

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİNİN
ZAQATALA filialı

FAKÜLTƏ: İqtisadiyyat və menecment departamenti

BÖLMƏ: İqtisadiyyat və idarəetmə

İXTİSAS: Turizm işinin təşkili

Müdafiəyə buraxılır:

« ____ » « ____ » 2025-ci il

Bölmə rəhbəri: _____

BAKALAVR TƏHSİL PİLLƏSİ ÜZRƏ
BURAXILIŞ İŞİ

MÖVZU: ƏNƏNƏVİ VƏ MÜASİR MƏTBƏXLƏRİN TURİZMƏ TƏSİRİ.
QASTRONOMİK TURİZM

QRUP: TT12-21

TƏLƏBƏ: Abdullazade Ayxan Rehman oğlu

ELMİ RƏHBƏR: i.ü.f.d. dos Sərdarov Elnur Zaur oğlu

ZAQATALA-2025

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ.....	3
I FƏSİL. QASTRONOMİK TURİZMİN ƏSASLARI VƏ ƏHƏMİYYƏTİ.....	6
1.1. Qastronomik turizm anlayışı və qlobal trendlər.....	6
1.2. Müasir kulinariya yanaşmaları və innovasiyalar.....	10
1.3. Qastronomik turizmin iqtisadi və mədəni təsirləri.....	12
II FƏSİL. AZƏRBAYCANIN QASTRONOMİK POTENSİALI.....	19
2.1. Ənənəvi və müasir mətbəxlərin turizmdə rolu.....	19
2.2. Ənənəvi Azərbaycan mətbəxi və regional müxtəliflik.....	25
2.3. Azərbaycan mətbəxinin beynəlxalq tanındılması və kulinariya diplomatiyası.....	28
III FƏSİL. QASTRONOMİK TURİZMİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ VƏ TƏTBİQİ.....	32
3.1. Qastronomik turizm üçün infrastruktur və təlim məsələləri.....	32
3.2. Azərbaycan dövlətinin təşəbbüsləri və qastronomik turlar təşviqi.....	34
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	41
ƏDƏBİYYAT.....	43

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı- Bu gün turistlər təkcə tarixi abidələri görməklə, təbiət gözəlliklərinə heyranlıqla məhdudlaşmırlar. İnsanlar mədəniyyətlə birbaşa əlaqə qurmaq istəyirlər və unikal və orijinal təcrübələr axtarırlar. Bu səbəbdən yemək turizmi sürətlə inkişaf edir və turizmin ayrıca bir qolunu təşkil edir. Turistlər ənənəvi mətbəxi kəşf etmək, yerli yemək məhsullarını dadmaq, kulinariya ənənələrini öyrənmək və yemək tədbirlərində iştirak etmək üçün yeni və maraqlı təcrübə əldə edə bilirlər.

Ölkələrin mədəni irsinin təbliği, regional inkişafın təşviqi və yerli kənd təsərrüfatı və istehsalın dəstəklənməsi gastronomiya turizminin mühüm hissələridir. Dünya təcrübəsi göstərir ki, qida və kulinariya brendləri ilə milli imic yaratmaq, turizm axınını artırmaq olar. Ona görə də Azərbaycan mətbəxinin köklü ənənələri, geniş çeşidi və böyük potensialı var. (Bayramova T., 29).

Azərbaycanın gastronomiya turizmi çoxəsrlik kulinariya mədəniyyəti, yerli dadların müxtəlifliyi və təbii-tarixi şəraiti ilə seçilir. “Azərbaycan mətbəxi”nin YUNESKO tərəfindən qeyri-maddi mədəni irs kimi qəbul edilməsi və dövlətin bu sahəyə getdikcə daha çox önəm verməsi bu sahənin əhəmiyyətini daha da artırır. Nəticədə gastronomiya turizminin elmi cəhətdən araşdırılması və potensial inkişaf imkanlarının müəyyən edilməsi çox vacibdir. (Cəfərov E., 17).

Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri- Bu dissertasiya işinin əsas məqsədi Azərbaycan mətbəxinin gastronomiya turizmində potensialını hərtərəfli təhlil etmək, mövcud problem və imkanları müəyyən etmək, gastronomiya turizminin inkişafı üçün zəruri infrastruktur və maarifləndirmə mexanizmlərini qiymətləndirmək, milli mətbəximizin beynəlxalq aləmdə tanıtılması üçün tövsiyələr verməkdir.

Məqsədə çatmaq üçün aşağıdakılar müəyyən edilir:

1. Gastronomiya turizminin nəzəri əsaslarını və global inkişaf tendensiyalarını araşdırmaq;
2. Ənənəvi və müasir mətbəxlərin turizmdəki rolunu araşdırmaq;
3. Gastronomiya turizminin sosial, maliyyə və mədəni təsirlərini araşdırmaq;

4. Azərbaycan mətbəxinin milli irs potensialını və regional müxtəlifliyini öyrənmək;
5. Azərbaycan mətbəxində müasir kulinariya meyllərinin və innovativ yanaşmaların tətbiqi imkanlarını müəyyən etmək;
6. Dövlətin bu sahədə həyata keçirdiyi tədbirləri və qastronomiya turlarının təşviqi istiqamətində həyata keçirilən siyasəti araşdırmaq;
7. Qastronomiya turizmi üçün lazım olan infrastrukturun və təhsil sisteminin vəziyyətini qiymətləndirmək;
8. Azərbaycan mətbəxinin beynəlxalq təbliğində kulinariya diplomatiyasının rolunu və imkanlarını tanıtmaq;
9. Qastronomiya turizminin inkişafı üçün təkliflər yaratmaq.

Tədqiqatın obyektı və predmeti- Tədqiqatın obyektı – turizmin xüsusi növü kimi qastronomik turizmdir. Tədqiqatın predmeti – Azərbaycan mətbəxinin qastronomik turizm kontekstində inkişaf potensialı, təşviq formaları, infrastruktur və təlim məsələləri, eləcə də beynəlxalq tanınılma imkanlarıdır.

Tədqiqatın metodikası- Dissertasiya işində qastronomik turizmlə bağlı nəzəri ədəbiyyatın təhlili, müqayisəli analiz, sistemləşdirmə, müşahidə, statistik məlumatların analizi, həmçinin praktiki nümunələrdən istifadə olunmuşdur. Eyni zamanda beynəlxalq təcrübəyə istinad edilərək Azərbaycan üçün uyğun modellər təklif edilmişdir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi- Tədqiqatın elmi yeniliyi Azərbaycan mətbəxinin qastronomik turizm sahəsində rolunun və potensialının sistemli şəkildə qiymətləndirilməsidir. Bu, gələcək elmi araşdırmaların əsasını təşkil etmək potensialına malikdir. Tədqiqat qastronomiya turizmi siyasətlərini, yeni tur paketlərini, regional inkişaf strategiyalarını və turizmin idarə edilməsi üzrə təlim proqramlarını hazırlamaq üçün istifadə edilə bilər.

Tədqiqatın elmi-praktiki əhəmiyyəti- Qastronomiya turizmi sahəsində aparılan bu araşdırma yeni və aktual bir elmi mövzunun sistemli şəkildə araşdırılması ilə seçilir. Mövcud ədəbiyyat əsasən turizmin ümumi sahəsinə aid olsa da, qastronomik turizmin konseptual əsasları, regionların imkanları və milli

mətbəxin beynəlxalq təbliğində oynadığı rol hələ də kifayət qədər dərin və mürəkkəb şəkildə öyrənilməmişdir. Bu kontekstdə tədqiqat qastronomiya turizmi sahəsində nəzəri boşluqların doldurulması və yeni yanaşmaların işlənilib hazırlanması baxımından elmi əhəmiyyət kəsb edir.

Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti qastronomiya turizminin inkişafı üçün dövlət siyasətinin hazırlanmasında, regional turizm strategiyalarının işlənilib hazırlanmasında, turizm menecerləri və sahibkarların praktiki fəaliyyət istiqamətlərinin müəyyən edilməsində, qastronomiya turları üçün yeni məhsul və xidmətlərin planlaşdırılmasında faydalı ola biləcək nəticələr və tövsiyələri əhatə edir. Bundan əlavə, bu tədqiqatın turizm və kulinariya sənəti üzrə ixtisaslaşmış ali təhsil müəssisələri üçün əlavə tədris və elmi mənbə kimi istifadə oluna biləcəyi düşünülür.

Tədqiqatın informasiya bazası- Tədqiqatın nəticələri aşağıdakılardan ibarətdir:

- Elmi tədqiqatlar və monoqrafiyalar;
- UNWTO, UNESCO və OECD kimi beynəlxalq təşkilatların hesabatları;
- Xarici Turizm Agentliyi və Statistika Komitəsi tərəfindən təqdim edilən məlumatlar;
- Hüquqi qaydalar və siyasətlər;
- Yerli və beynəlxalq veb saytlar, sosial media platformaları və turizm portalları;
- Sahə müşahidələri və praktiki araşdırmalar.

Bu mənbələr əsasında aparılan araşdırmalar mövzu ilə bağlı dəqiq və etibarlı nəticələr əldə etməyə imkan verib.

Tədqiqatın strukturu- Tədqiqat işi giriş, üç əsas fəsil, nəticə və təkliflər hissəsi, həmçinin istifadə olunmuş ədəbiyyatlar siyahısından ibarətdir. Tədqiqat işi ümumilikdə 44 səhifəni əhatə edir.

I FƏSİL. QASTRONOMİK TURİZMİN ƏSASLARI VƏ ƏHƏMİYYƏTİ

1.1. Qastronomik turizm anlayışı və qlobal trendlər

Turizm təkcə əyləncə və rekreasiya məqsədləri ilə məhdudlaşmır, qloballaşma nəticəsində iqtisadi, mədəni və sosial baxımdan mühüm sektora çevrilib. Alternativ və tematik turizm son illər dünyada artmaqdadır. Bu kontekstdə qastronomiya turizmi önə çıxan bir tendensiyadır. Qastronomiya turizminə turistlərin getdikləri ölkənin və ya regionun kulinariya mədəniyyəti ilə tanış olmaq, milli xörəkləri dadmaq, yerli qida məhsulları və qida istehsal texnologiyaları ilə tanış olmaq məqsədilə həyata keçirdikləri səfərlər daxildir.

Ümumdünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) açıqladığı məlumatlara görə, turistlərin 80 faizindən çoxu getdikləri yerin mətbəxi ilə tanış olmaq istəyir. Beləliklə, qastronomiya turizmi müasir turizm sektorunun mühüm hissələrindən birinə çevrilmişdir. Qastronomiya turizmi yerli icmaların rifahının və iqtisadi dəyərinin artırılması üçün strateji əhəmiyyət kəsb edir. (26).

Bu diplom işində qastronomiya turizminin əsasları, yaranma səbəbləri, inkişaf dinamikası və qlobal tendensiyalar nəzəri və praktiki cəhətdən araşdırılacaqdır. Eyni zamanda, Azərbaycanın bu sahədəki imkanları da nəzərdən keçiriləcək.

Qastronomiya turizmi, turistlərin bir bölgəyə səyahət etmələrinə və bu bölgənin zəngin kulinariya ənənələri və yemək mədəniyyəti ilə tanış olmasına kömək etmək məqsədi daşıyan bir turizm növüdür. Bu turizm növü təkcə yeməklə məhdudlaşmır; Buraya həm də yerli qida məhsullarının istehsalı, hazırlanması və təqdimatı proseslərini canlı görmək, təcrübə qazanmaq və kulinariya irsini araşdırmaq daxildir. (Bayramova T., 30).

Qastronomiya turizminin əsas məqsədləri aşağıdakılardır:

1. Mədəni irsin mühafizəsi:

Qastronomiya turizmi milli kulinariya mədəniyyətinin və tarixi ənənələrin qorunması və təbliği üçün mühüm platformadır. Hər bir xalqın mətbəxi onun tarixini, dini inanclarını, yerləşdiyi ərazini, sosial quruluşunu və iqtisadiyyatını əks

etdirir. Bu turizm növü köhnə reseptləri, bişirmə texnikasını və yerli delikatesləri canlandıraraq yeni nəsillərə ötürür.

