turizm sahəsindəki davamlı inkişafın nəticəsi kimi peşəkar turizm bələdçilərinə olan ehtiyac sürətlə artır. Turizm bələdçiləri yerli və xarici turistlərə turizm marşrutları üzrə respublikamızın bölgələrinin tarixi, coğrafiyası, iqtisadiyyatı, incəsənət və əsas mədəniyyət mərkəzləri, maddi və mədəni tarixi memarlıq abidələri, həmçinin bölgə əhalisinin etnoqrafik xüsusiyyətləri haqqında müfəssəl məlumat verən şəxsdir. Bələdçi dinləyiciləri mövcud məlumatlarla maraqlandırmaq üçün ünsiyyətcil olmalıdır. Bələdçilik işinin əsas xüsusiyyətlərindən biri onlarda müxtəlif insanlarla ünsiyyət qurmaq imkanlarının olmasıdır.

Turizm bələdçiləri daima öz mədəni nitqlərinin inkişaf etdirilməsi üçün çalışmalıdırlar. Onlar hər zaman hansı məlumatları, xəbərləri çatdırmağa, "necə demək", "hansı məqamlarda, harada demək" kimi suallara cavab tapmağa hazır olmalıdırlar. "Fikrimizcə, bu gün nitq mədəniyyətinin səviyyəsi, hər şey- dən qabaq, ifadə olunan fikrin həqiqiliyi, doğru-düzgünlüyündən çox asılıdır. Lakin zahirən sığallı, hamar, axıcı, rəvan, sirayətedici nitq yalanı həqiqət adına ifadə edirsə, bu cür nitq mədəniyyəti səviyyədən uzaqdır" [8, s.109].

Bələdçi hər zaman turistin marağına səbəb olacaq məlumatları ötürməyi bacarmalıdır. Bu zaman o həm ona həvalə olunmuş vəzifəni layiqincə yerinə yetirmiş olur, həm də onu dinləyənləri məlumatlandıraraq dərketmə və estetik cəhətdən məmnun etmiş olur. Bununla yanaşı, çalışdığı şirkətin nüfuzunu qaldıraraq, həmin şirkətə səyahət üçün müraciət edənlərin say çoxluğunu artırır.

Bələdçinin nitqi yalnız informasiya vermək deyil, həm də dinləyicilərdə maraq oyatmaq, duyğulara toxunmaq və unudulmaz təəssürat yaratmaq üçün vacibdir. Bu səbəbdən, turizm bələdçilərinin mədəni nitqinin formalaşdırılması xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

Bələdçilər turistlərlə effektiv ünsiyyət qurmaq üçün yüksək səviyyəli dil biliklərinə malik olmalıdırlar. Xarici dil bilmək qeyri-məhdud imkanlar açır, lakin təkcə dil bilmək kifayət deyil. Nitqin aydın, düzgün və təsirli olması üçün diksiya, tələffüz və ifadə zənginliyi vacibdir.

Mədəni nitqi maraqlı edən əsas amillərdən biri hekayəçilik bacarığıdır. Tarixi faktları və mədəni detalları hekayə formasında çatdırmaq turistlərin diqqətini cəlb edir və informasiyanı daha yaddaqalan edir.

Bələdçilər üçün mütəmadi olaraq dil, kommunikasiya və mədəniyyət kursları təşkil edilməlidir. Bu təlimlər onların biliklərini yeniləməyə və bacarıqlarını artırmağa kömək edər.

Müxtəlif ölkələrdən olan turistlərlə işləmək bələdçilərə yeni ünsiyyət strategiyaları öyrədir. Bu səbəbdən təcrübə mübadiləsi proqramları faydalı ola bilər.

Müasir dövrdə bələdçilər təqdimatlar, audio-qaydalar və virtual reallıq kimi texnologiyalardan istifadə edərək məlumatları daha maraqlı şəkildə çatdıra bilərlər.

Bələdçilər öz ana dillərini və xarici dilləri (xüsusilə ingilis, rus və digər vacib turizm dillərini) mükəmməl bilməlidirlər.

Turizm bələdçiləri həm savadlı monoloji, həm də dialoji nitq qurma, danışma bacarığına malik olmalıdırlar. Bundan ötrü təqdim edəcəkləri mövzu ilə bağlı materialları ətraflı şəkildə araşdırmalıdırlar. Fərdi xarakter daşıyan nitq müxtəlif şəxslərin danışığı və yazısıdır. Hər bir fərdin nitqi onu başqasından fərqləndirən cəhətlərdən biridir. Elə iki adam təsəvvür etmək olmaz ki, onların nitqi tam bir-birinin eyni olsun. Deməli, yazanlar, yaxud danışanlar dil vasitələrindən öz təhsilinə, dünyagörüşünə, mədəni səviyyəsinə uyğun şəkildə istifadə edirlər. Bu faktorlardan asılı olaraq cümlədə inversiya baş verə bilir, fikir mürəkkəb, yaxud sadə,

yarımçıq cümlələrlə ifadə olunur, ara cümlələr, müxtəlif xitablar işlədilir. İntonasiyanın müxtəlif çalarlarından istifadə olunur.

İnsanlarla daima ünsiyyətdə olan turizm bələdçiləri nitqin həm monoloji, həm də dialoji növündən istifadə edirlər.

Monoloji nitq bir şəxs tərəfindən hər hansı bir məlumatın fikir söyləmə, təsdiqləmə, təsvir, səciyyələndirmə kimi əsas növlərindən istifadə etməklə qarşı tərəfə çatdırılmasıdır. Nitqin bu növü əvvəldən düşünülür, proqramlaşdırılır. Bu zaman danışan nələri danışacağını özü üçün müəyyənləşdirmiş olur. Turizm bələdçisinin şifahi nitqi onun turistlərə təqdim edəcəyi obyektin, məlumatın şərhinə uyğun olmalıdır. Şifahi monoloji nitq iki formada - təşkil olunmuş və spontan formada olur.

Təşkil olunmuş nitq adından da göründüyü kimi, əvvəlcədən planlaşdırılmış, hazırlıqlı nitqdir. Turizm bələdçiləri Azərbaycanın müxtəlif tarixi, görməli yerlərinə səyahət edirlər. Bələdçi hər zaman turistlərin marağına səbəb olacaq məlumatları ötürməyi bacarmalıdır. Bu zaman o həm ona həvalə olunmuş vəzifəni layiqincə yerinə yetirmiş olur, həm də onu dinləyənləri məlumatlandıraraq dərketmə və estetik cəhətdən məmnun etmiş olur.

Təşkil olunmuş monoloji nitq bir növ dialoji nitqə hazırlıq rolunu oynamış olur. Bələdçi öz nitqi üzərində işləməklə yanaşı, əks tərəflərin də ona ünvalaya biləcəyi, ehtimal olunan sualları ətrafında düşünməyi, onlara məntiqi cəhətdən dürüst, məzmun baxımından mükəmməl, elmi məlumatlara əsaslanan bitkin cavablar verməyi bacarmalıdır.

Bəzən natiq spontan nitqdən də istifadə etməli olur. Qabaqcadan düşünülməmiş belə nitqə ekspromt nitq də deyilir. Spontan nitq təşkil olunmuş nitqə nisbətən müəyyən qədər çətindir. Çünki danışan qısa vaxt ərzində ona ünvanlanan suala necə cavab verəcəyini, dediklərini hansı fakt və dəlillərlə əsaslandıracağını, onları necə ifadə edəcəyini də müəyyənləşdirməlidir. Bu halda da nitqin məzmunu ilə formasının gözəlliyi, vəhdəti əsas hesab olunur. Spontan nitq həm təbii, həm də canlı danışıq formasıdır. Buna görə də turizm bələdçiləri nitqin hər iki formasından istifadə etmək bacarığına yiyələnməyə çalışmalıdırlar.

Dialoji nitq iki və daha çox insanın arasında olan, növbələşən ünsiyyət prosesidir. Gündəlik həyatımızda, istər məişətdə, istərsə də iş həyatımızda daha çox istifadə etdiyimiz nitq formasıdır. Burada monoloji nitqdən fərqli olaraq öncədən söhbətə heç bir hazırlıq görülmür. Dialoji nitqdə tərəflər daha fəal olur, tərəflərdən birinin ifadə etdiyi fikir digəri tərəfindən qavranılır. Dialoqlarda sintaktik quruluşlar daha sadə, ifadələr bir qədər qısa olur, yarımçıq cümlələrdən geniş istifadə olunur. Nitqin bu növündə danışılan mətnin məzmunundan asılı olaraq intonasiyanın müxtəlif çalarlarından, jestlərdən, mimikalardan, pantomimikadan istifadə olunur. Qeyri-verbal kommunikasiya vasitələrindən düzgün istifadə olunması fikrin daha tez çatdırılmasına, təsirli olmasına, uzun müddət yaddaşda qalmasına səbəb olur.

Savadlı monoloji və dialoji nitq qurma bacarığına malik olmaqdan ötrü turizm bələdçiləri ədəbi dilə mükəmməl bələd olmalıdırlar.

Mədəni nitqə yiyələnmək bələdçidən geniş mütaliə, istifadə etdiyi dilin normalarına dərindən bələd olmağı tələb edir. Mədəni nitqin əsas tələblərini aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

- nitqin aydınlığı
- nitqin yığcamlığı
- nitqin düzgünlüyü
- nitqin zənginliyi
- nitqin təmizliyi
- nitqin sadəliyi
- nitqin rabitəliliyi
- nitqin münasibliyi
- nitqin orijinallığı.

Aydınlıq nitqin əsas tələblərindən biridir. "Qabusnamə" də yazılır: "Sözü ən gözəl tərzdə söyləmək lazımdır ki, həm söz anlayan olasan, həm də söz anladasan" [9, s.84]. Görkəmli filosof Aristotel nitqin aydınlığını vacib şərtlərdən biri hesab edərək yazırdı ki, nitq aydın

deyilsə, deməli natiq öz məqsədinə çata bilməmişdir. Natiq o zaman aydın danışa bilər ki, obyekt haqqında mükəmməl, ətraflı məlumata malik olsun. Ona görə də mövzu ilə bağlı ədəbiyyatları araşdırmalı, söyləyəcəyi fikirləri özü üçün aydınlaşdırmalı və sistemləşdirməlidir. O zaman natiq öz fikrini aydın və əsaslı şəkildə çatdıra bilər. Görkəmli ədəbiyyatşünas Firudin bəy Köçərli yazırdı ki, dili dolaşıq şəxsin fikri də dolaşıqdır. O göstərirdi ki, doğru və salamat fikirli adamların kəlamı həmişə aydın, açıq və düzgün olur.

Fikrin aydın çatdırılmasında tələffüz qaydalarına düzgün əməl etmək vacib şərtlərdən biridir. Belə ki, məqsədə uyğun intonasiyaya əməl olunmaması, səslərin öz məxrəcində deyilməməsi aydınlığa xələl gətirən səbəblərdən biridir.

Diksiya nitqin aydınlığını yaradan əsas şərtlərdən biridir. Diksiya dedikdə səslərin öz məxrəcində tələffüz olunması nəzərdə tutulur. Əgər o pozularsa, nitqi anlamaq çətinləşər, səslər qarışdırılar. Məsələn; oagörə (ona görə), gə gedək (gəl gedək), lazım təşkilatlar (lazimi təşkilatlar), sityasiyada (situasiyada) və s.

Diksiyanın pozulması dinləyicini tez yorur. Diqqətini əsas məsələdən yayındırır. Turizm bələdçisi nitqin səs mədəniyyətinə düzgün yiyələnməlidir. Nitqin səs mədəniyyəti dedikdə mövcud şəraitə uyğun səsin gücünün tənzimlənməsi, nitq sürətinin gözlənilməsi, sözlərin və səslərin düzgün tələffüz edilməsi nəzərdə tutulur.

Mədəni nitqin yığcamlığı fikrin qısa və aydın şəkildə ifadə olunmasını nəzərdə tutur. Fikrin yığcam şəkildə çatdırılması uzun-uzadı danışmağa, sözçülüyə qarşı qoyulan bir tələbdir. Yığcam danışa bilmək, eyni sözü, fikri yersiz təkrar etməmək, mətləbdən uzaq məsələlərdən danışmamaq vacib şərtlərdəndir. Əsl natiq geniş fikri, böyük mətləbləri ən zəruri söz və ifadələrdən istifadə etməklə yığcam şəkildə çatdırmağı bacarmalıdır.

O şəxslərin nitqində yığcamlıq, konkretlik olmur ki, onlarda məlumat veriləcək obyekt haqqında informasiya azdır. Əgər danışılacaq mövzu ilə bağlı natiqdə məlumat genişdirsə, təbii ki, o daha vacib, daha zəruri faktları onların içindən seçib aydın və dəqiq şəkildə dinləyicisinə çatdıra biləcək. Sədi Şirazi nitqin yığcamlığını ən vacib amillərdən biri kimi dəyərləndirirdi:

Düşünüb, sonra de sözü müxtəsər,
O qədər danışma "bəsdir" desinlər.

Nitqin düzgünlüyü, əsasən, qrammatik normaya əməl etməyi nəzərdə tutur. Lakin qeyd etməliyik ki, düzgün danışmaq üçün dilin leksik və fonetik normalarına da riayət etmək vacibdir. Nitqin düzgünlüyü üçün əsas tələblərdən biri fikrin reallıqla, gerçəkliklə bağlılığıdır. Reallığa söykənməyən nitq təsirsiz olur və insanlarda maraq doğurmur. Natiq öz nitqində səmimi olmalıdır. Dinləyiciləri maraqlandırmalı, diqqətlərini danışılan mövzuya cəlb etməyi bacarmalıdır.

Nitqdə reallıqdan uzaqlaşma natiqin faktları, hadisələri təhrif olunmuş şəkildə çatdırması və nitq predimeti haqqında bəsit, səthi məlumata malik olması nəticəsində baş verir. Bələdçinin ölkəmiz, onun ayrı-ayrı bölgələri haqqında məlumatları azdırsa, təbii ki, onun nitqi yaxşı dinlənilmir, maraqsız olur.

Cümlələrin qrammatik cəhətdən düzgün qurulmaması şifahi nitqin qüsurlu olmasına səbəb olur. Şifahi nitq zamanı çalışmaq lazımdır ki, dinləyicini yoran mürəkkəb, yaxud uzun cümlələr işlədilməsin. Fikrin məzmunundan asılı olaraq bəzən mürəkkəb cümlələrdən də istifadə etmək lazım gəlir. Bu zaman həmin cümlələrdə təkrarlara, lüzumsuz söz və ifadələrə yol vermək olmaz. Professor A.Abdullayev bununla bağlı fikrini çox gözəl şəkildə ifadə edərək yazırdı: "Cümlələrdə sözlərin yeri dar, fikirlərin yeri isə geniş olmalıdır" [3, s.5].

Nitq həm də **zəngin** olmalıdır. Danışanın, yaxud yazanın nitqinin zənginliyi üçün əsas şərt onun geniş söz ehtiyatına malik olmasıdır. Zəngin söz ehtiyatına malik olmaqdan ötrü ilk növbədə çoxlu mütaliə etmək və sözlərin leksik mənasına düzgün bələd olmaq lazımdır. Söz ehtiyatı zəngin olan şəxs öz fikirlərini sərbəst və gözəl ifadə etməkdə çətinlik çəkmir. Hər hansı bir məlumatın şərhində sinonim, antonim, frazeoloji birləşmələrdən, məcazlardan məharətlə istifadə edərək onu dinləyənlərin diqqətini nitqinə cəlb etməyi bacarır.

Turizm bələdçiləri daima öz lüğət ehtiyatının artırılması qayğısına qalmalıdırlar. Təkcə mütaliə etməklə kifayətlənməməli, televiziya və radio verilişlərini, natiqləri, söz ustalarını

müntəzəm olaraq dinləməlidirlər.

Nitqin zənginliyini təmin edən əsas vasitələrdən biri sinonimlərdir. Onlar nitqdə təkrarçılığın qarşısını alır. Təkrarçılığa yol verməməkdən ötrü hər bir bələdçinin lüğət ehtiyatında çoxlu sinonim sözlər olmalıdır.

Nitqin zənginliyini artıran vasitələrdən biri də intonasiyadır. Bələdçi söylədiyi fikirlərə uyğun olaraq intonasiya, məntiqi vurğu, nitqin tonu, sürəti, səsin tembri və pauza kimi elementlərdən düzgün istifadə etməyi bacarmalıdır. Nitqin məzmun cəhətdən dolğunluğu da zənginliyin başlıca əlamətlərindən biridir.

Təmizlik mədəni nitqin əsas tələblərindən biridir. Dilin təmizliyini qoruyub saxlamaq hər bir dil daşıyıcısının əsas vəzifələrindən biridir. Bundan ötrü aşağıdakı şərtlərə əməl olunmalıdır:

1. Nitqdə məhəlli dialektlərə, yerli şivələrə məxsus danışıq tərzinə yol verilməməlidir.
2. Əcnəbi sözlər lüzumsuz işlədilməməlidir.
3. Tüfeyli sözlərlə bağlı qüsurlar aradan qaldırılmalıdır.
4. Jarqon sözlərin və ifadələrin işlədilməsi nitqin təmizliyinə xələl gətirir, onun keyfiyyətini aşağı salır.
5. Mədəni danışıqda başqasını təhqir etmək, heysiyyətinə toxunmaq məqsədini daşıyan söyüş və qarğışlara, ədəbsiz, təhqiramiz, qeyri-etik sözlərə, ifadələrə yer verilməməlidir.

Araşdırdığımız mənbələr əsasında bu qənaətə gəlirik ki, nitq mədəniyyəti milli mədəniyyətin ayrılmaz tərkib hissəsidir. Nitqin əsas məqsədi informasiya mübadiləsi yaratmaqla informasiyanın ötürülməsi və qəbul edilməsidir. Natiqlik ritorika, aktyorluq texnikası (təqdimat) və manipulyasiya üsullarının harmonik vəhdətidir. Nitq mədəniyyətinin daşıyıcısı və qoruyucusu isə xalqdır. Xalqın hər bir nümayəndəsi kimi turizm bələdçiləri də gözəl nitqə sahiblənməli və onu layiqincə təqdim etməyi bacarmalıdır. Bundan ötrü daima öz elmi məlumatlarını, dil biliklərini artırmağa çalışmalı, çoxlu mütaliə etməli, lüğətlər üzərində çalışmalıdırlar.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Abdullayev A.S. Azərbaycan dilinin tədrisi tarixinə dair. “Azərtədrisnəşr”, Bakı, 1958.
2. Abdullayev A.S. Müəllimin nitq mədəniyyəti. Bakı, "Maarif", 1960.
3. Abdullayev A.S. Nitq mədəniyyəti və natiqlik sənəti. Bakı, "Maarif", 1981.
4. Abdullayev N.Ə. Ədəbi tələffüz təliminin metodikası. Bakı, "Maarif", 1966.
5. Abdullayev N.Ə. Orfoepiya və orfoqrafiya təlimi məsələləri. Bakı, 1985.
6. Abdullayev N.Ə., Məmmədov Z.T. Nitq mədəniyyəti məsələləri. Bakı, 1998.
7. Abdullayev N.Ə., Məmmədov Z.T. Müəllimin nitq mədəniyyəti. Bakı, 2002.
8. Azərbaycan nitq mədəniyyəti problemləri. Bakı, 1988.
9. Qabus İbn Vəşmgir. Qabusnamə. Bakı, “Şərq-Qərb”, 2006.

Mirəsgər AĞALAROV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
baş müəllim
mirasgar.aghalarov@atmu.edu.az

TURİZMİN İNKİŞAFI İLƏ BAĞLI DİLLƏRİN ÖYRƏNİLMƏSİNƏ ARTAN MÜNASİBƏTİN TƏDQİQİ

Xülasə: *Elmi-tədqiqat işində turizm sənayesinin qlobal inkişafı nəticəsində dillərin öyrənilməsini zəruri edən səbəblərdən,onların beynəlxalq turizmin inkişafı ilə daha da populyarlaşması,buna təsir və təkan verən səbəb və amillərdən bəhs olunur. Bu səbəbdən iyirmi birinci əsrin ünsiyyət dili hesab olunan ingilis dilinin öyrənilməsinə müsbət münasibət global aləmdə insanların biri-birlərini başa düşmələrini asanlaşdırıldığı qeyd olunur.*

Açar sözlər: *Beynəlxalq və daxili turizm,valyuta mübadiləsi,ünsiyyət, təsürat yratmaq, ticarət, ortaq ünsiyyət*

A STUDY OF THE GROWING ATTITUDE TOWARDS LANGUAGE LEARNING IN CONNECTION WITH THE DEVELOPMENT OF TOURISM

Abstact: *The scientific research discusses the reasons that necessitate the learning of languages as a result of the global development of the tourism industry, their further popularity with the development of international tourism, and the reasons and factors that influence and encourage this. For this reason, it is noted that a positive attitude towards the learning of English, which is considered the language of communication of the twenty-first century, makes it easier for people to understand each other in the global world.*

Key words: *International and domestic tourism, currency exchange, communication, impression-making, trade, common communication*

ИССЛЕДОВАНИЕ РАСТУЩЕГО ОТНОШЕНИЯ К ИЗУЧЕНИЮ ЯЗЫКА В СВЯЗИ С РАЗВИТИЕМ ТУРИЗМА

Резюме: *В научном исследовании рассматриваются причины, обусловливающие необходимость изучения языков в связи с глобальным развитием туристической индустрии, их дальнейшая популярность в связи с развитием международного туризма, а также причины и факторы, влияющие и стимулирующие это. В связи с этим отмечается, что позитивное отношение к изучению английского языка, считающегося языком общения XXI века, облегчает взаимопонимание людей в глобальном мире.*

Ключевые слова: *Международный и внутренний туризм, обмен валюты, коммуникация, создание впечатлений, торговля, общее общение.*

GİRİŞ

Turizm çoxşaxəli sənayedir və turist hansısa ölkəyə səfər edərsə, bu, təkcə turizm departamentinə deyil, həm də yerli əhaliyə fayda gətirir. Məsələn, istifadə etdiyi nəqliyyat növü, qaldığı otellər, yemək yediyi yerlər, alış-veriş etdiyi mağazalar və s. Ona görə də turizm iqtisadiyyatın nəqliyyat, tikinti, sənətkarlıq, bağçılıq, kənd təsərrüfatı, ictimai iaşə və s. kimi sahələri ilə bağlı olduğundan o, təkcə iqtisadiyyatın hərəkətverici qüvvəsinə çevrilməklə yanaşı, həm də ölkənin müxtəlif bölgələrində əhalinin rifahının yüksəldilməsi və infrastrukturun inkişafının təmin edilməsində təsirli vasitəyə çevrilə bilər. Turizm həm də ölkənin mədəni və sosial inkişafında mühüm amildir.

Turizm sektoru məşğulluğu təmin etməklə, yerli və xarici valyutada gəlir əldə etməklə,

digər sənaye sahələrini inkişaf etdirmək və ya genişləndirməklə ölkə iqtisadiyyatına fayda gətirir. Bu sənayenin mütəxəssislərlə təmin olunması turizm sektoru üçün çox vacib amildir. Turizmin təşviqində əsas rol oynayan turistlər turizm əhəmiyyətli yerləri abadlıqlara, attraksionlara və ən əsası turizm mütəxəssislərinin müsbət və bacarıqlı ünsiyyətinə və münasibətinə əsasən seçirlər. Buna görə də turizm sektorunun ən vacib cəhətlərindən biri bu bizneslə əlaqəli insanlar və turistlər arasında ünsiyyətdir. İngilis dilini yaxşı bilmək turizm sənayesi ilə məşğul olan şəxs üçün üstünlük hesab olunur.

Müsir dövrdə iki növ: beynəlxalq və daxili turizm mövcuddur ki,bunların arasındakı fərqi mütləq qeyd etmək lazımdır. Beynəlxalq turizmdə insanlar adətən yaşadıqları ölkədən kənara səyahət edirlər. Daxili turizm sferasında insanlar öz adi yaşayış yerlərindən kənarda ölkə daxilində tarixi və mədəni görməli yerləri ilə cəlbedici olan bəzi digər yerlərə və ya açıq havada istirahət etmək və açıq havada istirahəti idman fəaliyyəti ilə birləşdirə biləcəkləri idman bazalarında və dağ kurortlarında fəaliyyət göstərmək üçün səyahət edirlər. Daxili turizmdə səyahət ölkə daxilində baş verdiyi üçün turistlər adətən valyuta mübadiləsi, dil, pasport, viza, sağlamlıq sənədləri və s kimi maneələrlə qarşılaşmırlar.Daxili turizmdə turistin ana dili ünsiyyət vasitəsi kimi çıxış edir. Gəlin "turizm" tarixinə qısa ekskursiya edək. Ancaq əvvəlcə "turizm"in nə olduğunu müəyyənləşdirək. S. I. Ozhegovun lüğətinə görə, "Turizm istirahət və özünü təhsil üçün edilən səyahət növüdür." [1990] Son onilliklər ərzində bu anlayış bu mənasını genişləndirmişdir.

XX əsrin birinci yarısı turizmi qlobal sənayeyə çevirdi. Turizm bir sənaye kimi Avropada sosial-siyasi və texnoloji tərəqqi ilə birlikdə orta təbəqənin yüksəlişi ilə meydana çıxdı. Bu dövrdə Avropa və Amerika arasında həm maraq, həm də iş üçün insanların kütləvi hərəkəti başladı, çünki hər iki qitədə səyahət üçün lazım olan infrastruktur inkişaf etdirildi. Bundan əlavə, avtomobilin yaranması, dəmir yolu nəqliyyatının inkişafı ilə birlikdə daxili turizmin inkişafına səbəb oldu, çünki səyahətlər ucuzlaşdı, daha sürətli və daha rahat oldu və hava nəqliyyatının inkişafı ilə turizm "sərhədsiz" bir hadisəyə çevrildi.

Turizmin ən vacib cəhətlərindən biri bizneslə məşğul olan insanlarla turistlər arasında ünsiyyətdir. Ünsiyyət insanlar arasında məlumat mübadiləsi prosesidir, məqsədi bu məlumatı ötürmək və qəbul etmək/dərk etmək/qavramaqdır. Yaxşı ünsiyyət turistlərin şüurunda qeyri-verbal aspektləri, yəni baxışları və jestləri ilə, eləcə də ünsiyyətin şifahi, başqa sözlə desək, insanlar arasında ən təbii əlaqə olan şifahi tərəfi olan dil vasitəsilə təəssürat yaratmaqda mühüm rol oynayır. İngilis dili turizmdə mühüm rol oynayır, çünki:

• beynəlxalq dil və ya lingua-frankadır;(müxtəlif ölkələrdə yaşayan xalqların ən çox kommersiya sahəsində isttifadə etdiyi dil)

• İngilis dilində danışmayan bir çox ölkələrdə təlimatlar, işarələr, yazılar və s. başa düşmək asanlığı üçün ingilis dilində təkrarlanır;

• iyirmi birinci əsrin ünsiyyət dili hesab olunur;

• dünyada ən çox danışılan dördüncü ana dilidir

• ən çox danışılan rəsmi dildir;

• Beynəlxalq münasibətlərdə, ticarətdə, turizmdə və s. işlərdə istifadə olunan əsas dildir.

Turizm sənayesinin düzgün işləməsi üçün müxtəlif dillər arasında ortaq ünsiyyət dili lazımdır. Bütün dünyada turizm rəsmiləri və agentlikləri və digər rəsmilər yerli turistlər, beynəlxalq turistlər və immiqrantlarla ünsiyyət qurmaq üçün ingilis dilindən istifadə edirlər. Çoxmillətli şirkət kimi, turizmdə də ingilis dilini bilmək həm şirkət daxilində, həm onun xaricində, həm də beynəlxalq səviyyədə ünsiyyət, əməkdaşlıq və sənayenin inkişafı üçün zəruridir. İngilis dili turizm təşkilatında ünsiyyətin səmərəliliyini artırmaq üçün bir vasitə kimi qəbul edilir.

Səyahət həyatın ən zənginləşdirici və həyəcanverici təcrübələrindən biridir. İstər istirahət, istər işgüzar səfər, istərsə də solo macəra planlaşdırırsınızsa, ingilis dilini mənimsəmək təcrübənizdə fərq yarada bilər.

Maneələrsiz Ünsiyyət

Səyahət etməzdən əvvəl ingilis dilini öyrənməyin ən vacib səbəblərindən biri maneəsiz

ünsiyyətdir. İngilis dili dünyada ən çox danışılan dillərdən biridir və turizm, biznes və beynəlxalq ünsiyyətdə geniş istifadə olunur. İngilis dilini mənimsəməklə siz müxtəlif mədəniyyətlərdən olan insanlarla asanlıqla ünsiyyət qura və daha hamar və zənginləşdirici səyahət təcrübəsindən həzz ala bilərsiniz.

Naviqasiya və Orientasiyanı asanlaşdırır

Ünsiyyətlə yanaşı, ingilis dilini öyrənmək həm də xarici istiqamətlərdə naviqasiya və oriyentasiyanı asanlaşdırır. İngilis dilli olmayan ölkələrdə bir çox işarələr, plakatlar və istiqamətlər ingilis dilində yazılmışdır ki, bu da sizə yolunuzu daha asan tapmağa və səyahətlər zamanı çaşqınlığın qarşısını almağa imkan verir.

Yerli Mədəniyyətlə Əlaqə

İngilis dilini öyrənmək həm də yerli mədəniyyətlə daha dərindən əlaqə saxlamağa imkan verir. İngilis dilində ünsiyyət qura bilməklə, yerli əhali ilə ünsiyyət qura, mədəni fəaliyyətlərdə iştirak edə və dildə danışmasanız mümkün olmayacaq şəkildə getdiyiniz yerlərin gündəlik həyatına qərq ola bilərsiniz.

Səyahət üçün İngilis dilini öyrənmək üçün məsləhətlər

Əgər səyahət etməyi planlaşdırırsınızsa və ingilis dilinizi təkmilləşdirmək istəyirsinizsə, bunu edə biləcəyiniz bir neçə üsul var. Siz ingilis dili dərslərinə yazıla, dil öyrənmə proqramları ilə məşq edə, ingilis dilində filmlərə və seriallara baxa və ya hətta doğma danışanlarla təcrübə keçmək üçün dil mübadiləsi qruplarına qoşula bilərsiniz. Əsas odur ki, səyahətinizdən əvvəl dil bacarıqlarınızı təkmilləşdirmək üçün vaxt və səy sərf edin.

Beynəlxalq turizmdə ingilis dilinin rolu

İngilis dili qlobal lingua franka kimi mövqeyini möhkəmləndirdi, xüsusən də beynəlxalq turizm kimi müxtəlif əhalinin birləşdiyi sahələrdə. Turizm sənayesində inkişaf etmək istəyən və ya sadəcə olaraq mükəmməl səyahət təcrübələrindən həzz alan qeyri-anadillilər üçün ingilis dilini bilmək artıq seçim deyil; vacibdir. Bu məqalə ingilis dilinin beynəlxalq turizmdə oynadığı əsas rolu araşdırır, onun ünsiyyət, müştəri məmnuniyyəti və biznes əməliyyatlarına təsirini vurğulayır.

