UOT 379.004

Taley Vidadi oğlu AĞAZADƏ
Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin
"Menecment" kafedrasının doktorantı
Taleh.aghazada@gmail.com
ORCID №: 0009-0003-3491-2593
https://doi.org/10.30546/4.71.73001.2024.004.049

RƏQƏMSAL İNNOVASİYALARIN AZƏRBAYCANDA TURİZMİN DAVAMLI İNKİŞAFINA TƏSİRİ

Xülasə

Məqalənin məqsədi rəqəmsal texnologiyaların və müasir marketinq strategiyalarının Azərbaycanda turizm sənayesinin inkişafına təsirini təhlil etmək və Azərbaycanda turizm sənayesinin uzunmüddətli davamlı inkişafı üçün tövsiyələrin hazırlanmasıdır.

Tədqiqat metodologiyasına elmi ədəbiyyatın nəzəri icmalı və sənaye hesabatlarından və beynəlxalq turizm tədqiqatlarından əldə edilən məlumatların sistemli təhlili daxildir. Tədqiqat metodları arasında statistik, müqayisəli və ümumiləşdirmə üsullarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyəti.Tədqiqat göstərir ki, qabaqcıl marketinq texnologiyalarının tətbiqi və dövlət tənzimləməsinin təkmilləşdirilməsi Azərbaycanın turizm sənayesində təcrübələri əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdıra bilər. İşdə turizmə dəstək üçün təklif olunan viza prosedurlarının sadələşdirilməsi və vergi güzəştləri kimi tədbirlər respublikada həm daxili, həm də beynəlxalq turizmi stimullaşdıra bilər.

Dövlət qurumları və xalq təsərrüfatında çalışanlar üçün tövsiyələr turizm sənayesinin davamlı inkişafını dəstəkləmək üçün infrastrukturun və tənzimləmə mexanizmlərinin daha da inkişaf etdirilməsi zərurətini vurğulayır.

Tədqiqatın nəticələri rəqəmsal texnologiyaların milli turizm sənayesinin xidmətlərinin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına və onun rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına əhəmiyyətli təsir göstərdiyini təsdiq edir. Tədqiqat həmçinin turizmdə innovasiyaların dəstəklənməsində dövlət tənzimlənməsinin əsas roluna işarə edir.

Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi Azərbaycanda turizmin davamlı inkişafı kontekstində əşyaların İnterneti, süni intellekt və blokçeyn kimi rəqəmsal marketinq modelləri və texnologiyalarının inteqrasiyası ilə bağlıdır.

Məqalənin **elmi yeniliyi** Azərbaycanın turizm sənayesinin milli xüsusiyyətləri kontekstində texnoloji innovasiyalar və marketinq strategiyaları arasındakı əlaqələrin tədqiqinə kompleks yanaşmadan ibarətdir.

Açar sözlər: turizmdə rəqəmsal texnologiyalar, süni intellekt, əşyaların interneti, turizmdə blokçeyn, turizmdə marketinq strategiyaları, turizmin davamlı inkişafı, turizmin dövlət tənzimlənməsi.

Giriş

Müasir dövr dünya iqtisadiyyatının əsas sahələrindən birinə çevrilən turizm sənayesinin dinamik inkişafı ilə xarakterizə olunur. Turizm təkcə ölkələrin iqtisadi artımına töhfə vermir, o, həm də mədəni mübadilə, beynəlxalq əməkdaşlığın gücləndirilməsi və yerli icmaların inkişafında mühüm rol oynayır. Bu kontekstdə zəngin mədəni və təbii irsə malik olan Azərbaycan qlobal turizm bazarında öz layiqli yerini tutmağa çalışır.

Azərbaycanda turizmin dövlət tənzimlənməsi həm iqtisadi, həm də sosial-mədəni aspektləri nəzərə almaqla bu sahənin davamlı inkişafına yönəlib. Bunu həm iqtisadi, həm də sosial-mədəni aspektləri özündə birləşdirən bir sıra təşəbbüslər və layihələr təsdiqləyir. Məsələn, dayanıqlı turizmin inkişafı Strategiyasına əsasən, ölkədə təbiətin mühafizəsi, yerli icmaların dəstəklənməsi, tullantıların və çirklənmənin azaldılmasına yönəlmiş layihələr həyata keçirilir ki, bu da ölkədəki daha

geniş davamlı inkişaf strategiyasının bir hissəsidir [1,12].

Bundan əlavə, Azərbaycan BMT ilə əməkdaşlıq çərçivəsində 2021-2025-ci illər üçün Əməkdaşlığa dair Çərçivə Proqramını imzalayıb ki, bu da inklüziv inkişaf, ictimai və sosial xidmətlərin daha yaxşı çatdırılması institutlarının gücləndirilməsi, ətraf mühitin qorunması və iqlim dəyişikliyi ilə mübarizə, həmçinin, gender bərabərliyinə nail olmaq kimi prioritet sahələri əhatə edir [13]. Bu təşəbbüslər həm ani iqtisadi təsirləri, həm də uzunmüddətli sosial-mədəni və ətraf mühitə təsirləri nəzərə alan turizmin inkişafına kompleks yanaşmanı nümayiş etdirir.

Qloballaşma və beynəlxalq turizm mübadiləsinin intensivləşdiyi müasir şəraitdə turizm istiqamətləri arasında rəqabət getdikcə artır ki, bu da turistlərin cəlb edilməsi və turist axınının artırılması üçün innovativ marketinq yanaşmalarının və effektiv dövlət tənzimləməsinin tətbiqi məsələlərini xüsusilə vacib edir[4, s.93].

Turizm sənayesinin əsas hərəkətverici qüvvələri

Ümumdünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) və digər mənbələrdən, o cümlədən OECD hesabatlarından əldə edilən araşdırmalar beynəlxalq turizmin artımını və istehlakçıların üstünlüklərində dəyişiklikləri, xüsusən də turizm xidmətlərinin davamlılığı və rəqəmsallaşması istiqamətində olduğunu təsdiqləyir. Belə ki, UNWTO turizm istiqamətlərinin davamlılığının yaxşılaşdırılmasında rəqəmsal texnologiyaların əhəmiyyətini vurğulayır [15]. Əşyaların İnterneti, süni intellekt və blokçeyn kimi texnologiyalar davamlı inkişafı təmin edən və təyinat idarəçiliyini təkmilləşdirən daha cəlbedici, səmərəli və inklüziv turizm təklifləri yaratmağa kömək edir.