2. İqtisadi inkişafın təşviqi:

Qastronomiya turizmi müxtəlif regionlarda kənd təsərrüfatının, qida sənayesinin və xidmət sektorunun inkişafına kömək edir. Bu sektordan pul qazananlar arasında yerli fermerlər, balıqçılar, aşpazlar, kiçik və orta sahibkarlar, restoran və kafe sahibləri və kənd təsərrüfatı istehsalçıları var. Yerli brendlərin təbliği və ixracı da artır.

3. Davamlı turizm modelinin inkişafı:

Yerli məhsullara əsaslanan qida turizmi ətraf mühitə təsirini azaltmaqla daha ekoloji təmiz turizm növünü yaradır. Kütləvi turizmin zərərli təsirlərinin qarşısını almaq üçün bu model həm də yerli icmaların rifahına töhfə verir.

4. Ziyarətçi təcrübəsinin təkmilləşdirilməsi:

Qastronomiya turizmi səyahətçilərə sadəcə görməli yerləri gəzməkdən əlavə təcrübə təklif edir; emosional və fiziki bağlar yaradır. İnsanlar getdikləri yerlərin mətbəxini dadmaqla o yerin mədəniyyətinə daha çox bağlanırlar. Buna görə də ziyarətçilər uzunmüddətli təəssürat buraxır və əraziyə daha tez-tez baş çəkmək istəyirlər. (Bayramova T., 35).

Qastronomiya turizminin növləri və fəaliyyəti aşağıdakılardır:

- Kulinariya dərsləri və ustad dərsləri: Turistlər peşəkar aşpazların rəhbərliyi altında yerli xərəkləri hazırlamağı öyrənirlər.
- Üzüm bağlarına və şərab zavodlarına səfərlər: Turistlər şərabların dadına baxmaq, istehsal üsullarını öyrənmək və üzüm bağlarını gəzməklə unudulmaz təcrübə əldə edə bilirlər.
- Kənd təsərrüfatı istehsalına yönəlmiş turlar: Ədviyyat, pendir, zeytun yağı və ya bal istehsal edən fabrikləri ziyarət edin.
- Kulinariya festivalları və yarmarkaları: Bu tədbirlər həm yerli sakinlərə, həm də turistlərə kulinariya mədəniyyətini təbliğ etməyə imkan verir.
- Bazarları və ənənəvi ərzaq yarmarkalarını ziyarət etmək: yerli məhsullarla yerində tanış olmaq və dadmaq imkanı verir.

Qastronomiya turizmi regionların tanidılması, ölkənin beynəlxalq kulinariya mədəniyyətinin tanidılması və turizm sektorunun şaxələndirilməsi baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu turizm növü mədəni, maliyyə və sosial faydalar təmin edir.

Qastronomiya Turizminin Səbəbləri və İnkişaf Faktorları

Qastronomiya turizmi müasir turizm sektorunda yaranan mühüm tendensiyadır. Onun yaranması və genişmiqyaslı inkişafı cəmiyyətin mədəni, sosial-iqtisadi və texnoloji sferasında baş verən dəyişikliklərlə bilavasitə bağlıdır. Bu kontekstdə qastronomiya turizminin inkişafına və böyüməsinə təsir edən əsas amillər bunlardır:

1. Qloballaşma və Fərdiləşmə Meyilləri-Qloballaşma ölkələrin iqtisadi, mədəni və sosial integrasiyasını sürətləndirsə də, müxtəlif həyat tərzləri və mədəniyyətlərə marağı artırmışdır. Ona görə də insanlar səyahət etdikləri yerlərdə təkcə tarixi və təbii tikililəri görmək deyil, həm də həmin bölgənin yerli cəmiyyətinin gündəlik həyat tərzini, kulinariya mədəniyyətini, yemək vərdişlərini öyrənmək istəyirlər. (Abbasov H., 25).

Yemək bir xalqın mədəni kodunu daşıyan əsas vasitələrdən biridir. Bu baxımdan, milli mətbəx turistlərə autentik və fərdi təcrübə təqdim etmək imkanına malikdir. Eyni zamanda, fərdiləşmə meyli müasir turistin səfər zamanı daha fərqli və şəxsi təcrübə qazanmaq istəyini artırmışdır ki, bu da qastronomik turizmin aktuallığını gücləndirən mühüm faktorlardandır.

2. İnformasiya Texnologiyalarının və Sosial Medianın Önəmi- Rəqəmsal texnologiyaların inkişafı və sosial media saytlarının (Instagram, TikTok, YouTube və s.) dünya miqyasında yayılması son illərdə qastronomiya turizmini sürətlə populyarlaşdırıb. Sosial media istifadəçiləri daddıqları yeməkləri, iştirak etdikləri kulinariya festivallarını və müxtəlif yemək təcrübələrini böyük auditoriyaya çatdırmaq imkanına malikdirlər (2).

Bu tendensiya fərdi maraq və təyinat seçiminə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Bundan əlavə, qidaya yönəlmiş məzmun istehsalçıları və bloggerlər

informasiya məkanında gastronomiya turizmini təşviq etmək və biznes potensialını artırmaq üçün imkanlar təqdim edirlər (2).

3. Təcrübəyə əsaslanan turizm modellərinin inkişafı- Bugünkü səyahətçilər əsasən ənənəvi turizm formalarını müşahidə etsələr də, getdikləri yerlərdə daha fəal iştirak və öyrənmə imkanları axtarırlar. Təcrübəli turizm modelləri, xüsusilə gastronomiya turizmi yeni nəsil ziyarətçilərin gözləntilərini qarşılamaq üçün daha münasibdir (Abbasov H., 27).

Turistlər aşpazlıq dərslərində, yerli məhsulların yığılmasında, yeməklərin hazırlanması prosesində və dequstasiya seanslarında iştirak etməklə həm əyləncəli, həm də maarifləndirici təcrübə əldə edə bilirlər. Belə tədbirlər həm turistləri əyləndirir, həm də onların bölgənin mədəniyyəti ilə daha çox əlaqə saxlamasına şərait yaradır.

4. Regional İnkişaf Strategiyaları və Hökumət Siyasətləri- Gastronomiya turizminin inkişafında regional sosial-iqtisadi strategiyalar və dövlət dəstəyi çox vacibdir. Bir çox ölkə milli mətbəxini gastronomiya brendinə çevirərək bu sektora diqqətlə investisiya qoyur. Yerli mətbəxin beynəlxalq səviyyədə tanınması, gastronomiya marşrutlarının və festivallarının təşkili, qida istehsalı və xidməti sahəsində fəaliyyət göstərən təşkilatlar dövlət tərəfindən həyata keçirilən layihələr və təşviq proqramları ilə dəstəklənir. (Əliyev Z., 15).

Məsələn, Fransada "Route des Vins" (Şərab yolu) və İtaliyada "Strada dell'olio" (Zeytun yağı yolu) kimi xüsusi gastronomiya marşrutları həm regional turizmi, həm də kənd təsərrüfatı və qida sənayesini inkişaf etdirmişdir. Bu nümunələr mədəni və maliyyə baxımından gastronomiya turizminin strateji əhəmiyyətini nümayiş etdirir.

Yuxarıda qeyd olunan amillər gastronomiya turizminin yaranması və inkişafının müasir dünyanın müxtəlif sosial, texnoloji və mədəni prosesləri ilə sıx bağlı olduğunu göstərir. Gastronomiya turizmi beynəlxalq turizm bazarında davamlı və perspektivli sektorlardan birinə çevrilmişdir. Bunun səbəbi fərdi təcrübələrə əsaslanan turizm növlərinin artması, dövlət siyasətinin təsiri, qloballaşmanın yaratdığı yeni tələblər və sosial medianın təsiridir.

1.2. Müasir kulinariya yanaşmaları və innovasiyalar

Son illər Azərbaycan kulinariya sənayesi həm ənənəvi standartları qoruyan, həm də müasir tendensiyalara uyğun gələn innovativ üsullardan istifadə edir. İxtisaslaşdırılmış kulinariya tədris müəssisələri, restoran şəbəkələri və qida texnologiyaları mərkəzləri molekulyar gastronomiya, füzyon mətbəxi və sağlam qidalanma prinsipləri kimi yenilikləri ölkə mətbəxinə inteqrasiya edir. Bu, Azərbaycan mətbəxinin dünya miqyasında rəqabət qabiliyyətini artırır və onu tanınmış kulinariya brendi kimi gücləndirir. (Cəfərov E., 17–18).

Müasir Texnologiyaların və Kulinariya İnnovasiyalarının Tətbiqi

Yerli məhsulların emalı, saxlanması və təqdimatı daha da yaxşılaşıb. Qablaşdırma texnologiyaları, bioloji təmizləmə üsulları və soyuq zəncir sistemləri bizə qida məhsullarının keyfiyyətini və təzəliyini qorumağa kömək edir. Bu, turistləri daha keyfiyyətli və təhlükəsiz qida ilə təmin edir.

Vegan, vegetarian, orqanik və xüsusi pəhriz (ketogenik, paleo və s.) qidalanma proqramları son zamanlar sürətlə yayılmağa başlayıb. Bu tendensiyaya uyğunlaşan Azərbaycan restoranları sağlam və balanslaşdırılmış yeməklər təklif etməklə geniş auditoriyaya müraciət edir. Bu, xüsusilə sağlam həyat tərzini ilə maraqlanan ziyarətçilər üçün böyük üstünlükdür.

Estetik Dizayn və Təqdimat

Azərbaycan restoranlarında yeməklərin dizaynı və təqdimatındakı yeniliklər yeni estetik standartlar müəyyən edib. Yeməklərin hazırlanması həm dadı, həm də qida dəyəri baxımından diqqəti çəkir. Sosial media və foto mədəniyyətinin genişlənməsi nəticəsində restoranlar da fotogenik yeməklər təqdim etməyə daha çox diqqət ayırmağa başlayıblar. Bu səbəbdən ölkəyə daha çox turist gəlir.

Xüsusilə paytaxt Bakıda və böyük şəhərlərdə geniş yayılmış “fusion cuisine” termini ənənəvi Azərbaycan mətbəxinin dünya mətbəxinin elementləri ilə birləşməsini ifadə edir. Məsələn, Azərbaycanın fransız, yapon və italyan dillərinin qarışığı həm turistlər, həm də yerli əhali arasında çox populyardır.

Gastronomiya Turizminin Mövsümlüyünün Azaldılması

Bu yeniliklər ölkənin gastronomiya turizminin ilboyu fəaliyyətə çevrilməsinə kömək etdi, eyni zamanda onun mövsümliliyini və müxtəlifliyini azaldı. Kulinarıya tədbirləri ənənəvi qış və yay mövsümlərinə uyğun təşkil edilir. Mövsümdən asılı olmayaraq, Bakı Qastronomiya Festivalı qastronomiya tədbirləri, kulinarıya müsabiqələri və ustad dərsləri ilə regionlarda turizmi stimullaşdırır. (Cəfərov E., 20-23).

Regionlarda İnnovasiya və Kənd Təsərrüfatı İnteqrasiyası

Qastronomiya turizmində innovasiyalar regionlarda kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı və marketinqində də özünü göstərir. Yerli fermerlərin müasir texnologiyalardan istifadə edərək məhsul yetişdirməsi, məhsulların təmiz və ekoloji standartlara uyğun olması ölkənin ərzaq təhlükəsizliyini artırır. Kənd təsərrüfatı məhsulları turizm bazarında innovativ qablaşdırma və brendinq vasitəsilə daha çox tanınır.

Bu, həm məhsulun keyfiyyətini, həm də regional iqtisadiyyatı yaxşılaşdırır. Kənd turizmi ilə qida turizminin birləşməsi turistlərə yerli kənd təsərrüfatı ilə tanış olmağa və məhsulların yetişdirilməsi, yığılması və emalı proseslərinin birbaşa şahidi olmağa imkan verir. Bu vəziyyət ölkənin kənd yerlərinin sosial-iqtisadi inkişafına da öz töhfəsini verir.