Turizmin dünyanın ən böyük sənayelərindən biri olduğu və hər il trilyonlarla gəlir gətirdiyi bir şəraitdə effektiv ünsiyyət üçün ortaq dilin əhəmiyyətini qiymətləndirmək olmaz. İngilis dili turistlərlə yerli əhali arasında körpü yaratmaqla yanaşı, turizm sektorunda xidmətlərin keyfiyyətini əhəmiyyətli dərəcədə artırır. Turistlər ehtiyaclarını çatdıra biləcəklərini və səyahət təcrübələri üçün vacib olan məlumatları anlaya bildikləri zaman özlərini daha rahat və təhlükəsiz hiss edirlər.

Beynəlxalq turizmdə ingilis dilinin geniş şəkildə istifadə edilməsini bir neçə faktorla əlaqələndirmək olar, o cümlədən tarixi təsirlər, ingiliscə danışan ölkələrin qlobal mediada üstünlük təşkil etməsi və ikinci dil kimi ingilis dilinə mövcud təhsil vurğusu. Uçuşların bron edilməsindən tutmuş otellərə yoxlanılmasına, yerli görməli yerləri başa düşməyə və ya istiqamətlər istəməyə qədər ingilis dili dil maneələrini aradan qaldırmaq üçün əsas vasitə kimi xidmət edir.

Ünsiyyətin gücləndirilməsi

İngilis dilinin beynəlxalq turizmi asanlaşdırmasının ən mühüm yollarından biri ünsiyyəti gücləndirməkdir. Aydın və effektiv ünsiyyət turizmdə mükəmməl müştəri xidmətinin təməl daşıdır və ingilis dili çox vaxt bunun baş verdiyi vasitə kimi çıxış edir. İngilis dilini bilən tur bələdçiləri, otel işçiləri və səyahət agentləri beynəlxalq turistlərin müxtəlif ehtiyaclarını daha yaxşı qarşılaya bilərlər.

Məsələn, ingilis dilində səlis danışan bələdçilər turistlərin əksəriyyətinin başa düşdüyü dildə tarixi yerlər, mədəni abidələr və yerli adətlər haqqında ətraflı izahat verə bilərlər. Bu, nəinki turistlərin təcrübəsini zənginləşdirir, həm də destinasiyanı daha dərindən qiymətləndirməyə kömək edir.

Üstəlik, fövqəladə hallarda ingilis dilində ünsiyyət qurmaq bacarığı çox vacib ola bilər. Xarici şəhərdə itmiş və ya təcili tibbi yardımla məşğul olan turistlərin ən çox ingilis dilində olan aydın təlimatlara və yardıma ehtiyacı var. Bu, onların təhlükəsizliyini və rifahını təmin etməkdə

əhəmiyyətli fərq yarada bilər.

İngilis dili eyni zamanda ortaq ana dilini paylaşmayan müxtəlif ölkələrdən gələn turistlər arasında daha hamar qarşılıqlı əlaqə yaratmağa imkan verir. Çoxdilli tur qruplarında ingilis dili tez-tez sosial qarşılıqlı əlaqəni asanlaşdıran və turistlər arasında dostluq hissini gücləndirən standart ünsiyyət vasitəsi kimi xidmət edir.

Müştəri Məmnuniyyətinin Artırılması

Turizm sənayesində müştəri məmnuniyyəti hər şeydən üstündür və ingilis dilində ünsiyyət qurmaq bacarığı turist təcrübəsini xeyli yaxşılaşdıra bilər. Turistlər özlərini başa düşüldüklərini və onlara baxdıqlarını hiss etdikdə, onların səyahət təcrübələrindən ümumi məmnuniyyətləri artır. İngilis dilli işçilər təklif edən otellər, restoranlar və tur xidmətləri tez-tez daha yüksək reytinqlər və daha yaxşı rəylər alır və bu da öz növbəsində daha çox ziyarətçi cəlb edir.

Bundan əlavə, bir çox turist səyahətlərindən əvvəl əsasən ingilis dilində olan resurslardan istifadə edərək geniş araşdırma və planlaşdırma aparır. İngilis dilində olan vebsaytlar, səyahət bloqları və sosial media platformaları səyahət edənlərə əsaslandırılmış qərarlar qəbul etməkdə kömək edə biləcək dəyərli məlumat verir. Beləliklə, ingilis dilini bilmək təkcə turistlərə səfərləri zamanı kömək etmir, həm də onların səfər öncəsi planlaşdırma prosesini gücləndirir.

Bundan əlavə, ingilis dilində müştəri xidmətləri ilə qarşılıqlı əlaqə şikayətləri və sorğuları daha effektiv həll edə bilər. İstənilən məsələnin tez həlli ümumi təcrübəni artırır və biznesin təkrarlanma ehtimalını artırır. Beləliklə, işçiləri üçün ingilis dili təliminə sərmayə qoyan müəssisələr çox vaxt müştəri məmnuniyyəti və loyallıq baxımından nəzərəçarpacaq faydalar görürlər.

Biznes əməliyyatlarının asanlaşdırılması

Biznes əməliyyatları kontekstində ingilis dili beynəlxalq turizm sektorunda fəaliyyətlərin tənzimlənməsində həlledici rol oynayır. Məsələn, ingilis dili beynəlxalq işgüzar yazışmalarda, müqavilələrdə və danışıqlarda istifadə olunan əsas dildir. Qlobal miqyasda fəaliyyət göstərən və ya beynəlxalq müştərilər və tərəfdaşlarla məşğul olan turizm bizneslərі aydınlıq və ardıcıllığı təmin edərək ingilis dilindən iş dili kimi istifadə edirlər.

Üstəlik, bir çox aparıcı turizm idarəetmə proqramı və platformaları ingilis dilində mövcuddur. İngilis dilini bilmək turizm sənayesindəki peşəkarlara bu alətlərdən səmərəli istifadə etməyə imkan verir, onların əməliyyat səmərəliliyini artırır. Eynilə, ingilis dili tez-tez turizm sənayesi peşəkarlarına yönəlmiş təlim proqramları, onlayn kurslar və seminarlar üçün standart dildir. Beləliklə, ingilis dilini bilmək peşəkar inkişaf və karyera yüksəlişi üçün imkanlar açır.

Çox vaxt beynəlxalq tərəfdaşlar, satıcılar və dövlət qurumları ilə işləməyi əhatə edən turizm sənayesinin əməkdaşlıq xarakteri də ingilis dilindən çox asılıdır. İngilis dilində səmərəli ünsiyyət daha yaxşı koordinasiyaya, daha rahat əməliyyatlara və uğurlu tərəfdaşlığa gətirib çıxara bilər ki, bunların hamısı turizm biznesinin inkişafı və davamlılığı üçün vacibdir.

Turist Məkanlarına Təsiri

İngilis dilinin geniş yayılması da istiqamətlərin özlərinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. İngilis dilli xidmətlərin və resursların mövcudluğunu təmin edən turistik yerlər çox vaxt daha çox ziyarətçi axını görür. Bu, iqtisadi artıma səbəb ola bilər, çünki artan turizm yerli biznesə gəlir gətirir və iş imkanları yaradır.

İngilis dilində lövhələrə, broşuralara və vebsaytlara sərmayə qoyan istiqamətlər özlərini qlobal auditoriya üçün daha əlçatan edir. İngilis dilində məlumat təklif edən mədəni attraksionlar, muzeylər və tarixi yerlər ziyarətçilərin təhsil və mədəni dəyərini artıraraq daha geniş spektri əhatə edə bilər.

Bununla belə, tarazlığı qorumaq və ingilis dilinin təbliğinin yerli dillərə və mədəniyyətlərə kölgə salmamasını təmin etmək də vacibdir. Davamlı turizm təcrübələri təyinat yerinin unikal dil və mədəni irsini qoruyarkən ingilis dilindən istifadənin inteqrasiyasını nəzərdə tutur. Bu yanaşma turistlərin təcrübəsini zənginləşdirir, eyni zamanda yerli icmaya

hörmət və dəyər verir.

Təhsil aspektləri

İngilis dili təkcə turizmdə funksional bir vasitə kimi xidmət etmir, həm də turistlər və yerli əhali üçün maarifləndirici cəhətlərə malikdir. Turistlər üçün ingilisdilli ölkəyə səyahət etmək və ya ingilisdilli yerli əhali ilə ünsiyyət qurmaq dəyərli immersiv dil təcrübəsini təmin edir. Bu təcrübi öyrənmə onların dildən istifadə bacarığını və inamını əhəmiyyətli dərəcədə artıra bilər.

Turizm sənayesində çalışan yerli sakinlər üçün ingilis dilini öyrənmək gücləndirici və karyera yüksəlişi vasitəsi ola bilər. Xüsusilə turizm sənayesi mütəxəssisləri üçün hazırlanmış ingilis dili təlim proqramları onları öz rollarında üstün olmaq üçün lazımi bacarıqlarla təchiz edir. İnsan kapitalına qoyulan bu sərmayə yerli turizm sənayesinin ümumi keyfiyyətinə və rəqabət qabiliyyətinə töhfə verir.

Bundan əlavə, turizmdə ingilis dilinin olması mədəniyyətlərarası mübadilə və öyrənmə imkanları yaradır. Turistlər və yerli sakinlər qarşılıqlı anlaşma və qiymətləndirməni təşviq edərək təcrübələrini, hekayələrini və biliklərini paylaşa bilərlər. Bu mədəni mübadilə turizm təcrübəsinin ayrılmaz hissəsidir və mənalı əlaqələrə və uzunmüddətli əlaqələrə səbəb ola bilər.

NƏTİCƏ

Nəticə olaraq, ingilis dili beynəlxalq turizmdə əvəzsiz rol oynayır, ünsiyyəti asanlaşdırır, müştəri məmnuniyyətini artırır və biznes əməliyyatlarını sadələşdirir. Onun geniş yayılması təkcə turistlərə deyil, həm də yerli istiqamətlərə və ümumi turizm sənayesinə təsir göstərir. İngilis dili dil maneələrini aradan qaldıraraq, müxtəlif mənşəli şəxslər üçün daha əhatəli və zənginləşdirici səyahət təcrübəsi yaradır.

Qlobal turizm sənayesi böyüməyə davam etdikcə ingilis dilinin əhəmiyyəti daha da artacaq. Həm turistlər, həm də sənaye mütəxəssisləri ingilis dilini bilmənin faydalarını dərk etməli və dil öyrənməyə və təlimə sərmayə qoymalıdırlar. İkinci dil kimi ingilis dilini öyrənənlər üçün turizmə xüsusi lüğət və ünsiyyət bacarıqlarına diqqət yetirmək çoxsaylı imkanlar açа və səyahət təcrübələrini daha faydalı edə bilər.

Qeyd etmək yaxşı olardı ki, beynəlxalq turizmdə ingilis dilinin rolu dünyamızın bir-biri ilə əlaqəli təbiətini və qlobal anlaşma və əməkdaşlığın təşviqində linqvistik bacarıqların əhəmiyyətini vurğulayır. İstər yeni sərgüzəştlər axtaran səyahətçi, istərsə də turizm sənayesində üstün olmağı hədəfləyən peşəkar olmağınızdan asılı olmayaraq, ingilis dilini mənimsəmək uğura aparan addım və imkanlar dünyasına qapıdır.

Sonda bu nəticəyə də gəlmək olar ki, dil və təhsil turizmi beynəlxalq təhsil turizminin dinamik inkişaf edən seqmentidir və müxtəlif kateqoriyalı istehlakçılar (ilk növbədə gənclər) arasında artan tələbatdır. Dil və təhsil turizmi əcnəbilər üçün dil kurslarında təhsil almaqla, eyni vaxtda seçilmiş istiqamətin dilini və mədəniyyətini öyrənmək məqsədi ilə xaricə səfərləri əhatə edir. Dil-təhsil turizminin səmərəliliyi tələbələrin öyrənilən dilin ölkəsinin dil mühitinə, ab-havasına və mədəniyyətinə batırılması, ana dilində danışanlarla sıx əlaqədə olması, tələbələrin imkan və ehtiyaclarını nəzərə almaqla təhsil proqramlarını seçmək imkanı vasitəsilə əldə edilir. Beləliklə, dil öyrənmə turizmi xarici dilləri və mədəniyyətləri öyrənmək üçün təsirli yollardan biri kimi istifadə edilə bilər.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Муратова Д.М.”Важнность Английского языка в сфере туризма” Узбекский Государственный Университет мировых языков.28 апрель 2020.
2. Ковалева А.Н. Педагогический потенциал образовательного туризма в системе непрерывного образования человека: диссертация ... канд. пед. наук: 13.00.01 / Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого. - Великий Новгород, 2013. - 215 с.

3. Лунин Э.А. Совершенствование управления образовательным туризмом в РФ: диссертация ... канд. экон. наук: 08.00.05 / С.-Петерб. гос. ун-т. -Санкт-Петербург, 2009. - 156 с.
4. Сергеева Ю.И. Перспективы развития международного образовательного туризма в Республике Беларусь // Беларусь в современном мире: материалы IX Международной конференции, 29 октября 2010 г. - Минск: Изд. центр БГУ, 2010. - С. 195-196.
5. Артюшевская С.В. Языкова-обучающий туризм как способ изучение иностранных языков и культур. 2016.Европейский Гуманитарный университет.Литва,г.Вильнюс

Tərgül ƏLİZADƏ
Bakı Mühəndislik Universiteti,
baş müəllim
thasimova@beu.edu.az

BREXİT METAFORALARININ BREXİT PROSESİNƏ TƏSİRİ

Xülasə: *Brexit metaforaları sadəcə bədii ifadə vasitəsi deyil, həm də ictimai rəyin formalaşmasına və siyasi mövqelərin qurulmasına təsir edən güclü idraki və ritorik vasitə kimi çıxış etmişdir. "Müharibə", "səyahət", "azadlıq", "istila" və "boşanma" kimi metaforalar Böyük Britaniyanın Avropa İttifaqı ilə münasibətlərinə yeni mənalar qazandırmışdır. The Sun, Daily Mail və Daily Express kimi pro-Brexit tabloidləri "Nəzarəti geri alaq", "Britaniyanı azad et" və "Brüssel zəncirlərini qır" kimi ifadələrdən istifadə edərək qəhrəmanlıq, suverenlik və müqavimət ruhunu qabartmış, mürəkkəb siyasi reallıqları sadələşdirilmiş emosional çərçivədə təqdim etmişlər.*

Buna qarşılıq olaraq, The Guardian və The Independent kimi pro-Remain qəzetləri "risk", "sabitliyin pozulması" və "naməlumluğa tullanmaq" kimi metaforalarla Aİ-dən ayrılmanın təhlükələrini vurğulamışdır. Analiz göstərir ki, "müharibə" və "istila" metaforaları immiqrasiya və Avropa nəzarəti ilə bağlı qorxu hissini gücləndirərək ictimai emosiyaları manipulyasiya etmək üçün strateji şəkildə istifadə olunmuşdur.

Nəticə etibarilə, Brexit metaforaları sadəcə dilin bəzəyi deyil, ictimai şüuru, emosional münasibətləri və siyasi qərarları istiqamətləndirən əsas vasitə olmuşdur. Bu tədqiqat sübut edir ki, metaforalar vasitəsilə dil tarixi proseslərin öz gedişinə təsir göstərə biləcək qədər güclü diskursiv qüvvədir.

Açar sözlər: *Brexit diskursu, metafora, ritorik strategiya, tabloid jurnalistikası, siyasi dil*

ВЛИЯНИЕ МЕТАФОР БРЕКСИТА НА ПРОЦЕСС ВЫХОДА ВЕЛИКОБРИТАНИИ ИЗ ЕС

Резюме: *Метафоры Брексита выступали не просто как художественные средства выражения, но как мощные когнитивные и риторические инструменты, формирующие общественное мнение и политические позиции. Такие метафоры, как "война", "путешествие", "свобода", "вторжение" и "развод", придавали отношениям между Великобританией и Европейским союзом новые символические значения.*

Про-брекзитные таблоиды, такие как The Sun, Daily Mail и Daily Express, подчёркивали идеи героизма, суверенитета и сопротивления с помощью лозунгов "Вернём контроль", "Освободим Британию" и "Разорвём брюссельские цепи". Эти выражения упрощали сложную политическую реальность, представляя её в эмоционально насыщенных и доступных для восприятия образах.

В свою очередь, проевропейские издания, такие как The Guardian и The Independent, акцентировали внимание на рисках выхода из ЕС, используя метафоры "опасности", "нестабильности" и "прыжка в неизвестность". Анализ показывает,

что метафоры "войны" и "вторжения" применялись стратегически для манипулирования общественными эмоциями и усиления страхов, связанных с иммиграцией и контролем со стороны Европы.

Таким образом, метафоры Брексита представляли собой не просто украшение языка, а ключевой инструмент, формирующий общественное сознание, эмоциональные реакции и политические решения. Проведённое исследование показывает, что язык через метафору способен оказывать дискурсивное влияние, достаточное для изменения хода исторических процессов.

Ключевые слова: *дискурс Брексита, метафора, риторическая стратегия, таблоидная журналистика, политический язык*

THE INFLUENCE OF BREXIT METAPHORS ON THE BREXIT PROCESS

Abstract: *Brexit metaphors functioned not merely as stylistic or literary devices but as powerful cognitive and rhetorical tools that shaped public opinion and constructed political positions. Metaphors such as war, journey, freedom, invasion, and divorce endowed the United Kingdom's relationship with the European Union with new symbolic meanings.*

Pro-Brexit tabloids such as The Sun, Daily Mail, and Daily Express emphasized heroism, sovereignty, and resistance through slogans like "Take Back Control," "Set Britain Free," and "Break the Brussels Chains." These expressions simplified complex political realities into emotionally charged and easily understandable narratives.

Conversely, pro-Remain newspapers like The Guardian and The Independent highlighted the dangers of leaving the EU through metaphors of risk, instability, and a leap into the unknown. Analysis shows that metaphors of war and invasion were strategically used to manipulate public emotions and intensify fears related to immigration and European control.

In conclusion, Brexit metaphors were not merely decorative elements of language but central instruments shaping public consciousness, emotional attitudes, and political decision-making. This study demonstrates that through metaphor, language can exert discursive power strong enough to influence the course of historical processes.

Keywords: *Brexit discourse, metaphor, rhetorical strategy, tabloid journalism, political language*

GİRİŞ

Metaforalar Brexit diskursunda sadəcə bədii və ya emosional ifadə vasitəsi kimi deyil, həm də ictimai şüuru istiqamətləndirən, siyasi davranışı formalaşdıran və ictimai rəyin strukturunu müəyyən edən konseptual çərçivə kimi çıxış etmişdir. Lakoff və Johnsonun *Konseptual Metafora Nəzəriyyəsi* bu prosesi izah etmək üçün mühüm nəzəri baza yaradır; çünki bu nəzəriyyəyə görə, insanlar abstrakt və mürəkkəb hadisələri anlamaq üçün onları gündəlik təcrübələrdən gələn konkret anlayışlarla əlaqələndirirlər. [1, s. 25]. Məhz bu baxımdan Brexit diskursunda işlədilən metaforalar Avropa İttifaqı ilə Böyük Britaniya arasındakı mürəkkəb siyasi, iqtisadi və hüquqi münasibətləri sadələşdirərək ictimai dərk üçün daha əlçatan və emosional cəhətdən yüklənmiş formada təqdim etmişdir [2, s. 5]

Brexit-in "boşanma" kimi metaforik çərçivələndirilməsi ("the UK's divorce from the EU", "divorce bill") bu prosesə şəxsi və emosional ölçü gətirmişdir. "Boşanma" metaforası ayrılığın qaçılmaz və mənəvi cəhətdən əsaslandırılmış bir qərar olduğunu vurğulamış, ictimai şüurda Avropa İttifaqı ilə münasibətlərin təbii şəkildə "sınaqdan çıxmış", "uğursuz" bir birləşmə kimi qavranılmasına səbəb olmuşdur. [3, s.41] Bu, "Leave" tərəfdarlarının arqumentlərinə əlavə legitimlik qazandırmış və "yenidən doğulma" və ya "öz kimliyinə qayıdış" kimi ideyaları emosional səviyyədə gücləndirmişdir.

"Azadlıq" və "müstəqillik" metaforaları da Brexit ritorikasının ən təsirli elementlərindən biri olmuşdur. "Nəzarəti geri alaq" (*Take back control*) kimi şüarlar

Britaniyanın Avropa İttifaqı tərəfindən məhdudlaşdırıldığı, suveren qərarvermə hüququnun əlindən alındığı və bu vəziyyətdən qurtulmağın "azadlığa çıxış" mənası daşıdığı düşüncəsini möhkəmləndirmişdir. Belə metaforalar həm milli qürur hissini hərəkətə gətirmiş, həm də tarixi yaddaşda möhkəmlənmiş "imperial kimlik", "azadlıq uğrunda mübarizə" və "öz taleyini müəyyənləşdirmək" kimi konseptlərə istinad etmişdir [2, s. 49]

Digər tərəfdən, "səyahət" və "yol" metaforaları ("the road to Brexit", "journey to freedom") Brexit prosesini məqsədyönlü və qaçılmaz bir hərəkət kimi təqdim etmiş, mürəkkəb siyasi danışıqları "müəyyən bir son nöqtəyə aparan təbii yol" kimi sadələşdirmişdir. [4, s. 8] "Müharibə" və "döyüş" metaforaları isə ("battle for Britain", "Brexit war") diskursu açıq qarşıdurma səviyyəsinə qaldırmış, həm siyasətçilər, həm də media nümayəndələri üçün "biz" və "onlar" qarşıdurmasını legitimləşdirmişdir. Bu metaforik çərçivə təkcə ideoloji deyil, həm də emosional qütbləşməni artıraraq ölkədə sosial parçalanmanı dərinləşdirmişdir. [5, s.143]

Britaniya tabloidləri — xüsusilə *The Sun*, *Daily Mail* və *The Daily Express* — bu metaforaları geniş ictimai auditoriyaya yaymaqda əsas vasitə olmuşdur. Onlar sadə, emosional və qrafik dildə qurulmuş başlıqlarla Brexit-i "azadlıq mübarizəsi", "milli oyanış" və "öz taleyinə sahib çıxmaq" kimi təqdim etmişlər. Bu, metaforaların ritorik təsir gücünü artırmış, oxucuların hadisələri rasionallıqdan çox duyğu və kimlik prizmasından qiymətləndirməsinə səbəb olmuşdur

Hətta "Yes" ("Bəli") və "No" ("Xeyr") kimi sadə sözlər belə əmr formasında işləyə bilər. [2, s. 22]. Məsələn, "Not to the European Union, Yes to the Wider World" ("Avropa İttifaqına yox, daha geniş dünyaya bəli") ifadəsində "no" və "yes" sözlərindən əvvəl "say" ("de") felini əlavə etsək, cümlə iki əmr formasına çevrilir: "Say no to the European Union, say yes to the Wider World" ("Avropa İttifaqına yox de, daha geniş dünyaya bəli de"). Burada "wider world" ifadəsi macəra və geniş imkanlar hissini oyadır — bu, bir çox insanların arzuladığı bir duyğudur. Avropa İttifaqı açıq şəkildə "kiçik" və ya "məhdudlaşdırıcı" kimi təsvir edilməsə də, "wider" (daha geniş) sözündən əvvəl təyinçinin olmaması dolayı yolla Aİ-nin əksinə olaraq dar və imkanları məhdud bir məkan kimi təqdim edildiyini göstərir.

Eyni fikir — yəni Aİ-nin məhdud imkanlar təqdim etməsi — qarşı tərəfin "Stop the EU" ("Aİ-ni dayandırın") plakatını əks etdirən Twitter paylaşımında da ifadə olunmuşdu. Ən diqqətçəkən şüarlardan biri olan "Think outside the EU box" ("Aİ qutusu xaricində düşün") ifadəsi "Orada ticarət üçün bir dünya var" və "Bu dəliliyi bitirmək üçün yox səs ver" kimi cümlələrlə tamamlanırdı. Burada Aİ-nin sərhədləri metaforik olaraq kiçik bir "qutu" ilə müqayisə olunur, bu qutu isə geniş qlobal ticarət imkanlarının sonsuzluğu qarşısında kiçik görünür.

Pro-Brexit qəzetlərinin başqa bir xüsusiyyəti isə "we" ("biz") əvəzliyindən dəfələrlə istifadə etmələri idi. Bu, müəyyən qədər anlaşılandır, çünki oxucular çox vaxt öz inanclarını və dəyərlərini əks etdirən qəzetləri oxumağa üstünlük verirlər. Lakin əks baxışlı qəzetləri oxuyanlar belə "we" əvəzliyi vasitəsilə özlərini "daha məlumatlı" və ya mənəvi cəhətdən üstün bir qrupun üzvü kimi hiss edə bilərdilər.

"beLEAVE in Britain" ifadəsi "believe" ("inanmaq") və "leave" ("ayrılmaq") sözlərinin birləşməsi ilə yaradılmış bir söz oyunu (pun)dur. Bu ağıllı dil birləşməsi "Leave" kampaniyasının mesajını emosional və vətənpərvər tonla gücləndirir. Bu ifadə göstərir ki, Britaniyaya inanmaq — Aİ-dən ayrılmaqla eyni mənaya gəlir; beləliklə, milli inamla siyasi fəaliyyət birləşdirilir.

"Undemocratic Brussels machine" ("demokratik olmayan Brüssel maşını") ifadəsi isə Avropa İttifaqını qeyri-insani, soyuq, mexaniki və yad bir bürokratiya kimi təqdim edir. "This is our last chance" ("Bu, bizim son şansımızdır") ifadəsi isə zaman baxımından təcili birlik hissi yaradır — bu, inandırıcı ritorikada geniş yayılmış bir taktika olub, oxucunu referendumu "indi, ya heç vaxt" anı kimi qəbul etməyə məcbur edir.

Avropa Sürətli Reaksiya Qüvvələrinin yaradılması ideyası bir neçə il ərzində müzakirə olunsa da, konkret nəticə əldə edilməmişdi. 2016-cı ildə Brüssel hərbi tədqiqat və inkişaf proqramı üzərində işləməyə başladı. Plan çərçivəsində bunun Aİ ordusu üçün təhlükəmi, yoxsa

fürsətmi olduğu "Leave" kampaniyası tərəfindən yalnız səthi şəkildə müzakirə olunurdu. *Daily Express* qəzetində 2016-cı ildə Nik Gatteric tərəfindən yazılmış məqalədə müharibə veteranlarına istinad edilir, Birinci Dünya müharibəsinin səngərlərindəki kraliça və britaniyalı əsgərlərin məzarlarının təsvirləri təqdim olunur. Bu vizual obrazlar tarixi qələbələri xatırladır və "we" ("biz") və "us" ("bizə") əvəzlikləri vasitəsilə emosional tonda milli birliyə çağırış yaradır.

"Leave" kampaniyasının başqa bir xüsusiyyəti qısa və sadə cümlələrdən istifadə etməsi idi. Aİ-nin demokratik çatışmazlığı (democratic deficit) güclü şəkildə qabardılırdı, halbuki "Remain" kampaniyasının bu məsələyə cavabları zəif idi. Tabloid qəzetlərə xas olan qısa cümlə quruluşu ilə danışan Suzann Mur (*Suzanne Moore*) Aİ-ni sadə və açıq dillə tənqid edirdi:

"Mənim üçün bu demokratiyaya bənzəmir. Həmçinin hesabatlı görünmür. Bu, önəmlidir. Mənim Aİ tərəfdarı olan dostlarımın heç biri, soruşduğumda, öz Avropa Parlamentinin üzvünün (MEP) adını deyə bilmədi. Təhlükəsizlik, əmək hüquqları və sərhəd nəzarəti kimi məsələlərin yanında bu, bəlkə ki, xırda görünə bilər, lakin nümayəndəli demokratiya baxımından bu, ciddi çatışmazlıqdır." [6]

"Leave" kampaniyası tərəfindən istifadə olunan başqa bir üsul sintaktik baxımdan çevik sözlərin işlədilməsidir. Bu sözlər sifət, fel və ya isimlə birləşərək müsbət mənalı ifadələr yarada bilirdi. Məsələn, *free speech* ("azad söz"), *free will* ("azad iradə") və *freedom* ("azadlıq") kimi ifadələr "Leave" kampaniyasının əsas dil strategiyalarından biri idi. Kampaniya iddia edirdi ki, Britaniya Avropa qanunlarından, qaydalarından və bürokratiyasından azad olacaq.

Aİ üzvü ilə televiziya müsahibəsində Boris Johnson qısa formada müraciət edərək bildirir ki, "*I believe that this Thursday can be our country's "Independence Day*". Bu ifadə məşhur *The Sun* qəzeti tərəfindən götürülür və ön səhifədə yerləşdirilir. Burada Boris Johnson Britaniyanın müstəqilliyini qazanmalıdır. Burada alleqoriya işlədir. *İndependence Day* sözünü işlətməklə Johnson Aİ-nin müstəmləkə gücünü nümayiş etdirir.

"Take back control"(Nəzarəti ələ keçirmək) ifadəsi Boris Johnson tərəfindən *The Sun* qəzetində siyasi əməkdaşlığın bütün formalarını geri qaytarmaq mənasında istifadə edilmişdir.

In a heroic act of national self-belief we decided to take back control of our laws, borders, and all the cash we send to Brussels. - Milli özünə inam kimi vətənpərvər fəaliyyət çərçivəsində biz öz qanunlarımızı, sərhədlərimizi və Brüsselə verdiyimiz bütün pulları geri qaytaracağıq.

Leave kampaniyasının əsas cəhətlərindən biri sloqanlardakı əmr cümlələrinin birinin digərini kamufle etməsi olmuşdur. Məsələn, bilbordlar, posterlər, hətta Britaniyanın müasir sənət əsərlərindən olan İngiltərənin şimal-şərqində Gateshead yaxınlığında 20 metr hündürlükdəki Şimal mələyi heykəlinin üzərindəki şəkildə əks olunan *Vote Leave Take back control* (*leave* kampaniyasına səs ver və nəzarəti ələ keçir) sloqanında ikiqat əmr cümləsindən istifadə olunub. Kampaniya ərzində bu əmr cümləsi birinci şəxsin cəmini ifadə etdiyi izah olunan daha çox mətnlər və ictimai nitqlərdə yer alırdı. Let's take back control şəklində istifadə olunurdu. Müqəddəs George da Dover qəsrinin ağ zəncirləri (cliffs) *Get Britain out of the EU* tələbində əslində *we* və *our* kimi əvəzliklərdən istifadə edirdi. Burada *Let* ifadəsi şərti olaraq anlaşılır ancaq qeyd olunmurdu.

