

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: Gəncə şəhərinin turizm potensialının Azərbaycanın
turizmində yeri**

QRUP: TT1-20

TƏLƏBƏ: Gülnara İsgəndərova Vüqar qızı

ELMİ RƏHBƏR: t.f.d dos. Camal Arıxov Cuma oğlu

ZAQATALA-2025

MÜNDƏRİCAT

XÜLASƏ.....	3
GİRİŞ	4
I FƏSİL. Turizmin nəzəri əsasları və iqtisadi əhəmiyyəti	6
1.1. Turizmin anlayışı və təsnifatı	
1.2. Turizmin iqtisadi və sosial rolu	
1.3. Turizmin inkişafına təsir edən amillər	
II FƏSİL. Gəncə şəhərinin turizm potensialının təhlili	11
2.1. Gəncə şəhəri haqqında ümumi məlumat	
2.2. Turizm resursları	
2.3. Turizm infrastrukturunu	
2.4. Statistik məlumatlar və təhlil	
III FƏSİL. Gəncə turizminin inkişaf perspektivləri	20
3.1. Gəncənin ölkə turizmindəki rolu	
3.2. İnkişaf imkanları və problemlər	
3.3. Beynəlxalq səviyyədə tanıtım yolları	
3.4. Təklif və tövsiyələr	
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR	29
İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT	32

XÜLASƏ

Gəncə şəhərinin turizm potensialı qiymətləndirilmiş, bu potensialın Azərbaycan turizm sistemindəki yeri elmi əsaslarla təhlil edilmişdir. Tədqiqatın məqsədi şəhərin tarixi-mədəni, təbii və sosial-mədəni resurslarının səmərəli istifadəsini və turizm infrastrukturunun inkişafını təmin edən amilləri müəyyənləşdirmək, mövcud problemləri sistemləşdirmək və inkişaf istiqamətləri üzrə təkliflər irəli sürməkdən ibarətdir.

İş çərçivəsində turizmin iqtisadi və sosial əhəmiyyəti nəzəri baxımdan əsaslandırılmış, sektorun inkişafına təsir edən təbii-coğrafi, iqtisadi, hüquqi, mədəni və informasiya amilləri dəyərləndirilmişdir. Gəncə şəhərinin resurs bazası – Nizami Gəncəvi məqbərəsi , İmamzadə kompleksi, Göygöl və Maralgöl, teatr və muzey infrastrukturunu kimi obyektlər geniş təhlil olunmuş, bu obyektlərin turizm axınına təsiri statistik və müqayisəli metodlarla araşdırılmışdır.

Tədqiqat nəticəsində məlum olmuşdur ki, şəhərdə turizm sahəsində artım müşahidə olunsada, infrastruktur, kadr hazırlığı, informasiya təminatı və beynəlxalq tanıtım istiqamətlərində ciddi boşluqlar mövcuddur. Əldə edilən nəticələr əsasında regional turizmin inkişafında Gəncənin strateji rol oynadığı və bu funksiyanın möhkəmləndirilməsi üçün kompleks tədbirlərin həyata keçirilməsinin zəruri olduğu qənaətinə gəlinmişdir.

GİRİŞ

Azərbaycanın qeyri-neft sektorunun prioritet istiqamətlərindən biri turizm sahəsidir. Bu sektor həm iqtisadi, həm də sosial baxımdan mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Son illər ərzində ölkəmizdə bu sahənin inkişafı üçün müxtəlif dövlət proqramları qəbul olunmuş, regionlarda turizmin inkişafı istiqamətində genişmiqyaslı tədbirlər həyata keçirilmişdir. Belə regionlardan biri də ölkənin ikinci ən böyük şəhəri olan Gəncədir.



Gəncə şəhəri zəngin tarixi keçmişi, mədəni irsi, təbii resursları və coğrafi mövqeyi ilə Azərbaycan turizmində mühüm yer tutur. Lakin bu potensialın yetərinə dəyərləndirilməməsi, tanıtımın zəif təşkili və xidmət infrastrukturunun inkişafında geri qalması bu sahədə əlavə araşdırma və təkliflərə ehtiyac olduğunu göstərir.

Buraxılış işinin məqsədi, Gəncə şəhərinin turizm potensialını araşdırmaq və onun Azərbaycanın ümumi turizm sistemindəki yerini müəyyənləşdirməkdir.

Vəzifələr:

- Turizmin nəzəri əsaslarını və təsnifatını öyrənmək
- Gəncə şəhərinin turizm resurslarını və imkanlarını təhlil etmək

- Mövcud infrastrukturun vəziyyətini dəyərləndirmək
- Problemləri müəyyənləşdirmək və inkişaf üçün təkliflər vermək

Tədqiqat obyekti: Gəncə şəhərinin turizm sektoru

Tədqiqat predmeti: Gəncə şəhərinin turizm potensialının inkişafı və onun ölkə turizmindəki yeri

Tədqiqat metodları:

- Statistik təhlil
- Müqayisəli analiz
- Sosioloji sorğu nəticələrinin ümumiləşdirilməsi
- Sənədlərin təhlili və mənbələrə istinad

İnformasiya bazası:

Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi, Dövlət Statistika Komitəsi, Gəncə Şəhər İcra Hakimiyyəti, AMEA-nın müvafiq şöbələri və elmi nəşrlər.

İşin strukturu üç əsas fəsildən ibarətdir. Birinci fəsildə turizmin nəzəri əsasları, ikinci fəsildə Gəncə şəhərinin turizm resursları və üçüncü fəsildə inkişaf perspektivləri və təkliflər təqdim edilir.

TURİZMİN NƏZƏRİ ƏSASLARI VƏ İQTİSADI ƏHƏMİYYƏTİ

1.1. Turizmin anlayışı və təsnifatı

Turizm — insanların istirahət, əyləncə, müalicə, dini, mədəni və digər məqsədlərlə daimi yaşadığı ərazidən müvəqqəti olaraq başqa bir yerə səyahət etməsi və orada müəyyən zaman ərzində qalması ilə bağlı fəaliyyətlər toplusudur. Turizm ilk baxışda sadə bir səyahət prosesi kimi görünə bilər, əslində bir çox sahənin birgə fəaliyyətini tələb edən, sosial-iqtisadi və mədəni əlaqələrin inkişafında mühüm rol oynayan kompleks bir fenomendir.

Ümumdünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) verdiyi tərifə görə, turizm — fərdin bir ildən az müddətə fərqli bir məkana etdiyi səfər və bu zaman ərzindəki fəaliyyətdir. Turizm əsasən üç əsas növə ayrılır:

- Daxili turizm – ölkə vətəndaşlarının öz ölkəsi daxilində etdiyi səfərlər.
- Gəlmə turizmi – xarici ölkələrdən gələn turistlərin ölkə ərazisindəki fəaliyyəti.
- Getmə turizmi – vətəndaşların başqa ölkələrə səfərləri.

Turizmin digər təsnifatları da mövcuddur:

- Məqsədinə görə: istirahət, müalicəvi, dini, işgüzar, ekoturizm və s.
- Davam etmə müddətinə görə: qısamüddətli, uzunmüddətli.
- Mövsümə görə: yay, qış, mövsümi olmayan.

Bu təsnifatlar, turizm siyasətinin formalaşdırılması və resursların düzgün bölüşdürülməsi üçün mühüm əhəmiyyət daşıyır.

1.2. Turizmin iqtisadi və sosial rolu

Turizm sektoru müasir dövrdə iqtisadiyyatın ən dinamik sahələrindən biri hesab olunur. Bu sahə həm birbaşa, həm də dolaylı yollarla milli iqtisadiyyata ciddi töhfə verir. Turizmin iqtisadi əhəmiyyəti aşağıdakılarla xarakterizə olunur:

- Valyuta daxilolmaları: Xarici turistlərin ölkəyə gətirdiyi gəlirlər valyuta ehtiyatlarının artırılmasına kömək edir.
- Yeni iş yerlərinin yaradılması: Otel, restoran, nəqliyyat, əyləncə və digər xidmət sahələrində məşğulluğun artmasına səbəb olur.
- Regionların inkişafı: Regionlarda infrastrukturun genişləndirilməsi və xidmət sahələrinin dirçəldilməsi üçün əsas stimül rolunu oynayır.
- Sahəlararası əlaqələrin gücləndirilməsi: Turizm sektoru nəqliyyat, kənd təsərrüfatı, sənətkarlıq kimi sahələrlə sıx bağlıdır.

Sosial baxımdan isə turizm:

- Mədəniyyətlərarası dialoqu gücləndirir
- Əhalinin istirahət hüququnu təmin edir
- Yerli icmaların iqtisadi fəallığını artırır

Turizmin bu cür çoxşaxəli təsiri onu yalnız iqtisadi deyil, həm də sosial inkişafın əsas dayaqlarından birinə çevirir.

1.3. Turizmin inkişafına təsir edən amillər

Turizmin inkişafı kompleks və çoxşaxəli bir proses olmaqla müxtəlif xarici və daxili amillərin təsiri altında formalaşır. Bu amillər turizm fəaliyyətlərinin təşkili, turizm məhsullarının yaradılması, turist axınının yönləndirilməsi və ümumilikdə sektorun dinamik inkişafı baxımından mühüm rol oynayır. Onları əsasən təbii-coğrafi, sosial-iqtisadi, mədəni-tarixi, infrastruktur, siyasi-hüquqi və psixoloji amillər olmaqla qruplaşdırmaq mümkündür.

1. Təbii-coğrafi amillər

Təbii amillər hər hansı ərazinin turizm baxımından cəlbədiciliyinin əsas elementlərindən biridir. Buraya aşağıdakılar daxildir:

İqlim şəraiti – Günəşli günlərin sayı, temperatur, rütubət və küləksizlik turizm mövsümünün uzunluğunu və turistlərin seçimlərini müəyyən edir;

Landşaft və relyef – Dağlar, göllər, çaylar, meşələr, çimərliklər və digər təbii obyektlər istirahət və aktiv turizm növləri üçün mühüm əhəmiyyət daşıyır;

Təbii ehtiyatlar və kurort resursları – Mineral sular, müalicəvi palçıq, termal mənbələr sağlamlıq və kurort turizminin inkişafına təkan verir.

2. Sosial-iqtisadi amillər

Sosial və iqtisadi göstəricilər həm turistlərin davranışlarına, həm də turizm müəssisələrinin fəaliyyətinə birbaşa təsir edir:

Əhalinin gəlir səviyyəsi – Yüksək gəlirli əhali daha çox səyahət edir və keyfiyyətli turizm xidmətlərinə üstünlük verir;

İqtisadi sabitlik və rifah səviyyəsi – Ölkə daxilində iqtisadi sabitlik turizmə olan marağı artırır, turistlərin təhlükəsizlik hissini möhkəmləndirir;

Qiymət səviyyəsi – Müxtəlif turizm bazarlarında xidmətlərin qiymətləri turistlərin seçimlərinə təsir edir;

Turizm sahəsində investisiyalar – Yatırımlar infrastrukturun inkişafı və xidmət keyfiyyətinin yüksəlməsi baxımından vacibdir.

3. Mədəni-tarixi amillər

Bir ölkənin və ya regionun tarix və mədəniyyət baxımından zənginliyi turizmin əsas cəlbedici elementlərindəndir:

Tarixi abidələr və arxeoloji yerlər – Qədim şəhərlər, məscidlər, qalalar, məbədlər və digər tarixi tikililər mədəni turizmi stimullaşdırır;

Milli ənənələr və festivallar – Folklor tədbirləri, milli mətbəx, geyimlər, sənətkarlıq və digər mədəni elementlər turistlərin marağını artırır;

Tanınmış şəxsiyyətlər və irs – Böyük ədiblər, alimlər və ictimai xadimlərin doğulduğu və yaşadığı yerlər turistlər üçün cazibədar ola bilər (məsələn, Nizami Gəncəvi ilə bağlı məkanlar Gəncədə turizm potensialını artırır).