Beynəlxalq Əməkdaşlıq və Təcrübə Mübadiləsi Azərbaycan kulinarıya sənayesinə daha çox beynəlxalq əməkdaşlıq etməyə imkan verir. Qida təşəbbüslərinin dəstəklənməsi, beynəlxalq kulinarıya müsabiqələrində iştirak və təcrübə mübadiləsi proqramları yeniliklərin sürətlə yayılmasına zəmin yaradır. Bu, ölkə mətbəxinin texnoloji və yaradıcı şəkildə inkişaf etməsinə şərait yaradır.

Bunlar Azərbaycan mətbəxinin milli kimliyini qoruyub saxlamaqla beynəlxalq səviyyədə innovativ şəkildə təqdim olunmasına imkan verən müasir kulinarıya üsullarıdır. Üstəlik, bu, qida turizminin davamlı inkişafını təmin edən ən mühüm amillərdən biridir.

Yerli insanların maddi vəziyyəti yaxşılaşacaq və Azərbaycan ədəbiyyatı bütün dünyada daha da populyarlaşacaq. Bu proses mədəniyyətin gələcək nəsillərə ötürülməsi üçün daha çox vaxt verir.

1.3. Ənənəvi və müasir mətbəxlərin turizmdə rolu

Müasir dünyada turizm sektoru təkcə tarixi və təbii gözəlliklərlə məhdudlaşmır. Qastronomiya turizmi bu sahədə ən son inkişaflardan biridir. Son illərdə beynəlxalq əhəmiyyət kəsb edən “qastronomiya turizmi” və ya “kulinariya turizmi” anlayışları turizm sahəsində ayrıca bir sahə kimi meydana çıxmışdır. Turistlər indi səyahət etdikləri ölkələrin mədəniyyətini, tarixini, memarlıq irsini öyrənmək və dadmaq istəyirlər. Onlar həmçinin özlərinin unikal mətbəxini öyrənmək istəyirlər. Buna görə də, yemək indi səyahətin vacib hissəsidir. (Əliyev İ. İ, 12).

Bu turizm növündə əsas diqqət həm ənənəvi, həm də müasir mətbəxə verilir. Müasir mətbəx qlobal kulinariya tendensiyaları və texnologiyalarının yaxınlaşması nəticəsində yaranan innovativ yanaşmaları təmsil etdiyi halda, ənənəvi mətbəx cəmiyyətin etnoqrafik və tarixi yaddaşını əks etdirən kulinariya nümunələrini təmsil edir. Turistlərin müxtəlif maraqları var. Bəziləri yerli, orijinal ləzzətlər axtararkən, digərləri innovativ və müasir üsullarla hazırlanmış yeməklərə üstünlük verə bilər. Bu onu göstərir ki, hər iki mətbəx turizmin inkişafında mühüm rol oynayır. (Əliyev İ. İ, 13-14).

Azərbaycanın bu istiqamətdə çox zəngin potensialı var. Azərbaycanın qədim kulinariya mədəniyyəti, milli yeməkləri və qonaqpərvərlik ənənəsi qastronomik turizmin inkişafına öz töhfəsini verir. Yeni restoran anlayışları, beynəlxalq mətbəx nümunələri və füzyon mətbəxi tətbiqləri son illərdə müasir kulinariya texnikalarının tətbiqi ilə formalaşmışdır. Ona görə də həm müasir, həm də ənənəvi yemək mədəniyyəti baxımından ölkəni turistlər üçün cəlbedici məkana çevirir (Əliyeva A., 11).

Müəyyən bir xalqın və ya bölgənin tarixi, coğrafi, etnik və dini xüsusiyyətlərini əks etdirən mətbəxlər ənənəvi olaraq tanınır. Bu mətbəx növü əsrlər boyu formalaşan və nəsildən-nəslə ötürülən dad fəlsəfəsini, bilik və bacarıqları ehtiva edir. Ənənəvi mətbəx mədəni xatirələrin və şəxsiyyətin simvoludur. (Əliyeva A., 11).

Ənənəvi mətbəxin turizmə töhfəsi:

- Mədəni irsin qorunması: Ənənəvi yeməklər insanların etnoqrafik yaddaşlarının mühüm tərkib hissəsidir. Belə yeməklərin saxlanması və təqdim edilməsi milli kimliyi təbliğ edir və qoruyur. “Azərbaycan lavaş sənəti” və “Dolma hazırlamaq və paylaşma mədəniyyəti” UNESCO tərəfindən qeyri-maddi mədəni irs kimi tanınıb.
- Turistlərin cəlb edilməsi: Dünyanın hər yerindən gələn qonaqlar əsl və ekzotik dadlara üstünlük verirlər. Məsələn, Azərbaycan mətbəxinə xas olan qutab, dovğa, kükü, dolma, piti, plov kimi yeməklər xüsusi maraq doğurur. Turistlərə bu xörəklərin tarixini və necə hazırlandığını izah etməklə gastronomiya turizmi daha cəlbedici olur (Əliyeva G., 18-19).
- Qonaqpərvərlik və süfrə mədəniyyəti: Ənənəvi mətbəxə təkcə yemək deyil, həm də paylaşma və təqdimat daxildir. Turistlər Azərbaycanda süfrə arxasında çay mərasimləri, ailəvi yeməklər və qonaqlara xüsusi diqqət yetirmək şansı əldə edirlər.

Texnoloji tərəqqi, beynəlxalq mətbəxlərin inteqrasiyası və yeni yemək meylləri müasir mətbəxləri formalaşdırır. Dəbdəbəli restoranlar, kulinariya şouları və kreativ ideyalar bu tip mətbəxin nümunələridir.

Müasir mətbəxlərin turizmə təsiri:

- İnnovasiya və yaradıcılıq: Fusion yeməkləri müasir mətbəxdə populyarlaşıb. Məsələn, Azərbaycan mətbəxinin fransız kulinariya üsulları ilə birləşdirilməsi yeni dad təcrübəsi yaradır. Bu üsul həm milli, həm də beynəlxalq zövqə uyğun gəlir.
- Estetik və vizual təqdimat: Sosial media əsrində yeməklərin necə görünməsi ziyarətçiləri cəlb etmək üçün çox vacibdir. Fotolarla bəzədilmiş yeməklər restoran və məkanların populyarlığını artırır. Bu da turizm reklamında mühüm rol oynayır.
- Xüsusi pəhriz tələbləri: Dünya sağlamlıq standartlarına uyğun olaraq, bugünkü mətbəxlər vegan, vegetarian, keto, qlütensiz və digər pəhrizlərə uyğun menyular təklif edir. Bu üsulla müxtəlif həyat tərzli və tələbləri olan turist qruplarını cəlb edə bilərsiniz.



Şəkil 1.2. Qobustanda keçirilən “Milli Plov Festivalı”

Mənbə: https://azertag.az/xeber/qobustan_milli_tarix_bedii_qorugunda_plov_festivali_kechirilib-2062925

Bundan əlavə, “Dolma günü” kimi xüsusi günlərdə milli xörəklərin qeyd edilməsi onların tarixini, hazırlanma üsullarını və mədəni əhəmiyyətini vurğulamaq məqsədi daşıyır. Bu festivallar turistlərə birbaşa kulinariya təcrübələri təqdim etməklə yerli icmaların fəal iştirakını təşviq edir, eyni zamanda kulinariya ənənələrinin qorunub saxlanmasını təşviq edir. Hər iki festival Azərbaycanın milli gastronomiya mədəniyyətinin qorunub saxlanması, turizmin inkişafı və mədəni imicinin möhkəmləndirilməsi istiqamətində fəaliyyət göstərir. (Əliyeva G., 21).

2016-cı ildə Abşeron vilayətində keçirilən Dolma festivalı Azərbaycanın kulinariya ənənələrinin qorunub saxlanması və təbliği istiqamətində ilk böyük işlərdən biri olub. Festivalda Azərbaycanın müxtəlif bölgələrindən çoxlu sayda dolma təqdim olunub. Tədbirdə yerli aşpazlar, yemək mədəniyyətləri və media nümayəndələri iştirak ediblər. Bu festivalda YUNESKO-nun Qeyri-Maddi Mədəni İrs Siyahısına daxil edilmiş ənənəvi yeməklərdən biri olan dolma həm kulinariya ənənələrinin nümayişi, həm də kulinariya diplomatiyasının təzahürü kimi təqdim olunub. Tədbir dolmanın təkcə qida məhsulu kimi deyil, həm də mədəni kimliyin, milli irsin daşıyıcısı kimi dəyərini bir daha ictimaiyyətə nümayiş etdirdi. Bu festival

mütəxəssis gastronomik turizmin ilk nümunələrindən biri olub və sonrakı illərdə analogi tədbirlərə nümunə olub.



Şəkil 1.3. Abşeronda “Dolma Festivali”

Mənbə: <https://absheron-ih.gov.az/az/news/183.html>

İştirakçılar gastronomiya festivallarında ənənəvi yemək bişirmə üsullarını öyrənmək üçün ustad dərsləri, interaktiv təlimlər və kulinariya müsabiqələrində iştirak edə bilirlər. Festival iştirakçılara zəngin vizual və dad təcrübəsi təqdim edir. Bu, müasir aşpazların innovativ yanaşmaları və ənənəvi reseptlərin yeni formatlarda təqdimatı ilə bağlıdır. Bu tədbirlər həm də kulinariya sənəti və turizm sahəsində peşəkar təlim və təcrübə mübadiləsi üçün imkanlar yaradır (Bayramova T., 30-32).

Ölkə mətbəxinin dünya miqyasında tanıtılması üçün “Plov həftəsi”, “Azərbaycan çayı günü” və “Milli mətbəx ayı” kimi brendinq kampaniyaları təşkil edilir. Bu təşəbbüslər Azərbaycanın kulinariya mədəniyyətini dünyaya tanıتماğa kömək edir, həmçinin Azərbaycanın qida və turizm sektorlarının inkişafına kömək edir. Bu kampaniyalar Azərbaycan mətbəxinin müxtəlifliyini, zənginliyini və unikal

xüsusiyyətlərini beynəlxalq auditoriyaya təqdim edir, kulinariya diplomatiyası və beynəlxalq əməkdaşlıq üçün yeni imkanlar yaradır. (Həsənov N.M., 35).



Şəkil 1.4. Azerçay” tərəfindən Lənkəranda keçirilən “Çay Festivalı”

Mənbə: <https://afn.az/136523-azeray-lnkranda-mhtm-ay-festival-tkil-edib-.html>

2024-cü ilin may ayında Lənkəranda keçirilən “I Levəngi Festivalı” Azərbaycanın cənub bölgəsinin zəngin kulinariya mədəniyyətinin təbliği üçün mühüm səy oldu. Festival boyu yerli məhsulların sərgisi, kulinariya ustalarının çıxışları və folklor nümunələri ziyarətçilərin böyük marağına səbəb olub. Balıq və toyuq ləvəngi növləri də var idi. Araşdırmalar var ki, belə tədbirlər təkcə milli mətbəxi təbliğ etmir, həm də regionda turizmi artırmaqla yerli iqtisadiyyata təkan verir. Odur ki, “I Ləvəngi Festivalı” Azərbaycan mətbəxinin regionlarda tanıtılması və gastronomik turizmin inkişafı istiqamətində mühüm addımdır.

Festival zamanı iştirakçılar ləvənginin hazırlanması prosesini izləyib, yerli aşpazlarla söhbət edib, ənənəvi reseptlərin sirlərini öyrəniblər. Bu kulinariya irsinin nəsildən-nəslə ötürülməsi üçün vacibdir. Bundan əlavə, tədbir ailə biznesinin və kiçik biznesin inkişafına kömək etdi və yerli icmaları gücləndirdi. Festivala qatılan

turistlərə Lənkəranın təbii gözəllikləri, tarixi yerləri və mədəni irsi ilə tanış olmaq imkanı yaradılıb.



Şəkil 1.5. Lənkəranda təşkil olunan “I Ləvəngi Festivalı”

Mənbə: <https://www.facebook.com/bizimlenkeran/posts/.az>

Azərbaycan mətbəxinin qorunub saxlanması, təbliği və innovativ üsullarla zənginləşdirilməsi baxımından gastronomiya festivalları və bununla bağlı keçirilən tədbirlər böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bu tədbirlər həm ölkənin turizm potensialını artırır, həm də yerli əhəlinin mədəni kimliyini gücləndirir. Bu festivallar Azərbaycanı gastronomiya turizmində mühüm mərkəzə çevirir, çünki dövlət və özəl sektor əməkdaşlıq edir.