SUN SAYS "We urge our readers to beLEAVE in Britain and vote to quit the EU on June 23. This is our last chance to remove ourselves from the undemocratic Brussels machine . . . and it's time to take it. We are about to make the biggest political decision of our lives. The Sun urges everyone to vote LEAVE. We must set ourselves free from dictatorial Brussels. - "Oxucularımızı Britaniyaya inanmağa (*beLEAVE in Britain*) və 23 iyun tarixində Avropa İttifaqından çıxmaq üçün səs verməyə çağırırıq. Bu, Brüsselin antidemokratik mexanizmindən xilas olmaq üçün son şansımızdır... və indi bunu etməyin vaxtıdır. Biz həyatımızın ən böyük siyasi qərarını vermək ərəfəsindəyik. *The Sun* hər kəsi *LEAVE* (çıxmaq) üçün səs verməyə çağırır. Biz diktator Brüsseldən özümüzü azad etməliyik."[7]

2016-cı il iyununda çap olunan məqaləsində *we* başlığı ilə *The Sun* qəzetinin redaksiya heyəti və sahibi nəzərdə tutulur. Digər cümlələrdəki *we* əvəzliyi isə milləti ifadə edir. Beləliklə

Brexit kampaniyası təhlükəsizlik və hərbi gücə sahib olduqlarını göstərərək avropalı həmkarlarından daha yaxşı iş gördüklərini vurğulayır.

Səsvermə günü ərəfəsində *The Sun* qabaqcıl Brexit tərəfdarlarının dəstək qazanmaq üçün son cəhdlərini məruzə edərkən Boris Johnson-un tarixdə əsas məqam kimi Brexit prosesini təsvir edərkən şişirdilmiş terminologiyadan istifadə etməsini təsvir etmişdir. Sun oxucularının ağlını və cəsarətini tərifləmişdir.

Sun readers have the future of our country in their hands. They represent the best of Britain, the best of British instinct, and I know they believe in our great country and I hope very much they want to take our country forward tomorrow on a path toward greater democracy, greater openness to trade with the rest of the world and a more dynamic future for Britain.They know the brave cross they put on the ballot paper can make the difference between restoring democracy to Europe or remaining shackled to Europe. It will be a historic moment.It is time to take the chains off the giant, unshackled Britannia and let the Lion roar again! - "The Sun oxucularının ölkəmizin gələcəyi öz əllərindədir. Onlar Britaniyanın ən yaxşı xüsusiyyətlərini, britaniyalı instinktin ən nəcib tərəflərini təmsil edirlər. Mən əminəm ki, onlar bizim böyük ölkəmizə inanırlar və çox istəyirəm ki, sabah ölkəmizi daha çox demokratiyaya, dünyanın qalan hissəsi ilə daha açıq ticarətə və Britaniya üçün daha dinamik bir gələcəyə aparan yola çıxarsınlar.

Onlar bilirlər ki, səsvermə bülletenində qoyduqları o cəsarətli "xaç" işarəsi Avropada demokratiyanı bərpa etməklə Avropaya zəncirlənib qalmaq arasında fərq yarada bilər. Bu, tarixi bir an olacaq. İndi o nəhəng Britaniyanın zəncirlərini qırmaq və Aslanın yenidən nəriltisini eşitmək vaxtıdır!"

Bu nitqdə Johnson **azadlıq (freedom)**, **dirçəliş (rebirth)** və **milli qürur (national pride)** metaforalarından istifadə edərək oxuculara emosional təsir göstərir. "**Take the chains off**" ("zəncirləri qırmaq") və "**Let the Lion roar again**" ("Aslan yenidən nəriləsin") ifadələri **Britaniyanın imperiya simvolikasına** və "azad edilən güc" ideyasına istinad edir. [8]

Nəticə etibarilə, Brexit metaforaları siyasi diskursun kognitiv və emosional strukturunu formalaşdırmaqla yanaşı, qərarvermə prosesinə də real təsir göstərmişdir. Onlar ictimai müzakirələri sadələşdirərək mürəkkəb iqtisadi və hüquqi məsələləri simvolik və emosional kateqoriyalarla əvəz etmiş, bu yolla ictimai fikri müəyyən istiqamətə yönəltmişdir. Beləliklə, Brexit prosesi bir daha göstərdi ki, metaforalar dilin bədii elementi olmaqdan çox, ictimai reallığın qurulmasında və siyasi hərəkətin motivasiyasında mühüm rol oynayan diskursiv vasitədir (Charteris-Black, 2019; Musolff, 2017; Wodak, 2021).

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By.* Chicago: University of Chicago Press.
2. Charteris-Black, J. (2019). *Metaphors of Brexit: No Cherries on the Cake?* Cham: Palgrave Macmillan.
3. Musolff, A. (2017). *Political Metaphor Analysis: Discourse and Scenarios.* London: Bloomsbury.
4. Musolff, A. (2019). "Metaphor framing in political discourse: The case of Brexit." *Journal of Language and Politics, 18*(1), 1–23.
5. Wodak, R. (2021). *The Politics of Fear: The Shameless Normalization of Far-Right Discourse.* 2nd ed. London: Sage.
6. Koller, V., Kopf, S., & Miglbauer, M. (2019). *Discourses of Brexit.* London: Routledge.
7. Moore, Suzanne (2016), 'My instinct is pro-Brexit (and it's nothing to do with Boris)', The Guardian, 22 February. Available online: https://www.theguardian.com/

commentisfree/2016/feb/22/my-instinct-brexit-boris-anti-eu-not-anti-europe (accessed 23 May 2017)
8. “We urge our readers to beLEAVE in Britain and vote to quit the EU on June 23” *The Sun*, June 13, 2016, Editorial Section, p. 8. https://www.thesun.co.uk/news/1277920/we-urge-our-readers-to-believe-in-britain-and-vote-to-leave-the-eu-in-referendum-on-june-23/?utm_source=chatgpt.com
9. *The Sun*, “Sun readers hold the future of Britain in their hands”, June 22, 2016. https://www.thesun.co.uk/archives/politics/1297625/boris-johnson-sun-readers-hold-the-future-of-britain-in-their-hands/

Röya KƏLƏŞOVA ***Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,***
baş müəllim
roya.suleymanova@atmu.edu.az

İELTS PROQRAMININ TƏDRİSİNDƏ OXU BACARIQLARININ İNKİŞAF ETDİRİLMƏSİ ÜSULLARININ TƏDQİQİ

Xülasə: *İELTS ən geniş yayılmış İngilis dili imtahanlarından biridir və bu imtahanın oxuma bölməsi, iştirakçılar üçün ən çətin hissələrdən biri olaraq qiymətləndirilir. Lakin oxuma bacarıqlarının inkişaf etdirilməsi mümkündür və bu, müəyyən strategiyalar və üsullar vasitəsilə həyata keçirilə bilər.*
Açar sözlər: *İELTS, oxuma bacarıqları, test strategiyaları, öyrətmə üsulları*

RESEARCH ON METHODS FOR DEVELOPING READING SKILLS IN TEACHING IELTS

Abstract: *IELTS is one of the most widely recognized English language exams, and its reading section is considered one of the most challenging for participants. However, improving reading skills is possible and can be achieved through specific strategies and methods.*
Keywords: *IELTS, reading skills, test strategies, teaching methods*

ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТОДОВ РАЗВИТИЯ НАВЫКОВ ЧТЕНИЯ ПРИ ПОДГОТОВКЕ К IELTS

Резюме: *IELTS — один из самых известных экзаменов по английскому языку, а его раздел Чтение считается одним из самых сложных для сдающих. Однако улучшить навыки чтения возможно, и этого можно достичь с помощью определённых стратегий и методов.*
Ключевые слова: *IELTS, навыки чтения, стратегии тестирования, методы обучения*

GİRİŞ

Test strategiyaları dil öyrənənlər üçün vacib rol oynayır, çünki bu strategiyalar onlara yalnız daha yaxşı nəticə göstərməyə kömək etmir, həm də imtahan zamanı gərginliyi azaldır və özünəinamı artırır. Öyrənənlər vaxtın düzgün idarə edilməsi, yanlış cavab variantlarının əvvəlcədən çıxarılması və əsas detallara diqqət yetirmək kimi effektiv strategiyalar inkişaf etdirdikdə, uğur şanslarını əhəmiyyətli dərəcədə artıra bilərlər.

Bundan əlavə, test formatını yaxşı bilmək, tez-tez rast gəlinən sual tipləri ilə tanış olmaq və əvvəlki imtahan nümunələri üzərində məşq etmək də öyrənənlər üçün səmərəli hazırlıq üsullarıdır. Khoshsima və başqalarının qeyd etdiyi kimi, bu strategiyalar öyrənənlərə dil

biliklərini qiymətləndirməyə yönəlmiş imtahanların spesifik tələblərinə uyğunlaşmağa imkan verir və onları test mühitində qarşılaşa biləcəkləri müxtəlif çətinliklərə daha hazırlıqlı edir. Dil bacarığı qiymətləndirmə nəticələri, o cümlədən Xarici Dil Kimi İngilis Dili Tədrisi (TOEFL) və Beynəlxalq İngilis Dili Sınaq Sistemi (IELTS), imtahanı verən şəxslər üçün ən vacib olan nəticələrdir.[2; 4-6]

IELTS, İngilis dili bacarığını qiymətləndirmək üçün beynəlxalq səviyyədə tanınan bir standart olaraq qlobal nüfuz qazanmışdır. Binh və Trinha görə, IELTS, bir şəxsin İngilis dilində öyrənmək və ya təlim keçmək qabiliyyətini müəyyən etmək üçün etibarlı bir alət olaraq geniş şəkildə qəbul edilir. IELTS testi, İngilis dilində öyrənmək və ya işləmək istəyən birinin dil bacarıqlarını ölçmək üçün hazırlanmış bir sistemdir. Bu sistem, xüsusilə İngiltərə və ya Avstraliya və Yeni Zelandiya kimi İngilis dilini rəsmi dil olaraq istifadə edən ölkələrdə tətbiq olunur və müasir təhsil və miqrasiya məqsədləri üçün ən sərt qiymətləndirmə hesab olunur. [4; 30-32]

IELTS testi 4 komponentdən ibarətdir: dinləmə, danışma, oxuma və yazma. IELTS imtahanı, qeyri-anadangəlmə İngilis dili danışanların oxuma, dinləmə, yazma və danışma bacarıqlarını qiymətləndirən bir növ İngilis dili bacarığının qiymətləndirməsidir. [5; 59]

Oxuma, məktəbdə bir tələbənin mənimsəməli olduğu ən vacib bacarıqdır, çünki oxuma digər fənnləri öyrənmək üçün bir ön şərtdir. Bu, deməkdir ki, oxumaqda uğurlu olan bir uşaq adətən digər mövzuları öyrənməkdə də çətinlik çəkməyəcək. Təəssüf ki, hazırda əhəmiyyətli dərəcədə insanın oxuma-başa düşmə qabiliyyəti zəifdir, bu da zəif öyrənmə və anlamağa gətirib çıxarır. [3; 5]

Oxuma başa düşmə bacarığı, verilmiş mətni başa düşmə qabiliyyətidir. Əksər oxuma qiymətləndirmələri bu bacarığı, namizədlərə təqdim olunan mətndən sonra verilən suallara cavab verməklə ölçür. Oxuma, məktəbdə bir tələbənin mənimsəməli olduğu ən vacib bacarıqdır, çünki oxuma digər fənnləri öyrənmək üçün bir ön şərtdir. Bu, deməkdir ki, oxumaqda uğurlu olan bir uşaq adətən digər mövzuları öyrənməkdə də çətinlik çəkməyəcək. Təəssüf ki, hazırda əhəmiyyətli dərəcədə insanın oxuma başa düşmə qabiliyyəti zəifdir, bu da zəif öyrənmə anlamağa gətirib çıxarır. Behfrouz və Nahvi izah edirlər ki, oxuma, kognitiv proseslər tələb edən bacarıqlardan biridir. Oxuma qabiliyyəti, tələbələrə başqalarının konseptləri ilə tanış olmağa, müxtəlif fikirləri müqayisə etməyə və əks etdirməyə, mülahizələri, izahları, inancları və ya nəzəriyyələri analiz etməyə və qiymətləndirməyə, nəticələr, proqnozlar və ya şərhlər çıxarmağa, nəticələri və təsirləri araşdırmağa və nəhayət, tənqidi düşünmə bacarıqlarını inkişaf etdirməyə imkan verir. [7; 37]

Nəticələr və təsirlərini araşdırmağa və nəhayət, tənqidi düşünmə bacarıqlarını inkişaf etdirməyə imkan verir. Oxuma başa düşmə qabiliyyəti, IELTS-də dil bacarığından xeyli fərqli şəkildə qiymətləndirilir, çünki dil bacarığı xüsusi olaraq test edilmir. [6; 21]

İmtahan iştirakçıları, vaxtın düzgün bölüşdürülməsini nəzərə almalı və strateji olmalıdırlar. Oxuma bölməsindəki suallar üzərində işləyərkən düzgün yanaşma çox vacibdir. Namizədlər, müəyyən detalları, əsas konseptləri, məğzini və şəxsi baxışları başa düşmək üçün oxumağa məcburdurlar. Hər bir bölmə müxtəlif tapşırıq növlərini əhatə edir. Bunlara tamamlama, uyğunlaşdırma, paraqraf başlıqları, Doğru/Yanlış/Qeyd edilməyib, və çoxseçimli suallar daxildir.

Oxuma, tarixən IELTS-in ən çətin komponenti olaraq qiymətləndirilməmişdir. Tələbələrə hazır mətnlər və tapşırıqlar verilir və düzgün cavabları seçməlidirlər, amma bəziləri imtahanın məqsədini səhv anlayır, sözlərin mənalarına həddindən artıq diqqət yetirərək ümumi anlamağa fokuslanırlar. Bu, zamanın səmərəsiz istifadəsinə gətirib çıxarır və uğurlu tamamlanmaya kömək etmir. Əlavə olaraq, IELTS mətnlərindəki texniki terminlər, tez-tez media, elm və ya jurnalistikadan götürülən ifadələr bir çox tələbə üçün çətinliklər yaradır. Ümumilikdə, oxuma bölməsindəki əsas çətinliklər imtahanın məqsədini başa düşməmək və blinməyən sözlər və dil ifadələri ilə qarşılaşmaqdan qaynaqlanır. İmtahan verənlər xüsusi detalları tapmaqda, mətn içərisindəki söz və ya ifadələri şərh etməkdə, paraqraf səviyyəsində əsas fikirləri qavramaqda, nəticə çıxarmaqda və yazıçının niyyətlərini və perspektivini başa

düşməkdə çətinlik çəkirlər.

IELTS Oxuma bölməsi 40 sualdan ibarətdir, hər bir parça isə adətən 3 sual növü ehtiva edir və ümumilikdə 13-14 bal dəyərindədir. Sual növləri müxtəlifdir, başlıqların uyğunlaşdırılmasından və boşluqların doldurulmasından tutmuş digər sual növlərinə qədər. Suallar müxtəlif oxuma bacarıqlarını qiymətləndirir, məsələn, detalları başa düşmək, əsas fikirləri müəyyənləşdirmək, nəticələri başa düşmək və yazıçının fikirlərini tanımaq. Məzmun mənbələri kitablar, qəzetlər və digər yazılı materiallardan ibarət olur, parçaların ümumi həcmi isə 2,150-2,750 söz arasında dəyişir. Xüsusi bacarıqlar tələb olunmur, çünki diqqətli oxuma cavabları tapmağa kömək edir, texniki terminlər üçün isə lüğətlər təqdim edilir. İmtahan iştirakçıları sürətli və səmərəli oxumalıdırlar, həm Akademik, həm də Ümumi Təlim modulları üçün ayrılmış 60 dəqiqəlik vaxt çərçivəsində sualları tamamlamalıdırlar. Hər bir parçanın orta uzunluğu 700-800 söz arasındadır, baxmayaraq ki, bəzən bir az daha uzun ola bilər. Bu parçalar deskriptiv və faktualdan tutmuş diskursiv və analitikə qədər müxtəlif tiplərdə olur.

Aşağıda IELTS Oxuma imtahanında olan 14 sual növü, izahları və məsləhətləri ilə təqdim olunur:

Başlıqların Uyğunlaşdırılması Sualları

"Başlıqların uyğunlaşdırılması" növündə tələbələr paraqrafları oxuyub, hər bir paraqraf üçün uyğun bir mövzu seçməlidirlər. Əsas fikir, dəstəkləyici fikirlər və bunların bir-birindən necə fərqləndiyini başa düşmək vacibdir. Suallara daha asan cavab vermək üçün aşağıdakı addımları izləyə bilərik:

a) Paraqrafları oxumadan əvvəl mövzuların siyahısını oxuyun.

b) Adətən mövzuların siyahısı lazım olandan daha geniş olacaq.

c) Hər bir mövzuya uyğun açar sözləri qeyd edin və onları paraqraflara uyğunlaşdırın.

d) Cavablar tez-tez nömrələrlə olur.

Paraqraf Məlumatının Uyğunlaşdırılması Sualları

Bu növ sualda bizə bir oxuma parçası verilir və ardından bir siyahı ilə bəzi ifadələr təqdim edilir. Tələbələrdən isə, oxuma parçalarının məzmununa ən uyğun olan ifadəni seçmələri xahiş olunur. Açar sözlərə və paraqrafın məzmununa diqqət yetirməkdən əlavə, doğru məlumatı tapmaq üçün parafraza ilə tanış olmaq da vacibdir. Cavablar ardıcıl paraqraflarda olmur, buna görə də hər bir bölməni diqqətlə oxumağınız vacibdir. Bir paraqrafda iki cavab ola bilər, digər paraqraf isə tələb olunan məlumatı verməyə bilər.

Xüsusiyyətlərin Uyğunlaşdırılması Sualları

Xüsusiyyətlərin uyğunlaşdırılması, oxuma materialından faktlar arasındakı əlaqəni başa düşmə bacarığınızı və fikirləri və rəyləri tanıma qabiliyyətinizi qiymətləndirmək üçün vacib bir sual növüdür. Bizdən paraqrafı oxumaq və sonra təqdim edilən ifadə siyahısını verilən məlumatlarla uyğunlaşdırmaq tələb olunur. Məsələn, oxuma materialına əsasən, biz tədqiqatçıların adlarını onların kəşfləri ilə və ya tarixi hadisələri onların vaxt cədvəli ilə uyğunlaşdırmalıyıq. Bu növ IELTS Oxuma imtahanını vermək üçün tələbələr bir neçə məsələyə diqqət yetirməlidirlər, bunlara daxildir:

a) Oxuma materialındakı hər bir spesifik məlumatı başa düşmək, beləliklə, bütün paraqrafı oxumağa ehtiyac qalmayacaq.

b) Kəlmələrin sinonimlərini yadda saxlamaq, çünki ifadələr və ya cavablar oxuma materialında görünməyən digər sözlərlə verilə bilər.

c) Paraqrafda olan açar sözləri və ya vacib məlumatları qeyd etmək.

Cümlə Sonluqlarının Uyğunlaşdırılması Sualları. Cümlə sonluqlarının uyğunlaşdırılmasında bizə oxuma materialı və iki siyahı verilir. İlk siyahıda tamamlanmamış cümlələr, digər siyahıda isə alternativ cümlələr yer alır. Tələbələr, oxuma materialına əsaslanaraq, tamamlanmamış cümləleri alternativ cümlələrlə uyğunlaşdırmalıdırlar. Bu tip suallar üzərində işləmək üçün bir tövsiyə, qrammatika üzrə təcrübə keçməkdir, məsələn, mövzu-fel razılığı, isim və zamir istifadə edilməsi və zamanlar. Çünki bu qaydaları başa düşməklə, tələbələr qrammatika baxımından hansı növbəti cümlənin daha uyğun olduğunu tapa bilərlər.

Doğru/Yanlış/Qeyd Edilməyib və ya Bəli/Xeyr/Qeyd Edilməyib Sualları. Bu növ suallarla işləyərkən, biz hər bir ifadənin oxuma materialındakı məlumatlarla uyğun olub olmadığını tapmalıyıq. Çünki adından da göründüyü kimi, sual uyğun olduqda cavabımız "Doğru" və ya "Bəli" olacaq. Əks halda, tələbələr "Yanlış" və ya "Xeyr" cavabını seçə bilərlər. Bundan əlavə, oxuma materialında olmayan ifadələr üçün "Qeyd Edilməyib" seçə bilərik.

Çoxseçimli Suallar. Çoxseçimli suallar növü ilə tanış olmalıyıq. İmtahanda müvafiq cavabı seçmək üçün oxuma materialına əsaslanmalıyıq. Paraqrafın əsas fikrini başa düşməkdən əlavə, tələbələr oxuma materialında konkret məlumatları da tapmalıdılar. Bu səbəbdən, skimming (göz gəzdirərək oxuma) texnikası bu tip suallarda çox faydalı ola bilər. Tələbələr dörd mövcud variantdan birini seçməkdə çətinlik çəkirlərsə, eliminasiya metodunu tətbiq edə bilərlər. Ən uyğun olmayan bəzi variantları seçib istisna etməyə çalışın.

Siyahı Seçimi Sualları. Çoxseçimli suallara bənzər olan bu növ sualda, bizə ən doğru cavabı seçmək tapşırığı verilir. Daha dəqiq desək, seçim siyahısı sözlər, məlumatlar və ya adlar ehtiva edir. Beləliklə, verilən sual bir siyahı təqdim edəcək və biz daha çox bir variant seçə biləcəyik. Məsələn, "Aşağıdakı materiallardan hansılarının adı çəkilmişdir?" kimi suallar ola bilər.

Başlıq Seçimi Sualları. Tələbələr yalnız siyahıdan bir başlıq seçməlidirlər. Bizə oxuma materialı veriləcək və sonra ən uyğun başlıq seçməyimiz tələb olunacaq. "Başlıqların uyğunlaşdırılması" növü sualında olduğu kimi, tələbələr əsas fikir və dəstəkləyici fikirlər arasındakı fərqi başa düşməli və oxumanın məqsədini bilməlidirlər.

Qısa Cavablar Sualları. Tələbələr oxuma parçaları verilərək, ardınca bir sıra suallar veriləcək. Bu növ suallar, oxuma materialına əsaslanaraq məlumatı müəyyənləşdirmək və başa düşmək bacarığınızı qiymətləndirir. Adətən, suallar və paraqraflardakı məlumatlar eyni ardıcıllıqla yerləşir. Beləliklə, bu tip suallara cavab tapmaq daha asan olacaq.

Cümlə Tamamlama Sualları. Tələbələrə oxuma materialı veriləcək və ardından tamamlanmamış suallar siyahısı təqdim ediləcək. Verilən oxuma materialına əsaslanaraq boşluqları doldurmalıyıq. Buna görə də, parafraza və sinonimləri öyrənmək vacibdir, beləliklə, tələbələr "Cümlə Tamamlama" növü suallarına daha asan cavab verə bilərlər.

Xülasə Tamamlama Sualları. Cümlələrdən əlavə, IELTS Oxuma imtahanında oxuma materialına əsaslanaraq nəticə çıxarmağımızı tələb edən sual növləri də mövcuddur. Bunun yolu, paraqrafda itkin olan sözlərin növünü tapmaqdır, onlar isimlər, sifətlər və s. ola bilər. Tələbələr doğru sözləri tapıb İngilis qrammatikasına uyğun olaraq cavab verə bilərlər.

Cədvəl Tamamlama Sualları. Bu növ sualda bizə cədvəl veriləcək və bəzi məlumatlar eksik olacaq. Tələbələr, oxuma materialına əsaslanaraq boşluqları uyğun məlumatlarla doldurmalıdırlar.

Axın Cədvəli Tamamlama Sualları. "Çədvəl Tamamlama" ilə oxşar olan bu tip sualda, bizdən itkin məlumatı tamamlamağımız tələb olunur. Fərq odur ki, məlumatlar cədvəl şəklində təqdim ediləcək. Tələbələr oxuma materialına əsaslanaraq cədvəldəki boşluqları doldurmalıdırlar.

Diaqram Tamamlama Sualları. Nəhayət, tələbələr diaqramdakı itkin məlumatları tamamlamalıdırlar. Əvvəlki sual növləri kimi, "Diaqram Tamamlama" sualları bizim sinonimləri başa düşmə bacarığımızı, parafraza etmə bacarığımızı və mətnin əhəmiyyətini tapmaq qabiliyyətimizi qiymətləndirməyə yönəlmişdir.

IELTS oxuma testinin əsas məqsədi namizədin İngilis dilindəki mətnləri başa düşmə bacarığını qiymətləndirməkdir, bu mətnlər çox müxtəlif mövzuları əhatə edir. Testin bu hissəsi namizədlərin mətnin əsas fikrini müəyyən etmə bacarığını, analiz etmə bacarığını və materialdan nəticələr çıxarma qabiliyyətini qiymətləndirir. Oxuma bölməsi üçün yalnız təqdim edilən 40 sualın doğru cavabları hesablanır.

IELTS üçün çalışarkən, tələbələrin testdə qarşılaşacaqları müxtəlif sual növləri barədə məlumatlı olmaları ən vacib amillərdən biridir. Tələbələr bu sualları daha yaxşı başa düşdükdə, imtahana yanaşmalarını asanlaşdıracaq və onlara kömək edəcək.

Durdona və başqaları "Əsas tələb olunan bacarıqlar", açar sözləri axtarma və vurğulama

daxil olmaqla müxtəlif strategiyalar barədə məlumat təqdim edirlər. Paralel və sinonim ifadələr axtarmaq məqsədilə sürətli oxuma (mətnin tez bir şəkildə nəzərdən keçirilməsi), skan etmə (oxumadan müəyyən bir obyektin tapılması) və xüsusi məlumatlar üçün oxumaq, namizədlərin Akademik IELTS oxuma bölməsində daha yüksək bal toplamağa kömək edə biləcək təcrübələrdəndir. [1; 490]

IELTS oxuma balınızı yaxşılaşdırmaq üçün məşq və doğru strategiyalar lazımdır. İmtahanın strukturu və sual tipləri haqqında yaxşı anlayış, həmçinin səmərəli oxuma bacarıqları, istədiyiniz balı əldə etməyə kömək edəcək. IELTS oxuma balınızı artırmaq üçün bir neçə strategiya mövcuddur, bunlar arasında:

- Oxuma sürətini artırmaq
- Müxtəlif növ oxuma materialları ilə mətnləri anlamaq üzrə məşq etmək
- Lüğət və cümlə başa düşməyi inkişaf etdirmək
- Müəyyən edilmiş vaxtda suallara cavab vermək üzrə məşq etmək
- İmtahan simulyasiyasını izləmək
- Suallara cavab vermək üçün texnikalar öyrənmək
- Sualların növlərini müəyyənləşdirmək və başa düşmək
- Sualları analiz etmək və başa düşmək öyrənmək
- Sürətli oxuma və skan etmə texnikalarından istifadə etmək
- İmtahan öncəsi kifayət qədər istirahət etmək

IELTS oxuma tədrisi çətin ola bilər, lakin müəllimlərin təsirli tədris strukturu yaratmalarına kömək edəcək bir neçə strategiya mövcuddur. IELTS imtahanı üçün oxuma bacarıqlarını öyrətmək çoxşaxəli bir yanaşma tələb edir ki, bu da imtahanın formatını başa düşmək, əvvəlki sualları təhlil etmək, lüğət yaratmaq və aktiv oxuma texnikalarını, məsələn, sürətli oxuma və skan etməyi əhatə edir. Müxtəlif oxuma materialları daxil edərək və dinləmə və yazma bacarıqlarını birləşdirən inteqrasiya olunmuş bir yanaşma tətbiq edərək, müəllimlər tələbələri uğur üçün effektiv şəkildə hazırlaya bilərlər. Müntəzəm məşq etmək, konstruktiv rəy vermək və simulyasiya və ev tapşırıqları üçün imkanlar yaratmaq tələbələrin imtahan üçün hazırlığını daha da artırır. Tədris metodlarında çeviklik, fərdi tələbə ehtiyaclarının qarşılanmasını təmin edir və nəticədə tələbələri IELTS imtahanında və daha geniş sahələrdə uğur qazanmaq üçün lazım olan oxuma bacarıqlarını inkişaf etdirməkdə gücləndirir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Durdona, O., Ruxsora, P., & Zilola, A. Specific features of some tips and strategies of IELTS reading. International Journal of Contemporary Scientific and Technical Research, 2023, səh 489–493. https://journal.jbnuu.uz/index.php/ijcstr/article/view/491
2. Khoshsima, H., Saed, A., & Mousaei, F. Exploring the effect of teaching TestTaking Strategies on intermediate level learners on Reading Section of IELTS; Learners' attitude in focus. Advances in Language and Literary Studies, 9(2), 2018, səh 4–9. https://eric.ed.gov/?id=EJ1178243
3. Taylor, L. B., Taylor, L., & Weir, C. J. IELTS collected papers 2: Research in reading and listening assessment. Cambridge University Press, 2012
4. Binh, D. T. B., & Trinh, D. T. K. IELTS reading and some techniques to improve IELTS reading skills for students. Tạp Chí Nghiên Cứu Dân Tộc, 8(2). 2019, səh 30-36. https://doi.org/10.25073/0866-773X/308
5. Nahampun, L. K. G. The Analysis of lexical cohesion on academic text of IELTS reading passages and its implication for english teaching [Undergraduate Paper, Universitas HKBP Nommensen]. 2023, səh 58-60. https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/8610
6. Alderson, J. C. Assessing reading. Cambridge University Press. 2000, səh 20-23.
7. Behfrouz, B., & Nahvi, E. The Effect of task characteristics on IELTS reading performance. Open Journal of Modern Linguistics, 3(1). 2012, səh 30-39. https://doi.org/10.4236/ojml.2013.31004

Ülkər QURBANOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
baş müəllim
ulkar.gurbanova@atmu.edu.az

İNGİLİS DİLİNİN TƏDRİSİNDƏ MÜASİR TƏLİM TEXNOLOGİYALARININ TƏDQİQİ

Xülasə: *Müasir dövrdə rəqəmsal texnologiyaların həyatımıza təsiri böyükdür və bu təsir təhsil sahəsində də özünü göstərir. Texnologiya, insan həyatının praktiki məqsədləri üçün biliklərin tətbiqi və ətraf mühitin dəyişdirilməsi baxımından əhəmiyyətlidir. Rəqəmsal texnologiyalar və informasiya-kommunikasiya texnologiyaları (İKT), təhsil sistemini daha interaktiv və effektiv hala gətirir.*

İKT alətləri təhsil nəzəriyyəsini və praktikalarını birləşdirərək, real həyat problemlərinə tətbiq oluna bilən bacarıqların inkişafını təmin edir. İngilis dili tədrisində müasir texnologiyaların, xüsusilə interaktiv metodların və İKT-nin istifadəsi əvəzolunmaz bir rol oynayır. Bu texnologiyalar tədrisin keyfiyyətini artırmağa və müxtəlif tədris yanaşmalarını tətbiq etməyə imkan verir. Eyni zamanda, müxtəlif pedaqoji mühitlər və metodlar yaradaraq, tələbələrin daha effektiv şəkildə öyrənməsini təmin edir.