4. İnfrastruktur amilləri

Turizmin inkişafı üçün infrastrukturun səviyyəsi və əlçatanlığı həlledici rol oynayır:

Nəqliyyat infrastrukturunu – Yolların vəziyyəti, hava və dəmir yolu əlaqələri, ictimai nəqliyyatın keyfiyyəti turistlərin hərəkət imkanlarını müəyyən edir;

Mehmanxana və yerləşdirmə obyektləri – Müxtəlif kateqoriyalı otellər, hostellər, kənd evləri və digər yerləşmə vasitələrinin mövcudluğu vacibdir;

İctimai xidmətlər və informasiya sistemləri – Bank, rabitə, turizm məlumat mərkəzləri, onlayn bron sistemləri kimi xidmətlər turist məmnunluğuna təsir göstərir.

5. Siyasi və hüquqi amillər

Turizmin inkişafı üçün sabit siyasi mühit və əlverişli qanunvericilik bazası vacib şərtlərdəndir:

Siyasi sabitlik və təhlükəsizlik – Sülh və sabitlik turistlərin seçimində əsas amildir;

Viza rejimi və sərhəd nəzarəti – Sadələşdirilmiş viza qaydaları və açıq sərhədlər turist axınını artırır;

Turizm siyasəti və dövlət dəstəyi – Dövlətin turizmə dair qəbul etdiyi strategiyalar, güzəştli kreditlər və təşviqlər sektora əlavə dinamika verir.

6. Psixoloji və informasiya amilləri

Turistlərin qərarvermə prosesinə psixoloji və informasiya axını da ciddi təsir edir:

Reklam və təbliğat – Ölkənin turizm brendinin yaradılması, sosial şəbəkələrdə tanıtım, sərgilər və forumlar vasitəsilə tanıtım mühüm rol oynayır;

Təhlükəsizlik imici – Ölkə haqqında beynəlxalq mediada formalaşan imic və xəbərlər turistlərin marağını formalaşdırır;

Turistlərin əvvəlki təcrübəsi və rəylər – Onlayn platformalarda paylaşılmış rəylər yeni turistlərin qərarına təsir edir.

Bu amillərin düzgün idarə olunması, turizm sahəsində davamlı inkişafın təmin edilməsində əsas rol oynayır.

II FƏSİL

GƏNCƏ ŞƏHƏRİNİN TURİZM POTENSİALININ TƏHLİLİ

2.1. Gəncə şəhəri haqqında ümumi məlumat

Gəncə şəhəri Azərbaycanın qərbində yerləşən, əhali sayına görə ölkənin ikinci böyük şəhəridir. Tarixi mənbələrə görə, şəhərin əsası V əsrdə qoyulmuş və zamanla müxtəlif sivilizasiyaların mədəniyyətinə ev sahibliyi etmişdir. Şəhər uzun illər boyunca Qafqazın siyasi, iqtisadi və mədəni mərkəzlərindən biri olmuşdur. Hazırda Gəncə inzibati baxımdan respublika tabeli şəhər statusuna malikdir.

2024-cü ilin statistikasına əsasən, Gəncə şəhərinin əhalisi 331 mindən çoxdur. Şəhər həm sənaye, həm də kənd təsərrüfatı sahəsində yüksək potensiala malik olmaqla yanaşı, turizm baxımından da geniş imkanlara malikdir. Gəncə UNESCO-nun “Yaradıcı Şəhərlər” şəbəkəsinə daxil edilmişdir ki, bu da onun beynəlxalq tanınmasını daha da artırır.

Şəhərdə yerləşən təhsil müəssisələri, xüsusilə Gəncə Dövlət Universiteti və Azərbaycan Texnologiya Universiteti, eyni zamanda zəngin kitabxanalar, teatrlar, muzeylər və mədəniyyət evləri şəhərin intellektual və mədəni həyatında xüsusi rol oynayır.



2.2. Turizm resursları

Gəncə şəhəri zəngin və müxtəlif turizm resurslarına malikdir. Bu resurslar əsasən üç istiqamət üzrə təsnif edilə bilər: tarixi-mədəni, təbii və sosial-mədəni resurslar.

a) Tarixi-mədəni resurslar:

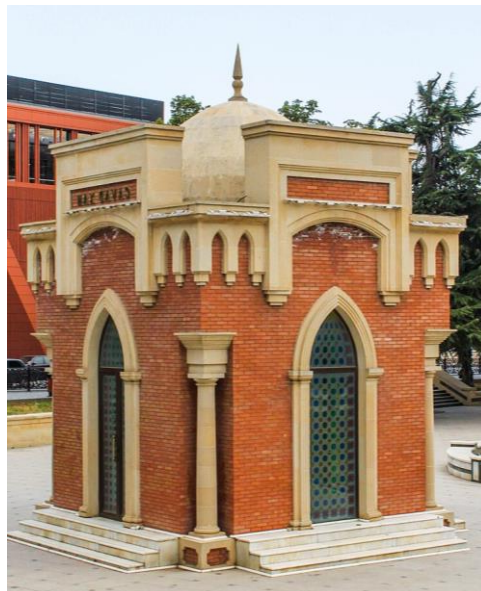
- Nizami Gəncəvi məqbərəsi – Gəncə ədəbiyyatının və ümumtürk mədəniyyətinin simvoluna çevrilmiş böyük şairin dəfn olunduğu yer. Nizami məqbərəsi — Nizami Gəncəvinin anadan olduğu Gəncə şəhərinin yaxınlığında yerləşir. Tikili 20 m hündürlüyündə silindrik formada mərmər bina və ətrafındakı park ilə yenilənmişdir. Məqbərənin yaxınlığında ölməz şairin yaratdığı əsərləri tərənnüm edən tuncdan abidə yerləşir