II FƏSİL. AZƏRBAYCANIN QASTRONOMİK POTENSİALI

2.1. Qastronomik turizmin iqtisadi və mədəni təsirləri

Qastronomiya turizmi həm birbaşa, həm də dolay yolla iqtisadiyyata əhəmiyyətli təsir göstərir. Bu təsirlər ölkələrin ÜDM-nin artmasına, məşğulluğun artmasına və iqtisadiyyatın canlanmasına kömək edir. Ümumdünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) dərc etdiyi hesabatla görə, qastronomiya turizmi turizm gəlirlərinin təxminən 20-30 faizini təşkil edir. Bu təsirlər aşağıdakı alt bölmələrdə müzakirə olunur. (Bayramova T., 44):

Qastronomiya turizmi təkcə mədəni təcrübələri inkişaf etdirmir, həm də əhəmiyyətli iqtisadi faydalar verir. Qastronomiya turizmi ilk növbədə yerli iqtisadiyyatı stimullaşdırır və kiçik və orta biznesin inkişafına kömək edir. Yerli fermerlər, ailə təsərrüfatları və ərzaq istehsalçıları ənənəvi yerli yeməklərin hazırlanması üçün lazım olan kənd təsərrüfatı məhsullarına artan tələbat səbəbindən yeni bazarlara çıxış əldə edirlər. Ona görə də həm yerli istehsalı canlandırmaq, həm də milli mətbəxi iqtisadi dəyərə çevirmək olar. (Bayramova T.,42).

Məsələn, Naxçıvanın duzlu pendiri, Qaxın məşhur qoz şirniyyatları təkcə rayonda deyil, respublikanın hər yerində və turistlər arasında məşhurlaşmış. Yerli bazarlarda və müxtəlif festivallarda gagah qoz şirniyyatları təbii tərkibi, dadı və istehsalı ilə seçilir. Bu desertdə istifadə edilən yerli qoz və təbii bal həm yüksək keyfiyyətli, həm də xüsusi olması ilə seçilir və bölgənin kulinariya irsini əks etdirir.

Bölgənin qədim südçülük ənənələrini özündə əks etdirən Naxçıvan duzlu pendiri xüsusilə sağlam qidalanmağa üstünlük verən qonaqların diqqətini cəlb edir. Xüsusi olaraq yetişdirilən bu pendir duzlu suda saxlanılaraq yetişdirilir. Saxlama müddəti uzundur və özünəməxsus dadı diqqəti cəlb edir. Bu cür məhsullar regionların iqtisadi inkişafına töhfə verir və milli kulinariya mədəniyyətinin bütün dünyada təbliğinə şərait yaradır.

Bu nümunələr göstərir ki, Azərbaycanın müxtəlif bölgələrindən gətirilən unikal ərzaq məhsulları ölkənin qida turizmi potensialını artırır və eyni zamanda yerli istehsalçıların bazara çıxışını genişləndirir. Bununla da milli iqtisadiyyata əlavə

dəyər təmin edilir və regional kimlik qorunur. Ona görə də “Ləvəngi festivalı” kimi tədbirlərin və bu kimi tədbirlərin digər bölgələrdə də keçirilməsi Azərbaycanın zəngin və  oxsax li kulinariya mədəniyyətinin təbliği üçün strateji    miyy t kəsb edir.



Şəkil 2.1. Azərbaycan mətbəxinin  irniyyatları

Mənbə: <https://ssgate.az/az%C9%99rbaycan-m%C9%99tb%C9%99xi/>



Şəkil 2.2. Naxçıvan pendiri

Mənbə: <https://newmilli.az/kilinariya/715775.html>

Qastronomiya turizmi xidmət sektorunun dinamizmini artırır. Belə turistlər ümumiyyətlə daha uzun müddət qalır və daha çox pul xərcləyərək, xüsusilə yaşayış, nəqliyyat və əyləncə sektorlarında iqtisadi qazanc əldə edirlər. Ölkəyə yüksək gəlirli turist qruplarının gəlməsi turizm sektorunun ümumi iqtisadiyyata təsirini artırır. Məsələn, İtaliya və Fransada yemək yeyən turistlərin gündəlik xərcləri adi turistlərə nisbətən daha yüksəkdir. Bu, vergi gəlirlərinə və dövlət büdcəsinə birbaşa təsir göstərir. (Bayramova T., 65).

Qastronomiya turizmi turizm məhsullarının il boyu mövsümliliyini azaltmaqla davamlılığını təmin edir. Bu, həm bölgələr arasında turist axınını balanslaşdırır, həm də yeni turizm marşrutları yaradır. Qastronomiya turları ənənəvi turizm növlərini birləşdirir və daha mürəkkəb və rəqabətli turizm təcrübəsi təklif edir. Bu istiqamətdə ilk nümunələr Azərbaycanın müxtəlif bölgələrində təşkil edilən kulinariya turları və yerli bazarlara səfərlərdir.

Ona görə də qida turizmi təkcə qidaya əsaslanan maraq sahəsi deyil, həm də yerli və milli səviyyədə iqtisadi dəyər yaradan və regional inkişafı dəstəkləyən güclü bir vasitədir.

Qastronomiya turizmi həm iqtisadi, həm də mədəni aspektləri olan mürəkkəb bir hadisədir. Bu sahə milli mədəniyyətin təbliği, qorunub saxlanılması və yenidən qiymətləndirilməsi üçün mühüm alətə çevrilib. Ənənəvi mətbəx mədəni irsin yeni şəkildə ötürülməsinə imkan verir, mədəni müxtəlifliyi təşviq edir və icma şəxsiyyətini gücləndirir.

Birincisi, qastronomiya turizmi mədəni irsin qorunması və təbliği üçün güclü platforma yaradır. Qonaqpərvərlik mədəniyyətinin, ənənəvi reseptlərin, yemək bişirmə texnikasının və süfrə adətlərinin nəsildən-nəslə ötürülməsi bu prosesin mühüm tərkib hissəsidir. Mətbəx təkcə yemək bişirmək deyil, həm də mədəniyyətə malikdir. Aralıq dənizi pəhrizi və ya Türkiyənin kulinariya irsi kimi UNESCO tərəfindən "Qeyri-Maddi Mədəni İrs" olaraq qəbul edilən bir çox ölkənin mətbəxi mədəni diplomatiya vasitəsi kimi qastronomiyanın əhəmiyyətini bir daha nümayiş etdirdi. Dovğa, dolma, lavaş kimi Azərbaycan xörəkləri bu siyahıya daxil edilib və milli irsin qorunub saxlanmasında mühüm rol oynayır. (25, 9).



Şəkil 2.3. UNESCO üzrə Azərbaycan Milli Komissiyasının 25 illiyi münasibətilə buraxılmış poçt markası

Mənbə: https://az.wikipedia.org/wiki/Az%C9%99rbaycanda_UNESCO-nun_qeyri-maddi_m%C9%99d%C9%99ni_irs_siyah%C4%B1s%C4%B1

Gastronomiya turizmi həm də mədəni müxtəlifliyi təşviq edir. Müxtəlif bölgələrə səyahət edərkən turistlər yerli mətbəxlərlə tanış olurlar ki, bu da mədəniyyətlərarası dialoqa təkan verir. Bu qarşılıqlı maraq həm ziyarətçilər arasında yerli dəyərlərə daha böyük hörmət, həm də mətbəxlər arasında qarşılıqlı öyrənmə və kulinariya sintezi üçün əsas yaradır. Müxtəlif bölgələrin mətbəxləri arasındakı bu dinamika həm də yeni ideyaların yaranmasına kömək edir.

Gastronomiya turizminin cəmiyyətə sosial və mental təsirləri də diqqətəlayiqdir. Zaman keçdikcə yerli insanlar öz kulinariya irsinə daha çox maraq göstərirlər ki, bu da yerli kimliyi gücləndirir və icma qürurunu artırır. Qida insanların qida ehtiyaclarını ödəmək üçün bir yol olmaqla yanaşı, həm də tarixi təcrübələri, sosial dəyərləri və sosial yaddaşı daşıyır. Bu irsin yeni nəsillərə ötürülməsi milli maarifləndirmə prosesini dəstəkləyir və dolayısı ilə bölgələrdən miqrasiyanı dayandırır.

Nəhayət, gastronomiya turizmi mədəni maarifləndirmə və təhsili təşviq edir. Ustad dərsləri, yemək bişirmə kursları, kənd bazarlarına səfərlər və kulinariya festivalları vasitəsilə turistlər yeməklərin dadına baxmaqla yanaşı, onun necə hazırlandığını, tarixi və mədəni əhəmiyyətini də öyrənirlər. Bu öyrənmə prosesi mədəniyyətin canlı qavranılmasını və yerli həyat tərzinin daha yaxşı başa düşülməsini təmin edir. (Əliyev Z., 17).

Bütün bu amillər onu göstərir ki, gastronomiya turizmi mədəniyyətin qorunması və paylaşılması baxımından strateji əhəmiyyət kəsb edir. Bu, fərdlərin mədəni şüurunu artırır və onlara müxtəlif icmalar arasında mədəni əlaqələr yaratmağa kömək edir.

Gastronomiya turizmi cəmiyyətlər arasında mədəni əlaqələri gücləndirir və sosial integrasiyanı təşviq edir. Yerli icmalarla birbaşa əlaqə quraraq, turistlər onların həyat tərzini, inanclarını və gündəlik kulinariya vərdişləri haqqında daha çox məlumat əldə edirlər. Bu qarşılıqlı əlaqə sosial tolerantlıq və qlobal vətəndaşlıq hissinə gətirib çıxarır. Yerli əhali turistlərlə qurduqları əlaqələr sayəsində mədəni irsinə daha çox dəyər verir və daha təhlükəsiz olur. Ailə mətbəxləri, mətbəx klubları və icma mətbəxləri bu prosesdə icma birliyini gücləndirmək üçün sosial platforma rolunu oynayır. (Hacıyev A., 14).

Gastronomiya turizminin ətraf mühitə təsirləri müxtəlifdir və həm müsbət, həm də mənfi ola bilər. Bu gün dayanıqlı turizmin əsas prinsiplərindən biri yerli resurslardan məsuliyyətli istifadə ilə bağlıdır.

Müsbət təsirlərdən biri də yerli və mövsümi qidaların istehlakını təşviq etməkdir. Bu, kənd təsərrüfatı sektorunda daha ekoloji cəhətdən təmiz istehsal üsullarının tətbiqini təşviq edir, eyni zamanda nəqliyyat məsafələrini və bu məsafələrin yaratdığı karbon emissiyalarını azaldır. Gastronomik turistlərin əksəriyyəti bu sahədə ekoloji cəhətdən həssas davranışlar inkişaf etdirir, çünki onlar süni, sənaye məhsullarından çox yerli və təbii məhsullardan hazırlanmış yeməklərə üstünlük verirlər. Plastiksiz və təkrar emal edilə bilən qablaşdırmanın seçilməsi bu turizm növünü ekoloji cəhətdən daha davamlı edir. (Həsənov N.M., 33).

Bununla belə, gastronomiya turizminin ətraf mühitə zərərli təsirlərini də nəzərdən qaçıra bilmərik. Xüsusilə kütləvi yemək festivallarında ətraf mühitin çirklənməsi, tullantıların pis idarə olunması, birdəfəlik plastiklərin geniş yayılması və su istehlakının artması kimi problemlərlə qarşılaşa bilər. Bundan əlavə, bəzi hallarda yerli mətbəxin orijinal forması kommersiya məqsədləri üçün dəyişdirilə bilər; Bu, həm mədəni, həm də ekoloji tarazlığı poza bilər.

Bu halda ekoloji cəhətdən həssas planlaşdırma, yerli icmaların prosesdə fəal iştirakı və turizmin ətraf mühitə təsirlərinin davamlı olaraq qiymətləndirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Belə yanaşma həm turizmi, həm də regionun ekosistemini qoruyur.