Açar sözlər: *texnologiya, İKT, öyrənmə, tələffüz, qiymətləndirmə.*

RESEARCHING OF MODERN LEARNING TECHNOLOGIES IN ENGLISH LANGUAGE TEACHING

Abstract: *In today's world, the impact of digital technologies is significant, and this impact is also evident in the field of education. Technology is essential for the practical application of knowledge in human life and for transforming the environment. Digital technologies and information and communication technologies (ICT) make education more interactive and effective.*

ICT tools combine educational theory and practice, enabling the development of skills that can be applied to real-world problems. In English language teaching, the use of modern technologies, especially interactive methods and ICT, plays an invaluable role. These technologies enhance the quality of teaching and allow for the implementation of diverse teaching approaches. At the same time, they create various pedagogical environments and methods that ensure more effective learning for students.

Key words: *technology, ICT, learning, pronunciation, assessment.*

ИССЛЕДОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ

Резюме: *В современном мире цифровые технологии оказывают значительное влияние на нашу жизнь, и это влияние также ощущается в сфере образования. Технологии играют важную роль в практическом применении знаний и изменении окружающей среды. Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) делают процесс обучения более интерактивным и эффективным.*

Использование ИКТ-инструментов объединяет теорию и практику, помогая развивать навыки, которые могут быть применены для решения реальных проблем. В обучении английскому языку применение современных технологий, особенно интерактивных методов и ИКТ, становится незаменимым. Эти технологии повышают качество обучения, позволяют применять различные подходы и методы, создавая условия для более эффективного усвоения материала студентами.

Ключевые слова: *технология, ИКТ, обучение, произношение, оценивание.*

GİRİŞ

Müasir zamanda texnologiya həyatımızda mühim dəyişikliklərə səbəb olur. Müxtəlif peşələrdə çalışan insanların və elecə də təhsil işçilərinin tələblərini həyata keçirtmək üçün mühim əhəmiyyət kesb edir. Müasir texnologiyaların ingilis dili tədrisində də istifadəsi əvəzsiz hala gəlir. Tədris prosesində təlim keyfiyyətinin artmasında önəmli rol oynayır. Texnologiya təlim təcrübəsini dəyişirir. Dil öyrənmə prosesini maraqlı edir, tələbələrdə motivasiya yaradır, tədris prosesində arzu olunan məqsədə çatmağa səbəb olur.

Texnologiya dövründə yaşadığımıza görə müəllimlər də daxil olmaqla hamımız bu cəhətdən bacarıqlı və savadlı olmağımız mühim bir məsələdir. Artıq məktəb və ali məktəblərdə kompyuterlərlə dərs keçilir. Buna görədir ki, müəllimin kompyuter bacarıqlarının olması önəmlidir. Onlayn dərslərin, təlimlərin təşkil edilməsi, elektron jurnalın yazılması üçün bu bacarıqların olması böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Hazırda həyatımız informasiya texnologiyaları dövrünün böyük təsirinə məruz qalır və texnologiya bugünkü insan cəmiyyətinin inkişafında mühüm rol oynayır. Buna görə də, ingilis dilinin tədrisində müasir texnoloji imkanlardan istifadə etmək vacibdir. İngilis dilini öyrənməyə çalışan tələbələr əlavə dəstəyə ehtiyac duyurlar. Eşitmə, oxu, danışıq və yazı bacarıqlarını inkişaf etdirmək üçün onlar məşq etməlidirlər. Tələbələrə dili asanlıqla və effektiv şəkildə öyrənmələrinə kömək edə biləcək tapşırıqları yerinə yetirmək üçün müxtəlif vasitələrdən istifadə etmək lazımdır. Dilin mənimsənilməsində kompyuterdən başqa istifadə edilən texnoloji vasitələr də vardır. Hər bir texnoloji vasitənin dil bacarıqlarını (danışma, dinləmə, oxuma və yazma) inkişaf etdirmək üçün özünəməxsus üstünlükləri və tətbiqi vardır.Bu vasitələrdən düzgün istifadə etmək üçün ingilis dilini öyrənən tələbə kompüterlərdən və internetdən istifadə etməyi bacarmalı və bu üsullarla qarşılıqlı əlaqə qurmağı bilməlidir. Hazırda dilin öyrədilməsi və öyrənilməsində texnologiyanın təsiri çox böyükdür.

İngilis dilinin tədrisində müasir texnologiyalardan istifadə bir sıra mühüm faydalar təqdim edir. Bu texnologiyalar dilin mənimsənilməsində tamamlayıcı rol oynayaraq tədrisi daha effektiv və cəlbedici edir, tələbələrdə isə dilə maraq oyadır. Hazırda digər sahələrdə olduğu kimi, təhsil sahəsində də yeni texnoloji vasitələrdən geniş şəkildə istifadə olunur. Peşəkar müəllimlər bu texnologiyalardan istifadə etməklə bir çox üstünlüklər əldə edirlər. Ənənəvi tədris artıq əvvəlki qədər səmərəli sayılmır və müasir dövrdə öyrənəni daha çox həvəsləndirmək üçün bu cür vasitələrin tətbiqi zəruridir.[1, s.15]

Bu texnologiyalarla keçirilən dərslər daha zəngin, maraqlı və effektiv olur. Tələbələr dərs zamanı daha fəal iştirak edir və bu, öz növbəsində dilin öyrənilməsinə müsbət təsir göstərir. Tələbə passiv alıcıdan aktiv öyrənənə çevrilir və dili mükəmməl mənimsəməsinə xidmət edən texnoloji alətlərlə məşğul olaraq öyrənməyə daha da həvəslənir. Müasir texnologiya müəllimlərə testlər və tapşırıqlar hazırlamaq, onların icrasını izləmək və qiymətləndirməni idarə etmək imkanı yaradır.

Xüsusilə pandemiya dövründə onlayn dərslərin təşkilində bir çox təhsil platformaları müəllimlər tərəfindən öyrənildi. Microsoft Teams buna nümunədir. Bu proqram müəllimlərə test və tapşırıqları bazaya daxil edib tələbələrə təqdim etmək, nəticələrlə bağlı hesabatlar almaq imkanı verir. Bu, müəllimlərin işini asanlaşdırır, vaxt itkisinin qarşısını alır və dərsin effektivliyi ilə məqsədə çatma dərəcəsini müəyyən etməyə imkan yaradır. Texnologiyadan istifadə həm də müəllim üçün unikal təcrübə qazandırır. Belə dərslər nəinki darıxdırıcı olmur, həm də müəllim və tələbə arasında daha canlı və fəal qarşılıqlı əlaqə yaranır.

Müasir vasitələr tələbələrin yaradıcılığını inkişaf etdirir. Onlar dərsdən kənarda araşdırmalar apararaq təqdimatlar hazırlayır və biliklərini möhkəmləndirirlər. Beləliklə, müasir texnologiya tələbəyə dərsə daha yaxşı hazırlaşmaq imkanı verir. Yeni texnologiyalardan istifadə etməklə tələbələrin dinləmə, danışıq, yazı və oxu bacarıqları inkişaf etdirilə bilər. Bu məqsədə çatmaq üçün müxtəlif proqramlar mövcuddur.

Dinləmə bacarıqlarını inkişaf etdirmək üçün tələbələrin mobil cihazlardan və

qulaqcıqlardan istifadə etməsi daha yaxşı nəticə verir. Məsələn, TED.com saytındakı materiallardan istifadə etmək olar. Keçilən mövzulara uyğun saytda video yazılar dinləmək və daha sonra müzakirə etmək olar. Dinləmə eyni zamanda düzgün tələffüz vərdişlərini formalaşdırır. Yeni sözlərin düzgün tələffüzü üçün onlayn lüğətlər də uğurlu nəticə verir. Tələbələr yeni sözləri lüğətdə araşdırarkən sözün düzgün tələffüzünü də dinləyə bilir. Danışıq bacarığını inkişaf etdirmək üçün PowerPoint proqramında təqdimatlar hazırlamaq effektiv üsuldur. Tələbələr mövzu ilə bağlı açar sözlərdən istifadə edərək təqdimat edirlər ki, bu da məlumatların yadda qalmasına kömək edir. Tələffüzdə çətinlik çəkən tələbələr üçün eyni vaxtda vizual və şifahi izah vermək onların mövzunu daha yaxşı anlamasına kömək olur. [2, s. 282-293]

Dil tədrisi zamanı texnologiyalardan istifadə ənənəvi metodları əvəz etmir. Dərs prosesi zamanı hər iki yanaşmadan paralel şəkildə yararlanmaq mümkündür. Məsələn, mövzu "nəsli kəsilməkdə olan heyvanlar" olduqda, şagirdlər məlumatı internet vasitəsilə toplaya, mövzu ilə bağlı maraqlı podkastları dinləyə bilərlər. Bundan əlavə, kitab və dərsliklərdə verilən materiallara da müraciət etmək olar. Beləliklə, həm ənənəvi, həm də müasir metodların qarşılıqlı istifadəsi dərsi daha maraqlı və yadda qalan edir.

Tədris zamanı veb-saytlardan istifadə ən geniş yayılmış üsullardan biridir. Çünki istənilən mövzuda veb-saytlardan geniş material əldə etmək mümkündür. Bu isə tələbəyə dil daşıyıcısının nitqini dinləməklə düzgün tələffüz bacarıqlarını inkişaf etdirməyə imkan yaradır. Eyni zamanda yazı və oxu bacarıqlarının təkmilləşdirilməsi üçün də çoxsaylı onlayn resurslar mövcuddur. Nəticədə tələbə yalnız dərs prosesində deyil, evdə də dil öyrənmə prosesini davam etdirə və biliklərini inkişaf etdirə bilir.

İnternetdə geniş sayda məlumatların olması onların düzgünlüyünü yoxlamağı da zəruri edir. Bu zaman diqqət etmək lazımdır ki, məlumatı kim təqdim edib: müəllif mütəxəssisdir, yoxsa sadəcə istifadəçi? Eyni zamanda təqdim olunan məqalədə faktların göstərilib-göstərilməməsi, həmin faktların dəqiqliyi də yoxlanmalıdır. Məlumatın düzgünlüyünü təsdiqləmək üçün oxşar veb-saytlardakı məlumatlarla da müqayisə aparmaq məqsədəuyğundur.

Bundan əlavə, məzmunun aktuallığına da diqqət yetirilməlidir: sayt sonuncu dəfə nə vaxt yenilənib və təqdim olunan məlumat müasir tələblərə cavab verirmi? Məzmunun tələbələrin maraq və baxış bucağına uyğun olub-olmaması da vacibdir. Saytın funksionallığı da nəzərə alınmalıdır: səhifə normal işləyirmi, texniki problem varmı? Yalnız bütün bu meyarlar yoxlanıldıqdan sonra təqdim olunan materiallardan səmərəli istifadə etmək olar.

Dərs prosesində mövzuyla bağlı tələbələrə təqdimat hazırlamaq tapşırığının verilməsi geniş yayılmış tədris metodlarından biridir. Tələbə təqdimat hazırlayarkən internetdə mövcud olan müxtəlif materiallardan istifadə edə bilər. Məsələn, tanınmış bir lider haqqında təqdimat hazırlanarkən, tələbə əvvəlcə sevdiyi lideri seçir (məsələn, Heydər Əliyev). Daha sonra isə veb-saytlardan onun haqqında məqalələr, videolar və şəkillər toplayaraq xüsusi proqramların köməyi ilə materialları təqdimat formasına salır. Bu, dərsin daha rəngarəng və maraqlı keçməsinə şərait yaradır.

Dil öyrətmə prosesini təkmilləşdirmək üçün texnoloji vasitələrdən biri də Kahoot! proqramıdır. Oyun formatında təşkil olunmuş bu platforma dil öyrənməsinə müsbət təsir edir. O həm tədris, həm də qiymətləndirmə prosesini səmərəli edir. Dərsdə tələbələrin aktiv iştirakına təşviq edir. Dərs daima mənalı və zəngin olur. Tələbələr yüksək motivasiya nümayiş etdirir. Texnologiyanın dərs prosesinə inteqrasiyası imkan verir ki, öyrənmə və öyrətmə prosesi daha da inkişaf etsin. Hər bir tələbə fərqli şəkildə öyrənir. Müəllimlər texnologiyanın köməyi ilə fərdi yanaşmanı təmin edir. Smartfon və planşetlərin tələbə və müəllimlər tərəfindən istifadəsi dərsin səmərəliliyini artırır. Ənənəvi passiv öyrənmə metodu daha interaktiv metodlarla əvəz olunur. Texnologiya vasitəsilə müəllimlər qısa müddət ərzində tələbələrə cavab və rəy bildirir. Nəticədə tədris daha dinamik olur və tələbələr zəruri bacarıqlar qazanır. Texnologiya vasitəsilə oyun formatında tədris öyrənənləri stimullaşdırır. Onları müstəqil şəkildə öyrənməyə motivasiya edir və müsbət mühit yaradır. Dərs zamanı tələbələrin diqqətini davamlı saxlamaq problemi aradan qalxır. Müəllim maraqlı və düzgün mühit yaradır. Öyrənənlərə dil təcrübəsi qazandırır. [5]

İngilis dili dərslərində *Kahoot!* tətbiqinin istifadəsi öyrənməyə qarşı müsbət münasibət formalaşdırır, tələbələrin motivasiyasını artırır və dərsləri əyləncəli, interaktiv təcrübəyə çevirir. Bu platforma müəllimlər üçün oyun əsaslı fəaliyyətlərlə yanaşı, həm də alternativ qiymətləndirmə üsulları təqdim edir. Bununla belə, texnologiyanın uğurlu tətbiqi üçün müəllimlərin kifayət qədər resurs və dəstəyə çıxışı olmalı, həmçinin gündəlik dərslərdə bu vasitələrdən istifadə etməkdə özlərini rahat hiss etmələri vacibdir. Buna görə də müəllimlərin oyunlaşdırmaya əsaslanan platformalardan istifadə bacarıqlarını inkişaf etdirməsi üçün peşəkar hazırlıq vacib hesab olunur.

Araşdırmanın nəticələri göstərdi ki, *Kahoot!* tələbələr üçün müsbət öyrənmə təcrübəsi yaradır və onların dərslərə marağını xeyli artırır. Şagirdlər dərslərdə bu tətbiqdən istifadə edildikdə motivasiyalı, fəal və rəqabətə həvəsli olurlar. Müəllimlər *Kahoot!* vasitəsilə rəy toplamaq, tələbələrin irəliləyişini izləmək və dərsləri daha canlı etmək imkanlarını faydalı hesab edirlər. Tədris müəssisələrində lazımi texniki dəstəyin göstərilməsi isə bu proqramın istifadəsini daha səmərəli edir.

Kahoot! həm müəllimlərə yaradıcılıq imkanları verir, həm də tələbələri öyrənmə prosesində daha fəal iştirak etməyə həvəsləndirir. Platformada hazırlanan oyun və testlərin sadə olması onların dərs məqsədlərinə uyğunlaşdırılaraq asanlıqla təkrar istifadəsinə şərait yaradır. Tələbələr rəqabət və əməkdaşlıq elementlərindən zövq alır, eyni zamanda dərhal verilən geribildirimlə öz nəticələrini izləyə bilirlər. Əksər iştirakçılar bu tətbiqi motivasiyaedici, maraqlı və faydalı hesab edir.

Ümumilikdə, *Kahoot!* müxtəlif səviyyəli tələbələr üçün uyğun bir platformadır və xüsusilə dil öyrənməsində effektivdir. Onun mobil cihazlardan istifadəyə inteqrasiya olunması sinifdə pozitiv və enerjili mühit yaradır , həm əməkdaşlıq, həm də rəqabət əsaslı öyrənməni təşviq edir. Bundan əlavə, nəticələrin qeydiyyatı və saxlanması qiymətləndirmə üçün əlverişli imkan yaradır. Müəllimlər oyunları təkrar istifadə və uyğunlaşdırmaqla işlərini asanlaşdırır, tələbələ isə həm faydalı, həm də motivasiyaedici öyrənmə təcrübəsi qazanırlar. Bu araşdırmanın nəticələri göstərir ki, *Kahoot!* həm öyrənmənin keyfiyyətini artırır, həm də müəllimlərlə tələbələr arasında qarşılıqlı əlaqəni gücləndirir. [6]

Xarici dil öyrənmənin əsas şərtlərindən biri zəngin söz ehtiyatına sahib olmaqdır. Padlet müəllimlərə yeni sözlərin və ifadələrin mənimsədilməsi üçün interaktiv fəaliyyətlər hazırlamağa imkan verir. Lövhədə tələbələr sözləri, onların tərcüməsini, nümunə cümlələri və hətta şəkil və ya səs fayllarını yerləşdirə bilirlər. Belə vizual və eşidilən dəstək sözlərin yadda qalmasını asanlaşdırır. Məsələn, *"Güc lideri necə dəyişir"* mövzusunda lövhə yaradıldıqda, şagirdlər həmin ifadələrlə cümlələr qura və müxtəlif əlavə materiallar paylaşa bilərlər.

Qrammatikanın öyrədilməsində də Padlet faydalıdır. Müəllim lövhəyə boşluqları doldurma tapşırıqları və ya səhv cümlələr yerləşdirə bilər. Şagirdlər isə cavablarını dərhal əlavə edərək həm müəllimdən, həm də yoldaşlarından geribildirim alırlar. Belə operativ yanaşma qaydaların praktik tətbiqinə və daha dərindən öyrənilməsinə şərait yaradır.

Eşitmə bacarıqlarının inkişafında Padlet-in multimedia imkanları xüsusi rol oynayır. Müəllimlər dərs dilində video və ya audio fayllar yerləşdirir, tələbələr isə onları dinlədikdən və ya izlədikdən sonra müzakirələr aparır, suallara cavab verir və məzmunu şərh edirlər. Bu, həm dinləmə, həm də xarici nitqin analizi bacarıqlarını gücləndirir. [3]

Danışıq vərdişlərinin formalaşması üçün Padlet üzərində rol oyunları və dialoq tapşırıqları təşkil etmək olar. Müəllim gündəlik həyat situasiyaları – məsələn, restoranda sifariş vermək və ya iş müsahibəsinə qatılmaq – kimi mövzular təqdim edir. Tələbələr yazılı və ya səsli formada öz fikirlərini əlavə edir, qarşılıqlı sual-cavab aparırlar. Bu cür fəaliyyətlər şagirdlərin ünsiyyət bacarıqlarını inkişaf etdirir və öyrənilən dili real şəraitdə tətbiq etməyə həvəsləndirir.

Padlet həmçinin qrup işlərinin təşkilində də geniş imkanlar yaradır. Müəllim müəyyən mövzu üzrə ümumi lövhə açır, şagirdlər isə birlikdə məlumat toplayır, müzakirə aparır və bir-birlərinin işinə münasibət bildirirlər. Bu, tənqidi düşünməyi, əməkdaşlıq bacarıqlarını və komanda ruhunu gücləndirir. Hər bir tələbə ümumi nəticəyə öz töhfəsini verir və beləliklə, həm

dil, həm də sosial bacarıqlar inkişaf edir. [4]

Ümumiyyətlə, yeni texnologiyalardan yalnız tələbələrin deyil, müəllimlərin inkişafında da geniş şəkildə istifadə olunur. Belə ki, müəllimlər müxtəlif mövzularda onlayn kurslardan keçə, biliklərini artıraraq sertifikat əldə edə bilirlər. Bu kursları evdən çıxmadan, istənilən vaxt tapşırıqları yerinə yetirməklə tamamlamaq mümkündür. Qazanılmış sertifikatları isə müxtəlif peşəkar platformalarda paylaşmaq olar. Deməli, müasir dövrdə müəllimlərin inkişafı üçün internetdə geniş imkanlar mövcuddur. Məşhur tədris saytlarından biri Coursera platformasıdır. Burada istənilən sahə üzrə çoxsaylı kurslar mövcuddur. Kursların həm ödənişli, həm də ödənişsiz formaları təklif olunur. Bu imkanlar müəllimlərə bilik və bacarıqlarını artırmağa, eyni zamanda müasir dövrün tələblərinə uyğunlaşmağa şərait yaradır. Beləliklə, texnologiyanın dil tədrisində rolu əvəzolunmazdı. Müasir dövrdə tədrisi onsuz təsəvvür etmək çətindir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. British Council, Innovations in learning technologies for English language teaching. British Council 2013. 197p.
2. Harmer J. The Practice of English Language Teaching: Third edition. Pearson Education Limited, 2001, 145p
3. Dewitt, D., Alias, N., & Siraj, S. (2015). Collaborative learning: Interactive debates using Padlet in a higher education institution. Paper presented at the International Educational Technology Conference (IETC 2015), 27-29 May, Istanbul, Turkey.
4. Fisher, C. D. (2017). Padlet: An Online Tool for Learner Engagement and Collaboration. Padlet. Academic of Management Learning and Education.
5. Bicen, H. (2018). Perceptions of students for gamification approach: Kahoot! as a case study. *International Journal of Emerging Technologies in Learning.*
6. Graham, K. (2015). TechMatters: Getting into Kahoot! (s): Exploring a game-based learning system to enhance student learning. *LOEX Quarterly.*
7. Misir Mərdanov Azərbaycan təhsilinin bu günü sabahı. (2006).297s.
8. ƏliquliyevR,Mahmudova R, Təhsilin təkamül prosesində informasiya inqilabının rolu.
9. Dudeney, G., & Hockly, N. (2007). *How to Teach English with Technology*? Pearson Longman.194p

Aytən MAHMUDOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
müəllim
aytan.mahmudova@atmu.az

TURİZM MATERİALLARINDA FRAZEOLOJİ BİRLƏŞMƏLƏRİN TƏRCÜMƏSİNDƏ MƏNANIN SAXLANILMASI VARİANTLARININ TƏDQİQİ

Xülasə: *Məqalədə turizm materiallarında frazeoloji birləşmələrin tərcüməsi zamanı mənanın qorunması problemləri və mümkün yanaşmalar araşdırılır. Eyni zamanda, frazeoloji birləşmələrin semantik və struktur xüsusiyyətləri, onların hədəf dilə adekvat şəkildə ötürülməsi üçün tətbiq edilən strategiyalar təhlil edilir. Tərcümə üsulları müqayisəli şəkildə nəzərdən keçirilərək mədəni və linqvistik fərqlərin tərcümə prosesinə təsiri vurğulanır. Bundan əlavə, tədqiqat frazeoloji birləşmələrin düzgün tərcüməsinin turizm mətnlərinin üslubi və kommunikativ funksiyasını qorumaq baxımından əhəmiyyətini ortaya qoyur.*

Açar sözlər: *turizm materialları, frazeoloji birləşmə, tərcümə, mədəni uyğunlaşma, frazeoloji ekvivalent.*

RESEARCH OF OPTIONS FOR PRESERVING MEANING IN THE TRANSLATION OF PHRASEOLOGICAL COMBINATIONS IN TOURISM MATERIALS

Abstract: *The article examines the challenges of preserving meaning during the translation of phraseological combinations in tourism materials and explores possible approaches. Additionally, it analyzes the semantic and structural features of phraseological combinations and the strategies employed to accurately convey them in the target language. Various translation methods are comparatively reviewed, emphasizing the impact of cultural and linguistic differences on the translation process. Furthermore, the study highlights the significance of accurate translation in maintaining the stylistic and communicative functions of tourism texts.*

Key words: *tourism materials, phraseological combination, translation, cultural adaptation, phraseological equivalent.*

ИССЛЕДОВАНИЕ ВАРИАНТОВ СОХРАНЕНИЯ СМЫСЛА ПРИ ПЕРЕВОДЕ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В ТУРИСТИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛАХ

Резюме: *В статье рассматриваются проблемы сохранения смысла при переводе фразеологических единиц в туристических материалах, а также возможные подходы к их решению. Кроме того, анализируются семантические и структурные особенности фразеологических единиц, а также стратегии, применяемые для их адекватной передачи на языке перевода. Сравнительно изучаются различные методы перевода, с особым акцентом на влияние культурных и лингвистических различий на процесс перевода. Кроме того, подчеркивается значимость точного перевода для сохранения стилевой и коммуникативной функции туристических текстов.*

Ключевые слова: *туристические материалы, фразеологическое сочетание, перевод, культурная адаптация, фразеологический эквивалент.*

GİRİŞ

Turizm sahəsi mədəniyyətlərarası əlaqələri və müxtəlif dillərdə informasiya mübadiləsini özündə birləşdirən mühüm bir istiqamətdir. Bu sahədə təqdim olunan informasiya yalnız məlumat ötürmək funksiyasını yerinə yetirmir, həm də müxtəlif mədəniyyətlər arasında

anlaşma və ünsiyyətin təmin olunmasına xidmət edir. Xüsusilə, reklam broşürləri, bukletlər, bələdçi kitabçaları, bannerlər və digər turizm materiallarında istifadə olunan dil təkcə məzmunun informativliyini deyil, həm də onun üslubi və estetik dəyərini qorumaq baxımından xüsusi yanaşma tələb edir.

Frazeoloji birləşmələr dilin obrazlılığını, üslubi çalarını və tarixi-mədəni kodlarını ehtiva etdiyi üçün onların tərcüməsi ayrıca əhəmiyyət kəsb edir. Zinaida Lvovskaya frazeoloji birləşmələri *"tez-tez tərcümədə rast gəlinən və həll yolları fədakarlıq tələb edən bir fenomen"* [6, s. 50] kimi dəyərləndirir. Tədqiqatçının fikrincə, peşəkar tərcüməçi mənbə dildə mədəni istinadlar ehtiva edən elementlərin əhəmiyyətini dəyərləndirə bilməli və onları hədəf dilə adekvat şəkildə ötürə bilməlidir. Lourens Venuti də "Tərcüməçinin görünməzliyi: Tərcümə tarixi" əsərində tərcümə prosesində şəffaflıq prinsipinin vacibliyini vurğulayaraq qeyd edir ki, tərcüməçinin frazeoloji birləşmələri adekvat şəkildə tərcümə edərkən mədəniyyətlərarası fərqləri nəzərə almalıdır. Venuti hesab edir ki, uğurlu tərcümə yalnız dil səviyyəsində deyil, həm də mədəni ünsiyyət səviyyəsində də uyğunlaşdırma tələb edir. *"Frazeoloji birləşmələrin tərcüməsi zamanı mənbə dilin yad elementlərini qorumaq və ifadəni hədəf auditoriyanın ünsiyyət ehtiyaclarına uyğunlaşdırmaq arasında balans yaradılmalıdır. Bu tarazlıq frazeoloji birləşmənin bütövlüyünü və mədəni əhəmiyyətini qorumaq üçün vacibdir"* [13, s. 95].

Frazeoloji birləşmələrin tərcüməsi bir sıra çətinliklər yaradır, çünki hər bir xalqın frazeoloji bazası onun tarixi, mədəniyyəti və ictimai dəyərləri ilə sıx bağlıdır. Buna görə də müəyyən bir dildə işlənən frazeoloji birləşmənin başqa bir dildə tam ekvivalenti olmaya bilər və ya birbaşa tərcümə edildikdə anlaşılmazlıq yarada bilər. Mona Beyker frazeoloji birləşmələrin tərcüməsində ekvivalentlik problemini vurğulayaraq bildirir: *"Frazeoloji ifadələrin uğurlu tərcüməsi üçün yalnız leksik ekvivalentlərin seçilməsi kifayət deyil, həmçinin mədəni və kontekstual uyğunluğun da nəzərə alınması vacibdir"* [3, s. 122]. Piter Nyumark isə frazeoloji vahidlərin tərcüməsində yalnız leksik ekvivalentlərin deyil, həmçinin üslubi və kontekstual uyğunlaşmanın da mühüm rol oynadığını qeyd edir. Bu yanaşmalar göstərir ki, frazeoloji birləşmələrin tərcüməsində əsas məqsəd yalnız məzmunun ötürülməsi deyil, həm də ifadənin hədəf auditoriyada yaratdığı təsirin qorunmasıdır.

Bu baxımdan, tərcüməçinin əsas vəzifəsi frazeoloji birləşmələrin semantik yükünü qoruyaraq onları hədəf mədəniyyətin anlayışlarına uyğun şəkildə təqdim etməkdir. Məsələn, ingilis dilində istifadə olunan "off the beaten track" ifadəsi Azərbaycan dilinə birbaşa "döyülməmiş cığırdan kənar" tərcümə edildikdə anlaşılmaz görünə bilər. Ona görə də bu ifadə "gizli bir turizm məkanı" şəklində tərcümə olunmalıdır. Tərcümə nəzəriyyəçiləri tez-tez frazeoloji birləşmələrin tərcüməsində mədəni uyğunlaşmanın əhəmiyyətini vurğulayırlar. Bu baxımdan, tədqiqatçılar M.Süleyman və R.Uilsonın "Səmərəli mədəniyyətlərarası təbliğat üçün tərcümə və turizm strategiyaları" kitabında bildirirlər ki, bu materialların səmərəli tərcüməsi üçün tərcüməçilər yalnız mənbə və hədəf dillərinin linqvistik incəliklərini mənimsəməklə kifayətlənməməli, eyni zamanda auditoriya, janr və məhsul haqqında dərin anlayışa da sahib olmalıdırlar. Bu yanaşmadan belə nəticəyə gəlmək olar ki, turizm sahəsində fəaliyyət göstərən tərcüməçilər həm dilçilik aspektlərini, həm də turizm kommunikasiya strategiyalarını nəzərə almalıdırlar.

Bu yanaşmalar frazeoloji birləşmələrin turizm materiallarında effektiv tərcüməsi üçün bir sıra mühüm prinsiplərin nəzərə alınmasını tələb edir:

- Mədəni uyğunlaşma – Frazeoloji birləşmələr çox vaxt dilin məcazi mənalarını və mədəni kontekstini özündə birləşdirir. Tərcüməçi bu məcazi mənaların qorunmasına çalışmalı, eyni zamanda onları hədəf auditoriyanın mədəniyyətinə uyğun şəkildə təqdim etməlidir. Məsələn, müəyyən bir frazeoloji birləşmə bir mədəniyyətdə müsbət mənada istifadə edilə bilər, lakin digər mədəniyyətdə tam əks təsir yarada bilər. Bu səbəbdən, tərcümə zamanı məcazi mənaların yalnız sözün birbaşa mənası ilə deyil, həm də sosial və mədəni kontekstlə əlaqəli şəkildə çatdırılması vacibdir.

- Kommunikativ aydınlıq – Hədəf auditoriyanın frazeoloji birləşmələri anlaması və tərcümənin düzgün şəkildə istifadə olunması çox önəmlidir. Bu prinsip tərcümənin sadə və

aydın olmasını, hər hansı bir anlaşılmazlıq yaratmamasını tələb edir. Turizm materiallarında bu xüsusiyyət xüsusilə vacibdir, çünki turistlərin rahatlıqla məlumat əldə etməsi mətnin anlaşıqlı olması ilə birbaşa əlaqədardır. Bu prinsipi təmin etmək üçün tərcüməçi mənbə dilindəki ifadəni yalnız sözün birbaşa mənası ilə deyil, həm də tərcümənin hədəf auditoriyasının dil və üslub kodlarına uyğun şəkildə işləməlidir.