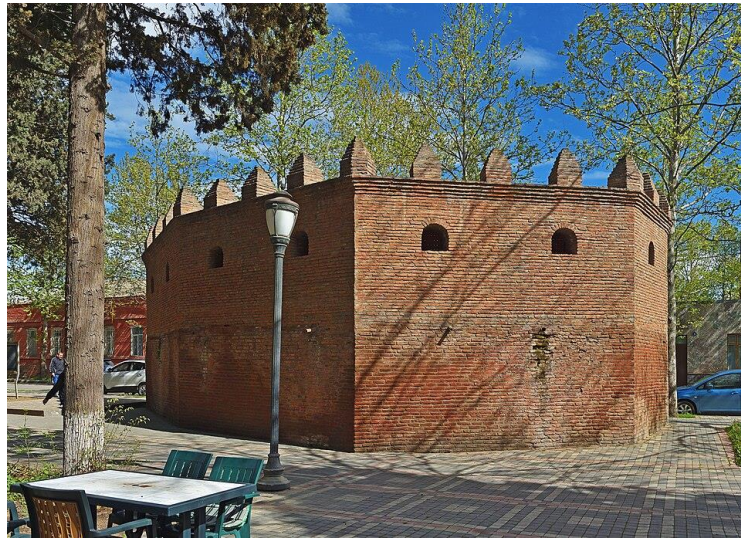
- İmamzadə kompleksi – İslam memarlığının möhtəşəm nümunəsi olan bu kompleks həm dini, həm də tarixi baxımdan əhəmiyyət daşıyır. Gəncə imamzadəsi və ya Göy imam — Gəncə şəhəri yaxınlığında, Qədim Gəncə ərazisində yerləşən və Gəncə Dövlət Tarix-Mədəniyyət Qoruğuna daxil olan dini memarlıq kompleksidir. Kompleks imam Məhəmməd Bağırın VIII əsrdə vəfat etmiş oğlu İbrahimin məzarı üzərində ucaldılmış türbə ətrafında formalaşmışdır



- Cavad xanın türbəsi – XVIII əsrdə Gəncə xanı olmuş Cavad xanın məzarüstü abidəsi şəhərin tarixi şəxsiyyətlərinə verilən önəm əks etdirir.



- Gəncə Qala divarları və çay daşından tikilmiş binalar – şəhərin qədim memarlıq elementlərini qoruyub saxlayan nümunələrdir.



b) Təbii resurslar:

- Göygöl və Maralgöl – Gəncədən cəmi 30–40 km aralıda yerləşən bu təbii göllər Azərbaycan turizminin simvollarından hesab olunur.



- Gəncə Botanika bağı – nadir bitki növlərinin toplandığı, həm ekoloji, həm də turistik baxımdan əhəmiyyətli ərazi.
- Gəncə çayı və onun ətrafı – şəhərin təbii landşaftını zənginləşdirən elementlərdir.

c) Sosial-mədəni resurslar:

- Gəncə Dövlət Dram Teatrı, Filarmoniya – mədəni tədbirlərin təşkil olunduğu əsas məkanlardır.
- Muzeylər (Tarix-Diyarşünaslıq muzeyi, Nizami muzeyi və s.) – şəhərin keçmişini və ədəbi irsini nümayiş etdirir.
- Açıq hava festivalları, mədəniyyət günləri və beynəlxalq tədbirlər – Gəncənin turizm cəlbediciliyini artıran mühüm tədbirlərdir.

2.3. Turizm infrastrukturu

Turizm infrastrukturunun inkişaf səviyyəsi hər hansı şəhərin turizm potensialını reallaşdırmasında əsas amillərdən biridir. Gəncədə bu sahədə müəyyən irəliləyişlər olsa da, beynəlxalq standartlara uyğun inkişaf baxımından hələ də çatışmazlıqlar mövcuddur.

Otel və yerləşmə xidmətləri:

Gəncə şəhərində müxtəlif kateqoriyalı otellər fəaliyyət göstərir. Bunlara “Ramada Plaza”, “Deluxe Hotel Ganja”, “Ganja Hotel” və s. daxildir. Lakin otel sayı hələ də tələbata tam cavab vermir. Qonaqlama xidmətlərində kadrların peşəkarlığı və dil biliyi sahəsində problemlər müşahidə olunur.

"Ramada Plaza" – beynəlxalq standartlara uyğun fəaliyyət göstərən lüks oteldir. Müasir şərait, konfrans zalları və digər xidmətlərlə təmin olunub.

"Deluxe Hotel Ganja" – orta səviyyəli, rahatlıq və münasib qiymətləri ilə seçilən bir oteldir.

"Ganja Hotel" – daha çox yerli turistlərin üstünlük verdiyi klassik otel nümunələrindəndir.

Bununla belə, Gəncədə fəaliyyət göstərən otellərin sayı artan turist axınına tam cavab verə bilmir. Xüsusilə yay aylarında və bayram günlərində yer tapmaq çətinləşir. Bu isə şəhərin turizm potensialından tam istifadə olunmamasına səbəb olur.

Nəqliyyat:

Gəncə şəhərində nəqliyyat infrastrukturunun inkişafı turizmin davamlı inkişafı üçün əsas şərtlərdən biridir. Hazırda şəhərdə müəyyən nəqliyyat imkanları mövcuddur, lakin turistlər üçün bu xidmətlərin keyfiyyət və əlçatanlıq baxımından çatışmazlıqları da müşahidə olunur.

Şəhərdaxili nəqliyyat:

Gəncə şəhərində avtobus və marşrut taksiləri vasitəsilə ictimai nəqliyyat xidmətləri göstərilir.

Yerli əhali üçün bu sistem müəyyən qədər effektiv işləsə də, turistlər üçün informasiya və yönləndirmə sistemləri zəifdir. Məsələn:

Avtobus cədvəlləri və marşrut xəritələri əsasən yalnız Azərbaycan dilində təqdim olunur.

Dayanacaqlarda turistlər üçün vizual və ya rəqəmsal informasiya lövhələri əksikdir.

Mobil tətbiqlər və ya onlayn bələdçi sistemlərinin olmaması turistlərin sərbəst hərəkət imkanlarını məhdudlaşdırır.

Hava nəqliyyatı:

Gəncə Beynəlxalq Hava Limanı fəaliyyət göstərir və bölgə üçün strateji əhəmiyyətə malikdir.