UNWTO-nun son məlumatlarına görə, beynəlxalq turizm 2023-cü ilin sonuna qədər pandemiyadan əvvəlki səviyyənin 88%-nə çatıb və onun tam bərpası 2024-cü ildə gözlənilir [16]. Bu bərpa sektorun dayanıqlığını və dinamizmini vurğulayaraq artan hava nəqliyyatı ilə əlçatanlığı və tələbatın yenilənməsi ilə dəstəklənir.

OECD hesabatı rəqəmsal texnologiyaların turizm sənayesində əsas rolunu nümayiş etdirir [11,s.221]. Turizmdə texnologiyalara əsaslanan yeniliklər sektorun müəssisələrinə ənənəvi maneələri dəf etməyə və rəqabət qabiliyyətini artırmağa kömək edir. Hesabatda rəqəmsallaşmanın yeni imkanlar açdığı və yeni biznes modellərinin inkişafına töhfə verdiyi kiçik və orta sahibkarlığa xüsusi diqqət yetirilir.

Bütün bunlar daha çox davamlılıq və rəqəmsallaşmaya can atan müasir dünyada artımı dəstəkləmək və dəyişən istehlakçı seçimlərinə uyğunlaşmaq üçün turizm sənayesi üçün yeni texnologiyalar və davamlı təcrübələrin inteqrasiyasının nə qədər vacib olduğunu göstərir. O, həmçinin rəqəmsal texnologiyaların və davamlı təcrübələrin turizm sənayesinə inteqrasiyasının artan əhəmiyyətinə işarə edir ki, bu da Azərbaycanın qlobal rəqabət mühitində uğuru üçün əsas amil ola bilər. Bu qlobal tendensiyalar Azərbaycanın qlobal turizm bazarının dəyişən şərtlərinə uyğunlaşmasının təhlili üçün əsas rol oynayır.

Müasir marketinq strategiyalarının, rəqəmsal texnologiyaların və davamlı təcrübələrin Azərbaycanın turizm sənayesinin inkişafına inteqrasiyası məsələləri

Müasir turizm ona həsr olunmuş tədqiqatlara kompleks yanaşma tələb edən çoxölçülü bir institutdur. Bu prosesdə marketinq mühüm rol oynayır. Onun məqsədi təkcə turistləri cəlb etmək deyil, həm də turizm məkanının davamlı imicini yaratmaq, ziyarətçilərin tələbatını ödəmək və hər hansı bir regiona iqtisadi fayda verməkdir.

Turizmdə marketinq yanaşmalarının inkişafına əhəmiyyətli təsir göstərmiş əsas tədqiqatlar arasında turizm xidmətləri bazarının öyrənilməsinə, istehlakçıların seqmentləşdirilməsinə və turizm istiqamətlərinin yerləşdirilməsi strategiyalarına həsr olunmuş tədqiqatları qeyd etmək olar. O cümlədən, bu tədqiqatlarda istehlakçı davranışının təhlilinə, onların üstünlüklərinin və səyahətdən gözləntilərinin öyrənilməsinə diqqət yetirilir ki, bu da hədəf auditoriyanın ehtiyaclarına ən yaxşı cavab verən təkliflər yaratmağa imkan verir.

“Yunanıstanda turizm istiqamətlərini ziyarət edən insanların Aralıq dənizi pəhrizinə münasibətləri və motivasiyaları” məqaləsi rəqəmsal marketinqin Yunanıstanın turistlər üçün cəlbediciliyinə təsirini araşdırır [9,s.21]. Bu tədqiqat innovativ marketinq yanaşmalarının regionun turizm

cəlbediciliyini necə artıra biləcəyini nümayiş etdirir.

Oxşar üsullar Azərbaycanda, xüsusən də turistləri cəlb etmək üçün sosial şəbəkələrdən və digər rəqəmsal platformalardan istifadə kontekstində tətbiq oluna bilər. Bu araşdırma turizm istiqamətlərinin seçimində qastronomik üstünlüklərin vacibliyini vurğulayır.

Bu məqalədə aparılan təhlillər göstərir ki, kulinariya xüsusiyyətləri bir bölgənin turizm cəlbediciliyini əhəmiyyətli dərəcədə artıra bilər. Bu qənaətlər yerli mətbəxin beynəlxalq turistlərin cəlb edilməsində mühüm amilə çevrilə biləcəyi Azərbaycan üçün maraq doğurur. Bu araşdırmada göstərildiyi kimi, şübhəsiz ki, böyük potensiala malik olan Azərbaycanda qastronomik turizmin inkişafına daha çox diqqət yetirmək lazımdır [2,s.274;3,s.57;17].

Respublika sağlam qidalanmaya və orijinal kulinariya təcrübələrinə artan marağı nəzərə alaraq, beynəlxalq ziyarətçiləri cəlb etmək üçün unikal üstünlük kimi öz kulinariya ənənəsindən daha geniş istifadə etməlidir. Fikrimizcə, strateji mövqeləşmənin və mövsümiliyin nəzərə alınması həm də ölkənin turizm məkanı kimi cəlbediciliyini artıra bilər. Bu üsullar Azərbaycanda təbiət və mövsümi turizmin inkişafı üçün uyğunlaşdırıla bilər.

“Turizm sənayesinin dayanıqlı inkişafı və qlobal rəqəmsallaşması kontekstində münasibətlər üzrə marketinq” tədqiqatında əlaqələr marketinqinin əhəmiyyəti və onun turizmin davamlı inkişafına verdiyi töhfə vurğulanır[10]. Bu tədqiqat rəqəmsal texnologiyadan istifadənin müştəri ilə qarşılıqlı fəaliyyəti necə yaxşılaşdıra və turist məmnunluğunu artıra biləcəyini, bununla da onların sədaqətini artıra və istiqamətlərə uzunmüddətli marağı qoruya biləcəyini göstərir. Bu işin təhlili Azərbaycanın turizm təşkilatlarına marketinq kommunikasiyalarını optimallaşdırmaq və müştəri münasibətlərini idarə etmək üçün müasir informasiya texnologiyalarını tətbiq etməyi tövsiyə etməyə imkan verir.