- Konseptual ekvivalentlik – Frazeoloji birləşmələrin məna və məzmununu qorumaq üçün konseptual ekvivalentlik prinsipinə riayət etmək lazımdır. Burada əsas məqsəd ifadənin mənbə dilindəki mənasını və ideyasını hədəf dilə çevirməkdir. Bu, sadəcə sözlərdən ibarət olmayan, həm də həmin ifadənin ideyasını mənimsəmək deməkdir. Tərcüməçi frazeologiyanın məntiqini və onun mədəni konseptini qoruyaraq hədəf auditoriyanın qəbul etdiyi və başa düşəcəyi şəkildə təqdim etməlidir.

- Üslubi adekvatlıq – Tərcümə yalnız məzmunu deyil, həm də üslubu əks etdirməlidir. Bu prinsip dilin strukturlarının və stilistik xüsusiyyətlərinin tərcümə edilməsi zamanı orijinal mətnin üslubunun qorunmasına diqqət yetirilməsini nəzərdə tutur. Turizm materiallarında üslub məsələsi həm mətnin cəlbedici və təsirli olmasını, həm də hədəf auditoriyanı düzgün şəkildə yönəltməsini təmin etmək üçün çox vacibdir. Məsələn, bəzən rəsmi olan ifadələr turizm materiallarında sadə tonda ifadə oluna bilər. Tərcüməçi orijinal mətnin üslubunu hədəf auditoriyanın gözləntilərinə uyğun şəkildə uyğunlaşdırmalıdır ki, oxucuya effektiv təcrübə təqdim etsin.

Frazeoloji birləşmələrin tərcüməsində balanslaşdırılmış yanaşmanın əldə edilməsi və hədəf dilin mədəniyyətinə uyğunluğun təmin edilməsi vacibdir. Bu yanaşma turizm materiallarında tərcümənin yalnız sözlərin və ifadələrin deyil, həm də mədəniyyətlərarası əlaqələrin düzgün qurulmasına töhfə verir.

Frazeoloji birləşmələrin əsas xüsusiyyətlərindən biri onların komponentlərinin ayrılıqda işləndikdə ifadə etdikləri mənadan fərqli bir məna daşımasıdır. Bu xüsusiyyət onların sözbəsöz tərcüməsinin çox hallarda qeyri-dəqiq və ya anlaşılmaz nəticələr verməsinə səbəb olur. Xüsusilə, turizm materiallarında, bu tip ifadələrin tərcüməsində leksik ekvivalentlərin istifadəsi yetərli olmur, çünki belə birləşmələr mədəniyyətlərarası kontekstdə spesifik ünsiyyət vasitəsi rolunu oynayır. Məsələn, "to pack one's bags" ifadəsi səthi şəkildə "çantasını yığmaq" mənasına malik olsa da, turizm kontekstində onun əsl mənası "səfərə hazırlaşmaq" kimi anlaşılmalıdır. Eyni şəkildə, "hit the road" ifadəsi sözbəsöz tərcümədə "yolu vurmaq" kimi mənasız səslənə bilər, halbuki, bu frazeoloji birləşmə Azərbaycan dilində "yola çıxmaq" kimi daha adekvat qarşılanır. "To catch some rays" ifadəsi sözbəsöz "bir neçə şüa tutmaq" kimi tərcümə edilsə də, turizm kontekstində bu frazeoloji birləşmə "günəş vannası qəbul etmək" kimi başa düşülməlidir. "On the house" ifadəsi isə xidmət və ya məhsulun pulsuz olduğunu bildirir. Bu ifadə sözbəsöz "evin üstündə" kimi mənasız bir mənaya çevrilə bilər, lakin turizm materiallarında "pulsuz" kimi tərcümə edilməsi daha məqsədəuyğundur.

Frazeoloji birləşmələrin bəzi hallarda yalnız standart dildə deyil, müəyyən dialektlərdə və ya regional variantlarda işlənməsi turizm tərcümələri üçün əlavə çətinliklər yaradır. Müəyyən bir bölgəyə xas olan ifadələr turizm sahəsinə aid broşürlərdə istifadə edildikdə onların üslubunun və hədəf auditoriya üçün uyğunlaşdırılmasının xüsusi diqqət tələb etdiyi nəzərə alınmalıdır. Məsələn, ingilis dilində işlənən "a stone's throw away" ifadəsi sözbəsöz "bir daş atımlıq məsafədə" kimi tərcümə edildikdə Azərbaycan dilində qeyri-təbii səslənir. Bunun əvəzinə, "lap yaxınlıqda" ifadəsi daha aydın və oxucu üçün başa düşülən variantdır. Burada əsas məsələ ifadənin məna və üslub baxımından hədəf auditoriyanın dilinə uyğunlaşdırılmasıdır.

Beləliklə, turizm sahəsində frazeoloji birləşmələrin tərcüməsi zamanı yalnız məna yox, həm də mədəni kontekst nəzərə alınmalı, ifadələrin hədəf auditoriya üçün anlaşıqlı və təsirli olması təmin edilməlidir. Frazeoloji birləşmələrin tərcüməsində qarşıya çıxan çətinlikləri aşmaq və mənanın düzgün ötürülməsini təmin etmək üçün tərcüməçilər müxtəlif üsullardan istifadə edirlər ki, bunların içərisində frazeoloji ekvivalentlərin seçilməsi ən geniş yayılmışıdır. Bu üsul tərcümə olunan mətnin üslubunu və axıcılığını qorumağa imkan verir və təbii səslənməni təmin

edir. Məsələn, “once in a blue moon” ifadəsi ingilis dilində nadir hallarda baş verən bir hadisəni vurğulamaq üçün istifadə edilir. Azərbaycan dilində isə bu ifadə “ildə bir dəfə”, “çox nadir hallarda” və ya “ayda-ildə bir” kimi verilə bilər. Bu yanaşma mənbə dildəki məcazi ifadələrin hədəf dildə də məcazi tonda saxlanmasına şərait yaradır.

Frazeoloji ekvivalentlərin seçilməsi metodunun əsas üstünlüyü ondan ibarətdir ki, bu yanaşma orijinal mətnin üslubunu və mənasını qorumağa imkan verir. Piter Nyumarkın “Tərcümə dərsliyi” kitabında vurğuladığı kimi, frazeoloji ifadələrin tərcüməsində ekvivalentlərin seçimi orijinal mətnin üslubunu və mənasını qorumaq üçün vacibdir. Bu metod ifadələrin orijinal məna çalarını saxlayaraq onları hədəf dilin sintaktik və leksik normalarına uyğunlaşdırmağa imkan yaradır.

Turizm sahəsində bu metodun tətbiqi, xüsusilə, turistlər üçün maraqlı təsvirlərin yaradılmasına kömək edir və mətni daha canlı, axıcı və cəlbedici edir. Frazeoloji ekvivalentlər mətnin monotonluğunu aradan qaldırır və onu daha rəngarəng, maraqlı və təbii edir. Nəticə etibarilə, frazeoloji ekvivalentlərin düzgün seçilməsi həm tərcümə olunan mətni orijinala yaxın saxlamağa, həm də oxucunun mətni rahatlıqla qəbul etməsinə kömək edir. Yucin Nida “Tərcümənin elmi əsaslarına doğru” kitabında frazeoloji birləşmələrin tərcüməsində dinamik ekvivalentlik prinsipinin tətbiq edilməsinin vacibliyini vurğulayır. O, tərcümənin yalnız sözlərin leksik mənasını əks etdirməklə məhdudlaşmamalı olduğunu, həm də ifadənin yaratdığı təsiri, üslubi çalarlarını və məcazi məzmununu qorumağa çalışmalı olduğunu qeyd edir. Dinamik ekvivalentlik konsepsiyası tərcümə prosesində yalnız mətnin semantik uyğunluğunu deyil, həm də onun hədəf auditoriyaya eyni psixoloji və emosional təsiri ötürməsini təmin etməyi nəzərdə tutur.

Bu prinsipə əsasən, frazeoloji ifadələrin tərcüməsi zamanı sözbəsöz yanaşmadan qaçmalı, ifadənin ümumi məzmununu və funksiyasını qorumağa önəm verilməlidir. Dinamik ekvivalentlik prinsipinin vacibliyi, xüsusilə, mədəni fərqlərin böyük olduğu hallarda daha da ön plana çıxır. Müxtəlif dillər və mədəniyyətlər müəyyən hadisələrə, anlayışlara və metaforalara fərqli prizmadan yanaşır. Buna görə də frazeoloji birləşmələrin tərcüməsində yalnız lüğəti mənanı ötürmək kifayət etmir. Tərcüməçi ifadənin mənasını hədəf auditoriyanın dünyagörüşü, mədəni dəyərləri və dilə yanaşmasını nəzərə alaraq yenidən qurmalıdır.

Turizm materiallarında frazeoloji birləşmələri tərcümə edərkən istifadə olunan ən effektiv metodlardan biri adaptiv tərcümədir. Adaptiv tərcümə frazeoloji birləşmənin yalnız məna səviyyəsində deyil, həm də onun üslubi çalarları və mədəni konteksti nəzərə alınaraq hədəf dilə uyğunlaşdırılmasını nəzərdə tutur. Bir tərəfdən, bu metod tərcümə edilən mətnin hədəf auditoriya üçün anlaşıqlı və təbii olmasını təmin edir, digər tərəfdən isə kommunikativ funksiyanı qorumağa xidmət edir.

Turizm materiallarında yer alan frazeoloji birləşmələr əksər hallarda konkret bir məkan və ya mədəni kontekstə bağlı olduğu üçün sözbəsöz tərcümə onların semantik məzmununu təhrif edə və ya oxucu üçün anlaşılmaz hala sala bilər. Məsələn, “off the beaten path” ifadəsi turizm sahəsində geniş istifadə olunur və məşhur turizm məkanlarından kənarda qalmasına baxmayaraq, kəşf edilməyə dəyər yerləri təsvir edir. Bu ifadənin “döyülməmiş cığırdan kənar” kimi sözbəsöz tərcüməsi Azərbaycan dilində təbii səslənmir və hədəf auditoriya üçün aydın deyil. “Kəşf edilməmiş məkanlar” kimi adaptiv tərcümə ifadənin funksional yükünü qoruyaraq hədəf auditoriya üçün daha anlaşıqlı variant təqdim edir. Eyni şəkildə, “hidden gem” ifadəsi turistlərə az tanınan, lakin xüsusi dəyərə malik olan yerləri təsvir etmək üçün istifadə edilir. Bu frazeoloji birləşmənin “gizli xəzinə” kimi tərcümə olunması ifadənin məcazi mənasını qorumaqla yanaşı, həm də onun hədəf dilin mədəni kontekstində başa düşülməsini təmin edir.

Adaptiv tərcümənin əsas çətinliklərindən biri mənbə dilindəki ifadənin tam olaraq hədəf dilində uyğun gələn bir ekvivalenti olmamasıdır. Bu halda tərcüməçi frazeoloji birləşmənin mədəni və kontekstual xüsusiyyətlərini nəzərə almalı, həmçinin ifadənin məqsədini düzgün başa düşməlidir. Tərcüməçilər oxucuların mədəni kodlarını və psixoloji gözləntilərini nəzərə alaraq uyğun ifadələr seçməlidir. Eyni zamanda adaptiv tərcümə zamanı tərcüməçinin mədəniyyətlərarası fərqlərə dair geniş bilik və təcrübəyə sahib olması vacibdir.

Frazeoloji birləşmələrin tərcüməsində mənanın saxlanılması üçün tətbiq olunan digər əsas metodlardan biri deskriptiv tərcümədir. Bu yanaşma frazeoloji birləşmənin hədəf dildə tam uyğun gələn ekvivalenti olmadığı hallarda istifadə olunur. Deskriptiv tərcümə frazeoloji ifadənin məcaziliyini qorumaqdan çox onun mənasını mümkün qədər aydın şəkildə ifadə etməyə yönəlir. Bu metod, xüsusilə, mədəniyyətlərarası fərqlərin çox olduğu hallarda məqsədəuyğundur, çünki bəzi ifadələr konkret bir dil və mədəniyyətə xas olduğundan onların birbaşa tərcüməsi mümkün olmur və ya yanlış anlaşılmalara səbəb ola bilər. Məsələn, "travel on a shoestring" ifadəsi ingilis dilində "az büdcə ilə səyahət etmək" mənasında işlədilir. Azərbaycan dilində bu ifadənin eyni məcazi qarşılığı olmadığı üçün deskriptiv tərcümə ilə "minimum xərclə səyahət etmək" kimi ifadə edilməsi daha məqsədəuyğundur. Bu yanaşma ifadənin mənasını qoruyur və hədəf auditoriya üçün daha anlaşıqlı olmasını təmin edir.

Deskriptiv tərcümə frazeoloji birləşmələrin tərcüməsində məna dəqiqliyini və mədəniyyətlərarası uyğunlaşmanı təmin edir. Bu metod ifadənin əsas məzmununu izah etməklə mənbə dildə olan frazeoloji çaları qorumağa çalışır. Məqsəd orijinal ifadənin tam mənasını açmaq və onu oxucuya düzgün şəkildə çatdırmaqdır. Frazeoloji birləşmələr çox vaxt müəyyən bir dilin və mədəniyyətin daxili kodlarını əks etdirir. Deskriptiv tərcümə bu fərqləri nəzərə alaraq ifadəni hədəf auditoriya üçün anlaşıqlı hala gətirir. Bəzi hallarda ifadənin məcazi mənasını qorumaq mümkün olmasa da, deskriptiv tərcümə məzmunu olduğu kimi saxlamağa kömək edir. Bu, xüsusilə, turizm materiallarında ifadələrin oxucuya tanış görünməsi üçün əhəmiyyətlidir.

Turizm sahəsində tərcümə olunan mətnlər təkcə informativ deyil, həm də reklam və marketinq xarakteri daşıyır. Bu səbəbdən, frazeoloji birləşmələrin tərcüməsi zamanı deskriptiv yanaşma tez-tez istifadə olunur. Turistlərə təqdim olunan məlumatlarda dəqiqlik və aydınlıq vacib olduğu üçün frazeoloji birləşmələrin izahlı şəkildə tərcümə edilməsi onların məna yükünü qoruyur və oxucu üçün anlaşıqlı edir.

Qeyd etmək lazımdır ki, hər bir metodun tətbiqi konkret kontekstdən asılıdır və frazeoloji ifadənin məna çalarını qorunmağa yönəlməlidir. Adaptiv tərcümə ifadələrin üslub baxımından təbii səslənməsinə kömək edir. Deskriptiv tərcümə isə ekvivalent tapılmadığı hallarda ifadənin izahlı təqdim edilməsini təmin edir. Turizm materiallarında bu yanaşmaların məqsədəuyğun şəkildə tətbiqi turistlər üçün informasiyanın aydın və cəlbedici formada təqdim olunmasına kömək edir, həmçinin mədəniyyətlərarası ünsiyyətin effektivliyini artırır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Agorni, M. Tourism communication: The translator's responsibility in the translation of cultural difference. Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 2012, 10(4), p. 5-11.
2. Alangari, E. Cultural mediation in tourism translation: Saudi Arabia as a case study. AWEJ for Translation & Literary Studies, 2022, 6(3), p. 82-98.
3. Baker, M. In Other Words: A Coursebook on Translation. Routledge, 2011, 352 p.
4. Fennell, D. The tourism knowledge translation framework: Bridging the canyon between theory and practice. Current Issues in Tourism, 2021, 25(5), p. 674-691.
5. Katan, D. Translating Cultures: An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators. St. Jerome Publishing, 2004, 270 p.
6. Lvovskaya, Z. Problemas actuales de la traducción. Granada: Lingvistica, 1997, 138 p.
7. Muñoz, I. Travel and translation: Global languages and local identities. Meta: Journal des Traducteurs, 2007, 52(2), p. 205-216.
8. Newmark, P. A Textbook of Translation. Prentice Hall, 1988, 292 p.
9. Nida, E. A., & Taber, C. R. The Theory and Practice of Translation. Brill Archive, 2003, 218 p.
10. Roberts, R. Phraseology and translation. In P. Fernández Nistal & J. M. Bravo Gozalo (Eds.), La traducción: Orientaciones lingüísticas y culturales. Valladolid: Servicio de Publicaciones de la Universidad, 1998, p. 61-77.

11. Santoyo, J. C. Translation and cultural identity: Competence and performance of the author-translator. In M. Muñoz-Calvo & C. Buesa-Gomez (Eds.), Translation and cultural identity: Selected essays on translation and cross-cultural communication (pp. 13–32). London: Cambridge Scholars Publishing, 2010, p. 13-32.
12. Sulaiman, M., & Wilson, R. Translation and tourism strategies for effective cross-cultural promotion. Singapore: Springer Nature, 2019, 238 p.
13. Venuti, L. The Translator's Invisibility: A History of Translation. Routledge, 2008, 319 p.

Aynur NİFTƏLİYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
Müəllim
aynurniftaliyeva3103@gmail.com

TURİZM TERMİNLƏRİNİN ALMAN DİLİNDƏ QARŞILIĞI VƏ LİNQVİSTİK TƏHLİLİ

Xülasə: *Məqalə "Turizm terminlərinin alman dilində qarşılığı və linqvistik təhlili" mövzusu və istifadə edilmiş ədəbiyyatdan ibarətdir. Mövzu ümumi nəzəri məsələləri, mövzunun aktuallığını və tədqiqatın elmi yeniliyini əhatə edir.*

Turizm termini alman dilində əvvəllər "Fremdenverkehr" (xarici nəqliyyat) sözü ilə ifadə edilirdi, zaman keçdikcə bu ifadə "Tourismus" (turizm) sözü ilə əvəz edilmişdi. Məqalədə bu terminin leksik mənasının elmi metodik əsaslarla linqvistik təhlili verilmişdir. Linqvistik təhlil zamanı orfoqrafik qaydalara və eləcə də alman dilində sözlərin "cinsinə" (maskulin – "kişi", feminin – "qadın", neutrum – "orta") diqqət edilmişdir. Turizmin insanlar və ölkə üçün məqsədlərini həm azərbaycan, həm də alman dilində izahlı qarşılığı verilmişdir. Turizm səyahətin müxtəlif növlərini və formalarını əhatə edtdiyinə görə, demoqrafik və davranış meyarlarını fərqləndirməklə müxtəlif meyarlara görə təsnifatı araşdırılmışdı.

Açar sözlər: *termin, turizm, tur, turist, səyahət, turizm sənayesi, turizmin növləri*

GERMAN EQUIVALENTS AND LINGUISTIC ANALYSIS OF TOURISM TERMS

Abstract: *The article covers "German equivalents and linguistic analysis of tourism terms" and the literature used. The topic covers general theoretical issues, the relevance of the topic, and the scientific novelty of the research.*

The term tourism in German was previously expressed by the word "Fremdenverkehr" (foreign transport), which over time was replaced by the word "Tourismus" (tourism). The article provides a linguistic analysis of the lexical meaning of this term on scientific methodological grounds. During the linguistic analysis, attention was paid to orthographic rules, as well as the "gender" of words in German (masculine - "male", feminine - "female", neuter - "neutral"). The goals of tourism for people and the country are explained in both Azerbaijani and German. Since tourism encompasses various types and forms of travel, its classification according to various criteria was examined, distinguishing between demographic and behavioral criteria.

Key words: *term/expression, tourism, tour, tourist, travel, tourism industry, types of tourism*

НЕМЕЦКИЕ ЭКВИВАЛЕНТЫ И ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ

Резюме: *В статье рассматривается тема "Немецкие эквиваленты и лингвистический анализ туристических терминов" и использованная литература. Тема охватывает общетеоретические вопросы, актуальность темы и научную новизну исследования.*

Термин “туризм” в немецком языке ранее обозначался словом “Fremdenverkehr” (заграничные перевозки), которое со временем было заменено словом “Tourismus” (туризм). В статье дается лингвистический анализ лексического значения данного термина на научно-методической основе. В ходе лингвистического анализа внимание уделялось орфографическим правилам, а также “роду” слов в немецком языке (мужской — “мужской”, женский — “женский”, средний — “нейтральный”). На азербайджанском и немецком языках объясняются цели туризма для людей и страны. Поскольку туризм охватывает различные виды и формы путешествий, была рассмотрена его классификация по различным критериям, различая демографические и поведенческие критерии.

Ключевые слова: *выражение, туризм, тур, турист, путешествовать, индустрия туризма, виды туризма*

GİRİŞ

Turizm sözünün leksik mənası "dairəvi hərəkət, gəzinti, ekskursiya, səyahət" (fransızca *le tour*), "dönmək" (fransızca *tourner) felindən gəlir, bu da öz növbəsində "dairəvi" (* latın dilində *tornare*) sözündən götürülmüşdür. [7, s. 484] “Dönmək” səfərə xas olan qayıdış deməkdir. "Turist" sözü ilk dəfə təxminən 1800-cü ildə ingilis dilində, 1816-cı ildə fransız dilində və təxminən 1830-cu ildə alman dilində yaranmışdır. [4, s. 14] "Turizm" termini ilk dəfə Almaniyada İkinci Dünya Müharibəsindən sonra tez-tez ortaya çıxdı və getdikcə ***“Fremdenverkehr” (xarici nəqliyyat)*** terminini əvəz etdi. [4, s. 15] Fransızca “*tourisme*” və “*turiste”* sözləri ilk dəfə rəsmi terminlər kimi Millətlər liqası tərəfindən xaricdə 24 saatdan çox vaxt keçirən səyahətçiləri təsvir etmək üçün istifadə edilmişdir. Turizm termini insanların istirahət etmək, əylənmək, təbiəti, mədəniyyəti və tarixi görmək, eləcə də müxtəlif məqsədlərlə başqa yerlərə səyahət etməsidir. Bu, fəal istirahətin geniş yayılmış və ən kütləvi növüdür. Turizm, həm ölkə daxilində, həm də beynəlxalq səviyyədə geniş yayılmışdır. Turizm fəaliyyəti öz növbəsində turizm sənayesini yaradır. Buraya mehmanxanalar, iaşə obyektləri, nəqliyyat və turizm büroları kimi müəssisələr daxildir.

1954-cü ildə BMT-nin yığıncağında "Turizm" sözü müzakirə olunmuş, onun beynəlxalq mahiyyəti, kulturoloji və sosial-iqtisadi əhəmiyyəti müəyyənləşdirilmişdir.[1, s. 442]

İngilis və Fransız dilində yalnız müvafiq olaraq "tourism" və "tourisme" terminlərindən istifadə edilir, Alman dilində isə əvvəllər "Fremdenverkehr" termini istifadə olunurdu. ***“Fremdenverkehr” - xarici nəqliyyat*** deməkdir. “Turizm” termini alman dilində 1960-cı illərdə yaranmışdır. 1980-ci illərdən etibarən alman dilli dünyada bir çox rəsmi turizm qurumlarının adı ***“Tourismus”*** olaraq dəyişdirilmişdi. Bunun səbəbi ondan ibarətdir ki, qonaqları artıq *“xaricilər” (Fremde)* adlandırılmamalıdır, çünki bu söz *“qərib” və ya “xarici”* mənalarındadır və bu ifadənin istifadəsi asanlıqla alman dilində ***“Fremdenfeindlichkeit”***, yunan dilində isə ***“Xenophobie”***, yəni ***“ksenefobiya”*** mənasını verir. Bu söz *“yad qorxusu”, “əcnəbi qorxusu və nifrəti”* anlamında olub, yunan dilində *xenos* - əcnəbi və *phobos*-qorxu kəlmələrinin birləşməsindən əmələ gəlmişdir. Ksenofobiya irqçilik və ya regionçuluqla birlikdə istifadə oluna bilərdir. Ksenofobik münasibət əcnəbilərə qarşı qeyri-bərabər rəftar, ayrı-seçkiliyə səbəb olurdu.[3, s. 146] Eyni zaman bu termin münasibətə, düşüncə tərzinə və hərəkətlərə bölünür . Ümumiyyətlə, İnsanın əcnəbilərdən ya da başqa bir şəkildə özündən fərqli olan insanlardan qorxmasına və nifrət etməsinə verilən addır.

Müasir beynəlxalq turizm xidmətləri bazarında çoxsaylı *tur* və *turist marşrutları* mövcuddur. ***“Tur" (die Tour)*** sözünün mənası "səyahət" və ya "qədim döyüşçü" deməkdir. “Tur müəyyən turizm marşrutu üzrə, müəyyən müddətə fərdi və ya qrup şəklində təşkil olunmuş səyahətdir.Tur tur-operator əməyinin məhsuludur.” [2, s. 108]

Turizmin tərkib hissələri aşağıdakılardır:

- ✓ **Turist -** Ölkə daxilində və ya xaricində müəyyən müddətə (24 saatdan 6 aya qədər) müxtəlif məqsədlərlə səfər edən şəxsdir.

- ✓ **Turizm məhsulu** - Turistlərə təqdim edilən xidmətlər kompleksidir.
- ✓ **Turizm sənayesi** - Turistlərin tələbatını ödəyən turizm xidmətləri və mallarının təqdim olunduğu istehsal, ticarət və nəqliyyat müəssisələrinin məcmusudur.

Bu terminlərin alman dilində olan qarşılıqlarını linqvistik təhlil edək. "Turist" alman dilində ***Tourist*** **deməkdir və alman dilində bütün isimlər böyük hərflə yazılır. Bundan əlavə, alman dilində isimlər cins kateqoriyasına bölünür – kişi cinsi (maskulin, der), qadın cinsi (feminin, die) və orta cins (neutrum,das).** ***Tourist*** **sözü kişi cinsinə aiddir və artikeli** ***der,*** **cəmdə isə** ***die Touristen*** **şəklindədir. Alman dilində ixtisas, peşə və bu kimi isimlər kişi və qadın olaraq iki hissəyə ayrılır -** ***der Tourist*** **(kişi turist) və** ***die Touristin*** **(qadın turist). Eyni zamanda bu sözün aşağıdakı sinonimləri mövcuddur.**

- **Der Reisende** -*səyahət edən, yolçu, səyyah* (kişi) **/Die Reisende** isə həm təkdə (qadın) *səyyah, yolçu mənasında,* həm də cəm *(Plural) yolçular,səyyahlar deməkdir:* eine Person, die reist - səyahət edən şəxs.
- **Der Urlauber** – *istirahət edən (kişi)/***Die Urlauberin** – *istirahət edən (qadın)***:** eine Person, die im Urlaub ist.- tətildə olan şəxs.
- **Der Feriengast** - *Bayram qonağı*: eine Person, die im Urlaub ist und an einem Ort verweilt. - tətildə olan və bir yerdə qalan şəxs.

Turizm formalaşmasına və tərkibinə görə, *inklüziv və sifarişli turlara* ayrılır. *Inklüziv turlar* tərkibinə müəyyən, dəqiq, öncədən planlaşdırılmış xidmətlər dəsti daxil edilən turlardır. *Sifarişli turlar* isə müştərinin istəyinə və seçiminə görə xidmətlər paketinin tərkibi birbaşa satış zamanı formalaşan turlardır. [2, s.119]. "*İnklüziv Turlar"* termini alman dilində ***"Inklusive Touren"*** kəliməsinin qarşılığıdır və "hər şey daxil tur"anlamına gəlir. "*Sifarişli turlar"* termini isə alman dilində ***"individuelle Touren"*** kəliməsinin qarşılığıdır. ***"İndividull"*** – fərdi mənasındadır. Sifariş sözü isə alman dilində ***die Bestellung,*** cəm (Plural) şəklində isə ***die Bestellungen.*** Sinonimləri – ***der Auftrag, die Order, die Nota, der Befehl . "Eine Bestellung aufgeben"- "****sifariş etmək"*mənasındadır və çox istifadə olunan ifadədir.

"Turizm məhsulu" alman dilində ***das Tourismusprodukt*** deməkdir. Bu sözü almanlar belə tərif edir - *Der Begriff "Tourismusprodukt" bezeichnet die Gesamtheit der Dienstleistungen, Erlebnisse und Attraktionen, die Touristen an einem Reiseziel angeboten werden, um deren Bedürfnisse zu erfüllen und ihnen einen angenehmen Aufenthalt zu ermöglichen.* (Tərcümə: "Turizm məhsulu" termini destinasiyada turistlərin ehtiyaclarını ödəmək və xoş istirahəti təmin etmək üçün onlara təklif olunan xidmətlər, təcrübələr və attraksionların məcmusunu ifadə edir.)