Buna baxmayaraq, beynəlxalq uçuşların sayı məhduddur. Əsasən bir neçə xarici ölkəyə (məsələn, Türkiyə və Rusiya istiqamətində) uçuşlar həyata keçirilir.

Turist axınının artırılması üçün daha çox beynəlxalq aviaşirkətlərin cəlb edilməsi və aviareyslərin müxtəlifləşdirilməsi zəruridir.

Bələdçi və turizm agentlikləri:

Şəhərdə bir neçə turizm şirkəti fəaliyyət göstərsə də, yerli tur bələdçilərinin peşəkar səviyyəsi və dil bilikləri qaneedici səviyyədə deyil. Bu da turist məmnunluğuna birbaşa təsir göstərir.

Əyləncə və istirahət mərkəzləri:

Müasir restoranlar, kafe və əyləncə mərkəzləri olsa da, tematik və ailəvi istirahət məkanlarının sayı azdır. Əlillər üçün şəraitin yetərli olmaması da xüsusi qeyd edilməlidir.

2.4. Statistik məlumatlar və təhlil

Son illər Dövlət Turizm Agentliyinin məlumatlarına əsasən Gəncəyə gələn turistlərin sayı artmaqdadır. 2018-ci ildə Gəncəyə gələn turistlərin sayı təqribən 25 min nəfər idisə, 2023-cü ilin rəsmi göstəricilərinə görə bu rəqəm 38 min nəfərə qədər yüksəlmişdir.

İl	Yerli turistlər	Xarici turistlər	Cəmi
2018	18,000	7,000	25,000
2020	12,500	4,000 (pandemiya)	16,500
2023	26,000	12,000	38,000

Cədvəldən göründüyü kimi, pandemiya illərində kəskin azalma müşahidə olunsada, 2022 və 2023-cü illərdə artım trendi bərpa olunmuşdur. Bu artım Gəncə şəhərinin turizm imkanlarının getdikcə daha çox diqqət çəkməyə başladığını göstərir.

III FƏSİL

GƏNCƏ TURİZMİNİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ VƏ AZƏRBAYCANIN TURİZMİNDƏ YERİ

3.1. Gəncənin ölkə turizmindəki rolu

Gəncə şəhəri Azərbaycanın ikinci böyük şəhəri olmaqla yanaşı, ölkənin tarixi, mədəni və təbii irsini özündə birləşdirən mühüm turizm mərkəzlərindən biridir. Zəngin abidələri, coğrafi mövqeyi, təbii gözəllikləri və inkişaf edən infrastruktur imkanları ilə Gəncə təkcə regional deyil, həm də ölkə səviyyəsində turizm inkişafında əhəmiyyətli rol oynayır. Bu baxımdan Gəncənin ölkə turizminə töhfəsini bir neçə istiqamətdə qiymətləndirmək olar:

1. Tarixi-mədəni irsin qorunması və tanınması

Gəncə Azərbaycanın qədim şəhərlərindən biri kimi, minilliklər boyu mədəniyyət və elm mərkəzi olmuşdur. Xüsusilə:

Nizami Gəncəvi məqbərəsi, İmamzadə dini-memarlıq kompleksi, Cavad xanın türbəsi və Şah Abbas məscidi kimi mədəni abidələr həm yerli, həm də xarici turistlərin maraq dairəsindədir.

Bu abidələrin qorunması və təbliği Azərbaycanın milli irsinin beynəlxalq aləmdə tanınması baxımından da mühüm əhəmiyyət daşıyır.

2. Ekoturizm və sağlamlıq turizminin inkişafı

Gəncə və ətraf bölgələr — xüsusilə Göygöl, Maralgöl və Kapaz dağ silsiləsi — ölkədə ekoturizm üçün ən əlverişli məkanlardan sayılır:

Göygöl Milli Parkı ekoloji təmiz ərazi, nadir flora və fauna növləri ilə ekoturistlərin cəlb olunmasında önəmli rol oynayır.

Dağlıq relyef, saf hava və termal bulaqlar sağlamlıq və istirahət turizmi üçün xüsusi imkanlar yaradır.

3. Regional turizmin inkişafına təsiri

Gəncə region mərkəzi olaraq yalnız özündə deyil, ətraf rayonlarda da (Göygöl, Goranboy, Şəmkir, Daşkəsən) turizm axınının formalaşmasına şərait yaradır:

Gəncə beynəlxalq və daxili turistlər üçün “giriş nöqtəsi” funksiyasını yerinə yetirir.

Şəhərin otelləri, nəqliyyat infrastrukturunun inkişafı və xidmət sektoru ətraf rayonlara səyahət edən turistlər üçün dayaq nöqtəsi rolunu oynayır.

4. Turizm üzrə insan resurslarının formalaşması

Gəncə şəhərində fəaliyyət göstərən ali və orta ixtisas təhsil müəssisələri turizm və xidmət sahəsində kadr hazırlığını təmin edir:

Gəncə Dövlət Universiteti və Azərbaycan Texnologiya Universiteti turizm menecmenti, qonaqpərvərlik, ictimai işə və digər ixtisaslar üzrə mütəxəssis hazırlığı həyata keçirir.

Bu kadrlar həm Gəncənin özündə, həm də ümumilikdə ölkənin digər bölgələrində turizm sektorunun inkişafına töhfə verirlər.

5. Turizm siyasətində strateji mövqe

Azərbaycan Respublikasının Turizm Strategiyasında və Regionların Sosial-İqtisadi İnkişaf Proqramlarında Gəncəyə xüsusi yer ayrılıb:

Gəncə “Böyük İpək Yolu” marşrutu çərçivəsində yerləşməsi səbəbindən regional və beynəlxalq turizm layihələrinə cəlb olunur.

2016-cı ildə Gəncənin “Avropanın Gənclər Paytaxtı” seçilməsi şəhərin tanınmasına və turizm potensialının nümayişinə şərait yaratmışdır.

Azərbaycanın turizm strategiyasında regionların inkişafı mühüm yer tutur. Bu baxımdan Gəncə kimi tarixi, mədəni və təbii resursları zəngin olan şəhərlər ölkənin turizm xəritəsində strateji mövqedə yerləşir.