“Turizm sektorunda bazar strukturları, strategiyaları və innovasiyaları” adlı əsərdə bazar strukturu ilə innovasiya strategiyalarının seçimi arasında əlaqə açıqlanır [8]. O, coğrafi təmərküzləşmə və bazar şəraitinin turizm müəssisələrinin innovativ fəaliyyətini necə stimullaşdıra və ya məhdudlaşdıra biləcəyini nümayiş etdirir. Bu təhlil əsasında belə qənaətə gəlmək olar ki, Azərbaycanda milli turizm sektorunun rəqabət qabiliyyətini gücləndirmək üçün dəyişən bazar şəraitindən asılı olaraq çevik yanaşmaları uyğunlaşdırmağa ehtiyac var.

Təbii və mədəni sərvətlərin əsas rol oynadığı Azərbaycan kontekstində dayanıqlı təcrübələrin tətbiqi turizmin cəlbediciliyini və iqtisadi faydalarını əhəmiyyətli dərəcədə artıra bilər. Bu yanaşmaya misal olaraq turizmin ətraf mühitə və cəmiyyətə təsirini nəzərdən keçirən, ekoloji standartların turizmin inkişaf strategiyalarına inteqrasiyası zərurətini vurğulayan “Turizm sənayesində struktur və davamlılığın qiymətləndirilməsinə ekoloji yanaşma” tədqiqatını göstərmək olar[9].

Cədvəl 1-də Azərbaycanda turizmin təhlilində iqtisadi, sosial-mədəni və ekoloji yanaşmaların əhəmiyyəti göstərilir.

Cədvəl 1

Azərbaycanın turizm sənayesi üçün iqtisadi, sosial-mədəni və ekoloji yanaşmanın əhəmiyyəti

İqtisadi yanaşma	Turizmi əsas gəlir mənbəyi və iş yerlərinin yaradılması kimi vurğulayır ki, bu da Azərbaycan kimi öz iqtisadiyyatlarını şaxələndirmək istəyən ölkələr üçün xüsusilə vacibdir.
Sosial-mədəni yanaşma	Mədəni irsə hörmət və mühafizənin vacibliyini vurğulayaraq, turizmin yerli mədəniyyətlərə və cəmiyyətlərə təsirini anlamağa kömək edir.
Ekoloji yanaşma	Turizmin davamlı inkişafının zəruriliyini vurğulayır. Bu, bizə təbii və mədəni sərvətləri gələcək nəsillər üçün qoruyub saxlamağa imkan verir. Turizm sənayesinin inkişafına ekoloji cəhətdən davamlı yanaşmanın vacibliyi qeyd olunur.

Mənbə: müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Təhlillərə əsasən belə qənaətə gəlmək olar ki, Azərbaycanın turizm sənayesinin inkişafına müasir marketinq strategiyaları və davamlı təcrübələrin inteqrasiyası zərurəti yaranmışdır. Bu yanaş-

maların tətbiqi ölkənin beynəlxalq səviyyədə turist cəlbediciliyini artırmaqla yanaşı, davamlı iqtisadi inkişafına da töhfə verəcək.

“Turizm sənayesində əşyaların interneti və rəqəmsallaşmanın effektivliyinin təhlili” [5, s.31] adlı tədqiqatda əşyaların interneti (IoT) texnologiyalarının turizm sənayesində transformasiyaya necə təkan verdiyinə daha yaxından nəzər salınır. Bu, IoT-nin daha fərdiləşdirilmiş və inteqrasiya olunmuş səyahət təcrübələrinin yaradılmasında əsas rol oynadığını, “ağıllı” cihazlar və servislər vasitəsilə müştərilərlə qarşılıqlı əlaqəni yaxşılaşdırmaq imkanlarını təmin etdiyini ortaya qoyur. Məsələn, istifadəçilərin smartfonlar vasitəsilə idarə edə biləcəyi avtomatlaşdırılmış otaq idarəetmə sistemlərinə malik ağıllı otellər və ya toplanmış məlumatlar əsasında turistlərin fərdi seçimlərinə uyğunlaşan fərdiləşdirilmiş turlar müştəri məmnuniyyətini əhəmiyyətli dərəcədə artırır.

Turizm sənayesində IoT-dən istifadə təkcə müştəri xidmətini yaxşılaşdırmır, həm də əməliyyat proseslərini optimallaşdırmağa, xərcləri azaltmağa və işçilərin əməyinin səmərəliliyini artırmağa kömək edir. Məsələn, ağıllı resursların idarə edilməsi sistemlərinin istifadəsi otellərə enerji və su istehlakını azaltmağa kömək edir, nəticədə əməliyyat xərclərini azaldır və ekoloji cəhətdən davamlı əməliyyatları dəstəkləyir.

Zəngin mədəni irsə və inkişaf edən turizm infrastrukturuna malik ölkə olan Azərbaycan kontekstində IoT texnologiyalarının tətbiqi beynəlxalq səviyyədə ölkənin rəqabət qabiliyyətinin artırılmasında mühüm rol oynaya bilər. Müasir texnologiyaların turizm sənayesinə inteqrasiyası təkcə ölkəyə səfər təəssüratını yaxşılaşdırmayacaq, həm də innovativ və rahat səyahət həlləri ilə maraqlanan turistlərin yeni seqmentlərini cəlb edəcək. Bu, ölkənin bütün iqtisadiyyatının inkişafına, xarici sərmayələrin daxil olmasını stimullaşdırmağa, turizm sənayesi və əlaqəli sənaye sahələrində yeni iş yerlərinin yaradılmasına töhfə verəcək.