"Turizm sənayesi" alman dilində ***die Tourismusbranche*** deməkdir. Bu sözü anlamlar belə tərif edir - *Der Duden definiert die Tourismusbranche als den Bereich, der mit organisiertem Reiseverkehr und Fremdenverkehr zusammenhängt, also mit der Planung und Durchführung von Reisen zu Freizeit-, sozialen oder geschäftlichen Zwecken. Gebräuchliche Synonyme für die Tourismusbranche sind* ***Fremdenverkehr*** *oder* ***Reiseverkehr.*** (Tərcümə: Duden lüğəti turizm sənayesini mütəşəkkil səyahət və turizmlə əlaqəli sahə, yəni istirahət, sosial və ya işgüzar məqsədlər üçün səfərlərin planlaşdırılması və həyata keçirilməsi kimi müəyyən edir. Turizm sənayesi üçün ümumi sinonimlər *turizm* və ya *səyahətdir*.)[8]

Turizmin insanlar və ölkə üçün məqsədlərini alman dilində qarşılıqlı izahı ilə bərabər aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

İnsanlar üçün məqsədlər: (Ziele für Menschen)

- İstirahət və əyləncə: İşgüzar həyatdan sonra (die *Erholung und die Unterhaltung: Nach dem Geschäftsleben)*
- Dincəlmək və əylənmək üçün turizm. *(Tourismus für Entspannung und Spaß)*
- Sağlamlıq: Məsələn, kurortlarda müalicə almaq və sağlamlığı bərpa etmək. *(Die Gesundheit: Zum Beispiel, um sich in Kurorten behandeln zu lassen und die Gesundheit wiederherzustellen.)*

- Mədəniyyət və təhsil: Yeni mədəniyyətləri, tarixi abidələri, muzeyləri və memarlıq əsərlərini görmək və öyrənmək.*(die Kultur und die Bildung: Neue Kulturen, historische Denkmäler, Museen und architektonische Werke sehen und kennenlernen.)*
- Fəal və ekstrim turizm: Xizək sürmək, dağlara dırmanmaq, su idmanları ilə məşğul olmaq kimi fəal istirahət formaları.*(Aktiver und extremer Tourismus: Aktive Freizeitformen wie Skifahren, Bergsteigen und Wassersport.)*
- Yeni yerlər kəşf etmək: Dünyanın müxtəlif bölgələrini ziyarət etmək və təbiətin gözəlliklərini görmək. (*Neue Orte entdecken: Um verschiedene Teile der Welt zu besuchen und die Schönheit der Natur zu sehen.)*

Ölkə üçün məqsədlər: (Ziele für das Land)

- İqtisadi inkişaf: Turizmin gəlirləri vasitəsilə ölkənin iqtisadiyyatını gücləndirmək və yeni iş yerləri yaratmaq.*(Wirtschaftsentwicklung*: *Stärkung der Wirtschaft des Landes und Schaffung neuer Arbeitsplätze durch Einnahmen aus dem Tourismus.)*
- Sosial-iqtisadi rifah: Turizm sahəsinin inkişafı ölkənin sosial və iqtisadi vəziyyətini yaxşılaşdırır.*(Sozioökonomisches Wohlergehen: Die Entwicklung des Tourismussektors verbessert die soziale und wirtschaftliche Lage des Landes.)*
- Regional inkişaf: Turizm obyektlərinin yaradılması ilə bölgələrin inkişafına təkan vermək. *(Regionale Entwicklung: Förderung der Entwicklung von Regionen durch die Schaffung touristischer Einrichtungen.)*
- Mədəni mübadilə: Müxtəlif ölkələrdən olan turistlərlə yerli əhalinin mədəniyyət mübadiləsi. *(Kultureller Austausch: Kultureller Austausch zwischen Einheimischen und Touristen aus verschiedenen Ländern.)*

Bu gün turizm təkcə transsərhəd səyahətləri deyil, həm də daxili turizmi əhatə edir. Turist səyahəti həm *dinlənmə* ***(die Erholung)***, həm də *istirahətə* ***(die Entspannung)***,*istirahət tətilləri* ***(der Erholungsurlaub)*** və *təhsilə* ***(die Bildung)***, *təhsil məzuniyyəti* ***(der Bildungsurlaub),*** *mədəni turizmə* ***(der Kulturtourismus)***, eləcə də sağlamlığa ***(die Wellness)*** xidmət edir. Bundan əlavə, iş vaxtı edilən səyahəti də *turizm sənayesi* ***(die Reisebranche)*** *rəsmi və işgüzar səfərləri də* ***(Dienst- und Geschäftsreisen)*** turizm hesab edir. Ona görə də turizm təkcə turistlərin asudə vaxtlarında (məzuniyyətlərində) baş vermir. 1963-cü ildə "Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Beynəlxalq Səyahət və Turizm Konfransı" *(* „United Nations Conference on International Travel and Tourism“) da statistik məqsədlər üçün "biznes" ***(das Geschäft)*** və "konfrans"ı ***(die Konferenz)*** turizmlə birləşdirdi. [4, s.16] Şərt təyinat yerində ən azı 24 saat qalmaq idi; 24 saatdan az olan səfərlərə "ekskursiya" ***(der Ausflug)*** deyilirdi. Hər ikisinin ortaq cəhəti odur ki, müvəqqəti səfər mənşə ölkəsinə qayıdış səfəri ilə başa çatmalıdır.[6, s.3]

Turizm termini səyahətin müxtəlif növlərini və formalarını əhatə edir. Bunlar demoqrafik və davranış meyarlarını fərqləndirərək müxtəlif meyarlara görə təsnif edilə bilər. Ümumi təsnifatları aşağıdakılardır:

• Motivasiyaya görə *(nach Motivation)* - *məsələn,* ***mədəni və ya təhsil turizmi, kino turizmi, təbiətə əsaslanan turizm, idman turizmi u*** *və s.*

• Müddəti təşkilatı formaya görə (Organisationsform) - fərdi/mütəşəkkil turlar (İndividual-/Veranstalterreisen)

• İştirakçıların sayına görə (Teilnehmerzahl) - kütləvi və ya eksklüziv turizm (Massen-/Exklusivtourismus)

• Təyinat, məsafə, nəqliyyat vasitələri,, ekoloji tarazlıq – yumuşaq turizm (Zielort, Entfernung, Transportmittel, Ökobilanz – Sanfter Tourismus)

• Turistlərin mənşəyinə görə (Herkunft der Touristen) – xarici/daxili turizm (Ausländer-/Binnentourismus) [5, s. 13]

Yuxarıda qeyd etdiyimiz bəzi sözlərin alman dilində qarşılığı ilə birlikdə linqvistik təhlili belədir: *Mədəniyyət* sözünün alman dilində qarşılığı ***Kultur*** isimidir. Bu isim qadın (feminin) cinsindədir və artikeli *die,* yəni ***die Kultur, die Kulturen*** *(mədəniyyətlər)* isə cəm şəklindədir. Alman dilində bu söz "mədəniyyət" mənasından başqa, sivilizasiya səviyyəsinə və ya mədəni fəaliyyətə də aid edilə bilər. Bu söz üçün belə bir tərif qeyd edə bilərik - Bir şəxsin və ya qrupun sivilizasiya səviyyəsinə, ölkənin və ya cəmiyyətin adət-ənənələrinə, incəsənətinə,

ədəbiyyatına və həyat tərzinə aiddir. *"Die Kultur"* digər sözlərlə birlişərək, yeni mürəkkəb isim yaradır. **Die Kulturszene** - *Mədəni mühit/mədəniyyət səhnəsi* və **das Kulturgut** -*Mədəni irs/mədəni sərvət* deməkdir. Eyni zamanda turizm sahəsində *təhsil turizmi* - **das *Bildungstourismus,*** *kino turizmi–**das Filmtourismus,*** *təbiətə əsaslanan turizm* ***- naturnaher Tourismus,*** *idman turizmi – **das Sporttourismus** və mədəni turizm* termininin alman dilində qarşılığı isə ***das Kulturtourismus*** isimidir. Mədəni turizmin məqsədi:

- ✓ Ziyarət edilən yerin mədəniyyətini, tarixini və həyatını öyrənmək və yaşamaq.
- ✓ Yalnız strukturları görmək deyil, o mədəniyyətin bir hissəsi olmaq.
- ✓ Müxtəlif mədəni təcrübələr əldə etmək.

*Müddəti təşkilatı formaya görə **Organisationsform** deməkdir, qadın cisidir (feminin) və artikeli die, cəmdə (Plural) die Organisationsformen.*

- ✓ **Die *Teilnehmerzahl,*** cəmdə (Plural) ***die Teilnehmerzahlen,***

Nəqliyyatın növünə görə turizmi iki növə ayrılır:

1. **Yerüstü nəqliyyat, yəni quru nəqliyyatı (*Oberflächen Transport, Trocken Transport)***

Yerüstü nəqliyyat avtomobil nəqliyyatı ***(der Autotransport***) və dəmiryolu nəqliyyatı ***(Eisenbahntransport)*** olaraq 2 yerə bölünür:

- ✓ Dəmiryolu turizmi ***(der Eisenbahntourismus)*** - turist qatarları bir qayda olaraq mərkəzi istilik, məcburi ventilyasiya və elektrik işiqlandırma sistemi olan tam metal konstruksiyalı kupe vaqonlarından formalaşdırılır. Dəmiryolu nəqliyyatı bir neçə üstünlüklərə sahibdir:

- ➢ Avtomobil nəqliyyatına nisbətən daha təhlükəsiz nəqliyyatdır
- ➢ Əksər Avropa ölkələrinin iri şəhərlərinin dəmir yolu vağzalları şəhər mərkəzində yerləşir;
  - ✓ **Dəmir yolu turizminin növləri *(Arten des Eisenbahn Tourismus):***
- ➢ **Lüks qatarlar və nostalji qatarlar *(Luxuszüge und Nostalgiezüge)***
- ➢ **Buxar qatarları ilə macəra turları (*Erlebnisreisen mit Dampfbahnen)***
- ➢ **Marşrut boyu təcrübələr (*Erlebnisse an der Strecke)***
  - ✓ **Su nəqliyyatı *(Wassertransport)***
- ➢ Su nəqliyyatı **qayıq *(das Boot)*, yaxta *(die Yacht),* gəmi *(das Schiff)*, bərə *(die Fähre),* motorlu gəmi *(das Motorschiff)*** və s. ilə həyata keçirilir. Turistləri tam kompleks xidmət ilə təmin edir. Konfortluğuna görə su nəqliyyatı digər nəqliyyat növlərindən istirahət və əyləncə üçün ümumi otaqların (musiqi, oxu və rəqs salonları, kino, konsert zalları, bar, gəzinti göyərtəsi və s.) xeyli miqdarda sərfəli olması ilə fərqlənir.
  - ✓ **Hava nəqliyyatı *(der Lufttransport*)**
- ➢ Hava nəqliyyatında **təyyarə *(das Flugzeug),* helikopter *(der Hubschrauber),* paraşüt *(der Fallschirm)*** və s. nəqliyyat vasitələrindən istifadə olunur.

Turizm sahəsinin bir çox növləri vardır. Bu terminlər alman dilində qarşılığı ilə bərabər aşağıda verilmişdi:

- ✓ **Ekskursiya *(der Ausflug)*** - 24 saata qədər olan səyahətə deyilir;
- ✓ **Macəra turizmi *(der Abenteuertourismus)*** -adrenalin və risk axtaranların cəlb edən xüsusi turizm ehtiyatlarla zəngin olan əraziləri əhatə edir;
- ✓ **Romantik turizm *(Romantischer Tourismus)*** - Paris, Roma, Venesiya, Milan, Kosta-Rika, Virciniya adaları, Qalapagos adaları, Maldiv adaları kimi bir çox mərkəzlər romantik turizm üçün əlverişlidir;
- ✓ **Kənd turizmi *(Ländlicher Tourismus)*** - kənd mühitində kompleks turist xidmət fəaliyyəti nəzərdə tutulur;
- ✓ **Aqroturizm *(Agrotourismus)*** - kənd turizminin bir növü olmaqla, turistlərin kənd həyat tərzinə cəlb edilməsidir;
- ✓ **Təhsil turizmi *(der Bildungstourismus)*** - təhsil almaq məqsədiylə ölkədaxili, yaxud ölkəxarici ərazilərə edilən səyahətlərdir. Bu müasir dövrdə daha çox inkişaf edib;

- ✓ **Tibbi turizm** ***(der Medizintourismus)*** – (müalicə-sağlamlıq turizmi) — tibbi müayinə və müalicə məqsədi daşıyan turizm fəaliyyətidir. Adından da məlum olan bu turizm sahəsinin Azərbaycandakı ən mühüm mərkəzlərinə Naftalan, Naxçıvan, Abşeron daxildir.Denyada isə ABŞ, Almaniya, İsrail kimi inkişaf etmiş ölkələr bu turizm sahəsinin inkişaf etdiyi ərazilərdir;
- ✓ **Etnik turizm** ***(Ethnischer tourismus)*** **-** qohumları görmək, özünün, valideynlərin, yaxud əcdadların vətənlərini öyrənmək məqsədiylə edilən səyahətlərdir. Etnik turizmə həm də **nostalji turizmi** ***(Nostalgietourismus)*** də deyilir. Etnik turizmə yaxın olan **Etnomədənimturizm** ***(Ethnokultureller Tourismus)*** də mövcuddur. Bu turizm sahəsində azsaylı xalqların yaşadıqları ərazilərə edilən səyahətlər nəzərdə tutulur.
- ✓ **Geoturizm** ***(der Geotourismus)*** — geoloji tədqiqatlarla bağlı turizm sahəsidir. Bu turizm sahəsində əsas obyektlər dağlar (vulkan), fosillər, mağaralar, kanyonlar hesab olunur;
- ✓ **Speleoturizm (*der Höhlentourismus)* -** mağaralar və yeraltı karst təbəqələrinə marşrut üzrə yürüşlərdir. Geoturizm ilə speleoturizm yaxın anlayışlar hesab etçək olar;
- ✓ **Konqres turizmi/Elm turizmi** ***(Congress tourism/ der Wissenschaftstourismus)***— müxtəlif mövzularda (tarix, tibb, kimya, turizm, biznes və s) təşkil olunan konqres, qurultay, müşavirə və s. tipli yığıncaqlarda iştirak etmək məqsədilə edilən səfərlərdir. Müasir dövrdə texnologiyanın inkişafı ilə virtual şəkildə həyata keçirilən konfransların sayı artır. Bu isə turist xərclərinin azalmasına səbəb olur;
- ✓ **İşgüzar turizm** ***(der Geschäftstourismus)*** **-** işlə bağlı səyahətlərdir. İşgüzar tədbirlərdə (görüşlər, seminarlar, konfranslar, konqreslər, sərgilər və s.) iştirak məqsədilə həyata keçirilən turizm;[9]
- ✓ **Ekzotik turizm** ***(Exotischer Tourismus)*** - gündəlik həyatda rast gəlinməyən qeyri-adi (flora-fauna, iqlim, müxtəlif xalqların mədəniyyətləri — geyim, mətbəx, memariyyə və s.) görmək üçün edilən səyahətlərdir;
- ✓ **Tarixi-arxeoloji turizm** ***(Historisch-archäologischer Tourismus)*** - tarix və tarixi abidələrin tədqiqi, öyrənilməsiylə bağlı turizm növüdür;
- ✓ **Dini turizm/İnanc turizmi** ***(Religiöser Tourismus/ der Glaubenstourismus*** [8]***)*** dini hökmləri yerinə yetirmək, dini abidələri ziyarət etmək və ya dinlərin müxtəlif dövr tarixlərini öyrənmək məqsədiylə edilən səyahətlərdir. Məkkə, Mədinə, Məşhəd, Vatikan, Qüds, Lxasa dini turizmin mərkəzlərindən hesab olunur;
- ✓ **İdman turizmi** ***(der Sporttourismus)*** (yarımnövlər:at sürmək ***(reiten)***, xizək sürmə ***(das Skifahren)***, qayıq sürmə ***(das Bootfahren)***, veloturizm ***(der Fahrradtourismus)*** mototurizm ***(der Motortourismus),*** qolf ***(das Golf)*** və s.) — müxtəlif idman yarışlarında iştirak etmək məqsədili səyahətlərdir;
- ✓ **Şop turizmi** ***(der Einkaufstourismus)*** - müxtəlif xarici ölkə və ya ölkədaxili ərazilərə müxtəlif məhsul almaq məqsədilə edilən səyahətləri əhatə edir;
- ✓ **Aktiv və passiv turizm** ***(Aktiver und passiver Tourismus)*** - xarici turistlərin və ya ölkə vətəndaşları olan turistlərin həmin regiona gəlişi aktiv turizm hesab olunur. Aktiv turizm ölkəyə və ya regiona pul (valyuta) gətirilməsi ilə müəyyən edilir. Bir ölkə vətəndaşlarının digər ölkəyə səyahəti və ya həmin regiondan olan turistlərin başqa yerlərə səfərləri passiv turizmdir. Passiv turizm - ölkədən və ya regiondan pul (valyuta) çıxarılması ilə müəyyən edilir.(9)
- ✓ **Kruiz turizmi** ***(der Kreuzfahrttourismus*** [8]***)*** yarımnövlər: dəniz və kruizi – teplaxodla,yəni motolu gəmi ilə həyata keçirilən turlardır;
- ✓ **Ekoturizm/Ekoloji turizm** ***(der Ökotourismus/ Ökologischer Tourismus*** [8]***)*** - təbiət turizminin bir forması kimi ətraf mühitə qayğı ilə bağlı turizm növüdür

- ✓ **Film turizmi** ***(der Filmtourismus)*** — film, televiziya verilişləri və ya başqa məqsədlərlə çəkiliş aparılan yerləri ziyarət etməyi hədəfləyən şəxslər üçün nəzərdə tutulan turizm növüdür;
- ✓ **Virtual turizm** ***(Virtueller Tourismus)*** - texnologiyanın inkişafı ilə birbaşa bağlı olan bu turizm sahəsində turistlər olduqları yeri fiziki olaraq tərk etmədən dünyanın hər yerinə (teatr, muzey, otel, kafe və s.) virtual olaraq səyahət edə bilərlər;
- ✓ **Kosmik turizm** ***(der Weltraumtourismus)*** yeni turizm sahələrindən biri hesab olunur, qiymətin digərlərinə nəzərən çox baha olması ilə seçilir;
- ✓ **Qumar turizmi** ***(der Glücksspieltourismus*** [8]***)***— qumar oynamaq məqsədilə edilən səyahətlərdir;
- ✓ **Ornitoloji turizm** ***(Ornithologischer Tourismus)*** - müxtəlif quş cinslərini müşahidə etmək məqsədilə edilən səyahətlərdir;
- ✓ **Qastronomik turizm** ***(Gastronomischer Tourismus)*** - turistlərin səyahət edilən ölkənin (yerin) ənənəvi və (və ya) innovativ kulinariya nümunələri və *qida* məhsulları, yerli *qida* istehsalçıları ilə tanışlığı, kulinariya festivallarında və digər oxşar tədbirlərdə iştirakı ilə müşayiət olunan turizm; [9]
- ✓ **Hərbi turizm** ***(der Militärtourismus)*** **-** Son illər dünyada hərbi münaqişələrin çoxalması ilə əlaqədar olaraq yaranmışdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. İ.Hüseynov, N.Əfəndiyev, "Turizmin əsasları" (dərslik), "Mars-Print" nəşriyyat-poliqrafiya müəssisəsi, Bakı-2017.
2. Sabir Rəhimov Turizm-ekskursiya işinin təşkili Bakı 2004
3. Die Zeit: Das Lexikon in 20 Bänden. Zeitverlag, 5. Band, Hamburg 2005, ISBN 3-411-17565-6.
4. Burkhart R. Lauterbach, Tourismus: Eine Einführung aus Sicht der volkskundlichen Kulturwissenschaft, 2006.
5. Vgl. Freyer, Walter 2006: Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. 8. Auflage. München, Oldenbourg.
6. Jörn W. Mundt, Einführung in den Tourismus, 1998.
7. Ursula Hermann, Knaurs etymologisches Lexikon, 1983.
8. https://www.duden.de
9. https://e-qanun.az 448VİQ-Turizm haqqında

Günel HƏBİBOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
müəllim
aliyeva.gunel@atmu.edu.az

TURİZM SEKTORUNDA MƏDƏNİ NİTQ VƏ ÜNSİYYƏTİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ

Xülasə: *Məqalədə turizm sektorunda mədəni nitq və ünsiyyətin əhəmiyyəti, onun xidmət keyfiyyətinə, milli kimliyin təbliğinə və ölkənin beynəlxalq imicinə təsiri araşdırılır. Qloballaşma şəraitində turizm işçilərinin peşəkar kommunikasiya bacarıqlarının inkişaf etdirilməsi, etik davranış normalarına əməl olunması və mədəniyyətlərarası ünsiyyət bacarıqlarının təkmilləşdirilməsi vacib amillər kimi göstərilir. Araşdırmada mövcud problemlər təhlil edilir və onların həlli üçün təlim proqramları, dövlət siyasətinin gücləndirilməsi, dil biliklərinin artırılması və texnologiyadan istifadə yolları irəli sürülür. Nəticədə vurğulanır ki, turizmdə mədəni nitq sadəcə xidmətin deyil, həm də milli-mənəvi dəyərlərin təşviqi üçün əsas vasitədir.*

Açar sözlər: *Azərbaycan dili, mədəni nitq, ünsiyyət, turizm, mədəniyyətlərarası dialoq, etik davranış*

IMPROVEMENT OF CULTURED SPEECH AND COMMUNCATION IN THE TOURİSM SECTOR

Abstract: *The article explores the importance of cultural speech and communication in the tourism sector, emphasizing their impact on service quality, the promotion of national identity, and the international image of the country. In the context of globalization, the development of professional communication skills, adherence to ethical behavior, and improvement of intercultural competence among tourism workers are highlighted as key factors. The study analyzes existing challenges and suggests solutions such as training programs, stronger state policies, language improvement initiatives, and the use of technology. It concludes that cultural speech in tourism serves not only as a tool for providing quality services but also for promoting national and moral values.*

Key words: *Azerbaijani language, cultural speech, communication, tourism, intercultural dialogue, ethical behavior*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КУЛЬТУРЫ РЕЧИ И КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Резюме: *В статье рассматривается значение культурной речи и общения в туристическом секторе, их влияние на качество обслуживания, продвижение национальной идентичности и международный имидж страны. В условиях глобализации особо подчеркивается необходимость развития профессиональных коммуникативных навыков, соблюдения норм этического поведения и совершенствования межкультурного общения сотрудников туристической сферы. В работе анализируются существующие проблемы и предлагаются пути их решения, включая учебные программы, усиление государственной политики, повышение уровня владения языками и использование технологий. Делается вывод, что культурная речь в туризме является не только средством предоставления качественных услуг, но и инструментом популяризации национальных и духовных ценностей.*

Ключевые слова: *азербайджанский язык, культурная речь, коммуникация, туризм, межкультурный диалог, этическое поведение*

GİRİŞ

Turizm sektoru sadəcə iqtisadiyyatın bir sahəsi deyil, eyni zamanda xalqın mədəniyyətinin, dilinin, davranış qaydalarının tanıdıldığı əhəmiyyətli bir platformadır. Müasir dövrdə qloballaşma və informasiya axınının sürətlənməsi ilə yanaşı, xalqlar arasında mədəni əlaqələrin rolu da əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır. Bu əlaqələrin əsasını isə qarşılıqlı ünsiyyət və mədəni təqdimat təşkil edir. Turizm bu baxımdan təkcə istirahət və əyləncə vasitəsi deyil, həm də ölkələrin mədəni potensialını nümayiş etdirdiyi mühüm sahədir. Bu sahədə fəaliyyət göstərən şəxslər isə bir növ mədəniyyət elçiləridir. Onların nitqi, davranışı və ünsiyyət tərzi ölkəmizin mədəni səviyyəsi və dəyərləri barədə ilkin və çox vaxt müəyyənedici təəssürat yaradır.

Mədəni nitq və effektiv ünsiyyət turizm xidmətinin keyfiyyətini birbaşa şəkildə müəyyən edir. Ziyarətçilərlə ilk təmasın keyfiyyəti onların ölkə haqqında formalaşdırdığı fikrə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Əgər bu təmas mehriban, nəzakətli və etik çərçivədə baş verərsə, turistin yaddaşında Azərbaycan haqqında müsbət iz buraxacaq. Əks halda isə, zəif və laqeyd münasibət turistin ölkə barədə mənfi rəy formalaşdırmasına səbəb ola bilər. Buna görə də turizm sahəsində çalışan şəxslərin mədəni nitqə və etik ünsiyyətə yiyələnməsi prioritet məsələdir.

Mədəni nitq həm də milli kimliyin qorunması və təbliği baxımından vacib vasitədir. Turistlər bir ölkəyə səyahət etdikdə, yalnız təbiət və tarixi abidələrlə deyil, oradakı insanlarla, onların dili, ünsiyyəti və gündəlik davranışları ilə də maraqlanırlar. "Ulu öndər Heydər Əliyev dilin milli kimliyin qorunmasında rolunu dəfələrlə vurğulamışdır" [1, s. 15]. Azərbaycan dilində səlis, nəzakətli və təsirli danışan turizm işçisi milli mədəniyyətimizin təbliğində birbaşa rol oynayır. Bu səbəbdən, turizmin inkişafı ilə paralel olaraq, mədəni nitqin və ünsiyyət bacarıqlarının təkmilləşdirilməsi zərurətə çevrilmişdir.

Mədəni nitqin təsiri: Xarici turistlərin ölkəmizlə bağlı ilk təəssürləri, qarşılanma anında yaranır. Bu anlarda turizm sektorunda çalışan personalın mədəni nitqdən istifadə etməsi, nəzakətli, anlayışlı, qürurlu və milli dəyərlərə sadiq bir ünsü formalaşdırması olduqca vacibdir. Mədəni nitq qarşılıqlı hörmətin, anlayışın və səmimiyyətin göstəricisidir. Turistlər, xüsusilə də fərqli mədəniyyətlərdən olan ziyarətçilər, qarşılandığı məkanda necə qarşılandıqlarına böyük əhəmiyyət verirlər. İfadə olunan sözlərin tonu, seçilən ifadələrin məzmunu və ümumi münasibət ölkə haqqında fikir formalaşdırır. Belə bir təqdimat sadəcə məlumat ötürməkdən daha artıqdır – o, dinləyicinin qəlbinə toxunur, yaddaşında qalıcı iz buraxır və ölkəyə bağlılıq hissini gücləndirir [2, s. 88].

Mədəni nitq həm də kommunikasiya prosesini asanlaşdırır. Bu nitq tərzi vasitəsilə yanlış anlaşılmaların qarşısı alınır, konfliktlərin yaranma ehtimalı azalır. Sözlərdəki nəzakət və uyğun ifadələr vasitəsilə turistə dəyər verildiyi hiss etdirilir ki, bu da onun məmnunluğunu artırır. Xüsusilə qeyri-verbal ünsiyyət elementləri - bədən dili, göz kontaktı, jestlər və mimika ilə müşayiət olunan mədəni nitq, turizm xidmətində keyfiyyətin artırılmasında mühüm rol oynayır.

"Turizm xidmətində mədəni nitq turistlərlə qarşılıqlı hörmət və etimadın yaranmasına səbəb olur [3, s. 47]."Bundan əlavə, mədəni nitq vasitəsilə turistlərə milli dəyərlər, adət-ənənələr, tarixi faktlar və mədəni irs haqqında məlumatlar aydın və cazibədar şəkildə təqdim olunur. Bu da onların Azərbaycan haqqında daha geniş və müsbət təəssürat əldə etməsinə imkan yaradır. Mədəni nitqin istifadəsi, eyni zamanda, turistin ölkədə keçirdiyi zamanın emosional dəyərini artırır, nəticədə həmin şəxsin yenidən ölkəyə dönmək istəyi formalaşa bilər.

Beləliklə, mədəni nitqin turizm sektorundakı təsiri həm iqtisadi, həm sosial, həm də mədəni sahələrdə özünü göstərir. Yaxşı nitq və ünsiyyət tərzi yalnız fərdi xidmət keyfiyyətini yüksəltmir, həm də ölkənin ümumi imicinə və beynəlxalq aləmdəki nüfuzuna müsbət təsir göstərir.

Ünsiyyət və davranış tərzi: Ünsiyyət insanların qarşılıqlı münasibətlərinin əsasını təşkil edən bir prosesdir. Turizm sektorunda isə bu proses daha da əhəmiyyətli bir məna kəsb edir, çünki burada ünsiyyət yalnız xidmətin təqdimatı deyil, həm də mədəniyyətin təbliği və

təmsilidir. Turizm işçilərinin hərəkətləri, danışıq tərzi, səs tonu, jest və mimikaları turistin yaddaşında dərin təəssürat buraxır. Davranış tərzi nə qədər nəzakətli, mədəni və diqqətli olarsa, xidmətin keyfiyyəti də bir o qədər yüksək qiymətləndirilir.

Effektiv ünsiyyət qarşılıqlı anlaşmanı təmin edir. Turistlərlə söhbət zamanı sadə, aydın və səmimi ifadələrdən istifadə etmək vacibdir. Qarşı tərəfi diqqətlə dinləmək, onun ehtiyaclarını başa düşmək və uyğun cavab vermək müasir turizm xidmətinin əsas tələblərindəndir. Bununla yanaşı, ünsiyyətdə empatiya qurmaq – yəni turistin yerinə özünü qoyaraq onun hiss və düşüncələrini nəzərə almaq – həm peşəkar, həm də insanı münasibətlərin təməlidir.

Bədən dili – yəni danışıqdan kənar qeyri-verbal ünsiyyət vasitələri də turizmdə böyük rol oynayır. Gülümsəmək, başla təsdiq etmək, açıq və səmimi göz təması yaratmaq turistin özünü xoş qarşılanmış hiss etməsinə səbəb olur. Əksinə, kobud baxışlar, əllərin sinədə çarpazlanması, laqeyd mimikalar isə narahatlıq və soyuqluq hissi doğura bilər. Bu baxımdan, turizm sahəsində çalışan hər kəs qeyri-verbal davranışlarının da daşıdığı mesajlara xüsusi diqqət yetirməlidir.

Ünsiyyət və davranış tərzinin mədəni kontekstdə düzgün qurulması da xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Fərqli ölkələrdən gələn turistlər fərqli ünsiyyət qaydalarına malik ola bilərlər. Məsələn, bəzi mədəniyyətlərdə birbaşa göz kontaktı hörmət əlaməti sayıldığı halda, digərlərində bu, aqressiya kimi qəbul edilə bilər. Bu səbəbdən turizm sahəsində çalışan şəxslər müxtəlif mədəniyyətlərin ünsiyyət norması barədə məlumatlı olmalı və davranışlarını ona uyğun tənzimləməlidirlər.

Nəticə olaraq, ünsiyyət və davranış tərzi turizm sahəsində xidmət keyfiyyətinin və turist məmnuniyyətinin əsas meyarlarından biridir. Bu sahədə bilik və bacarıqların inkişaf etdirilməsi, mədəni fərqliliklərə hörmətlə yanaşma, həmçinin şəxsi etik davranış normalarına əməl olunması ölkənin turizm imicinə də müsbət təsir göstərir.

Problemlər: Turizm sektorunda mədəni nitq və ünsiyyətin inkişafına mane olan bir sıra problemlər mövcuddur. Ən vacib çətinliklərdən biri bu sahədə çalışan işçilərin əksəriyyətinin peşəkar kommunikasiya bacarıqlarına malik olmamasıdır. Mədəni nitqə yiyələnmək üçün yalnız dil bilikləri deyil, həm də etik və sosial davranış qaydaları üzrə hazırlıq tələb olunur. Təəssüf ki, bəzi xidmət sahələrində bu biliklərə əhəmiyyət verilmir.

Digər ciddi problem, turizm obyektlərində və xidmət sektorunda çalışan şəxslərin yerli dildə kobud, anlaşılmaz və qeyri-nəzakətli ifadələrdən istifadə etməsi, turistlərə qarşı soyuq və formal münasibət göstərməsidir. Bu cür davranışlar təkcə turistlərin məmnunluğuna deyil, eyni zamanda ölkənin imicinə də mənfi təsir göstərir.

Regionlarda turizm sahəsində çalışanların çoxu ixtisaslı kadrlar olmadığından, onlar nəinki mədəni nitq, həm də ümumi ünsiyyət bacarıqları baxımından geridə qalırlar. Eyni zamanda, bəzi hallarda turizm müəssisələrində işçilərin yerli və xarici dillərdə danışıq səviyyələri qeyri-kafi olur, bu da turistlərlə effektiv kommunikasiya qurmaqda çətinlik yaradır.

Problemlər sırasında təlim və tədris proqramlarının yetərsizliyi də yer almaqdadır. Turizm və qonaqpərvərlik sahəsində tədris edilən fənlərdə mədəni nitq və etik davranış məsələləri ya ümumiləşdirilmiş şəkildə verilir, ya da praktik olaraq öyrədilmir. Bu səbəbdən yeni işə başlayan gənc turizm işçiləri real iş şəraitində bu bacarıqlara yiyələnməkdə çətinlik çəkirlər.

Digər bir mühüm problem isə mədəniyyətlərarası ünsiyyət bacarığının aşağı səviyyədə olmasıdır. Fərqli mədəniyyətlərdən gələn turistlərlə ünsiyyət zamanı mədəniyyət fərqlərinin nəzərə alınmaması və bəzən stereotiplərlə yanaşma müşahidə olunur. Bu, xidmətin keyfiyyətinə və qarşılıqlı anlaşmaya mənfi təsir edə bilər.