Gəncə həm Qərb bölgəsinin inzibati və iqtisadi mərkəzi, həm də regionun mədəni mərkəzlərindən biri kimi çıxış edir. Şəhərin beynəlxalq səviyyədə tanınan mədəni irsi, eləcə də

geosiyasi mövqeyi onu ölkəyə gələn turistlərin ziyarət edə biləcəyi əsas istiqamətlərdən birinə çevirir.

Gəncə həm daxili turizmin gücləndirilməsində, həm də xarici turist axınının paylanması mühüm rol oynaya bilər. Regionlar üzrə turizm marşrutlarının yaradılmasında Gəncə başlanğıc nöqtə və ya dayaq mərkəzi kimi çıxış edə bilər.

Gəncə şəhəri öz zəngin tarixi-mədəni irsi, əlverişli coğrafi mövqeyi, təbii sərvətləri və insan potensialı ilə Azərbaycanın turizm xəritəsində mühüm strateji mövqe tutur. Bu şəhər ölkə turizminin coğrafi və funksional baxımdan balanslı inkişafına, regionların turizmə inteqrasiyasına və turizm sahəsində ixtisaslaşmış insan resurslarının hazırlanmasına ciddi töhfə verir. Gəncənin bu rolu gələcəkdə dövlət dəstəyi və özəl sektorun iştirakı ilə daha da gücləndirilə bilər.

3.2. İnkişaf imkanları və problemlər

Gəncə şəhəri zəngin tarixi-mədəni irsi, coğrafi mövqeyi, təbii sərvətləri və strateji iqtisadi rolu ilə Azərbaycanın mühüm şəhərlərindən biri olmaqla, turizm sahəsində böyük inkişaf potensialına malikdir. Lakin bu potensialın tam reallaşdırılması üçün mövcud imkanlarla yanaşı, müəyyən problemlərin də aradan qaldırılması vacibdir. Gəncə şəhərinin turizm imkanları geniş olsa da, bu imkanların reallaşmasında bir sıra maneələr mövcuddur. Bu bölmədə həm imkanlar, həm də mövcud problemlər qeyd edilir:

İmkanlar:

- Qədim və zəngin tarix
- Nizami Gəncəvi irsi və UNESCO statusu
- Təbiət resursları (Göygöl, Maralgöl)
- Gənclər və tələbə auditoriyasının şəhərdə yüksək faizi
- Yerli istehsal məhsullarının brendə çevrilmə potensialı (Gəncə kəlləqayası, şirniyyatları və s.)

Problemlər:

- İnfrastrukturun bəzi sahələrdə geri qalması
- Turizm informasiya mərkəzlərinin olmaması
- Peşəkar bələdçi və turizm menecerlərinin çatışmazlığı
- Xarici dil biliyi olan kadr azlığı
- Beynəlxalq tanıtımın zəif təşkili
- Turizm obyektlərində inklüzivliyin olmaması

Bu problemlərin aradan qaldırılması, turizm strategiyası çərçivəsində məqsədyönlü layihələrin icrasını tələb edir.

Gəncə şəhəri həm daxili, həm də beynəlxalq turizm üçün böyük imkanlara malikdir. Lakin bu imkanların reallaşdırılması üçün qarşıya çıxan problemlərin sistemli şəkildə həllinə ehtiyac vardır. Bu məqsədlə dövlət-özəl sektor tərəfdaşlığı, beynəlxalq təcrübənin tətbiqi, turizm strategiyasının lokal səviyyədə uyğunlaşdırılması və dayanıqlı turizm modelinin qurulması zəruridir.

3.3. Beynəlxalq səviyyədə tanıtım yolları

Gəncə şəhəri zəngin tarixi-mədəni irsi, təbii gözəllikləri və müasir infrastrukturu ilə Azərbaycan turizmində xüsusi yer tutur. Bununla belə, Gəncə hələ də beynəlxalq turizm bazarında tam potensialını reallaşdırma bilməmişdir. Bu baxımdan şəhərin beynəlxalq səviyyədə tanıtılması məqsədilə məqsədyönlü strategiyalar və tədbirlər həyata keçirilməlidir. Azərbaycanın ümumi turizm strategiyasında Gəncənin rolu artsa da, şəhərin xarici turistlər üçün cəlbedici və əlçatan destinasiya kimi tanıtılması istiqamətində əlavə addımların atılmasına ehtiyac vardır.

1. Sosial media və rəqəmsal platformalarda tanıtım

Rəqəmsal marketinq kampaniyaları hazırlanmalı, xüsusilə Instagram, YouTube, TikTok kimi populyar platformalarda Gəncənin təbii və mədəni məkanlarını əks etdirən yüksək keyfiyyətli kontent (foto, video, virtual turlar) yayılmalıdır;

#VisitGanja, #DiscoverGanja kimi həşteqlər vasitəsilə sosial mediada izlənmə imkanları artırılmalı, interaktiv tədbirlər təşkil olunmalıdır.

2. Beynəlxalq turizm sərgilərində iştirak

Gəncə şəhəri beynəlxalq turizm sərgilərində (məsələn, ITB Berlin, WTM London, FITUR Madrid və s.) Azərbaycan pavilyonu çərçivəsində müstəqil stendlərlə təmsil olunmalıdır;

Şəhəri əhatə edən təqdimat materialları, broşürlər, tanıtım filmləri və suvenirlər vasitəsilə əcnəbi turistlərin marağı cəlb olunmalıdır.

3. Sosial təsirçilər və turizm bloqerləri ilə əməkdaşlıq

Tanınmış beynəlxalq influencer və səyahət bloqerləri Gəncəyə dəvət olunaraq, onların vasitəsilə şəhərin sosial şəbəkələrdə tanınması təşviq edilməlidir;

Bu şəxslərlə sponsorlu və ya barter əsaslı layihələr çərçivəsində əməkdaşlıq edilə bilər.