“Turizm müəssisələrinin fəaliyyətində süni intellekt texnologiyalarından istifadə təcrübəsi və perspektivləri” [6,s.285] tədqiqatı çərçivəsində turizm sənayesində xidmət keyfiyyətinin və əməliyyat səmərəliliyinin yüksəldilməsi üçün süni intellektdən istifadə məsələsi ətraflı araşdırılır. Tədqiqat süni intellektin turizmə əhəmiyyətli təsir göstərə biləcəyi əsas sahələri, o cümlədən xidmətlərin fərdiləşdirilməsi, istehlakçı meyillərinin proqnozlaşdırılması və qiymətlərin optimallaşdırılmasını vurğulayır. Süni intellekt turizm şirkətlərinə müştərilərin seçimləri və davranışları haqqında böyük həcmdə məlumatları təhlil etməyə imkan verir ki, bu da fərdiləşdirilmiş təkliflər və xidmətlər yaratmağa kömək edir. Məsələn, maşın öyrənmə alqoritmləri müştərinin əvvəlki hərəkətlərini təhlil edir və onların əsasında fərdiləşdirilmiş turlar və ya konkret istifadəçi üçün maraqlı ola biləcək əlavə xidmətlər təklif edir.

İstehlak meyillərini təhlil etmək üçün süni intellektdən istifadə turizm operatorlarına məhsul və xidmətlərini dəyişən bazar şərtlərinə uyğunlaşdırmağa kömək edir. Buraya müəyyən istiqamətlər üçün tələbin proqnozlaşdırılması daxildir ki, bu da yükləmələrin optimallaşdırılması və zəif aktivlik dövrlərinin minimuma endirilməsi üçün vacibdir. Süni intellekt real vaxtda tələb və təklifdəki dəyişikliklərə cavab verən dinamik qiymətin əmələ gəlməsindən istifadə etməklə qiymətləri daha səmərəli idarə etməyə imkan verir. Belə sistemlər turlar və xidmətlər üçün qiymətləri avtomatik tənzimləməyə, mənfəəti maksimuma çatdırmağa və təkliflərin rəqabət qabiliyyətini artırmağa imkan verir.

Azərbaycanın turizm sənayesinə süni intellekt texnologiyalarının tətbiqi ölkənin beynəlxalq səviyyədə rəqabət qabiliyyətini əhəmiyyətli dərəcədə artıra bilər. Turistlərin davranışlarını və üstünlüklərini təhlil etmək üçün süni intellektdən istifadə turizm məhsullarını ziyarətçilərin fərdi ehtiyaclarına uyğunlaşdırmağa kömək edəcək ki, bu da artan rəqabət və dəyişən istehlak tələbləri şəraitində xüsusilə vacibdir. Təkliflərin fərdiləşdirilməsi, eləcə də xidmətlərin keyfiyyətinin və əlçatanlığının yaxşılaşdırılması müştəri məmnuniyyətini artıracaq və ölkəyə turist axınının artmasına töhfə verəcək. Bundan əlavə, qiymətlərin optimallaşdırılması və gəlirlərin effektiv idarə edilməsi turizm operatorlarına və otellərə öz resurslarından maksimum istifadə etməyə, mənfəəti artırmağa və xərcləri azaltmağa imkan verəcək.

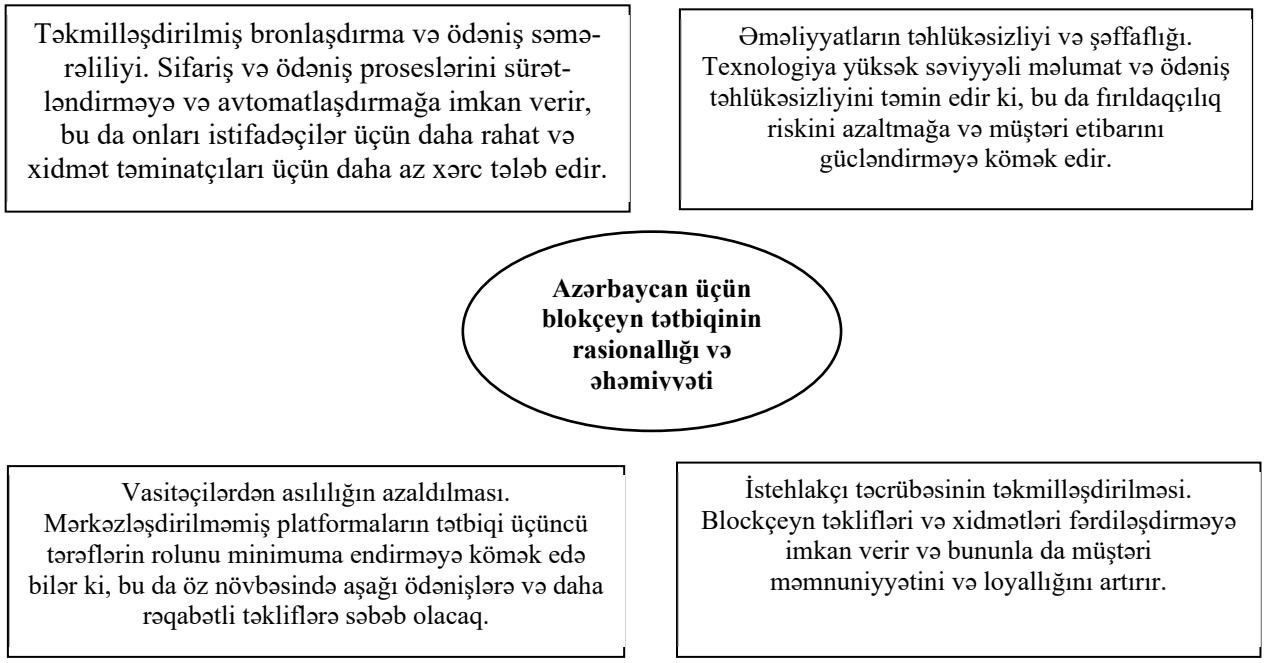
Qlobal turizm bazarında öz mövqeyini möhkəmləndirməyə çalışan Azərbaycan üçün süni intellektin tətbiqi turizm sənayesinin inkişaf strategiyasının əsas elementinə çevrilir.