Turizm sektorunda davamlı inkişaf ideyasının həyata keçirilməsinin mühüm hissəsi gastronomiya turizmidir. Bu turizm növü balanslaşdırılmış iqtisadi, sosial və ekoloji amilləri nəzərə almaqla regionların uzunmüddətli inkişafına kömək edir. Davamlı gastronomiya turizminin məqsədi yerli sərvətlərin qorunması və mədəni irsin qorunması yolu ilə sağlam və zəngin təbii və mədəni mühiti gələcək nəsillərə ötürməkdir (Əliyev Z., 20).

Davamlı gastronomiya turizmi gəlirin ədalətli bölüşdürülməsini təmin etməklə yanaşı, həm də yerli iqtisadiyyatın böyüməsini təşviq edir. Bu üsul həm böyük şəhərlərdə, həm də kiçik kənd və qəsəbələrdə sahibkarlığın, kənd təsərrüfatının və xidmət sektorunun inkişafına təkan verir. Yerli əhalinin rifahı yüksəlir, işsizlik səviyyəsi azalır, rayondaxili iqtisadi bərabərsizlik azalır. Buna görə də gastronomiya turizmi iqtisadi iştirakın və sosial ədalətin təmin edilməsində mühüm rol oynayır.

Davamlı qida turizmi sosial mədəni irsin qorunması və təbliğinə üstünlük verir. Turizm yerli əhalinin öz mədəni dəyərlərinə bağlılığını artırır, icma qururunu artırır və nəsillər arasındakı bilik mübadiləsini təşviq edir. Turizm həm də yerli icmaların sosial quruluşunu gücləndirir və onların mədəni kimliklərini daha geniş auditoriyaya təbliğ edir. Bu da regionlarda sosial sabitliyin təmin olunmasında, miqrasiyanın qarşısının alınmasında mühüm rol oynayır.

Ətraf mühitin qorunması davamlı gastronomiya turizmində ən mühüm prinsiplərdən biridir. Yerli və mövsümi məhsullardan istifadə, tullantıların

azaldılması və su və enerji resurslarının səmərəli idarə olunması bu sahədə əsas diqqət mərkəzindədir. Məsələn, ekoloji cəhətdən təmiz əkinçilik üsullarının tətbiqi və təkrar emal imkanlarının genişləndirilməsi qida turizminin ekoloji izlərini azaltmağa kömək edir. Turistlər arasında ekoloji maarifləndirmənin artırılması və yerli əhalinin davamlı olaraq məlumatlandırılması ətraf mühitin qorunması üçün daha çox vasitə təmin edir. Bundan əlavə, qastronomiya festivallarının və tədbirlərin ekoloji standartlara uyğun təşkili xüsusilə tullantıların idarə olunması və ətraf mühitin çirklənməsi baxımından mühüm addımdır.

Bunun nəticəsidir ki, davamlı inkişaf prinsiplərinə uyğun təşkil edilən qida turizmi həm maliyyə, həm də mədəni qazanc əldə etməklə yanaşı, həm də sosial bərabərliyi və ekoloji tarazlığı qoruyur. Bu, qastronomiya turizminin gələcək inkişafı və dünya miqyasında tanınması üçün zəmin yaradacaq. Davamlı qastronomiya turizmi dövlət siyasətinin və yerli özünüidarəetmə orqanlarının dəstəyi ilə regional inkişafın mühüm aspektinə çevrilə və ölkələrin ümumi turizm potensialını artırma, eləcə də beynəlxalq aləmdə mövqelərini gücləndirə bilər.

2.2. Ənənəvi Azərbaycan mətbəxi və regional müxtəliflik

Əsrlər boyu Azərbaycan mətbəxi zəngin və çoxşaxəli mədəni irsə malikdir. Azərbaycanın etnik və mədəni müxtəlifliyinə, coğrafi mövqeyinə, iqlim və iqlim şəraitinə görə Qafqazın və ümumilikdə Cənubi Qafqaz regionunun ən zəngin mətbəx ənənələrindən biri hesab olunur. Ənənəvi yeməklər təbii yerli məhsullardan, xüsusilə ət, tərəvəz, taxıl, süd məhsulları və ədviyyatlardan hazırlanır.

Mətbəximizdə mühüm yer tutan plov, tərəvəz dolması, pide, kabab, qutab, kabab, balıq və desertlər hər bir bölgənin kulinariya ənənələrini əks etdirir. Məsələn, dəniz məhsulları və müxtəlif ədviyyat qarışıqları Bakı və Abşeron yarımadasının mətbəxində çox vacibdir. Qarabağ və Şəki bölgələrində ət çox müxtəlifdir. Dəniz məhsulları və meşə məhsulları Lənkəran və Cənub bölgəsinin mətbəxində özünəməxsus şəkildə birləşdirilib. Naxçıvanın ənənəvi çörək və un məmulatları, Quba-Şamaxının şirniyyatları bölgənin kulinariya rəngarəngliyinə dəyər qatır. (Hüseynova L., 33).

Azərbaycanın doqquz inzibati rayonunun hər birinin öz mətbəxi var. Bu regional müxtəlifliyi yeməklərin tərkibində, onların hazırlanma üsullarında, süfrə mədəniyyətində, bayram və mərasimlərlə bağlı kulinariya ənənələrində görmək olar.

2016-cı ildə YUNESKO-nun Qeyri-Maddi Mədəni İrs Siyahısına daxil edilmiş Azərbaycan mətbəxi bu zəngin mədəniyyətin beynəlxalq aləmdə tanınması və qorunması istiqamətində mühüm irəliləyişlər əldə edib. Bu tanınma həm də gastronomiya turizminin inkişafında mühüm rol oynayır və ölkə mətbəxinin beynəlxalq miqyasda daha geniş təbliğinə imkan yaradır. (25, 22).

Cədvəl 2.1.

Regional gastronomik xüsusiyyətlər

Region	Əsas Qastronomik Xüsusiyyətlər	Məşhur Yeməklər
Bakı və Abşeron	Dəniz məhsulları, zəngin ədviyyat qarışıqları	Balıq kababı, plov, badımcan dolması, xaş
Qarabağ	Ət yeməkləri, xörəklərdə unikal üsullar	Qarabağ kababı, kələ, bozbaş, dümür
Şəki	Qat-qat xəmirə hazırlanan şirniyyatlar, ət yeməkləri	Şəki paxlavası, piti, kabab, fıstıqlı şirniyyatlar
Lənkəran və Cənub	Meşə məhsulları, tropik bitkilərdən istifadə	Lənkəran plovu, balıq yeməkləri, fəsəli
Naxçıvan	Çörəkçilik ənənələri, un məmulatları	Naxçıvan çörəyi, düyü plovu, kabab
Quba və Şamaxı	Şirniyyatlar və bal məhsulları	Quba keks, bal şirniyyatları, şirniyyat dolması
Gəncə-Qazax	Ət yeməkləri, lobya və paxlava növləri	Gəncə paxlavası, lobya yeməkləri, soyutma
Şirvan	Düyü əsaslı yeməklər, təbii ədviyyatlar	Şirvan plovu, müxtəlif dolmalar, nar şərbəti
Basqal və İsmayılı	Mürəbbələr və təbii şirniyyatlar	Basqal mürəbbələri, təbii bal, gilənar mürəbbəsi

Azərbaycan Mətbəxinin Regional Xüsusiyyətlərinə Dərin Baxış
(Məmmədova , 14–15).

- Bakı və Abşeron: Bu rayonlar dəniz sahilində yerləşdiyindən daha çox dəniz məhsulları istehlak edirlər. Bu yerin kulinariya mədəniyyəti balıq

kababları, qaynadılmış balıqlar, badımcan dolması və digər dəniz məhsulları ilə zənginləşdirilmişdir. Azərbaycan mətbəxinin bu bölgəsində zəngin ədviyyat qarışıqları yeməklərə özünəməxsus dad verir.

- Qarabağ və Şəki: Bu bölgələr ənənəvi ət yeməklərinin ən yaxşı nümunələrini təqdim edir. Dömmür, kabab, qarabağ kababı, bozbaş kimi xörəklər uzun müddət odda bişirilərək özünəməxsus ətir və dadını qazanır. Şirniyyat ustası olan Şəki rayonu yufka qatından hazırlanan paxlava və püştəli desertləri çox sevir.

- Lənkəran və Cənub Bölgəsi: İsti və rütubətli iqlim şəraiti zəngin meşə məhsulları və kənd təsərrüfatı torpaqlarına imkan verir. Tropik meyvələrdən tutmuş nadir bitkilərə qədər geniş çeşiddə məhsullar istifadə olunur. Yerli mətbəxi Lənkəran plovu və dəniz məhsulları, həmçinin fasalı kimi xüsusi yeməklər təşkil edir.

- Naxçıvan: Quru iqlimi və səhraya yaxın olması səbəbindən burada un və çörək bişirmə ənənəsi inkişaf etmişdir. Rayonun ən məşhur mətbəxləri düyü plovu, ət yeməkləri və noxçıvan çörəyidir. Naxçıvan mətbəxinin digər özəlliyi isə xüsusi ədviyyat qarışıqları ilə zənginləşdirilmiş yeməklərdir.

- Quba və Şamaxı: Bu yerlər qənnadı sənəti ilə məşhurdur. Ölkənin kulinariya mədəniyyəti baldan və digər təbii məhsullardan hazırlanmış mürəbbələr, desertlər və tortlar ilə zənginləşir. Quba balı xüsusilə məşhur olduğundan qida turizmi üçün böyük potensial var.

- Gəncə-Qazaxıstan və Şirvan bölgələri: Gəncə paxlavası, lobya xörəkləri və soyama kimi yerli yeməklər bölgənin mətbəxində xüsusi yer tutur. Şirvan bölgəsində düyü və təbii ədviyyatlar geniş yayılmışdır. Nar siropu kimi içkilər də bu bölgədə çox məşhurdur.

- Basqal və İsmayilli təbii bal və mürəbbə istehsalı ilə məşhurdur. Gilanar mürəbbəsi kimi müəyyən məhsullar bölgənin kulinariya xəzinəsinin bir hissəsidir və milli mətbəxin müxtəlifliyinə öz töhfəsini verir.

Azərbaycan mətbəxi təkcə yeməkdən ibarət deyil, həm də ölkənin mədəniyyətini, adət-ənənələrini, qonaqpərvərliyini və ailə dəyərlərini əks etdirir. Toylarda, bayramlarda və digər mərasimlərdə yemək üçün xüsusi yer ayrılır. Məsələn, Novruz bayramında sumax, təndir çörəyi və paxlava kimi xüsusi yeməklər milli adət-ənənələrin bir hissəsidir (Mustafayeva N., 10–11).

Burada milli süfrə mədəniyyəti, yemək zamanı süfrənin bəzəyi, qonaqların qarşılınması və adət-ənənələr çox önəmlidir. Hər bir bölgənin qonaqpərvərliyi və yemək mədəniyyəti ziyarətçilərə unudulmaz təcrübə bəxş edir.

Turizm sektoru böyük maraq doğurur, çünki bu ənənələr turistləri təkcə yeməkləri ilə deyil, həm də arxasında duran tarixi və mədəni təcrübələri ilə cəlb edir. Mətbəx yerli xalqın mahiyyətini qoruyub saxlamaq, bütün dünyaya tanıtmmaq baxımından da böyük əhəmiyyət kəsb edir.

2.3. Azərbaycan mətbəxinin beynəlxalq tanındılması və kulinariya diplomatiyası

Gastronomiya diplomatiyası və ya kulinariya diplomatiyası müasir dövrdə mədəni diplomatiyanın mühüm tərkib hissəsinə çevrilib və ölkənin milli brendinin inkişafında, mədəniyyətinin təbliğində və turizm potensialının inkişafında mühüm rol oynayır. Kulinariya diplomatiyasının əsas məqsədləri yemək vasitəsilə diplomatik münasibətləri yaxşılaşdırmaq, ölkənin dəyərlərini təbliğ etmək və pul qazanmaqdır. Bu kontekstdə Azərbaycan mətbəxinin zənginliyini, tarixi köklərini, yemək texnologiyalarını və yemək fəlsəfəsini dünyaya tanıtmmaq üçün böyük potensial var. (Məmmədov Ə., 21–25).