Nəhayət, turizm sahəsində mədəni nitq və ünsiyyətin təkmilləşdirilməsi istiqamətində sistemli dövlət siyasətinin olmaması da problemlərdən biridir. Bu sahədə bir çox təşəbbüslər olsa da, onların davamlılığı və geniş tətbiqi təmin edilmir.

Həll yolları: Turizm sektorunda mədəni nitq və ünsiyyətin təkmilləşdirilməsi üçün çoxşaxəli və sistemli yanaşmalar zəruridir. Bu sahədə görüləcək tədbirlər həm qısa, həm də

uzunmüddətli dövrü əhatə etməlidir. Aşağıdakı həll yolları bu istiqamətdə effektiv nəticələr vəd edir:

1. Təlim və tədris proqramlarının yaradılması və təkmilləşdirilməsi: Turizm sahəsində çalışan və çalışacaq şəxslər üçün mədəni nitq, etik davranış və ünsiyyət bacarıqları üzrə mütəmadi təlimlər keçirilməlidir. Bu təlimlər praktik tapşırıqlar, rol oyunu və real situasiyaların analizi formasında təşkil edilməli, iştirakçılara şəxsiyyətlərarası münasibətlərdə davranış kodeksi aşılanmalıdır.

2. Ali və orta ixtisas təhsili müəssisələrində yeni fənlərin tədrisi: Turizm ixtisası üzrə təhsil verən müəssisələrdə "Turizm etikası və kommunikasiya", "Mədəniyyətlərarası ünsiyyət", "Peşəkar danışıq və nitq mədəniyyəti" adlı fənlər kurikuluma daxil edilməlidir. Bu fənlər tələbələrdə ünsiyyət bacarıqlarının akademik və praktik səviyyədə formalaşmasına şərait yaradacaq.

3. Mədəniyyətlərarası fərqlərin öyrədilməsi: Fərqli millətlərdən olan turistlərlə ünsiyyətdə onların mədəniyyətinə hörmətlə yanaşmaq bacarığı formalaşdırılmalıdır. Bunun üçün regionlara uyğun olaraq turist profilləri tərtib olunmalı, əməkdaşlara bu profillərə uyğun davranış modelləri öyrədilməlidir.

4. Dil kursları və sertifikat proqramlarının təşkili: Turizm sahəsində çalışanların həm ana dili, həm də xarici dillər üzrə danışıq səviyyələrinin artırılması üçün dövlət və özəl sektorun birgə təşkilatçılığı ilə dil kursları açılmalı, bu kursların sonunda beynəlxalq səviyyədə tanınan sertifikatlar təqdim olunmalıdır.

5. Motivasiya və mükafatlandırma mexanizmlərinin tətbiqi: Mədəni nitq və etik ünsiyyət sahəsində fərqlənən əməkdaşlar maddi və mənəvi baxımdan mükafatlandırılmalı, onların təcrübəsi digərləri üçün nümunə olaraq göstərilməlidir. Bu, turizm işçilərinin motivasiyasını artıracaq və rəqabət mühiti yaradacaq.

6. Texnologiyadan istifadə: Rəqəmsal platformalarda (mobil tətbiqlər, vebinarlar, onlayn kurslar) mədəni nitq və ünsiyyət bacarıqları ilə bağlı resurslar və simulyasiyalar hazırlanmalı və turizm sektoruna açıq şəkildə təqdim olunmalıdır. Bu, resursların daha geniş auditoriyaya çatmasına imkan verəcək.

7. Təcrübə və mentorluq proqramları: Yeni işə başlayan turizm əməkdaşları üçün mentorluq proqramları tətbiq olunmalıdır. Təcrübəli əməkdaşlar öz bilik və təcrübələrini onlarla paylaşmalı, real iş şəraitində müşahidə və rəyvermə yolu ilə onların inkişafına töhfə verməlidirlər.

8. Dövlət siyasəti və qanunvericilik təşviqi: Mədəni nitq və etik davranış standartlarının tətbiqi ilə bağlı dövlət strategiyası hazırlanmalı, bu sahədə normativ sənədlər yenilənməli və monitorinq sistemi qurulmalıdır. Qanunvericilik səviyyəsində xidmət keyfiyyəti və dil mədəniyyəti ilə bağlı minimum tələblər müəyyən edilməlidir.

Bu tədbirlər həyata keçirildiyi təqdirdə, turizm sektorunda xidmət səviyyəsi yüksələcək, Azərbaycan haqqında müsbət təəssürat formalaşacaq və ölkəmizin beynəlxalq turizm bazarında rəqabət qabiliyyəti daha da artacaq.

NƏTİCƏ

Turizm sektoru mədəniyyətlərarası körpü rolunu oynayan, ölkənin daxili dəyərlərini və identikliyini xaricə daşıyan vacib bir sahədir. Bu səbəbdən, mədəni nitq və etik ünsiyyət təkcə turizm xidmətinin keyfiyyətini artırmaqla kifayətlənmir, eyni zamanda ölkənin beynəlxalq imicini formalaşdırır və turist məmnuniyyətinin əsas şərtlərindən biri kimi çıxış edir.

Araşdırmalar göstərir ki, turistlərin ölkəyə yenidən səyahət etmə qərarlarına xidmət keyfiyyətindən əlavə, göstərilən münasibət, nəzakətli davranış və ünsiyyət tərzi də birbaşa təsir göstərir. Məhz buna görə, mədəni nitq və etik ünsiyyət bacarıqları turizm strategiyalarının ayrılmaz tərkib hissəsi olmalıdır. Bu bacarıqlar turizm işçilərində formalaşmadığı halda, turizm sahəsinin potensialı tam şəkildə reallaşdırıla bilməz.

Eyni zamanda, dövlətin bu sahədə rolu danılmazdır. Qanunvericilik bazasının

təkmilləşdirilməsi, xidmət keyfiyyətinə dair standartların müəyyənləşdirilməsi, ictimai maarifləndirmə tədbirlərinin genişləndirilməsi və özəl sektorla əməkdaşlıq mexanizmlərinin gücləndirilməsi bu istiqamətdə əsas şərtlərdəndir [4, s. 38]. Özəl sektor, təhsil müəssisələri və qeyri-hökumət təşkilatları arasında qurulacaq əməkdaşlıq sayəsində bu istiqamətdə davamlı nəticələr əldə oluna bilər.

Azərbaycan xalqının qədim və zəngin mədəniyyəti, dilinin ahəngdarlığı və xalqımızın qonaqpərvərliyi bu sahədə böyük üstünlükdür. Sadəcə bu potensialı düzgün istiqamətləndirmək, onu peşəkar ünsiyyət və davranış normaları ilə dəstəkləmək lazımdır. Hər bir turizm əməkdaşı öz nitqi və davranışı ilə Azərbaycan haqqında təəssürat yaradır. Demək, turizm əməkdaşları sadəcə xidmət göstərən deyil, həm də milli kimliyi təbliğ edən şəxslərdir.

Nəticə olaraq demək olar ki, mədəni nitq və ünsiyyət bacarıqlarının inkişaf etdirilməsi turizmin davamlı inkişafı üçün əsas şərtlərdəndir. Bu bacarıqların təkmilləşdirilməsi ölkəmizin turizm sahəsində daha dayanıqlı, rəqabətqabiliyyətli və mədəniyyət yönümlü inkişafını təmin edəcək. Beləliklə, turizm sadəcə iqtisadi mənfəət gətirən sahə deyil, həm də milli-mənəvi dəyərlərin təşviqi üçün unikal platformaya çevriləcək.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Əliyev, H. (2004). Milli ideologiyamızın əsası – Azərbaycan dili. Bakı: Azərnəşr.
2. Əlizadə, R. (2018). Turizm sektorunda kommunikasiya bacarıqları. Bakı: Təhsil nəşriyyatı.
3. Hüseynov, N. (2016). Dil və ünsiyyət mədəniyyəti. Bakı: Elm və Təhsil.
4. Kazımova, A. (2022). Turizm və dil: Əməkdaşlıq və perspektivlər. Bakı: Müasir Nəşr.

Kazım QULİYEV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
müəllim
kazim.guliyev@atmu.edu.az

TURİZM TERMİNLƏRİNİN SİNXRON TƏRCÜMƏSİ ZAMANI TƏRCÜMƏÇİNİN ÜZLƏŞDİYİ ÇƏTİNLİKLƏR VƏ ONLARIN HƏLLİ YOLLARI

Xülasə: *Sinxron tərcümə zəhmət tələb edən bir işdir. Bu, şübhəsiz ki, öyrənilməsi ən çətin dil bacarıqlarından biridir. Sinxron tərcümə zamanı tərcüməçinin lüğətdə tanış olmayan ifadələri axtarmağa vaxtı olmur və zaman məhdudiyyətindən dolayı naməlum söz və ya ifadələri ən yaxşı şəkildə necə yenidən dinləyicilərə çatdırmaq barədə düşünməyə belə bir an olsa da, imkanı olmur. Məhz buna görə də tərcüməçinin cəld düşünmək və danışmaq bacarığı yüksək səviyyədə olmalıdır. Sinxron tərcüməyə başlanmamışdan əvvəl mütləq turizm terminlərini bir daha nəzərdən keçirtmək lazımdır.*

Açar sözlər: *dinləmə, əvəzlənmə, vaxt məhdudiyyəti, qavrayış*

DIFFICULTIES FACED BY TRANSLATORS DURING SIMULTANEOUS TRANSLATION OF TOURISM TERMS AND WAYS TO SOLVE THEM

Abstract: *Simultaneous interpreting is a demanding task. It is undoubtedly one of the most difficult language skills to learn. This is because during simultaneous interpreting, the interpreter does not have time to look up unfamiliar expressions in the dictionary, and due to time constraints, they do not have the opportunity to think about how best to re-deliver unknown words or expressions to the audience. That is why the interpreter must have a high level of quick thinking and speaking skills. It is essential to review tourism terminology before starting simultaneous interpreting.*

Key words: *listening, substitution, time limit, perception*

ТРУДНОСТИ, С КОТОРЫМИ СТАЛКИВАЮТСЯ ПЕРЕВОДЧИКИ ПРИ СИНХРОННОМ ПЕРЕВОДЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ, И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Резюме: *Синхронный перевод — это сложная задача. Это, несомненно, один из самых сложных языковых навыков для освоения. Во время синхронного перевода у переводчика нет времени искать незнакомые выражения в словаре, а из-за нехватки времени у него нет возможности подумать, как лучше донести до аудитории незнакомые слова или выражения. Именно поэтому переводчик должен обладать высокой скоростью мышления и навыками говорения. Перед началом синхронного перевода крайне важно изучить туристическую терминологию.*

Ключевые слова: *прослушивание, замена, регламент, восприятие*

GİRİŞ

Xarici dilin intensiv tədris metodunun əsas vəzifəsi ciddi vaxt məhdudiyyətləri altında xarici dili ünsiyyət və idrak vasitəsi kimi mənimsəmək, xarici dildə şifahi nitqi normal (təbii) və ya normal tempə yaxın başa düşmək bacarıqlarını inkişaf etdirmək. Xarici dilin öyrədilməsi 4 növ fəaliyyətdən ibarətdir: oxuma, danışma, yazma və dinləmə. Tələbə bütün bu fəaliyyət növlərinə sahib olmalıdır və yalnız bundan sonra onun xarici dildə bilik səviyyəsini qiymətləndirə bilərik. Dinləmə (latınca audire - eşitmə) - səsli mətnlərə qulaq asmaq onları

mənimsəmə və başa düşmək üçün (əsasən təhsil prosesində). "Dinləmək" termini ədəbiyyata amerikalı psixoloq Braun tərəfindən daxil edilmişdir. Dinləmə ünsiyyətin əsasını təşkil edir və şifahi ünsiyyətin mənimsənilməsi ondan başlayır. O, qavranılan səsləri fərqləndirmək, onları semantik komplekslərə inteqrasiya etmək, dinləyərkən yaddaşda saxlamaq, ehtimal proqnozunu həyata keçirmək və ünsiyyət situasiyasından asılı olaraq qavranılan səs zəncirini başa düşmək bacarığından ibarətdir. Bu halda qavrayış prosesi verilmiş dilə xas olan müəyyən normal tempdə baş verir. Dinləmə artıq ilkin mərhələdə mühüm yer tutmalıdır. Dinləmə bacarığı tərbiyyə, təhsil və inkişaf məqsədlərini həyata keçirməyə imkan verir. Bu, tələbələrə nitqin səsini diqqətlə dinləməyi öyrətməyə imkan verir, yəni nitqə qulaq asıb başa düşmək qabiliyyətini inkişaf etdirir. Dinləmə yaddaşın və ilk növbədə, xarici dil öyrənmək üçün çox vacib olan eşitmə yaddaşının inkişafına müsbət təsir göstərir. Metodoloji ədəbiyyatda müzakirə edilən ən çox yayılmış bilik növü insanların şəxsi təcrübədən və öyrənmə yolu ilə əldə etdikləri dünya haqqında əsas biliklərdir. Metodoloji ədəbiyyatda müzakirə edilən ən çox yayılmış bilik növü insanların şəxsi təcrübədən və öyrənmə yolu ilə əldə etdikləri dünya haqqında əsas biliklərdir. Bu bilik növü dinləmə bacarıqlarının inkişafı üzərində işləyən tələbələrə məlumatı iyerarxik şəkildə emal etməyə imkan verir, burada anlayışdakı boşluqlar verilmiş mövzu haqqında əvvəlki təcrübədən bildikləri məlumatla doldurulur. İerarxik metoddan istifadə edərək qavrayışı asanlaşdırmaq üçün dil və nitq sistemi haqqında biliyə sahib olmaq həyati əhəmiyyət kəsb edir [4, s. 705-706]. Tələbələrin ingilis dili sistemini bilməsi nitqin uğurlu başa düşülməsi üçün mühüm amildir. Bu biliklərin aspektlərdən biri fonoloji bilik və ya ingilis dilinin səsləri haqqında bilikdir ki, bu da onun qavranılmasına əhəmiyyətli dərəcədə kömək edir. Ayrı-ayrı səs elementləri səviyyəsində tələbələr sait və samitlərin necə birləşərək söz əmələ gətirdiyini bilməlidirlər. Fərdi səslərdən kənara çıxan səviyyədə tələbələr ingilis dilində mövcud olan vurğu və intonasiya növləri haqqında bilməlidirlər. İngilis dilinin özəlliyi ondan ibarətdir ki, yazılı formada sözü tanımaq biliyi və bacarığı çox vaxt tələbənin onu danışıq dilində tanıya biləcəyinə zəmanət vermir. Əgər tələbə hər hansı səbəbdən müəyyən sözü səhv tələffüz edirsə, bu, onun dinləyib-anlama qabiliyyətinə təsir edir və xüsusilə dilin tempi sürətləndirilirsə, onu çətinləşdirir. Bundan əlavə, əgər tələbələr sözlər qruplaşdırılıb birlikdə danışılarkən temp, ritm və intonasiya ilə tanış deyillərsə, onlar hər sözü ayrıca eşitməyi gözləyə bilərlər [3, s.225]. Eşitdiklərini effektiv şəkildə dərk etmək üçün tələbələr mənanın sintaktik şəkildə necə təmsil olunduğuna dair öz biliklərinə əsaslanmalıdırlar. Xüsusilə gündəlik və qeyri-rəsmi nitqin yazılı nitqdən fərqli təşkili var. Onlar danışıq qrammatikasından istifadə etməklə təşkil edilir, o cümlədən ellips (Tea? əvəzinə Would you like some tea?), ayırıcı suallar (That cannot be, can it?) [1, s.141]. Üstəlik, təbii dil çox vaxt natamam ifadələri, təkrarları və təfərrüatları ehtiva edir. Tələbələrin qrammatika və danışıq dilinin xüsusiyyətləri haqqında bilikləri onların orijinal xarici nitqi qavramasına kömək edəcəkdir. Lüğətin genişləndirilməsi tələbələrin xarici dili dinləyib qavramalarına da təsir edə bilər və tələbələr yaxşı bilirlər ki, dinləmə bacarıqlarının daha yaxşı və məhsuldar inkişafı üçün onların lüğət ehtiyatlarını daim genişləndirmək lazımdır. Təcrübə göstərir ki, kifayət qədər yüksək səviyyədə dinləmə bacarıqları yaratmaq üçün tələbə təxminən 6 min lüğət vahidinə bərabər olan "dinləmə lüğətini" mənimsəməlidir. Bu lüğətin xüsusi bir növüdür, onun bilikləri təkcə əslində tanış, orijinal sözlər vasitəsilə deyil, həm də söz əmələ gəlmə qaydalarını bilməklə həyata keçirilir. Gündəlik ifadələrin və deyimlərin mənalarını öyrənməklə bağlı problemlərin qarşısını almaq üçün tələbələr onlarla tanış olmaq üçün vaxt ayırmalıdırlar. Bu, onlara bütövlükdə eşitdiklərini daha yaxşı başa düşməyə imkan verəcəkdir. Adətən, xarici dil mühitində ünsiyyət (və buna görə də dinləmə) mağaza, xəstəxana, iş yeri və s. kimi müxtəlif yerlərdə baş verir. Bu kontekstlərin hər birində hədəf dilin linqvistik mühitində

olan tələbə ünsiyyət zamanı istifadə olunan müxtəlif nitq növləri və ya xüsusi lüğətlə qarşılaşa bilər. Bu kontekstlərin hər birinin özünəməxsus xüsusiyyətləri və strukturu var, ona görə də bu nitq amilləri haqqında bilik və anlayış xarici nitqin dinləyərək başa düşülməsini əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdıra bilər. Mühazirələr kimi birtərəfli dinləmə kontekstində tələbələrin mühazirənin necə başladığını, necə açıldığını və bitdiyini bilmək çox faydalıdır. Onlar həmçinin mühazirənin daha yaxşı başa düşülməsi üçün sözdə nitq markerləri ilə tanış olmalıdırlar. Məsələn, next (növbəti) və on the other hand (digər tərəfdən) nitq markerləri mühazirənin açılması prosesini daha yaxşı başa düşməyə və mühazirə suallarının digər aspektlərinin müzakirəsinə keçməyə kömək edəcəkdir [2, s.345]. Digər ümumi növ janrların və ya ünsiyyət hadisələrinin (məsələn, radio və ya televiziya xəbərləri, elanlar, müsahibələr və s.) strukturu haqqında biliklər də dinləmə zamanı tələbələrə əhəmiyyətli dərəcədə kömək edəcəkdir. Tədqiqatçı M. Rost [5, Introducing listening, s 160-172] qeyd edir ki, dinləyənlər "yalnız deyilən sözləri başa düşmək deyil, həm də hər bir ifadənin funksiyasını başa düşmək niyyətindədirlər". Məsələn, həmsöhbət nəzakətlə razılaşmaya və ya inamsızlığını ifadə edə bilər. Belə məqamları başa düşmək çox vaxt eşidilən şeyin düzgün başa düşülməsi üçün həlledici rol oynayır, xüsusən də dinləyici kommunikativ prosesdə fəal iştirak edir və eşidilənlərə cavab vermək lazımdır. İngilis dilində müxtəlif mənşəli insanlar danışdığı üçün tələbələr həm də ünsiyyət qurduqları insanlar üçün məqbul olan dildən istifadənin sosial-mədəni qaydalarını bilməlidirlər. Bu, bəlkə də praqmatik dil inkişafının ən çətin aspektidir və bu prosesdə tələbələr auditoriyadan kənarda tapa biləcəkləri resurslara etibar etməlidirlər. Eyni zamanda, bu, müəllimin vəzifəsidir, o, tələbəyə dinləmə bacarıqlarını təkmilləşdirmək üçün bütün lazımi tövsiyələri verməlidir. Canlı nitqi başa düşmək üçün lazım olan bacarıqları inkişaf etdirmək üçün tələbələri orijinal mətnlərlə tanış etmək lazımdır. Bunlar bədii filmlərin, televiziya şoularının, dialoqların və sair fraqmentlər ola bilər. Şifahi nitqin qavranılması üzrə fəaliyyətin effektiv olması üçün müəllim dinləmə üçün müəyyən meyarlara cavab verməli olan materialı düzgün seçməlidir:

- qısa olmalıdır (dinləmə müddəti iki-üç dəqiqə);
- istifadə olunan dil orijinal olmalıdır;
- danışıq sürəti normal nitq sürətinə uyğun olmalıdır;
- mətnin məzmunu tələbələr üçün maraqlı və həvəsləndirici olmalıdır;
- əgər video ardıcıllığından istifadə edilirsə, onda vizual effektlər kifayət qədər birmənalı olmalıdır ki, tələbələr natiqlərin davranışından, jestlərindən, mimikalarından və s.-dən ifadənin məzmunu haqqında nəticə çıxara bilsinlər.

Mətnləri dinləmək üçün təqdim etməyin iki yolu var:

• dinləmədən əvvəl tələbələri yeni lüğətlə tanış etdikdə;
• tələbələr əvvəlcədən hazırlıq görmədən yeni mətni dinlədikdə.

Bu və ya digər metodu seçərkən aşağıdakı amilləri nəzərə almalıyıq: dinləmək üçün mətnin mürəkkəblik səviyyəsi, tələbələrin hazırlıq səviyyəsi, həmçinin özümüzə hansı vəzifələr qoyduğumuz, dinləməkdən nəyə nail olmaq istəyirik. Birinci üsul tələbənin işini asanlaşdırır və materialın daha passiv qavranılmasına səbəb olur. Tələbələrin dinləmə bacarıqlarının inkişafı aşağı səviyyədə olduqda (biz onlarda bu bacarıqları inkişaf etdirməyə çalışdıqda) və mətni tələbənin maksimum başa düşməsinə nail olmaq istəyiriksə, bu üsuldan ən yaxşı şəkildə istifadə olunur. Mətni dinlədikdən sonra tələbələrə dinləmə bacarıqlarını nümayiş etdirə biləcəkləri tapşırıqlar təklif edilməlidir. Bu ola bilər:

• mətnin məzmunu ilə bağlı suallara ətraflı cavablar;
• mətndən cümlələrin əlavə edilməsi;

• ifadə olunan fikrin mətnin məzmununa uyğunluğu haqqında bəyanat;
• Mətnin tərcüməsi;
• verilmiş mətndə çoxmənalı sözün mənasının izahı,
• yeni sözlərin sinonimlərinin seçilməsi.

İkinci üsul toplanmış biliklərə əsaslanaraq nitq anlayışını gücləndirməyə yönəlmişdir. Burada əsas məqsəd ayrı-ayrı tanış olmayan sözlərə diqqət yetirmədən mətnin məzmununu ümumi şəkildə başa düşməkdir. Mətnin başa düşülməsini yoxladıqdan sonra müəllimlər tələbələrin qavramalı olduğu yeni sözləri vurğulamaq, yazmaq və mənasını izah etmək üçün mətni bir daha səsləndirə bilərlər.

Dinləmə ingilis dilinin müasir metodlarında ən aktual mövzulardan biridir, çünki dinləmədən şifahi ünsiyyət mümkün deyil. Dinləmə bacarıqlarının düzgün qiymətləndirilməməsi tələbələrin dil hazırlığına son dərəcə mənfi təsir göstərə bilər. Eyni zamanda dinləmə nitq, oxuma və yazmağın mənimsənilməsini asanlaşdırır. Danışıq fəaliyyətinin bir növü kimi dinləmənin kommunikativ xüsusiyyəti xarici dilin tədrisinin bütün mərhələlərində dominant rol oynayır və xarici dilləri bilmə səviyyəsinə daim artan tələblər müasir müəllimdən dinləmə tapşırıqlarını təhsil prosesinə daxil etməyi tələb edir.

Ümumiyyətlə, xarici dilin dinləmə bacarığının inkişaf etdirilməsində bir neçə əsas məqamlara xüsusi fikir vermək tövsiyyə olunur:

- Nəyə qulaq asdığınızı bilmək.

Xarici dildə dinləmə bacarıqlarını təkmilləşdirməyin qarşısındakı ən böyük maneələrdən biri öz qavrayışlarımız ola bilər. Məsələn, ən zərərli qavrayışlardan biri eşitdiyiniz hər şeyi başa düşməli olduğunuz fikridir.

- Dilin dinləmə məqsədlərini təyin etmək.

Məqsədlər irəliləyiş əldə etməyinizə kömək edəcək və onlara çatdığınız zaman dinləmə qabiliyyətinizdə daha inamlı hiss edəcəksiniz. Siz bütün söhbəti başa düşmək kimi böyük məqsədlər qoya bilərsiniz, lakin siz həqiqətən kiçik, asanlıqla əldə edilə bilən məqsədlərə diqqət yetirmək istəyirsiniz.

- Cari səviyyənizdən bir qədər yuxarı olan audio seçmək.

Bu, yeni şeylər öyrənmək üçün kifayət qədər stimullaşdırıcı olmalıdır, lakin çaşqınlıq və ya məyusluqla nəticələnəcək qədər çətin olmamalıdır.

- Aktiv dinləməni məşq etmək

Dilin dinləmə bacarıqlarını inkişaf etdirməyin ən vacib yollarından biri aktiv dinləmə təcrübəsidir. Bu o deməkdir ki, bütün diqqəti öyrənmək üçün istifadə etdiyiniz audio materiala verməlisiniz.

- Passiv dinləmədən istifadə etmək

Mütləq aktiv dinləməyə üstünlük vermək lazımdır, lakin bu o demək deyil ki, bəzi passiv dinləmələrə laqeyd yanaşasınız. Passiv dinləmə də faydalı ola bilər.

- Dinləməni və oxumağı bir yerdə etmək

Bu, transkriptləri və alt yazıları oxumağa kömək edir. Araşdırmalar, oxumağın dinləməkdən daha çox dinləmə bacarıqlarını inkişaf etdirmək üçün daha təsirli olduğunu göstərib.

- Şifahi nitqi daha çox təcrübədən keçirtmək

Oxumaq kimi, dinləmə və danışma arasında "çarpaz təlim" sizi daha səlis danışan, eləcə də daha effektiv dinləyici edəcək.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Carter R., McCarthy M. (1995).Grammar and the spoken language. Applied linguistics, 16(2), 141-158.

2. Floerdew J., & Mille, L. (1995). On the notion of culture in L2 lectures. TESOL Quarterly, 29(2), 345-373.

3. Goodwin J. (2005). The power of context in teaching pronunciation. In J. Frodesen & C. Holten (Eds.), The power of context in language teaching and learning (pp.225-236). Boston, MA: Heinle.

4. Marianne Celce-Murcia, Donna M. Brinton, Marguerite Ann Snow. (2014). Teaching English as a second or Foreign language. 4th edition. 2014. National Geographic learning. p.705-706

5. Rost M. Introducing listening. London, UK: Penguin English Applied Linguistics. p. 160-172)

Aynur HÜSEYNOVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
müəllim
huseynova.aynur@atmu.edu.az

ŞİFAHİ NİTQ BACARIQLARININ FORMALAŞDIRILMASI ÜSULLARI

Xülasə: *Şifahi nitq bacarıqlarının inkişafı dil öyrənmə prosesinin əsas komponentlərindən biridir və digər nitq bacarıqları ilə sıx bağlıdır. Kommunikativ təmayüllü şifahi nitq təlimi şagird və tələbələrin tədris prosesində xarici dili uğurla öyrənməsini təmin edən, xüsusi inam yaradan, didaktik münasibətləri meydana çıxaran aktiv qarşılıqlı əlaqəni nəzərdə tutur. Şifahi nitq eyni zamanda məzmunun düzgün və dəqiq ötürülməsinə, müzakirə olunan mövzunun – problemin məzmunundan emosional həyəcan yaratmağa, xarici dil bilən şəxslərlə fərdi və kollektiv ünsiyyətə həvəsləndirməyə, şifahi nitq prosesinə cəlb olunmuş şəxslərin mənəvi və intellektual baxımından zənginləşməsinə, şəxsi, ictimai və kütləvi ünsiyyətin formalaşmasına, pauzalarla, mimika və əl hərəkətləri ilə bağlı paralinqvistik bilik və bacarıqların formalaşmasına kömək etməlidir. Müasir dil tədrisi eyni zamanda innovativ metodlar və informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının inteqrasiyasını tələb edir. Tədqiqatın məqsədi müasir innovativ metodlardan istifadə etməklə şifahi nitq bacarıqlarının formalaşdırılması və inkişafı üçün metodik yanaşmaları araşdırmaq və praktik tövsiyələr təqdim etməkdir.*

Açar sözlər: *xarici dillərin tədrisi metodikası, şifahi nitq, müasir innovativ metodlar, kommunikativ bacarıq, dialoq, anlama və ifadəetmə, interaktiv texnologiyalar, qrup məşğələləri*

METHODS FOR DEVELOPING ORAL SPEECH SKILLS

Abstract: *The development of oral speech skills is a fundamental component of the language learning process and is closely interconnected with other linguistic abilities. Communicatively oriented oral speech training emphasizes active interaction between learners, fostering successful foreign language acquisition, building trust, and establishing didactic relationships. Oral speech should also support accurate and effective transmission of content, evoke emotional engagement with the topic under discussion, promote individual and collective communication among speakers of a foreign language, contribute to the spiritual and intellectual enrichment of participants, facilitate the development of personal, public, and mass*

communication skills, and enhance paralinguistic competencies such as the use of pauses, facial expressions, and hand gestures. Contemporary language teaching further requires the integration of innovative methods and information and communication technologies. This study aims to examine methodological approaches for the formation and development of oral speech skills through modern innovative methods and to provide practical recommendations for their implementation.

Keywords: *foreign language teaching methodology, oral speech, innovative methods, communicative skills, dialogue, comprehension and expression, interactive technologies, group exercises*

МЕТОДЫ ФОРМИРОВАНИЯ НАВЫКОВ УСТНОЙ РЕЧИ

Резюме: *Развитие навыков устной речи является одним из основных компонентов процесса изучения языка и тесно связано с другими речевыми навыками. Коммуникативно-ориентированное обучение устной речи предполагает активное взаимодействие учащихся, что обеспечивает успешное изучение иностранного языка, формирует доверие и выстраивает дидактические отношения. Устная речь должна способствовать точной и корректной передаче содержания, вызывать эмоциональный отклик на обсуждаемую тему, стимулировать индивидуальное и коллективное общение со знающими иностранный язык, способствовать духовному и интеллектуальному обогащению участников, формированию навыков личной, публичной и массовой коммуникации, а также развитию паралингвистических умений, связанных с паузами, мимикой и жестами. Современное обучение иностранным языкам также требует интеграции инновационных методов и информационно-коммуникационных технологий. Цель данного исследования – изучить методические подходы к формированию и развитию навыков устной речи с использованием современных инновационных методов и предложить практические рекомендации.*

Ключевые слова: *методика обучения иностранным языкам, устная речь, современные инновационные методы, коммуникативные навыки, диалог, понимание и выражение, интерактивные технологии, групповые упражнения*

GİRİŞ

Ümumiyyətlə, danışıq – duyğu, düşüncə və hər cür istəyi qarşı tərəfə izah etmə və ötürmə fəaliyyətidir [15, s.47]. Dil öyrədilməsində bütün bacarıqların inkişaf etdirilməsi, fərdin dili hansı səbəbdən öyrənməsindən asılı olmayaraq, onun həm şəxsi inkişafına, həm də cəmiyyətə uyğunlaşmasına mühüm töhfə verir ki, bu baxımdan danışıq bacarığı xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Bundan əlavə, dil öyrənmənin əsasında ünsiyyət məqsədinin dayandığını nəzərdən qaçırmaq olmaz. Bu çərçivədə anlama və ifadəetmə bacarıqları ön plana çıxır: anlama bacarıqlarına dinləmə və oxuma, ifadəetmə bacarıqlarına isə yazma və danışıq daxildir. Bəzi tədqiqatçılar [17, s.87)] şifahi nitq (danışıq) bacarığının bütün nəzəri biliklərin bütöv şəkildə praktikaya çevrilməsi baxımından geniş şəkildə araşdırılmalı və üzərində dayanılmalı olduğunu vurğulayırlar.