"Turizm sektorunda biznes proseslərinin inkişafı və optimallaşdırılması üçün blokçeyn texnologiyasından istifadə" [7,s.52] məqaləsində blokçeynin turizm sektoruna təsiri və onun əməliyyatlarının şəffaflığı təhlil edilir. Müəlliflər blokçeyn texnologiyalarının istehlakçıların səyahət xidmətlərinə inamını necə artıra biləcəyini, identifikasiya və bronlaşdırma prosedurlarını sadələşdirə və vasitəçilərdən asılılığı əhəmiyyətli dərəcədə azalda biləcəyini nümayiş etdirir ki, bu da son istehlakçılar üçün qiymətlərin aşağı düşməsinə və əməliyyatların şəffaflığının artmasına səbəb ola bilər.

Turizm sənayesində blokçeynin əsas dəyəri məlumatların və ödənişlərin davamlı mübadiləsini, təhlükəsiz əməliyyatları və saxtakarlığa qarşı müqaviməti təmin edə bilən mərkəzləşdirilməmiş platformaların yaradılmasındadır.

Azərbaycanın turizm sənayesinə blokçeynin tətbiqi ölkəyə müasir, səmərəli və təhlükəsiz turizm xidmətləri sisteminin yaradılmasında irəliyə doğru böyük addım atmağa imkan verəcək.

Azərbaycan üçün blokçeyn tətbiqinin rasionallığı və əhəmiyyəti bir neçə amil ilə müəyyən edilir (bax Şəkil 1-ə).



Şəkil 1. Azərbaycanda blokçeyn tətbiqinin rasionallıq amilləri

Mənbə: müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Şəkil 2-də göstərilən yanaşmaların həyata keçirilməsi Azərbaycanın regionda innovativ texnologiyalar üzrə lider olmasına, turistlərin yeni seqmentlərinin cəlb edilməsinə və yerli turizm biznesinin inkişafını stimullaşdırmağa kömək edə bilər.

Müasir marketinq strategiyalarının və texnologiyalarının respublikanın turist cəlbediciliyinin artırılmasına təsiri

Rəqəmsallaşma və davamlı inkişafa əsaslanan müasir marketinq strategiyalarının Azərbaycanın turizm məkanı kimi cəlbediciliyinin və rəqabət qabiliyyətinin güclənməsinə necə təsir göstərə biləcəyinə nəzər salaraq, aşağıdakıları qeyd etmək olar.

Birincisi, əşyaların interneti (IoT), süni intellekt (AI) və blokçeyn daxil olmaqla rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi inteqrasiya olunmuş və fərdiləşdirilmiş səyahət təcrübələri yaratmağa kömək edir. Bu da öz növbəsində turizm istiqamətləri və servislərinin idarə edilməsini təkmilləşdirə bilər.

Azərbaycan üçün belə inteqrasiya təkcə innovativ xidmətlər göstərmək imkanı deyil, həm də istehlakçı barədə məlumatların toplanması və təhlili üçün zəmin yaradılması deməkdir ki, bu da marketinq kampaniyalarının dəqiqliyini və müştəri münasibətlərinin idarə edilməsinin səmərəliliyini artırır.

İkinci əsas məqam – rəqəmsal texnologiyaların istifadəsindən ayrılmaz olan davamlı inkişafdır. Turizmdə ekoloji cəhətdən təmiz və sosial məsuliyyətli təcrübələrə can atmaq qlobal səviyyədə getdikcə görünən nəzərəçarpan trenddir. Azərbaycan öz təbii və mədəni irsinin unikallığını vurğulamaq və turistlərə bu ehtiyatların mühafizəsində iştirak etmək imkanı verməklə cəlbediciliyini artırmaq üçün bu trenddən istifadə edə bilər.

Turizm istiqamətlərinin təşviqi və turistlərin cəlb edilməsi üçün güclü vasitə kimi xidmət edən sosial şəbəkələrin və rəqəmsal platformaların rolunu da qeyd etmək lazımdır. Azərbaycanda sosial media və rəqəmsal platformalardan ünvanlı marketinq, ölkə haqqında məlumatlılığın artırılması və zəngin kulinariya mədəniyyətinə görə turistlərin cəlb edilməsində əsas amil ola biləcək qastronomik turizmin inkişafı üçün istifadə oluna bilər.

Ümumiyyətlə, Azərbaycan üçün müasir marketinq strategiyaları və texnologiyalarından istifadə onun turizm bazarında mövqeyini möhkəmləndirmək, xidmət keyfiyyətini yüksəltmək və təkliflərin fərdiləşdirilməsini dərinləşdirmək üçün yeni imkanlar açır. Bu, təkcə ölkəyə turistlərin yeni seqmentlərini cəlb etməyə kömək etməyəcək, həm də artıq səyahət üçün Azərbaycanı seçmiş şəxslərlə daha dərin qarşılıqlı əlaqə yaradacaq. Bu yeniliklərin strateji tətbiqi və dövlət qurumlarının dəstəyi ölkənin daha da inkişafına və qlobal turizm sənayesinə inteqrasiyasına təkan verə bilər.

Qlobal meyillər kontekstində Azərbaycanın turizm sənayesi həm ölkənin unikal aspektlərini, həm də ümumbəşəri istiqamətləri əks etdirən imkanlar və çağırışlarla üzləşir. Bu aspektlərin müqayisəsi Azərbaycanın beynəlxalq miqyasda rəqabət aparmaq və inkişaf etmək üçün öz xüsusiyyətlərindən necə istifadə edə biləcəyini daha geniş təhlil etməyə imkan verir.

Qlobal trendlər rəqəmsallaşma və davamlı inkişafın vacibliyini vurğulayır. Zəngin mədəni və təbii irsi olan Azərbaycan turizm xidmətləri təkliflərini təkmilləşdirmək və təbliğ etmək üçün rəqəmsal texnologiyalardan istifadə edə bilər. Bu, səyahət üçün maneələri azaltmaq və turizm operatorlarına inamı artırmaq üçün qlobal hərəkətlə üst-üstə düşür.

Kulinariya turizminə qlobal maraq Azərbaycanın özünəməxsus mətbəxindən turistləri cəlb etmək vasitəsi kimi istifadə etmək imkanı yaradır [17]. Qastronomik marşrutların və festivalların inkişafı, onların marketinq kampaniyaları və sosial media ilə inteqrasiyası turist axınını əhəmiyyətli dərəcədə artıra və ölkənin mədəni müxtəliflik mərkəzi kimi imicini gücləndirə bilər.