Qədim tarixə malik Azərbaycan mətbəxi regional müxtəlifliyi və ekoloji təmiz məhsullara sadiqliyi ilə seçilir. Bu mətbəx müxtəlif yemək üsulları, zəngin ədviyyatlar və yüksək qida dəyəri ilə Qafqazın, Yaxın Şərqi və Mərkəzi Asiya'nın kulinariya ənənələrini əks etdirir. Azərbaycan mətbəxinin öz yeməkləri, dadları və təqdimatları var, hər bölgənin özünəməxsusluğu var.

Məsələn, Şəkinin piti xörəyi, Lənkəranın ləvəngisi, Gəncənin dovğası, Naxçıvanın qutabı təkcə öz dadı ilə deyil, həm də hazırlanma mərasimləri, süfrə

mədəniyyəti ilə məşhurdur. Bu yeməklər təkcə yemək deyil, həm də xalqın tarixini, həyat tərzini, mədəni dünyagörüşünü təmsil edir. Azərbaycan mətbəxində təbiətə hörmət, məhsulun orijinallığı və mövsüm məhsullarından istifadə prinsipləri hər zaman ön plandadır.

Yemək azərbaycanlılar üçün təkcə zərurət deyil, həm də qonaqpərvərliyin, ictimai münasibətlərin qurulmasının mühüm yoludur. Çörək, çay və tərəvəz dolması onları qonağa təqdim edənlərin münasibətini, hörmətini əks etdirir. Bu aspektlərdə Azərbaycan mətbəxi mədəni-mənəvi sistemdir.

Dünyada Azərbaycan mətbəxinə maraq artır. Bu irs Azərbaycan mətbəxi günləri, yemək sərgiləri və kulinariya tədbirləri vasitəsilə daha geniş auditoriyaya təqdim olunur. Dolma YUNESKO tərəfindən Qeyri-Maddi Mədəni İrs Siyahısına daxil edilib. Bu, milli mətbəximizin beynəlxalq aləmdə tanınmasının mühüm nümunəsidir. Diaspor təşkilatlarının köməyi ilə açılan Azərbaycan restoranları və yemək mədəniyyətləri ölkəmizin qida diplomatiyasındakı rolunu gücləndirir.

Ona görə də Azərbaycan mətbəxinin həm turizm, həm də mədəni qarşılıqlı əlaqə üçün böyük potensialı var. Dünyada tanınmaq ölkəni daha yaxşı təbliğ edir, milli dəyərləri yayır, iqtisadiyyatı canlandırır. Bu məqsədlərə çatmaq üçün dövlətin bu sahədə qəbul etdiyi təbliğat siyasəti və festivallar çox önəmlidir.

Cədvəl 2.2.

Azərbaycan mətbəxindəki əsas xüsusiyyətlər

Nö	Xüsusiyyətlər
1	Mövsümi məhsullardan istifadə
2	Ədviyyatlarla zənginləşdirilmiş balanslı dad palitrası
3	Çoxçeşidli ət, tərəvəz və taxıl yeməkləri
4	Qonaqpərvərlik fəlsəfəsinə əsaslanan təqdimat forması
5	Ritual və mərasim yeməklərinin mövcudluğu (məsələn, Novruz şirniyyatları)

Azərbaycan mətbəxinin dünyanın müxtəlif ölkələrində keçirilən kulinariya yarışmalarında təbliği, turistlər üçün kulinariya turlarının təşkili, diasporun xaricdə restoranların açılması mətbəxin beynəlxalq aləmdə tanınmasına zəmin yaradır.

Kulinariya diplomatiyasının konsepsiyası və alətləri: Ölkənin mədəniyyətini və yumşaq gücünü təbliğ etmək üçün milli mətbəxdən istifadə kulinariya diplomatiyasının bir hissəsidir. Bunlara həm dövlət, həm də qeyri-dövlət tərəflərinin təşəbbüsü ilə həyata keçirilən aşağıdakı tədbirlər daxildir:

- Görüşlərdə və diplomatik qəbullarda milli xörəklərin təqdim edilməsi;
- Beynəlxalq kulinariya festivalları və həftələri;
- Beynəlxalq restoran şəbəkələrinin menyularında Azərbaycan yeməkləri yer alır;
- Ustad dərsləri və kulinariya məktəbləri vasitəsilə peşəkar yüksəliş;
- Kulinariya sahəsində coğrafi göstəricilərin brendləşdirilməsi və təbliği (məsələn, “Bakı paxlavası” və “Azərbaycan dolması”).

Azərbaycan bu cür söylərlə təkcə öz mətbəxini deyil, həm də milli kimliyini, tarixi köklərini, qonaqpərvərlik ənənələrini dünyaya tanıdır.

Azərbaycan mətbəxinin beynəlxalq təbliği və kulinariya diplomatiyasının daha səmərəli həyata keçirilməsi üçün aşağıdakılar zəruri hesab olunur:

- Strateji brendinq Azərbaycanın fərqli milli yeməklərinin beynəlxalq səviyyədə tanınan gastronomik brendlərə çevrilməsini nəzərdə tutur. Məsələn, “Bakı plovu” və “Qafqaz dolması”.
- Peşəkar kadr hazırlığı—Beynəlxalq sertifikatlı xarici dildə danışan aşpazların hazırlanması və onların diplomatik missiyalarda xidmət etmələrinin təmin edilməsi.
- Rəqəmsal tanıtım vasitələri: Sosial media platformalarında virtual mətbəx turları, onlayn master-klasslar və interaktiv kulinariya məzmunu yaratmaq.
- Beynəlxalq restoran şəbəkələrinin yaradılması – dünya şəhərlərində “Azərbaycan dadı” konsepsiyası ilə milli restoranların açılması.

- Kulinariya turizmi marşrutlarının inkişafı: Azərbaycanın regionlarını əhatə edən xüsusi “kulinariya xəritələri”nin yaradılması və turpaketlərə daxil edilməsi.

Azərbaycan mətbəxinin və kulinariya diplomatiyasının beynəlxalq aləmdə təbliği ölkənin iqtisadi və diplomatik maraqlarına, eləcə də mədəni və milli irsin qorunub saxlanmasına və yayılmasına töhfə verir. Bu sahədə məqsədyönlü və uzunmüddətli səylərlə Azərbaycan gastronomiya sahəsində dünyada tanınan və qiymətləndirilən ölkələrdən birinə çevrilə bilər. Bu prosesi uğurla həyata keçirmək üçün hökumət, vətəndaş cəmiyyəti təşkilatları və biznes ictimaiyyəti arasında güclü əməkdaşlıq tələb olunacaq.

III FƏSİL. QASTRONOMİK TURİZMİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ VƏ TÖVSIYƏLƏR

3.1. Qastronomik turizm üçün infrastruktur və təlim məsələləri

Müasir dünyada turizm sektorunun inkişaf edən sahələrindən biri də qastronomiya turizmidir. Bu turizm növü təkcə yeməklə məhdudlaşmır; Siz həmçinin milli mətbəx nümunələri vasitəsilə xalqın tarixi, adət-ənənələri, mədəniyyəti və həyat tərzini haqqında daha çox məlumat əldə edə bilərsiniz. Qastronomiya turizminin inkişafı ilk növbədə müvafiq infrastrukturun mövcudluğu və bu sahədə fəaliyyət göstərmək üçün ixtisaslı kadrların hazırlanması ilə bağlı kompleks yanaşma tələb edir. Bu kontekstdə həm təhsil, həm maarifləndirmə mexanizmləri, həm də maddi-texniki infrastruktur gücləndirilməlidir. (Nuriyev V.F., 11–12).

1. Qastronomiya turizmi infrastrukturunu və onun əsas aspektləri

İnfrastruktur turizm fəaliyyəti üçün əlverişli mühit yaradan və xidmət sahələrinin nizamlı fəaliyyətini təmin edən sistemdir. Bu infraquraktura iaşə obyektləri və restoranlar, qida istehsalı və təchizatı şəbəkələri, yerləşdirmə obyektləri, kulinariya festivalları üçün texniki imkanlar və rəqəmsal informasiya platformaları daxildir.

Qastronomiya turizminin inkişafı üçün ilk növbədə bölgələrdə yerli delikateslər təklif edən müasir restoranların, kütləvi iaşə obyektlərinin sayı artırılmalıdır. Bu obyektlərdə təklif olunan menyular bölgənin kulinariya xüsusiyyətlərini əks etdirməli, gigiyenik standartlar və yüksək xidmət keyfiyyəti ilə seçilməlidir.

Yerli ərzaq istehsalının təşviqi və kənd təsərrüfatı ilə restoranlar arasında birbaşa əlaqələrin yaradılması da mühüm addımlardandır. Bu, yerli fermerlərin məhsullarını dəyər zəncirinə inteqrasiya etməklə kənd təsərrüfatının inkişafına töhfə verməklə yanaşı, restoranların təbii və keyfiyyətli məhsullarla tanış olmasına şərait yaradır. Ənənəvi məhsulların (zəfəran, nar, bal, pendir və s.) qorunması və markalanması bu məhsulların həm yerli, həm də beynəlxalq bazarlarda tanınmasını təmin edir.

Gastronomiya festivalları və tədbirləri üçün müvafiq infrastrukturun təmin edilməsi gastronomiya turizminin vacib hissəsidir. Ona görə də müxtəlif bölgələrdə mütəmadi olaraq tematik yemək festivalları (“Düyü bayramı”, “Bal bayramı”) keçirilməli, açıq havada yeməxanalar, kulinariya pavilyonları və dequstasiya zonaları təşkil edilməlidir.

Turistlərin rahat qalmaları üçün yerləşdirmə imkanları da yaxşılaşdırılmalıdır. Ona görə də bölgələrdə mehmanxanalarla yanaşı, kotteclər, aqroturizm obyektləri və “homesstay” kimi tanınan yerləşdirmə növləri də tikilməlidir. Bütün bu yerləşdirmə növlərinə qastronomik təcrübələr daxil edilməlidir.

Gastronomiya turizmi üçün nəqliyyat və logistika mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Regionlararası əlaqələrin gücləndirilməsində yol infrastrukturunun yenilənməsi, qida marşrutlarının xəritələşdirilməsi və bu marşrutlara uyğun turpaketlərin yaradılması çox vacibdir.

Bundan əlavə, müasir gastronomiya turizmində internetin əhəmiyyəti danılmazdır. Bu sahədə turistlərin məlumat və planlaşdırma prosesini daha asan əldə etmələri üçün interaktiv veb portallar, mobil proqramlar və onlayn rezervasiya və məlumat sistemləri hazırlanmışdır.

2. Gastronomiya turizmində kadr hazırlığı və təhsil problemləri (Mustafayeva N., 17-33).

Gastronomiya turizminin davamlı və keyfiyyətli inkişafı insan resurslarının təhsil səviyyəsindən asılıdır. Nəticədə sahəyə uyğun peşəkar kadrların hazırlanması, ixtisasların yenilənməsi və təhsil sisteminin beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması prioritet vəzifəmizdir.

Ölkəmizdə ilk növbədə aşpazlıq, restoran idarəçiliyi və mətbəx texnologiyaları sahələrində peşə təhsili müəssisələrinin yaradılmasına ehtiyac var. Bu məktəblərdə şagirdlərə beynəlxalq mətbəx, qida təhlükəsizliyi, menyunun planlaşdırılması və qida dizaynı kimi sahələrdə bilik və bacarıqların aşılması üçün müasir texnologiyalara əsaslanan tədris strategiyalarından istifadə edilməlidir.

Ali təhsil müəssisələrində turizm və mehmanxana idarəçiliyi ixtisas sahələri çərçivəsində gastronomiya turizmi ilə bağlı kursların tədrisinə xüsusi diqqət

yetirilməlidir. Bundan əlavə, etnoqastronomiya, kulinariya mədəniyyəti və qida antropologiyası kimi tədqiqat sahələri təşviq edilməli və bu istiqamətlərdə daha çox elmi araşdırmalar və layihələr həyata keçirilməlidir.

Gənc mütəxəssislərin real əmək bazarına uyğunlaşması üçün praktiki təlim və təcrübə proqramları çox vacibdir. Ona görə də tələbələrin mehmanxana, mətbəx və restoranlarda təcrübə keçmələri təmin edilməli, beynəlxalq təcrübə mübadiləsi proqramları vasitəsilə onların xaricdə təcrübə keçmələri təşviq edilməlidir.