4. Multidilli informasiya vasitələrinin hazırlanması

Xarici turistlər üçün ingilis, rus, ərəb, fransız və digər dillərdə bələdçi kitabçaları, şəhər xəritələri və məlumat lövhələri hazırlanmalıdır;

Gəncə şəhəri üçün funksional mobil tətbiq və rəsmi turizm veb saytı yaradılaraq, otel, restoran, muzey və nəqliyyat haqqında real vaxt məlumatlar təqdim edilməlidir.

5. Qardaş şəhərlər və beynəlxalq tərəfdaşlıqların gücləndirilməsi

Gəncə şəhəri müxtəlif ölkələrdəki qardaş şəhərlərlə (məsələn, Derbent, Kutaisi, Bursa və s.) mədəniyyət, turizm və gənclər sahəsində layihələr icra etməlidir;

UNESCO, İSESCO kimi beynəlxalq təşkilatlarla əməkdaşlıq gücləndirilməli, şəhərin mədəni abidələrinin dünya miqyasında tanınması təşviq olunmalıdır

6. Brendinq və loqotip strategiyasının hazırlanması

Gəncə şəhəri üçün vahid turizm brendi və sloqanı hazırlanmalı ("Gəncə – Mədəniyyətin Beşiyi", "Nizami şəhəri" kimi);

Bu brend yerli məhsullarda, suvenirlərdə, ictimai nəqliyyatda və reklam lövhələrində istifadə olunmalıdır.

Gəncə şəhərinin beynəlxalq səviyyədə tanınması üçün müasir kommunikasiya vasitələrindən, sosial şəbəkələrdən və beynəlxalq tərəfdaşlıqlardan səmərəli şəkildə istifadə edilməlidir. Bu tədbirlər, Gəncənin dünya turizm xəritəsində tanınmasına, turist axınının artmasına və şəhərin sosial-iqtisadi inkişafına əhəmiyyətli töhfə verə bilər

3.4. Təklif və tövsiyələr

Aparılan araşdırmalara əsaslanaraq Gəncə şəhərində turizmin inkişafı üçün aşağıdakı təkliflər irəli sürülür:

1. Yeni turizm marşrutlarının hazırlanması – Gəncə-Göygöl-Qazax-Tovuz kimi marşrutların yaradılması.
2. Peşəkar bələdçilərin hazırlanması və sertifikatlaşdırılması – Təlim proqramları təşkil olunmalıdır.
3. Gəncə turizm brendinin yaradılması – “Gəncə – Şairlər şəhəri” kimi imic formalaşdırıla bilər.
4. Restoran və otellərdə xidmət səviyyəsinin yüksəldilməsi – Turizm təhsili almış kadrların cəlbə.
5. Multikultural və tematik festivalların keçirilməsi – Mədəniyyət və ədəbiyyat yönümlü tədbirlərlə turist axını artırıla bilər.
6. Turizm məlumat mərkəzlərinin yaradılması – Mərkəzi yerlərdə yerli və xarici turistlər üçün informasiya punktları qurulmalıdır.
7. İnvestisiya cəlbəediciliyinin artırılması – Sahibkarlara vergi güzəştləri və kredit imkanları təqdim edilməlidir.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Gəncə şəhəri Azərbaycanın ən perspektivli turizm mərkəzlərindən biri olmaq potensialına malikdir. Tarixi və mədəni irsi, təbii gözəllikləri, strateji mövqeyi və iqtisadi imkanları bu şəhəri regional və beynəlxalq turizm bazarlarında cəlbedici məkana çevirə bilər.

Öldə olunan nəticələr:

- Gəncənin turizm resursları kifayət qədər zəngindir, lakin onlardan səmərəli istifadə olunmur.
- İnfrastrukturda və xidmət sektorunda keyfiyyətli inkişaf tələb olunur.
- Xarici turistlərin marağı artmaqdadır, lakin tanıtım zəifdir.
- Dövlət və özəl sektor əməkdaşlığı zəifdir.

Bu nəticələr əsasında aşağıdakı təkliflər irəli sürülür:

- Turizm obyektlərinin təmiri və yeni obyektlərin inşası.
- İnformasiya texnologiyalarının turizmdə tətbiqi.
- Peşəkar turizm kadrlarının hazırlanması və sertifikatlaşdırılması.
- Turizm xidmətlərinin keyfiyyətinin monitorinqi və standartların tətbiqi.
- Gəncənin turizm brendinin yaradılması və beynəlxalq bazara çıxarılması.

Araşdırmalar göstərir ki, Gəncə şəhəri Azərbaycanın turizm potensialına malik aparıcı mərkəzlərindən biri olsa da, bu potensial hələ tam şəkildə reallaşmamışdır. Şəhərin zəngin tarixi-mədəni irsi, təbii ehtiyatları, coğrafi mövqeyi və müasir infrastruktur imkanları turizmin inkişafı üçün geniş zəmin yaradır. Bununla belə, turizm sahəsində infrastrukturun qeyri-kafi səviyyədə olması, tanıtım işlərinin zəifliyi, peşəkar kadr çatışmazlığı və ekoloji balansın qorunmaması kimi bir sıra problemlər Gəncənin turizmdəki rolunun artmasına əngəl törədir.

Təkliflər:

Gəncə şəhərində turizmin inkişafı üçün aşağıdakı təkliflərin həyata keçirilməsi məqsəduyğundur:

1. Turizm infrastrukturu təkmilləşdirilməlidir:

Turist marşrutları üzrə yollar yenidən qurulmalı və məlumatlandırıcı lövhələrlə təmin edilməlidir;

Müasir standartlara cavab verən mehmanxana və istirahət mərkəzlərinin sayı artırılmalıdır.

2. Peşəkar kadr hazırlığı gücləndirilməlidir:

Turizm və qonaqpərvərlik sahəsində təhsil proqramları yenilənməli, praktiki təlimlər artırılmalıdır;

Xarici dillərdə danışa bilən bələdçilərin hazırlanmasına xüsusi önəm verilməlidir.

3. Beynəlxalq tanıtım və brendinq işləri genişləndirilməlidir:

“Visit Ganja” kimi rəsmi brendin yaradılması və beynəlxalq platformalarda aktiv təbliğatı həyata keçirilməlidir;

Sosial media, sənədli filmlər və tanınmış səyahət bloqerləri vasitəsilə şəhər haqqında məlumat yayımı təşviq olunmalıdır.