Ekoloji davamlılığa və təbii ehtiyatların qorunmasına diqqətin yönəldilməsi iqlim dəyişikliyi ilə mübarizə və yaşıl turizmi təşviq etmək üçün qlobal səylərlə üst-üstə düşür. Azərbaycan davamlı təcrübələri turizm sektoruna fəal şəkildə inteqrasiya etməklə özünü digər turizm istiqamətlərindən fərqləndirə bilər. Eyni zamanda, respublika qlobal turist axını kontekstində xüsusi qeyd edilə bilən unikal mədəni və təbii sərvətlərə malikdir. Tarixi abidələr, qoruqlar və yerli adət-ənənələr kimi bu sərvətlərin fəal şəkildə təbliği ölkənin dünya turizm xəritəsindəki mövqeyini gücləndirə bilər. Azərbaycan öz xüsusiyyətlərindən qlobal tendensiyaları özünəməxsus şəraitə uyğunlaşdırmaq üçün istifadə edə və bununla da turizm sənayesinin böyüməsini və inkişafını təmin edə bilər. Dövlət siyasəti və özəl sektorun strategiyaları yeni texnologiyaların və davamlı təcrübələrin inteqrasiyasını, mədəni irsin təşviqini, xidmətlərin keyfiyyətinin yüksəldilməsini və beynəlxalq arenada ölkənin əlverişli imicinin yaradılmasını diqqət mərkəzində saxlamalıdırlar.

Respublikada turizm sənayesinin dövlət tənzimlənməsinin səmərəliliyinin artırılması

Dövlət tənzimlənməsinin rolunu və onun Azərbaycanda turizm sənayesinin inkişafına təsirini təhlil edərkən, dövlət tədbirlərinin ya innovasiyaları və turizmin cəlbediciliyini sürətləndirə, ya da onun inkişafına maneələr yarada biləcəyini nəzərə almaq vacibdir. Cədvəl 2-də Azərbaycanda turizm sənayesinin cəlbediciliyinin artırılmasında dövlət tənzimlənməsinin rolunun bir neçə aspekti araşdırılır.

Bütövlükdə götürsək, dövlət tənzimləməsinin tədqiqatda müəyyən edilmiş müasir tendensiyalara və çağırışlara uyğunlaşdırılması Azərbaycanda turizm sənayesinin uğurlu inkişafının, onun rəqabət qabiliyyətinin artırılmasının və bu sahədə uzunmüddətli dayanıqlı artıma nail olunmasının mühüm amili, açarı ola bilər.

Cədvəl 2

Azərbaycanda turizm sənayesinin cəlbediciliyinin artırılmasında dövlət tənzimlənməsinin rolu

Rəqəmsallaşma və innovasiya	Rəqəmsallaşmanın stimullaşdırılması üzrə hökumət təşəbbüsləri Azərbaycanda turizm sənayesinin rəqabət qabiliyyətini əhəmiyyətli dərəcədə artıra bilər. IoT və süni intellekt layihələrinin dəstəklənməsi bizneslərə resursları daha səmərəli idarə etməyə, ziyarətçilərə fərdi təcrübələr təklif etməyə və istehlakçı davranışını təhlil etməyə imkan verə bilər. Dövlət texnoloji startaplara investisiya yatırmaq və innovativ turizm məhsullarının yaradılması üçün stimullar tətbiq edə bilər.
Davamlı inkişaf	Azərbaycan ekoloji məsuliyyətin qlobal standartlarına cavab verən davamlı təcrübələri turizm sənayesinə inteqrasiya etməyə davam etməlidir. Dövlət tənzimləyiciləri təbii ehtiyatlardan istifadəni tənzimləməklə, turizm bizneslər üçün ekoloji standartları müəyyən etməklə və ekoturizmin inkişafı üçün stimullar tətbiq etməklə bu prosesi asanlaşdıra bilər.
Tənzimləmə	Viza qaydaları, vergilər və daxili səyahətlər üçün təşviqlər sahəsində siyasət turizmin əlçatanlığına təsir göstərir. Dövlət vizaların alınması prosesini sadələşdirə və xarici turistləri cəlb etmək üçün vergi güzəştləri yarada, həmçinin dövlət proqramları və subsidiyalar vasitəsilə daxili turizmi stimullaşdıra bilər.
Blokçeyn və əməliyyat texnologiyaları.	Blokçeyn texnologiyalarının tətbiqinə dövlət dəstəyi turizm əməliyyatlarının şəffaflığını artıra və vasitəçilərdən asılılığı azalda bilər ki, bu da öz növbəsində istehlakçılar üçün xidmətlərin dəyərinin azalmasına səbəb olacaq. Dövlət tənzimləyiciləri turizm əməliyyatlarında kriptovalyutaların və blokçeyn platformalarının istifadəsi üçün normativ baza yaratmağa kömək edə bilər.
İstiqamətin marketinqi və brendinqi.	Marketinq və ölkənin turizm məkanı kimi tanıtımı sahəsində dövlət siyasəti həlledici əhəmiyyət kəsb edir. Azərbaycanın unikal mədəni və təbii sərvətlərinə diqqət yetirən effektiv marketinq kampaniyaları onun beynəlxalq cəlbediciliyini artıra bilər.

Mənbə: müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Nəticə

Apardığımız araşdırma Azərbaycanın turizm sənayesinin inkişafında müasir marketinq strategiyalarının və dövlət tənzimlənməsinin rolu ilə bağlı bir sıra mühüm məqamları üzə çıxarıb. Əşyaların interneti, süni intellekt və blokçeyn kimi rəqəmsal texnologiyaların istifadəsi bu texnologiyalardan istifadə edən ölkələrə turizm istiqamətlərinin davamlılığını və uyğunlaşma qabiliyyətini əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdırmağa imkan verib. Bu, beynəlxalq turizmin dünyada artımı fonunda, o cümlədən, UNWTO-nun proqnozlarına görə, 2024-cü ilə qədər pandemiyadan əvvəlki dövr səviyyəsinin tam bərpa olunacağı gözlənilən Azərbaycanda çox vacibdir [16].