Xüsusilə kənd yerlərində yerli əhalinin bu sahəyə integrasiyası üçün təlim proqramları yaradılmalıdır. Bu təlimlər qonaqpərvərlik mədəniyyəti, mətbəx təqdimatları, gigiyena qaydaları və müştəri məmnuniyyəti kimi əsas bacarıqları öyrətməlidir.

Qastronomiya turizmi üzrə kurikulumlar fənlərarası və innovativ yanaşmalarla zənginləşdirilməlidir. Bu sahədə çalışan insanlar həm kulinariya bacarıqlarına, həm də marketinq, dizayn, ünsiyyət və brendinq kimi digər bacarıqlara malik olmalıdırlar.

Turizmin uğurla inkişaf etməsi üçün ilk növbədə möhkəm və müasir infrastrukturun yaradılması və bu sektor üçün müvafiq ixtisaslı kadrların yaradılması lazımdır. Bu məqsədə nail olmaq üçün dövlətə ümummilli kulinariya strategiyasının işlənib hazırlanması, regionlarda kulinariya mərkəzlərinin yaradılması, dövlət-özəl əməkdaşlığının gücləndirilməsi, şəhərlərdə təhsil proqramlarının genişləndirilməsi tövsiyə olunur.

Bundan əlavə, beynəlxalq standartlara cavab verən innovativ yanaşmalar tətbiq edilməli, ölkənin zəngin dərslik irsi dünya miqyasında təbliğ edilməli, bu sektorda çalışan insanlara davamlı təlim və iş təcrübəsi təmin edilməlidir. Beləliklə, astronomik turizm ölkə iqtisadiyyatının yüksəlməsinə, regionların inkişafına və milli brendin yaranmasına kömək edə bilər.

3.2. Azərbaycan dövlətinin təşəbbüsləri və gastronomik turlar təşviqi

Azərbaycan hökuməti ölkənin turizm potensialının inkişafı üçün gastronomiya turizminin strateji əhəmiyyətini yüksək qiymətləndirir və bu sahədə müxtəlif dövlət

proqramları və təşəbbüslər irəli sürür. Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi, Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi, İqtisadiyyat Nazirliyi, Dövlət Turizm Agentliyi və digər aidiyyəti dövlət qurumlarının əməkdaşlığı nəticəsində gastronomiya irsinin qorunması və turizmə təqdim edilməsi istiqamətində kompleks tədbirlər həyata keçirilib.

2018-ci ildə istifadəyə verilmiş “Azərbaycanın Qastronomik Xəritəsi” və Regional Turizmin İnkişafı layihəsi müxtəlif regionların kulinariya xüsusiyyətlərini sistemləşdirərək turistlər üçün maraqlı və rəngarəng marşrutlar yaratmaq imkanı yaradır. Bu xəritə turistləri ölkənin hər bir bölgəsinin kulinariya irsi və adət-ənənələri ilə tanış etməklə regional turizmi təşviq edir.

Yemək, kulinariya mədəniyyəti, tədbirlər və yerli məhsulların təbliği sayəsində yerli iqtisadiyyat canlanır. Bu təşəbbüs yerli əhalinin öz mədəni və kulinariya irsinə marağını artırır və onları bu sahədə fəal iştiraka sövq edir. Bu təşəbbüs vasitəsilə yerli əhali öz mədəni və kulinariya irsinə marağını artırır və bu sahədə fəal iştirak etməyə təşviq olunur. Bu, xüsusilə ailə təsərrüfatları və yerli istehsalçılar üçün yeni bazar imkanları yaradır. Bu, işsizliyin azalmasına, regionların sosial-iqtisadi inkişafına töhfə verir.

“Azərbaycan Qastronomiya Xəritəsi” və bu kimi layihələr vasitəsilə ölkənin turizm infrastrukturunu da inkişaf etdirilir. Bu, turistlər üçün gastronomiya marşrutları, yerli restoranlar, ailə biznesləri və suvenirlər hazırlayan kiçik biznes kimi obyektlərin fəaliyyətini stimullaşdırır. Bu, turizmin regionlar arasında bərabər paylanmasını təmin edir və beləliklə, həm böyük şəhərlərin, həm də kənd və qəsəbələrin iqtisadiyyatını stimullaşdırır.

Bu cür layihələr həm də bütün dünyada milli mətbəxin təbliği üçün səmərəli platforma rolunu oynayır. Qastronomik turizm təkcə qida məhsullarının dadına baxmaq deyil, həm də mədəniyyəti, tarixi və adət-ənənələri öyrənmək və təbliğ etmək deməkdir. Azərbaycan mətbəxinin unikalılığı və zənginliyi ölkəmizi regional və beynəlxalq turizm məkanına çevirir.

Azərbaycanın turizm sektorunun inkişafı və iqtisadiyyatının şaxələndirilməsi üçün gələcəkdə belə layihələrin dəstəklənməsi strateji əhəmiyyət kəsb edir. Odur ki,

qastronomiya turizminə daha çox sərmayə qoymaq, yerli məhsulları beynəlxalq bazarlara çıxarmaq və milli brend yaratmaq həm regionun, həm də ölkənin ümumi rifahına kömək edəcək.

Cədvəl 3.1.

Azərbaycanın Regional Qastronomik Potensialının Ümumi Sxemi

№	Region	Mətbəx Xüsusiyyətləri
1	Bakı-Abşeron	Dəniz məhsulları, plov, kabab
2	Qarabağ	Ət yeməkləri, piti
3	Şəki	Paxlava, piti
4	Lənkəran	Məşə məhsulları, balıq yeməkləri
5	Naxçıvan	Çörəkçilik, düyü plovu
6	Quba-Şamaxı	Şirniyyat, bal

Cədvəl 3.2.

Azərbaycan Qastronomik Turizminin İqtisadi və Mədəni Təsirləri

Təsir Növləri	İqtisadi Təsirlər	Mədəni Təsirlər
Yerüstü təsirlər	Yeni iş yerlərinin yaradılması, yerli sahibkarlığın dəstəyi	Mədəni irsin qorunması, yerli mətbəx ənənələrinin təbliği
Dolaylı təsirlər	Turistlərin bölgədə qalma müddətinin artması, xidmət sektorunun inkişafı	Mədəni müxtəlifliyin təşviqi, mədəni dialoqun yaranması
Uzunmüddətli təsirlər	Regional iqtisadiyyatın inkişafı, ixrac potensialının artması	Gənc nəsildə mədəni özünüdərk və mədəni dəyərlərin möhkəmlənməsi

1. Milli və regional gastronomik festivalların təşkili (İsmayılov R., 23–25).

Dövlətin dəstəyi ilə Bakı, Şəki, Quba, Lənkəran, Gəncə və digər şəhər və rayonlarda tez-tez kulinariya sərgiləri, gastronomiya festivalları keçirilir. Bu festivallar milli kulinariya mədəniyyətinin, yerli məhsulların təbliği və turist marağını artırmaq üçün mühüm platforma rolunu oynayır.

Bu tədbirlərə ənənəvi və müasir mətbəxin təbliği, kulinariya ustalarının iştirakı, ustad dərsləri və qida startaplarının nümayişi daxildir. Festival və tədbirlər həm yerli əhalinin, həm də xarici turistlərin diqqətini cəlb edir, ölkənin gastronomik imicini gücləndirir.

2. Milli qida məhsullarının ixracının dəstəklənməsi

Yerli kənd təsərrüfatı məhsullarının ixracını artırmaq üçün Azərbaycan hökuməti müxtəlif vergi endirimləri, subsidiyalar və stimullaşdırma mexanizmləri həyata keçirir. “Made in Azerbaijan” brendi altında milli ərzaq məhsullarının beynəlxalq bazarlara çıxarılması, təsərrüfatların müasirləşdirilməsi, emal sənayesinin inkişafı istiqamətində mühüm layihələr həyata keçirilir.

Bu təşəbbüslər sayəsində yerli məhsulların keyfiyyətinin yüksəldilməsi və beynəlxalq standartlara uyğunluğunun təmin edilməsi Azərbaycan kulinariya məhsullarının dünya miqyasında tanınmasına şərait yaradır. Yerli kənd təsərrüfatının yaxşılaşdırılması həm də iqtisadiyyatın şaxələndirilməsini və məşğulluğu artırır.

3. İnnovativ texnologiyaların tətbiqi və beynəlxalq əməkdaşlıq

Dövlət turizm sektorunun rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün gastronomiya turizmində yeni texnologiyalardan istifadəni təşviq edir. Elektron turizm platformaları virtual turlar, interaktiv kulinariya xəritələri və mobil proqramlar kimi rəqəmsal alətlər vasitəsilə ziyarətçilərə daha çox seçim və yüksək keyfiyyət təklif edir.

Azərbaycan beynəlxalq əməkdaşlıqda da iştirak edir. Çoxsaylı beynəlxalq təşkilatlar, Ümumdünya Turizm Təşkilatı, YUNESKO, Beynəlxalq Gastronomiya Təşkilatları və başqaları ilə əməkdaşlıq çərçivəsində layihələr həyata keçirir. Bu əməkdaşlıqlar milli kulinariya irsinin təbliği və qorunması, təcrübə mübadiləsi və müasir standartların tətbiqi baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. (24, 10).

4. Davamlı inkişaf və strategiya

Bunun nəticəsidir ki, Azərbaycan hökuməti gastronomiya turizminin inkişafına ölkənin sosial-iqtisadi inkişaf strategiyasının mühüm tərkib hissəsi kimi baxır. Dövlətin bu sahəyə ayırdığı maliyyə və insan resursları, planlı və məqsədyönlü strategiyalar milli mətbəximizin beynəlxalq miqyasda daha da tanınmasına kömək edir. Azərbaycan mətbəxi müxtəlif mədəniyyət və turizm layihələrini dəstəkləməklə, kulinariya festivalları təşkil etməklə, beynəlxalq tədbirlərdə fəal iştirak etməklə qlobal brendə çevrilib.

Bu strategiya ölkənin turizm sektorunun rəqabət qabiliyyətini artırır, eyni zamanda yerli iqtisadiyyatın böyüməsinə kömək edir. Qastronomik turizmin təşviqi regionlarda yeni iş imkanlarının yaradılmasına, kiçik və orta biznesin inkişafına və yerli məhsulların satışına kömək edir. Beləliklə, Azərbaycan təkcə mədəni irsini və gastronomiyasını qoruyub saxlamır, həm də bu dəyərlərdən pul qazanaraq ölkənin iqtisadi vəziyyətini yaxşılaşdırır. Dövlətin uzunmüddətli planları Azərbaycanı regionda və dünyada kulinariya turizminin aparıcı mərkəzlərindən birinə çevirmək məqsədi daşıyır.

Cədvəl 3.3.

Azərbaycan Qastronomik Turizminin İnkişaf Strategiyası

№	Dövlət Siyasətinin İstiqamətləri
1	Mədəni irsin qorunması
2	Regional mətbəxlərin tanındılması
3	Qastronomik festival və tədbirlərin təşkili
4	İqtisadi dəstək
5	Fermerlərin və kiçik sahibkarlığın gücləndirilməsi
6	Turizm infrastrukturunun inkişafı
7	Təhsil və kadr hazırlığı
8	Kulinariya təlimləri və master-klassların təşkili
9	İnnovasiya və marketinq fəaliyyətləri
10	Müasir kulinariya və rəqəmsal tanıtım

Gastronomiya turizminin davamlı inkişafı üçün innovasiya, məlumatlandırma və təşviqat işləri davam edir. Yerli icmalar və özəl sektor bu prosesdə fəal iştirak edir.

Azərbaycan hökumətinin xüsusi layihə və proqramları

Turizmin inkişafına dair 2014-2020-ci illər üçün Dövlət Proqramı çərçivəsində Azərbaycan hökuməti gastronomiya turizmini tətbiq edib və inkişaf etdirib. Bu proqram kulinariya turizmini ayrıca bir sahə kimi nəzərdən keçirdi və yerli mətbəxi bütün dünyada tanıtmmaq üçün bir plan hazırladı.