4. Ekoloji turizmin inkişafına dəstək verilməlidir:

Göygöl, Maralgöl və digər təbii ərazilərin mühafizəsi gücləndirilməli, bu zonalarda ekoturizm infrastrukturu yaradılmalıdır;

Turist axını zamanı ekoloji tarazlığın pozulmaması üçün nəzarət və maarifləndirmə tədbirləri görülməlidir.

5. Regional inteqrasiya və turizm marşrutları genişləndirilməlidir:

Gəncə, Göygöl, Şəmkir, Daşkəsən və digər ətraf rayonları əhatə edən “Qərb Turizm Klasteri” yaradılaraq birgə təbliğat aparılmalıdır;

Daxili turizm marşrutlarına Gəncə şəhəri daha fəal şəkildə integrasiya olunmalıdır.

6. Dövlət-özəl sektor əməkdaşlığı gücləndirilməlidir:

Yerli və xarici investorlar üçün turizm sahəsində güzəştli investisiya imkanları yaradılmalıdır;

Özəl sektorun təşəbbüsləri dəstəklənməli, mikro və kiçik sahibkarlıq subyektlərinə subsidiya və kredit imkanları verilməlidir.

Bu təkliflərin mərhələli şəkildə həyata keçirilməsi Gəncə şəhərinin turizm sektorunda dayanıqlı və rəqabətqabiliyyətli inkişafını təmin edə bilər. Beləliklə, şəhər yalnız regional deyil, eyni zamanda beynəlxalq turizm bazarında da tanınan bir məkana çevrilə bilər.

Gəncə şəhəri öz tarixi, mədəniyyəti, təbiəti və müasir infrastrukturu ilə Azərbaycan turizm xəritəsində özünəməxsus yerə malikdir. Bu şəhər təkcə keçmişin yadigarı deyil, həm də gələcəyin perspektivli turizm mərkəzidir. Turizm potensialı hələ tam reallaşmamış Gəncənin daha da inkişaf etdirilməsi üçün dövlət, özəl sektor və yerli əhəlinin birgə səyləri nəticəsində böyük nəticələr əldə oluna bilər. Beləliklə, Gəncə həm yerli, həm də beynəlxalq turistlərin unudulmaz təəssüratlarla ayrıldığı bir şəhərə çevrilmək yolundadır.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Respublikasının Turizm haqqında Qanunu (1999).
2. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi. (2023). İllik hesabat.
<https://tourism.gov.az>
3. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi. (2023). Turizm göstəriciləri.
<https://stat.gov.az>
4. Gəncə Şəhər İcra Hakimiyyəti. (2022). İllik iqtisadi və sosial hesabat.
5. Məmmədov, R. (2019). Turizm və regional inkişaf. Bakı: “Elm” nəşriyyatı.
6. Qurbanov, N.H., Hüseynova, V.S., Əmiraslanova, L.T. (2020). İşə müəssisələrində xidmətin təşkili. Bakı: UNEC Nəşriyyatı.
7. Cabbarov, Ə.X. (2015). Turizmin iqtisadi əsasları. Bakı: ADPU Nəşriyyatı.
8. Bilalov, B.Ə., Gülahiyev, Ç.C. (2015). Turizmin əsasları. Bakı: QHT Nəşriyyatı.
9. İsmayılova, P.M., Əlizadə, N.Ə. və b. (2021). Turizmdə destinasiyaların idarə edilməsi. Bakı.
10. Əhmədov, A.M. (2021). Regional turizmin inkişaf modelləri. Bakı: Nurlan nəşriyyatı.
11. Abbasov, H.Ə. (2020). Azərbaycanın regionlarında turizmin inkişafı problemləri. Bakı: Təhsil.
12. Əliyev, V.Q. (2021). Qafqaz regionunda turizmin transformasiyası. Bakı: İqtisad nəşriyyatı.
13. AMEA Coğrafiya İnstitutu. (2022). Azərbaycanın turizm ehtiyatlarının coğrafi təhlili.
14. Teymurova, L.Ş. (2020). Gəncə şəhərinin ekoturizm potensialı. Bakı: Coğrafiya Jurnalı, №4, s. 15–22.
15. Hüseynov, A.S. (2022). Azərbaycanın ekoturizm marşrutları və onların inkişaf imkanları. Bakı: Ekoloji Tədqiqatlar.
16. Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi. (2022). Regionların sosial-iqtisadi inkişaf proqramı (2021–2025).
17. Ministry of Culture and Tourism of Azerbaijan. (2022). Annual Tourism Report. Bakı.
18. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2023). World Tourism Barometer. <https://www.unwto.org>
19. WTTC. (2023). Travel & Tourism Economic Impact 2023 – Azerbaijan. <https://wtcc.org>
20. OECD. (2020). Tourism Trends and Policies: Azerbaijan Profile.
21. Göygöl Milli Parkı Rəhbərliyi. (2023). Ziyarətçi statistikasısı və təbiət mühafizəsi tədbirləri.

22. Google Scholar & Scopus. (2021). "Tourism Development in Post-Soviet Regions" – Review of studies.
23. Kaypak, Ş. (2019). Turizm sosyolojisi. İstanbul: Nobel Yayınları.
24. Kozak, M., Kozak, N. (2018). Destination Marketing. Ankara: Detay Yayıncılık.
25. Timur, A. (2020). Kırsal turizm ve kalkınma. İstanbul: Beta Yayınları.
26. Krippendorf, J. (2020). Seyahat eden insanın sosyolojisi. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
27. Grinin, L.E. (2019). Туризм в глобальной экономике. Москва: Наука.
28. Smith, M., & Robinson, M. (2016). Cultural Tourism in a Changing World. Channel View Publications.
29. Weaver, D. (2012). Sustainable Tourism: Theory and Practice. Routledge.
30. Butler, R.W. (2006). The Tourism Area Life Cycle: Applications and Modifications. Channel View.