Marketinq innovasiyaları, xüsusilə sosial şəbəkələrdən və digər rəqəmsal platformalardan istifadə turistlərin tələbat və üstünlüklərindəki dəyişiklikləri nəzərə alaraq, onları səmərəli şəkildə cəlb etməyə imkan verir. Bu da turizm sənayesini fəal şəkildə inkişaf etdirən ölkəmiz üçün xüsusilə vacibdir.

Həmçinin qeyd olunmuşdur ki, Azərbaycanın qastronomik və təbii xüsusiyyətlərini nəzərə alan strategiyalar ölkənin turizm məkanı kimi cəlbediciliyini artırmağa kömək edir.

Dövlət tənzimləməsi turizm müəssisələri üçün viza qeydiyyatını, vergitutma və güzəştləri sadələşdirməklə turizm sənayesinin dəstəklənməsində əsas rol oynayır. Bu, təkcə daxili və gəlmə turizmin artırılması üçün deyil, həm də sənayeyə investisiyaların stimullaşdırılması üçün əlverişli mühit yaradır.

Gəlin maraqlı tərəflər - Azərbaycanın turizm sektorunun fəaliyyəti ilə birbaşa və ya dolayısı ilə əlaqəli əsas iştirakçılar üçün tövsiyələri formalaşdıraq. Bu tövsiyələr turizm bazarının müxtəlif iştirakçıları arasında sinerjinin formalaşmasına şərait yaradır, Azərbaycanın beynəlxalq aləmdə mövqeyinin artmasına və möhkəmlənməsinə töhfə verir və bütövlükdə turizm sənayesinin uzunmüddətli davamlı inkişafını təmin edir.

Birincisi, hökumət turizm və mehmanxana xidmətlərinə çıxışı asanlaşdırmaq üçün rəqəmsal infrastruktur da daxil olmaqla infrastruktur layihələrini inkişaf etdirməli və dəstəkləməlidir. Müa-

sir texnologiyalardan istifadə etməklə turizm startapları və innovativ layihələr üçün vergi və maliyyə stimulları tətbiq edilməlidir. Tranzaksiyaların etibarının və təhlükəsizliyinin artırılmasına töhfə verən blokçeyn texnologiyalarının və digər innovasiyaların turizm sektorunda tətbiqinə hüquqi dəstək göstərilməlidir. Azərbaycanın turizm məkanı kimi unikallığına və müxtəlifliyinə diqqət yetirməklə ölkə marketinqi və brendinqi strategiyaları hazırlanmalı və həyata keçirilməlidir.

İkincisi, özəl sektor yeni texnologiyalar və müştərilərə xidmət sahələrində turizm sənayesi işçilərinin hazırlanmasına və bacarıqlarının inkişafına investisiya qoymalıdır. Xidmət prosesinə fərdiləşdirilmiş və innovativ yanaşmaların tətbiqi yolu ilə xidmətlərin keyfiyyəti və müştəri məmnunluğu artırılmalıdır. Qabaqcıl təcrübə mübadiləsi üçün beynəlxalq və yerli turizm təşkilatları ilə əməkdaşlıq gücləndirilməlidir. Turizmin davamlı inkişafına yönəlmiş dövlət proqram və təşəbbüslərində özəl sektor fəal iştirak etməlidir.

Üçüncüsü, akademik ictimaiyyət yeni texnologiyaların turizm sənayesinə təsiri, onların turizm destinasiyalarının rəqabət qabiliyyətinin yaradılmasında rolu ilə bağlı araşdırmalar aparmalıdır. Davamlı və rəqəmsal turizmə diqqət yetirməklə tələbələr və sənaye mütəxəssisləri üçün təhsil proqramları və kurslar təşkil edilməlidir. Analitik tədqiqat məlumatları əsasında turizm sahəsində dövlət siyasəti və strateji planlaşdırma üçün tövsiyələr hazırlanmalıdır. Tədqiqat işlərinin praktiki tətbiqinə töhfə verən birgə layihələrin həyata keçirilməsi üçün turizm sənayesi müəssisələri ilə tərəfdaşlıq əlaqələri qurulmalıdır.

Turizmdə texnoloji həllərin rəqəmsallaşdırılması və standartlaşdırılması sahəsində tənzimləmə bu sektorun davamlı inkişafı üçün etibarlı zəmin yarada bilər. Bu zəmində hökumət və özəl sektor, təkcə təkmilləşdirilmiş infrastruktur və xidmətləri deyil, həm də yeni texnologiyalara və qlobal tendensiyalara yönəlmiş marketinq fəaliyyətlərini əhatə edəcək inteqrasiya olunmuş turizmin inkişafı strategiyalarını hazırlamaya bilər.

ƏDƏBİYYAT

1. “Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər”. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı. 2 fevral 2021-ci il.
2. Rəhmanov.F.P. Sosial Sfera və Sosial Siyasət. “MSV NƏŞR”, Bakı, 2021, 436 səh.
3. Rəhmanov.F.P., Süleymanov. E.B. Azərbaycan iqtisadiyyatı: makroiqtisadi analiz. “MSV NƏŞR”, Bakı, 2021, səh-408.
4. К вопросу о государственном регулировании сферы туризма на региональном уровне: теоретические аспекты и результаты практической деятельности / М. А. Гурина, Т. И. Сокольская, О. В. Гончарова [и др.] // Сервис в России и за рубежом. – 2021. – Т. 15, № 4(96). – С. 90-109. – DOI 10.24412/1995-042X-2021-4-90-109. – EDN GNXXHA. https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47256447
5. Лысак, О. Г. р. Анализ эффективности применения IoT и цифровизации в индустрии туризма / О. Г. р. Лысак // Интеграция туризма в экономическую систему региона: перспективы и барьеры: Материалы IV Международной научно-практической конференции, Орёл, 08 декабря 2022 года. – Орёл: Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева, 2023. – С. 29-34. – EDN UKBRTT. www.elibrary.ru/download/elibrary_54288830_62962014.pdf
6. Шпырня, О. В. Опыт и перспективы использования технологий искусственного интеллекта в деятельности туристских предприятий / О. В. Шпырня // Цифровизация экономики и общества: проблемы, перспективы, безопасность: Материалы IV международной научно-практической конференции, Донецк, 24 марта 2022 года / Отв. редактор И.П. Подмаркова. – Донецк: Общество с ограниченной ответственностью «Цифровая типография», 2022. – С. 283-288. – EDN RIIIWN. https://www.elibrary.ru/download/elibrary_50365916_54222390.pdf
7. Халфин, А. С. Использование технологии блокчейн для развития и оптимизации бизнес-процессов в сфере туризма / А. С. Халфин, Р. Р. Мухутдинова // Вестник УГНТУ. Наука,