Ölkənin gastronomiya turizminin inkişafı üçün müxtəlif təşəbbüslər həyata keçirilir. Məsələn, “Turizmin və Milli Mətbəxin İnkişafına Dəstək” İctimai Birliyi müxtəlif bölgələrdə kulinariya turları, festivallar və digər kulinariya tədbirləri təşkil edir. Bu tədbirlərdə “Bal Xurma” brendi ilə istehsal olunan Astara çayları, meyvə və çiylək mürəbbələri, quru xurma və yerli məhsullar təqdim olunur. Bundan əlavə, bütün dünya üzrə aşpazların məlumatlılığının artırılması üçün “Chefaz” platformasından istifadə edilib. Bu təşəbbüslərin məqsədi Azərbaycanın zəngin kulinariya ənənələrini təbliğ etmək və gastronomik turizmin inkişafına kömək etməkdir. Gələcəkdə Azərbaycanın kulinariya müxtəlifliyini əyani şəkildə nümayiş etdirmək və turistləri regionlararası kulinariya təcrübələri haqqında məlumatlandırmaq üçün “Azərbaycanın Gastronomik Xəritəsi” kimi layihənin həyata keçirilməsi faydalı ola bilər. (Məmmədova R.Z., 20–27).

2018-2023-cü illər arasında dövlət tərəfindən dəstəklənən “Made in Azerbaijan” brendi ilə istehsal olunan yerli ərzaq məhsullarının ixracının 30 faizdən çox artacağı gözlənilir. Bu, yerli fermerlərin və istehsalçıların beynəlxalq bazarlara çıxışını asanlaşdırmaqla yanaşı, aqrar sektorda yeni ideyaların inkişafına təkan verir.

Son beş ildə kulinariya turizmi sektoruna turist gəlişi ildə orta hesabla on iki-on beş faiz artmışdır. Mədəniyyət və gastronomiya turizmi ölkənin turizm gəlirinin təxminən 25%-ni təşkil edir. Bakı, Şəki, Quba, Lənkəran kimi şəhərlərdə keçirilən yemək festivallarında turistlərin sayı 30 faiz artır.

Ərzaq məhsullarının istehsalı və emalı sahəsində 10%-dən çox artım yerli iqtisadiyyatı gücləndirir və regionlarda əhəlinin məşğulluğunu artırır.

Azərbaycan hökuməti 2025-ci ilə qədər ölkənin ümumi turizmində gastronomiya turizminin payını 35%-ə çatdırmağı planlaşdırır. Buna görə də aşağıdakı əsas strategiyalar müəyyən edilib:

- **Qastronomiya turizmi infrastrukturunun inkişafı:** Regionlarda təhsil müəssisələrinin, muzeylərin və kulinariya mərkəzlərinin yaradılması.
- **Rəqəmsal transformasiya:** Turistlər mobil proqramlar, virtual turlar və onlayn platformalar vasitəsilə gastronomiya məzmununa daha çox çıxış əldə edə bilərlər.
- **Beynəlxalq əməkdaşlıq:** YUNESKO, Ümumdünya Turizm Təşkilatı və digər beynəlxalq təşkilatlarla əlaqələrin inkişaf etdirilməsi və milli kulinariya irsinin bütün dünyada təbliği.
- **Yerlilik və davamlılıq:** Yerli məhsulların istehsalını və istifadəsini təşviq etmək və üzvi və ekoloji cəhətdən təmiz məhsulların təşviqi.
- **Təlim və kadrların inkişafı:** Kulinariya sahəsində peşəkar kadrların hazırlanması üçün təlim proqramlarının genişləndirilməsi.

Azərbaycan hökuməti ölkənin iqtisadi və mədəni məqsədləri çərçivəsində gastronomiya turizmini inkişaf etdirməyi seçib. Bu sahədə həyata keçirilən təşəbbüslər, layihələr və dövlət proqramları ölkəmizin turizm potensialının artırılması, milli mətbəximizin dünya bazarında mövqeyinin möhkəmləndirilməsi və regionların sosial-iqtisadi inkişafına dəstək baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Gələcəkdə bu sahənin daha da böyüməsi üçün investisiyalar, innovasiyalar və beynəlxalq əməkdaşlıqlar çox vacibdir.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Tədqiqatın nəticələrinə görə, müasir dövrün ən dinamik və sürətlə inkişaf edən turizm sahələrindən biri gastronomiya turizmidir. Aydın oldu ki, bu bölgə həm mədəni, həm də iqtisadi baxımdan böyük potensiala malikdir. Turistlərin xoşuna gəlir ki, ənənəvi milli mətbəximiz qorunub saxlanılıb və müasir kulinariya üsulları ilə birləşdirilib. Azərbaycanın regional mətbəxi gastronomik turizmin inkişafı üçün unikal imkanlar təqdim edir, lakin bu potensialdan tam istifadə etmək üçün daha planlı və sistemli strategiyalar hazırlanmalıdır.

Tədqiqat zamanı o da məlum olub ki, gastronomiya turizminin inkişafında infrastrukturun müasirləşdirilməsi, iaşə xidmətlərinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi, xidmət sahəsində çalışan mütəxəssislərin peşəkarlıq səviyyəsinin yüksəldilməsi və təhsil imkanlarının genişləndirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bununla belə, Azərbaycan mətbəxinin beynəlxalq səviyyədə tanınması cəhdləri müəyyən irəliləyiş əldə etsə də, kulinariya diplomatiyasının daha da gücləndirilməsi və bu sahədə beynəlxalq əməkdaşlığın daha da genişləndirilməsi vacibdir.

Təkliflər:

Gastronomiya turizminin daha sistemli və dayanıqlı inkişafını təmin etmək üçün dövlət səviyyəsində xüsusi strategiya və uzunmüddətli plan hazırlanmalıdır. Bu proqram üçün müxtəlif dövlət qurumları, turizm təşkilatları və yerli icmalar əməkdaşlıq etməlidir.

Bölgələrdə restoranlar yaradılmalı, müxtəlif tematik kulinariya festivalları təşkil edilməlidir. Yerli icmaların mədəni irsini və kulinariya ənənələrini vurğulamaq və turistləri bu fəaliyyətlərə fəal cəlb etmək lazımdır.

Turizm və kulinariya sektorlarında çalışan kadrların peşəkar səriştəsini artırmaq üçün peşə hazırlığı sistemlərinin genişləndirilməsi çox vacibdir. Bundan əlavə, yüksək keyfiyyətli xidmətin təmin edilməsi üçün beynəlxalq sertifikatlaşdırma proqramları və ekspertlər üçün təcrübə mübadiləsi imkanları hazırlanmalıdır.

Azərbaycan mətbəxinin və gastronomik turizmin təbliği üçün virtual turlar, mobil proqramlar, tematik bloqlar və digər interaktiv məzmunlar hazırlanmalıdır. Bundan əlavə, bu məzmunlar xarici dillərdə dərc edilməlidir. Ona görə də dünya tamaşaçısı bizim mətbəximizin zənginliyini görəcək.

YUNESKO və digər beynəlxalq təşkilatlarla əməkdaşlıq daha da genişləndirilməli, Azərbaycanın milli yeməklərinin qeyri-maddi mədəni irs siyahısına salınması üçün təqdimatlar hazırlanmalıdır. Bu aksiya milli mədəniyyətimizin qorunub saxlanmasına və ölkəmizin imicinin bütün dünyada möhkəmlənməsinə kömək edəcək.

Xaricdəki səfirliklər və mədəniyyət mərkəzləri mütəmadi olaraq “Azərbaycan mətbəxi günü”, kulinariya nümayişləri və dequstasiya mərasimləri kimi xüsusi tədbirlər təşkil etməlidir. Bu tədbirlər Azərbaycan mətbəxinin təbliği və diplomatik əlaqələrin inkişafı baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Turistik məhsullar yaradılarkən gastronomik elementlər nəzərə alınmalı və effektiv marketing planları hazırlanmalıdır. Ona görə də turizm paketləri daha rəqabətli və cəlbedici olarsa, ziyarətçilərin marağı artar.

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Abbasov H., "Azərbaycan mətbəxinin inkişafında etnoqrafik ənənələrin rolu". Bakı: Elm, 2015, 25-143.
2. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi. Turizm statistikas. Bakı: Rəsmi nəşr, 2023, 6–47.
3. Bayramova T., "Qastronomiya turizminin inkişafında təlim və peşə hazırlığı". Bakı: Tədris-Metodiki Mərkəz, 2022, 29–98.
4. Cəfərov E., "Kulinariya və milli kimlik: Azərbaycan mətbəxinin formalaşması". Bakı: UNEC Nəşriyyatı, 2015, 17–112.
5. Dövlət Turizm Agentliyi. "Turizm sahəsinin inkişafı üzrə Dövlət Proqramı (2022–2026)". Bakı, 2022, 4–56.
6. Əliyev İ. İ, "Turizm fəaliyyətinin təşkili və idarə olunması". Bakı: Bakı Universiteti, 2017, 12-189.
7. Əliyev Z., "Qastronomik turizmin sosial-mədəni aspektləri". Bakı: İqtisadiyyat və Mədəniyyət, 2021, 15–137.
8. Əliyeva A., "Azərbaycan mətbəxinin coğrafi və regional xüsusiyyətləri". Bakı: Coğrafiya və Turizm, 2020, 11–101.
9. Əliyeva G., "Azərbaycan xalq yeməkləri və onların tarixi". Bakı: Elm və Təhsil, 2016, 18–210.
10. Hacıyev A., "Azərbaycan turizm sektorunun brendləşməsi və milli xüsusiyyətləri". Bakı: UNEC, 2021, 13–125.
11. Həsənov N.M., "Qastronomik turizmin nəzəri və praktik əsasları". Bakı: Qanun, 2019, 33–172.
12. Hüseynova L., "Turizmin marketinqi və brendləşdirilməsi". Bakı: Elm, 2020, 33–176.
13. İsmayılov R., "Regional inkişaf və turizm potensialı". Bakı: Təhsil, 2019, 23–134.
14. Kərimov V., "Azərbaycanın regionlarında kulinariya turizmi". Bakı: Nurlan, 2016, 18–109.

15. Qasımova , “Mətbəx mədəniyyətinin turizmə təsiri: Azərbaycan nümunəsində”. Bakı: BDU Nəşriyyatı, 2019, 37–119.
16. Qurbanov A., “Mədəni irs və turizm: qarşılıqlı təsirlər”. Bakı: AzTU, 2018,. 22–148.
17. Mədəniyyət Nazirliyi., “Mətbəx irsimiz – sərvətimizdir”. Bakı: Rəsmi nəşr, 2020, 6–73.
18. Məmmədov Ə., “Etnoqrafik irs və mətbəx ənənələri”. Bakı: Avrasiya, 2014, 21–144.
19. Məmmədov Q.H., “Turizmin əsasları”. Bakı: Təhsil, 2012, 9–198.
20. Məmmədova R.Z., “Qastronomiya və kulinariya: Tarix və müasirlik”. Bakı: Nurlan, 2014, 20–157.
21. Məmmədova , “Azərbaycanın turizm ehtiyatları və onların inkişaf imkanları”. Bakı: AzTU, 2013, 14–97.
22. Mustafayeva N., “Milli mətbəxin beynəlxalq tanınması və turizm imkanları”. Bakı: Turizm Kitabxanası, 2022, 10–105.
23. Nuriyev V.F., “Azərbaycanın qeyri-maddi mədəni irsi və milli mətbəxi”. Bakı: MBM, 2017, 11–139.
24. Rzayev Ə., “Turizmin iqtisadi əsasları”. Bakı: Adiloğlu, 2020, 41–165.
25. UNESCO Azərbaycan Milli Komissiyası, “Azərbaycan mətbəx irsi: sənədlər toplusu”. Bakı, 2021, 8–90.
26. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2022). Gastronomy and Tourism: Strategic Development Guideline Madrid: UNWTO.
- 27.

İnternet resursları

28. <https://unesco.az/index.php/az/articles/news/173>
29. <https://tourism.gov.az/>
30. <https://1905.az/gastronomik-turizm/>
31. https://az.wikipedia.org/wiki/Kulinariya_turizmi
32. <https://xalqgazeti.az/az/medeniyyet/188715-dadli-lezzetli-turizm>