Anlama və ifadəetmə bir proses olmaqla yanaşı, bir-birini tamamlayan məfhumlardır. Buna görə də bütün bacarıqların vahid şəkildə nəzərə alınması, həm dil tədrisi tətbiqlərində, həm də həmin tətbiqlərin ölçmə və qiymətləndirmə mərhələlərində olduqca faydalı dır. Lakin hər bir təhsil mühitində olduğu kimi, öyrənən, material, metod kimi amillərlə yanaşı, müəllimlərin səriştələri də dil tədrisi mühitinin mühüm ünsürlərindən biridir. Müəllimlər nəzərdə tutulan dərs tətbiqlərini təşkil edən, şagird və tələbələrə motivasiya verən və dərs nəticələrinə uyğun ölçmə və qiymətləndirmə aparan şəxslər olaraq olduqca kritik mövqedə dayanırlar [16].

Xarici dilin öyrədilməsi, öyrənənlərin dörd əsas dil bacarığını mənimsəməsi ilə yanaşı,

hədəf dildə səmərəli ünsiyyət qura bilmə bacarığını da tələb edir. Bu baxımdan şifahi nitq (danışıq) bacarığı xarici dil öyrənənlər üçün mühüm amildir və Avropa Ümumi Dil Çərçivəsində də vurğulandığı kimi həm şifahi ifadə, həm də sərbəst və axıcı dialoq qurmaq bacarığı xüsusi əhəmiyyət kəsb edir [9]. Şagird və tələbələrin bu bacarıqları inkişaf etdirməsində yalnız şəxsi səyləri deyil, eyni zamanda müəllimlərin münasibəti, metod seçimi və istiqamətləndirməsi də həlledici rol oynayır. Bundan başqa, xarici dil imtahanlarında şifahi nitq (danışıq) bacarığının ölçülməsi zamanı müəllimlərin tətbiq etdiyi imtahan strategiyaları və qiymətləndirmə yanaşmaları tələbələrin motivasiyası və uğuru üzərində birbaşa təsir göstərir [16].

Problemin əhəmiyyəti və məqsədi:

Xarici dil tədrisində nəzərdə tutulan öyrənmə nəticələri, adətən, öyrənənlərin ehtiyacları çərçivəsində müəyyənləşdirilsə də, demək olar ki, bütün xarici dil imtahanlarında şifahi nitq (danışıq) bacarığı qiymətləndirilir və bu qiymətləndirmələrə müəllim mənbəli subyektiv amillər də daxil ola bilir. Bu tədqiqatda dil müəllimlərinin şagird və tələbələrin şifahi nitq (danışıq) bacarığını inkişaf etdirməkdə və qiymətləndirməkdə hansı rola sahib olduğu, hansı innovativ üsullardan istifadə etməli və bu mövzuda nələrə diqqət edilməli olduğu müzakirə edilmişdir. Xarici dil müəllimləri şifahi nitq (danışıq) bacarığının formalaşdırılması, inkişaf etdirilməsi və qiymətləndirilməsində olduqca mühüm mövqeyə sahibdirlər. Bu çərçivədə alt problemlər aşağıdakılardır:

• Xarici dillərin tədrisində şifahi nitq bacarıqlarının formalaşdırılması və inkişaf etdirilməsinin yeri nədir?

• Xarici dil müəllimləri şifahi nitq (danışıq) bacarığını inkişaf etdirməyə yönəlik tətbiqləri apararkən nələrə diqqət etməli, hansı üsullardan istifadə etməlidirlər?

• Xarici dil müəllimləri şifahi nitq (danışıq) bacarığını ölçmə və qiymətləndirməyə yönəlik tətbiqləri apararkən nələrə diqqət etməlidirlər?

Metodoloji baza:

Tədqiqat predmetinin spesifikliyi və qoyulmuş tapşırıqlar istifadə olunan metodların dairəsini müəyyən etmişdir. Belə metodlar aşağıdakılardır:

• Təhlil, sintez, ümumiləşdirmə və sistemləşdirmə metodları – tədqiqatın əsas metodları;

• Empirik analiz – pedaqoji müşahidə metodu.

ƏDƏBİYYATIN İCMALI

Mövzu üzrə həm Azərbaycan, həm də xarici dildə yazılmış ədəbiyyatın təhlili bu istiqamətdə bir sıra metodoloji və praktik tövsiyələrin mövcudluğunu göstərir. Belə ki, azərbaycanlı alimlərdən N.Abdullayev [2], V.Qurbanov [6], A.Babayeva [3], İ.Kazımov, R.Məmmədova [5], S.Abbasova. P.Paşayeva [1], N.Babayeva [4] və başqa məlliflərin əsərlərində daha çox nitq mədəniyyəti və üslubiyyatın nəzəri əsasları, müxtəlif tapşırıqlar vasitəsilə nitq vərdişlərinin inkişaf etdirilməsi, şagirdlərdə nitq mədəniyyətinin formalaşdırılması yolları, onun psixoloji xüsusiyyətləri, xarici dil təlimi zamani tələbələrin şifahi nitq bacarıqlarını kulturoloji aspektdə formalaşdiran amillər və s. məsələlər araşdırılmışdır.

Dil tədrisində müəllimlərin demək olar ki, hər mərhələyə təsir edən kritik mövqedə olmaları, ünsiyyət proseslərinin vasitəçisi olaraq şifahi nitq (danışıq) bacarığının inkişafında isə istiqamətləndirici rol oynamaları onların üzərinə mühüm məsuliyyətlər qoyur. Bu məsələ xüsusilə Türkiyə tədqiqatçılarının əsərlərində vurğulanmışdır [11; 16; 17]. Bu tədqiqatlarda həmçinin danışıq dilinin üsul və modelləri, xarici dillərin tədrisində yeni üsullar və s. mövzulara toxunulur.

Rusiyalı alimlər E.A.Ştexman, Y.A.Melnik, O.İ.Alferova [18], O.L.Zabolotneva, İ.B.Kojuxova [19], O.Myasnikova, N.Perjan [20], L.Yusupova, A.Kabanov [21] və başqalarının əsərlərində xarici dillərin tədrisi metodikası, situativ tapşırıqların yerinə yetirilməsi, şifahi nitq bacarıqlarının inkişafında innovativ yanaşmalar və müasir təcrübələr, tədris prosesinin optimallaşdırılması və s. məsələlər araşdırılmışdır [19].

İranlı alimlər M.Bageri və Z.Mohamadi Zenuzag tələbələrin kompüter vasitəsilə aparılan ünsiyyət və danışıq praktikası ilə müəllimlərlə birbaşa dialoqa daxil edilməsini vurğulayırlar Müəliflər qeyd edir ki, kompüter vasitəsilə ünsiyyət tələbələrin kommunikativ müstəqilliyini artırır və müəllimin dərs prosesinə müdaxiləsini azaldır [7].

İndoneziyalı tədqiqatçı N.Ponsapan yeniyetlərdə debat texnikasının şifahi nitq bacarıqlarının inkişafına təsirini statistik metodlarla araşdırır [12]. Statistik məlumatlar göstərir ki, müxtəlif rolları əhatə edən debatlar şifahi bacarıqların inkişafı üçün effektiv üsuldur.

Böyük Britaniya və Belçika alimləri S.Kölnsi, K.Vassar, B.Blondo, L.Kertiyens aşağı sinif şagirdlərinin nitq bacarıqlarının özünüqiymətləndirməsini araşdırıblar [8]. Nəticələr göstərir ki, bu yanaşma danışmağa motivasiyanı artırır və stress səviyyəsini azaldır.

M.M.Rahman yetkin yaşlı şagird və tələbələrin yüksək səviyyəli şifahi nitq bacarıqlarını sosio-linqvistik kompetensiya ilə əlaqələndirir [13]. Yüksək səviyyəli şifahi dil bacarıqlarının inkişafı bəzi hallarda müəyyən məqsədlərlə əlaqələndirilir: səviyyə imtahanlarına hazırlıq (CAE, CPE, IELTS, TOEFL) və ya spesifik sahədə ünsiyyət (məsələn, turizm, aviasiya, iqtisadiyyat) [14].

Təhlil

Şifahi nitq (danışıq) bacarıqlarının formalaşdırılması və inkişafı prosesində klassik yanaşmada müxtəlif tədris vasitələri aktiv şəkildə istifadə olunur (prezentasiyalar, mətnlər, fotolar və s.). İnnovativ yanaşmada isə əsas vurğu birbaşa tədris prosesinə edilir. Öyrənənlərə proqram materialı ilə işləmək üsulları və biri-biri ilə qarşılıqlı əlaqə sistemi təqdim olunur. Beləliklə, öyrənənlərin kompleks inkişaf texnologiyası təşkil edilir. Öyrənənlər metodik yenilikləri sürətlə və keyfiyyətli şəkildə mənimsədikdən sonra tapşırıqları və nitq situasiyalarını müstəqil şəkildə yaratmaq və fərdi qaydada praktiki şəkildə işləmək imkanı əldə edirlər. Nəticədə öyrənənlər yalnız maraqlı və bilikartırıcı tapşırıqlar hazırlamır, həm də görülmüş işə nəzarət edir, qiymətləndirmə aparır və öz nailiyyətlərini müəyyən edən meyarlar yaradırlar [19].

O.V.Myasnikova və N.N.Perjan innovativ tədris yanaşmaları barədə yazır, xüsusən də xarici dillərin öyrədilməsində müasir kompüter texnologiyalarının geniş spektrdə tətbiq imkanlarına diqqət yetirirlər [20]. İnternetdə Lingualeo, BBC Learning English, Puzzle-English və digər resurslar təqdim olunur. Müəlliflər Moodle platformasında təcrübələrini paylaşırlar. Məsələn, "Forum" elementi diskussiyaların mövzu üzrə təşkilinə imkan verir. Öyrənənlər yeni mövzunu mənimsəməli və nəzəri biliklər əsasında praktiki materialda tətbiq etməlidir. Bu zaman öyrənənlərin müəyyən alqoritm üzrə işləmək bacarığı qiymətləndirilir. Diskussiyaya istənilən vaxt qoşulmaq, əvvəlki müzakirələri və cavabları izləmək imkanı öyrənənlər üçün psixoloji komfort yaradır, xüsusən də özünəinamı az olan tələbələr üçün, çünki burada birbaşa ünsiyyət istisna edilir [20].

Məqalə müəllifləri bu problemin həlli üçün tələbələrin yaradıcı fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsi və interaktiv xarici dil tədrisi üsullarından istifadə olunmasını təklif edirlər. Bu üsullara aşağıdakılar daxildir: tematik mətnlərin oxunması və tərcüməsi; dinləmə bacarıqlarının inkişafı; rol oyunları; tematik dialoqlar; layihələr; Case-Study; Portfolio; Self-Presentation [20].

Təklif edilən metodik elementlərin xüsusiyyəti tələbələrin akademik qrup daxilində işləməsinin təşkili, auditoriya və müstəqil iş üçün vaxt çatışmazlığı probleminin həllinə yönəlməsidir. Bundan əlavə, tədrisin keyfiyyətini artırmaq üçün elektron resurslardan istifadə tövsiyə olunur. Təklif olunan ümumi prinsiplər demək olar ki, istənilən tədris fənni üzrə tədris prosesini təşkil etməyə imkan verir.

İnnovativ tədris yanaşmaları, xüsusən də xarici dillərin öyrədilməsində müasir kompüter texnologiyalarının geniş spektrdə tətbiqini nəzərə alıb, şagird və tələbələrlə iş zamanı tətbiq olunan şifahi nitqin (danışıq) inkişaf metodikalarını aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

Səsli köməkçilərlə iş (Siri, Alexa): Yeni informasiya texnologiyalarının tədrisdə istifadəsi tələbələrin və müəllimlərin müxtəlif reaksiyasına səbəb ola bilər. Başlanğıc səviyyədə məqsəd nitq qorxusunu, səhv etmə və başa düşülməmə qorxusunu aradan qaldırmaqdır. Səsli köməkçilərlə işləyərkən intonasiya, mənanı ayırd etmə və dialoqların qurulması məşq olunur.

Bu metod auditoriya və ya dil daşıyıcıları ilə ünsiyyəti əvəz etmir, lakin əlavə vasitə kimi faydalıdır.

News Talk: Tələbələrə 1,5–2 dəqiqəlik xəbər monoloqu təqdim edilir. Video yazı ilə digər tələbələr çıxış edən şəxsin güclü tərəflərini və inkişaf sahələrini təhlil edir. Bu metod tənqidi düşüncəni, qiymətləndirmə və refleksiyanı inkişaf etdirir, vizual və nitq xüsusiyyətlərinə diqqət yetirməyə imkan verir.

Pecha Kucha üslubunda vizual dəstəkli monoloqlar: Çıxışçı 20 slayddan istifadə edir, hər slayd 20 saniyədir. Akademik məqsədlər üçün 10x10 formatı da tətbiq edilə bilər. Slaydlar illüstrasiya və qısa mətndən ibarət ola bilər. Bu metod nitqi strukturlaşdırmaq və danışıq sürətini idarə etmək üçün effektivdir.

Ssenari-rol oyunları: Əvvəlcədən hazırlanmış ssenari və rollar əsasında oyunlar keçirilir. Oyun spontan nitq, psixoloji komfort və "məsuliyyətin digər şəxsə ötürülməsi" prinsiplərinə əsaslanır. Tələbələr tematik lüğət və qrammatik strukturları praktik şəkildə tətbiq edirlər. "Rol oyunu sadəcə gələcək real həyatdan bəzi situasiyaları məşq etmək deyil, həm də qeyri-ixtiyari auditoriya ilə məhdudlaşan dəyərli ünsiyyət və sual-cavablı çalışmalar, testlər, tərcümələr və s. kimi tapşırıqlar çərçivəsindən kənaraçıxma vasitəsidir. Bu oyun tələbələrdə söz ehtiyatını genişləndirir, nitq formullarını və qrammatik strukturları möhkəmləndirməyə və müxtəlif kontekstlərdə istifadə etməyə imkan verir" [10; 19].

Digər metodikalar:

• Mövzu kartları ilə spontan monoloqlar;
• Video parçaların izlənilməsi və müzakirəsi (TED videoları, filmlərin dialoqları);
• Mətnin qısa müddət ərzində oxunub təkrar danışılması;
• Videodəftərin aparılması (ana dili və xarici dildə günlük qeydlər).

Xarici dilin tədrisi və şifahi nitq (danışıq) bacarığı:

Dil bacarıqları arasında şifahi nitq (danışıq) bacarığının standart bir quruluşda öyrənilməsi, inkişaf etdirilməsi və qiymətləndirilməsi xüsusilə xarici dili öyrənənlər üçün əhəmiyyətlidir. Öyrənənlərin çox vaxt dialoqda olduqları ilk şəxslər müəllimlərdir və onların hədəf dildə müxtəlif funksiyalı dialoqları daha çox dərs mühitində müşahidə etmələri fərqli öyrənən ehtiyaclarına uyğun dialoqlara olan tələbi artırır. Çünki danışıq bacarığı insanın ictimailəşməsinin və sosial münasibətlərinin bir göstəricisi kimi mühüm yer tutur. Bu bacarıqla bağlı ilkin tətbiqlərin sinif mühitində aparılması isə öyrənənlərin özlərini necə ifadə etdikləri və dərs materiallarının ünsiyyət müstəvisində nə dərəcədə səmərəli olduğu sualını önə çıxarır ki, bu mənada müəllimlərin səriştələri xüsusi əhəmiyyət daşıyır.

Müəllimlərin məsuliyyətləri və səriştələri:

Bir sıra tədqiqatlarda [16] sinifdə danışıq bacarığının inkişafına dair müəllimlərin diqqət etməli olduğu bir sıra tövsiyələrə yer almışdır. Onları ümumiləşdirərək aşağıdakı kimi vermək olar:

• Öyrənənlərin ehtiyacları əsasında axıcılıq, qarşılıqlı təsir və düzgünlüyə yönəlmiş danışıq texnikaları;
• Təbii motivasiya üsulları;
• Mənalı kontekstlərin yaradılması;
• Danışığa uyğun geribildirim;
• Danışıq və dinləmə arasındakı təbii əlaqədən faydalanmaq;
• Öyrənənlər üçün danışıq imkanlarının yaradılması;
• Danışıq strategiyalarının formalaşdırılmasına kömək etmək.

Tədqiqatçılar onu da əlavə edirlər ki, şifahi nitq bacarıqlarının inkişafı üçün sinifdə müzakirələr, təqdimatlar, hekayə danışmaq kimi keyfiyyətli fəaliyyətlərə də yer verilməlidir.

Şifahi nitq (danışıq) bacarığının inkişafı üçün müəllimlərin sinifdaxili diqqət etməli olduğu konkret məqamlar:

• Keyfiyyətli danışıq fəaliyyətlərinə yer vermək;
• Qrup işlərinə şərait yaratmaq;
• Texnologiyadan faydalanmaq;

• Danışıq ünsürlərini dil tipologiyası və tələffüz qaydalarına uyğun işləmək;
• Arqo ifadələrdən istifadə etməmək;
• Cümlələr arasında mənalı əlaqələr qurmaq;
• Səbirli və anlayışlı olmaq;
• Tələbələrə özlərini ifadə etmə imkanları vermək;
• Tələbələrin fərdi ünsiyyət strategiyalarını müşahidə etmək və s.

Şifahi nitq (danışıq) bacarığının ölçmə və qiymətləndirmə zamanı nəzərə alınmalı məqamlar:

• Qiymətləndirmə tək müəllim tərəfindən aparılmamalıdır;
• Müəllimlər öz tələbələrinin imtahanında iştirak etməməlidirlər;
• Suallar əvvəlcədən hazırlanmalıdır;
• İmtahan rubrikası geniş hazırlanmalıdır;
• Qiymətləndirmədə yalnız qrammatika deyil, leksik seçim və tələffüz də nəzərə alınmalıdır;
• İmtahanlar interaktiv dialoqlara imkan verməlidir;
• Müəllimlər neytral, motivasiyaedici və obyektiv olmalıdırlar.

NƏTİCƏ

Yerli və xarici elmi-metodik ədəbiyyatlarda təklif olunan şifahi nitq bacarıqlarının inkişaf etdirilmə üsullarının təhlili əsasında aşağıdakı qənaətlər əldə edilmişdir:

- şifahi nitq bacarıq və vərdişlərini formalaşdıran strategiyanın əsas vəzifələrinə marağın artırılması, biliklərin dərinləşdirilməsi, praktik şifahi nitq bacarıq və vərdişlərini təkmilləşdirilməsi, şagird və tələbələrin intellektual və psixoemosional vəziyyətinin optimal idarə olunması və s.

- şifahi nitq bacarıqlarının inkişafı xarici dilə kompleks yiyələnmənin bir hissəsi olmaqla digər nitq bacarıqları, ilk növbədə dinləmə bacarığı ilə sıx bağlıdır;

- təlim-öyrənmə fəaliyyətinin spesifik növü olan şifahi nitq bacarığının adekvatlığı yalnız lüğət və qrammatika çərçivəsində deyil, həm də sosio-linqvistik və praqmatik kompetensiyalar nəzərə alınmaqla qiymətləndirilir;

- şifahi nitq bacarıqlarının inkişafı yalnız praktik məşqlərlə mümkündür və akademik saatların sayı yetərli olmadığı hallarda tələbələrin müstəqil iş yerinə yetirmələri vacibdir;

- şifahi nitq bacarıqlarının inkişafı üçün əsas metodikalar olaraq səsli köməkçilər, News Talk, Pecha Kucha vizual dəstəkli monoloqlar, ssenari-rol oyunları və digər vizual/spontan tapşırıqlar və üsullardan istifadə etmək məqsəduyğundur;

- şifahi nitq bacarıq və vərdişlərinin formalaşması üçün auditoriya fəaliyyətinin təşkilində kooperativ metoddan da istifadə etmək tövsiyə edilir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Abbasova S., Paşayeva P. Şagirdlərdə nitq mədəniyyətinin formalaşdırılmasının psixoloji xüsusiyyətləri. // "Azərbasycan dili və ədəbiyyat tədrisi" 2022, № 3 (273), 21-28
2. Abdullayev N. Nitq mədəniyyətinin əsasları. Bakı: ADPU nəşri, 2014
3. Babayeva A. İngilis dili dərslərində nitq bacarıqlarının inkişafı üsulları. / Azərbaycan Elm Mərkəzi, "Elmi tədqiqat" jurnalı. https://doi.org/10.36719/2789-6919/40/25-28
4. Babayeva N. (2021). Xarici dil təlimi zamanı tələbələrin şifahi nitq bacarıqlarını kulturoloji aspektdə formalaşdıran amillər. Azərbaycan məktəbi. № 2(695), səh. 81–88
5. Kazımov İ., Məmmədova R. Şagirdlərdə nitq mədəniyyətinin formalaşdırılması yolları.// Mingəçevir Dövlət Universiteti Dayanıqlı inkişaf, cild 1, № 2, 2021
6. Qurbanov V.T. Nitq mədəniyyəti və üslubiyyat. Bakı, 2011
7. Bagheri M., Mohamadi Zenouzagh Z. Comparative study of the effect of face-to-face and computer mediated con- versation modalities on student engagement: Speaking skill in focus //

Asian-Pacific Journal of Second and Foreign Language Education. – 2021. – 6(1). DOI: 10.1186/s40862-020-00103-0
8. Colognesi S., Vassart C., Blondeau B. et al. Formative peer assessment to enhance primary school pupils' oral skills: Comparison of written feedback without discussion or oral feedback during a discussion // Studies in Educational Evaluation. – 2020. – P. 67. DOI: 10.1016/j.stueduc.2020.100917.
9. Common European Framework of Reference For Languages: Learning, Teaching, Assessment Companion Volume with New Descriptors. (2018). Council of Europe
10. Kramch, C. (2013). "Context and Culture in Language Teaching". Oxford UK
11. Mart, Ç. T. (2012). Developing speaking skills through reading. // International Journal of English Linguistics, 2(6), 91-96.
12. Pongsapan N. A technique to advancing students' speaking skill in a foreign language classroom // Asian EFL Jour- nal. – 2020. – 27(5.1), pp. 310–324.
13. Rahman M.M. Improving communicative english skills based on sociolinguistics competence of EFL students // Asian ESP Journal. – 2020. – 16(51), pp. 260–274.
14. Santhi V. Jeya, Selvam, R. Advanced Skills for Communication in English // Book I. – 2015. – 183, p. 26.
15. Günay, V. D. (2004). Dil ve iletişim. İstanbul: Multilingual Yayınları.
16. İnal, E. (2020). Yabancı dil öğretiminde konuşma becerisinin geliştirilmesi ve ölçme değerlendirme süreçlerine yönelik düşünceler: öğretici yeterlikleri. Aydın TÖMER Dil Dergisi, 5(2), 189-204. DOI: 10.17932/IAU.TOMER.2016.019/tomer_v05i2003
17. Kurudayıoğlu, M. (2003). Konuşma eğitimi ve konuşma becerisini geliştirmeye yönelik etkinlikler. TÜBAR, XIII, 287-309.
18. Алфёрова О.И. Развитие навыков образного мышления на уроках английского языка через речевые ситуации // Научно-педагогический журнал Восточной Сибири Magister Dixit. – 2013. – № 1 (13). – С. 219–223.
19. Заболотнева О. Л., Кожухова И. В. Некоторые приемы развития навыков устной речи обучающихся языковых специальностей // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2021. № 07. С. 62–76. URL: http://e- koncept.ru/2021/211051.htm. DOI: 10.24412/2304-120X- 2021-11051
20. Мясникова О.В., Пержан Н.Н. Развитие речевых навыков с помощью онлайн элементов (на примере работы на платформе Moodle) // Современные исследования в области преподавания иностранных языков в не- языковом вузе. – 2020. – № 9. – С. 122–129
21. Юсупова Л.Г., Кабанов А.М. , Желтова Е.П. Развитие навыков устной речи на иностранном языке у студентов неязыковых вузов. // Педагогическое образование в России. 2019. № 1. DOI 10.26170/po19-01-12

Günay MİRZƏYEVA
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti,
müəllim
m.guna@inbox.ru

TURİZM SAHƏSİNƏ AİD OLAN SÖZLƏRİN MƏCAZLAŞMASI

Xülasə: *Məqalədə "Turizm sənayesi" fənni çərçivəsində müxtəlif növ metaforalardan istifadə etməklə terminlərin əmələ gəlmə mexanizmlərindən bəhs edilir. Tədqiqat idrak prosesi kimi metaforalaşdırılmış terminlərin təhlilinə kompleks yanaşmadan istifadə edir. Məqalədə terminlərin formalaşmasında metaforaların linqvistik vasitə kimi effektivliyi də vurğulanır.n.*
Açar sözlər: *terminologiya, metafora, turizm sənayesi, idrak*

METAPHORIZATION OF WORDS IN TOURISM SPHERE

Abstract: *The article discusses the mechanisms of term formation using various types of metaphors within the subject "Tourism industry". The study uses an integrated approach to the analysis of metaphorized terms as a cognitive process. The article also emphasizes the effectiveness of metaphors as linguistic means in the formation of terms.*
Keywords: *terminology, metaphor, tourism industry, cognitio*

МЕТАФОРИЗАЦИЯ СЛОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Резюме: *В статье рассматриваются механизмы терминообразования с использованием различных типов метафор в рамках предметной области "Туристическая индустрия". В исследовании используется комплексный подход к анализу метафоризированных терминов как когнитивного процесса. Также подчёркивается эффективность метафор как языковых средств в терминообразовании.*
Ключевые слова: *терминология, метафора, индустрия туризма, познание*

INTRODUCTION

The reason for the effectiveness and importance of metaphor and its role in language was precisely expressed by J. Lakoff: "Metaphor facilitates the understanding of highly abstract or essentially unorganized entities in terms of more precise or, at least, more organized entities" [4, p. 250]. In the field of cognitive linguistics, where the relationship between language and thought is studied, metaphor is considered the main mechanism of human thinking. In the field of terminology, metaphor is no less important from the point of view of reflecting various objects and phenomena existing in the worldview, since metaphor is a fairly universal tool for understanding the world in general and individual fields of science, in particular through terminology.

Metaphors used in terminology do not fundamentally differ from metaphors used in other speech, since their general function is to create complex connections between concepts belonging to different fields of knowledge, while at the same time the new meaning is perceived through the experience of other knowledge already present in the person's arsenal.

When analyzing and explaining the essence of the figurative terms that we identified in the practical material, in particular, when describing conceptual metaphors, we used several approaches based on the functions of metaphors. When examining metaphors from the perspective of the mechanism for determining the area of metaphor borrowing (donor sphere) and the area where meaning is transferred (target sphere), we referred to the principles proposed by J. Lakoff and M. Johnson. In the book "Metaphors We Live In" the authors distinguish

between the donor zone (i.e. the area of the source of conceptualization) and the recipient zone (i.e. the target area where meaning is transferred) in the process of understanding . [3,p.155]The donor zone can be associated with phenomena of the objective world, emotions, intellect, creative and personal qualities, character.

A simple metaphor

Peak season (High Season) – the holiday season when all hotels are full, Christmas and Easter. The association vector is the peak values of the hotel occupancy graphs.[2,p.50]

Off-peak season (Low Season) – the time of year when resorts are least crowded. The association vector is the lowest values of the hotel occupancy graphs.

Shoulder season - Mid-season, off-season.

Extended (cognitive) metaphors

Travel bubble (tourism bubble) – quarantine tourism with high standards of sanitary and epidemiological safety. Personal bubble or travel bubble – for example, traveling in a kind of personal "bubble" with minimal (and then only visual) contact with other people.

Sunday driver - a "beginner", inexperienced driver (someone who drives only on Sundays).

One moon lodge – a hotel of the "1 moon" category (a bed and a sink in the room, all other catering facilities are shared);

Structural metaphors

Structural metaphors are quite common in tourism industry terminology.

Blanket Reservation – Scheduling a certain number of rooms for groups.

Bed occupancy – The rational ratio of the number of beds available to the number advertised for sale (average occupancy).

Full House – The term refers to a hotel being 100% full (all rooms sold).

Grandmaster – A key that opens all guest rooms that are locked from the outside.

Orientation metaphors

Skiing – a ski tour in unexplored areas.

A fairly transparent metaphor aimed at defining the location of tourism. Backcountry – wilderness, desert.

Puddle Jumper – a small aircraft that travels only short distances (literally: a puddle jumper).

Break a journey – a stop on a journey.

Ontological metaphors

Couchsurfing - the original metaphorical meaning was "lying on the couch watching TV". The term later became "staying overnight with friends".

Skipper (from the English word "to skip" - to run away) is an English slang term for a guest who has secretly left a hotel without paying the check.

Synesthetic metaphor

A red-eye flight is a night flight. Literally, a flight with red eyes.

A clear metaphor from the field of human physiology: sleep deprivation during a night flight affects a person's appearance.

Greasy spoon – a dining room (literally: a dirty spoon).

A metaphorical description of poor-quality catering; considered slang and used in the "naive" sector of tourism discourse.[5,p.87]

A significant number of extended cognitive metaphors are formed on the basis of the transfer of meaning from a wide variety of sources, ranging from quarantine measures to areas of everyday discourse (driving a car, having children, etc.), which, in our opinion, indicates the dynamism of the phenomenon under study, tourism.

REFERENCES

1. Азербайджанско-русский словарь:[в 4-х томах]. – Баку: Элм, – т.1. – 1986. – 576 с.; – Баку: Мутарджим, – т.4. – 2000.–1289 с.
2. Алексеева, Л.М. Термин и метафора / Л.М. Алексеева – Пермь: Изд-во Пермск. гос. ун-та, 1998. – 228с.
3. Bloomfield, L. Language./ L.Bloomfield. – New York: Holt, Rinehart and Winston, – 1961.– 564 p.
4. Лакофф Дж. Когнитивное моделирование / Дж. Лакофф // Язык и интеллект. – М.: Прогресс, 2004. – 416 с.
5. Мошняга, Е. В. Межкультурная коммуникация и диалог культур в сфере международного туризма [Текст] / Е. В. Мошняга. – М. : Логос. – 2011. – 175 с