образование, экономика. Серия: Экономика. – 2021. – № 2(36). – С. 50-54. – DOI 10.17122/2541-8904-2021-2-36-50-54.–EDNZTNMYT. https://www.elibrary.ru/download/elibrary_46380604_68808114.pdf
8. Carvalho, L., & Sarkar, S. (2014). Market structures, strategy and innovation in tourism sector. International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 8, 153-172. https://consensus.app/papers/market-structures-strategy-innovation-tourism-sector-carvalho/ff962f30bf9a5e6eb135dab8f6285665/?utm_source=chatgpt
9. Mo, Lichun, Jiancheng Chen, and Yi Xie. 2021. "Ecological Approach for the Evaluation of Structure and Sustainability in the Tourism Industry" Sustainability 13, no. 23: 13294. https://www.mdpi.com/2071-1050/13/23/13294
10. Mushtai, V. (2023). Relationship Marketing Within the Concept of Sustainable Development and Global Digitalization of the Tourism Industry. Modern Economics. https://consensus.app/papers/relationship-marketing-within-concept-sustainable-mushtai/f3c3d63b3db551b091a4cf9043e6ddec/?utm_source=chatgpt
11. OECD (2020), OECD Tourism Trends and Policies 2020, OECD Publishing, Paris, 387 pages. https://www.oecd-ilibrary.org/sites/f528d44-en/index.html?itemId=/content/component/f528d444-en
12. https://azerbaijan.travel/sustainable-tourism-strategy
13. https://azerbaijan.un.org/en/114165-un-azerbaijan-sign-new-cooperation-framework-2021-2025
14. 14.https://www.didaktorika.gr/eadd/handle/10442/55843
15. https://www.unwto.org/digital-transformation
16. https://en.unwto-ap.org/resources/worldtourismbarometer-january-2024/
17. https://azerbaijan.travel/attend-a-local-gastronomy-masterclass-guba

Талей Видади оглу Агазада
Докторант кафедры "Менеджмент"
Азербайджанского Университета Туризма и Менеджмента,
Taleh.aghazada@gmail.com
***ORCID №:* 0009-0003-3491-2593**

Влияние цифровых инноваций на устойчивое развитие туристической индустрии в Азербайджане

Резюме

Цель данного исследования заключается в анализе влияния цифровых технологий и современных маркетинговых стратегий на развитие туристической индустрии в Азербайджане и разработка рекомендаций по долгосрочному устойчивому развитию туристической индустрии в республике..

Методология исследования включала теоретический обзор научной литературы и системный анализ данных отраслевых отчетов и международных исследований по туризму. Среди методов исследования использовались статистический, сравнительный и метод обобщения.

Прикладное значение исследования. Исследование показывает, как внедрение передовых маркетинговых технологий и улучшение государственного регулирования могут значительно улучшить практики в туристической индустрии Азербайджана. Предлагаемые в работе меры по поддержке туризма, такие как упрощение визовых процедур и налоговые стимулы, могут стимулировать как внутренний, так и международный туризм.

Рекомендации для государственных органов и практиков подчеркивают необходимость дальнейшего развития инфраструктуры и регулятивных механизмов для поддержки устойчивого роста туристической индустрии.

Результаты исследования свидетельствуют о значительном влиянии цифровых технологий на улучшение качества услуг и увеличение конкурентоспособности национальной туристической индустрии. Исследование также указывает на ключевую роль государственного регулирования в поддержке инноваций в туризме.

Оригинальность и научная новизна исследования обусловлена интеграцией моделей цифрового маркетинга и технологий, таких как Интернет вещей, искусственный интеллект и блокчейн, в контексте устойчивого развития туризма в Азербайджане.

Научная новизна статьи заключается в комплексном подходе к *и*сследованию взаимосвязи между технологическими инновациями и маркетинговыми стратегиями в контексте национальных особенностей туристической индустрии Азербайджана.

Ключевые слова: цифровые технологии в туризме, искусственный интеллект, интернет вещей, блокчейн в туризме, маркетинговые стратегии, устойчивое развитие туризма, государственное регулирование туризма

Taley Vidadi Aqazada
Doctoral student of the Department of Management
Azerbaijan University of Tourism and Management,
Taleh.aghazada@gmail.com
ORCID №: 0009-0003-3491-2593

Impact of digital innovations on sustainable development of tourism industries in Azerbaijan

Summary

The purpose of this study is to analyze the impact of digital technologies and modern marketing strategies on the development of the tourism industry in Azerbaijan and development of recommendations for the long-term sustainable development of the tourism industry in the republic.

The research methodology included a theoretical review of scientific literature and a systematic analysis of data from industry reports and international tourism studies. Among the research methods, statistical, comparative and generalization methods were used.

Applied significance of the research. The study shows how the introduction of advanced marketing technologies and improved government regulation can significantly improve practices in the Azerbaijan tourism industry. The measures proposed in the paper to support tourism, such as simplification of visa procedures and tax incentives, can stimulate both domestic and international tourism.

Recommendations for government agencies and practitioners highlight the need for further development of infrastructure and regulatory mechanisms to support sustainable growth of the tourism industry.

The results of the study indicate the significant impact of digital technologies on improving the quality of services and increasing the competitiveness of the national tourism industry. The study also points to the key role of government regulation in supporting innovation in tourism.

Originality and scientific novelty of the research are due to the integration of digital marketing models and technologies, such as the Internet of Things, artificial intelligence and blockchain, in the context of sustainable tourism development in Azerbaijan.

The scientific novelty of the article lies in an integrated approach to studying the relationship between technological innovation and marketing strategies in the context of the national characteristics of the tourism industry of Azerbaijan.

Keywords: digital technology in tourism, artificial intelligence, internet of things, blockchain in tourism, tourism marketing strategies, sustainable tourism development, government regulation of tourism.